

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم  
كلية العلوم الاجتماعية



مسار الثانية ماستر  
تخصص وسائل الاعلام والمجتمع

قسم العلوم الانسانية  
شعبة علوم الاعلام والاتصال

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر الموسومة بـ:

# الوعي الاعلامي والصناعات الثقافية

## "التناول الاعلامي لعادة الطعم بسيدي لخضر - إذاعة مستغانم - نموذجاً"

إشراف

د. عبد الله ثاني محمد النذير

إعداد:

- سالي حفيظة
- ساعد فتيحة

لجنة المناقشة:

- أ. مساهل محمد ..... مناقشا.....جامعة مستغانم
- أ. مجاهد حنان ..... رئيسا.....جامعة مستغانم
- د. عبد الله ثاني محمد النذير ..... مقرا.....جامعة مستغانم

السنة الجامعية: 2015 - 2016

## إهداء

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله

أهدي ثمرة جهدي إلى أبي وأمي حفظهما الله لي وقدرني بمشيئته على طاعتها ورد  
جميلهما.

و إلى من قاسموني حنان الوالدين: إخوتي نورة و ابنها يحي عبد النور و إسحاق عبد  
الباسط، منى، فاطمة، و إلى أخي سليمان.

و إلى كل الصديقات وإلى التي شاركتني في إنجاز هذا العمل فتيحة

و إلى طلبة علوم الإعلام و الاتصال تخصص وسائل الإعلام سنة ثانية

ماستر 2015/2016.

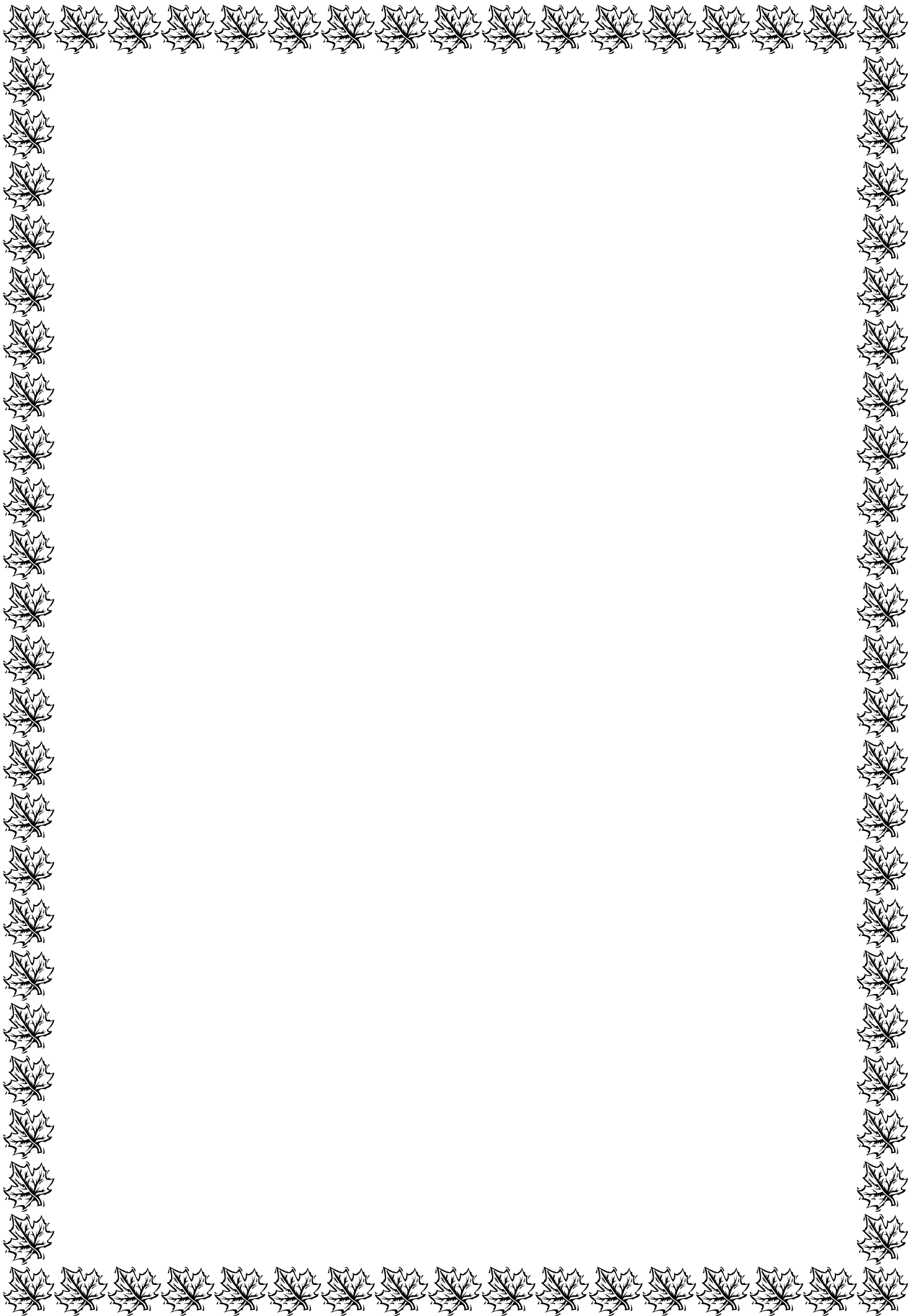
حفيفة

# شكر

أولاً و قبل كل شيء نحمد الله تعالى على منه و كرمه و توفيقه لنا لإتمام هذا العمل ، فله كل الفضل والشكر والثناء.

نقدم شكرنا و تقديرنا للأستاذ المؤطر " عبد الله ثاني محمد النذير " الذي أشرف على التأطير و الذي لمسنا عنده كل العناية والاهتمام والذي لم يبخل علينا بنصائحه وتوجيهاته. وإلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد في إنجاز هذا العمل المتواضع.

# وشكراً



# خطة الدراسة

مقدمة

## الإطار المنهجي

1-تحديد الموضوع

2-الإشكالية

3- الفرضيات

4-المنهج المتبع

5- أداة الدراسة

6-مجتمع البحث

7-العينة

8-أهداف الدراسة

9-أسباب الدراسة

10-حدود الدراسة

11-تحديد المصطلحات

12- الدراسات السابقة

14- الخلفية النظرية

## الإطار النظري

### الفصل الأول: ماهية الإعلام

تمهيد

المبحث الأول: تعريف الإعلام

المبحث الثاني: وظائف وسائل الإعلام

المبحث الثالث: أنواع وسائل الإعلام و خصائصها الإعلامية

خلاصة

### الفصل الثاني: تعريف الوعي و أنواعه

تمهيد

المبحث الأول: تعريف الوعي

المبحث الثاني: أنواع الوعي

المبحث الثالث: الإعلام و تشكيل الوعي

خلاصة

### الفصل الثالث: ماهية الصناعات الثقافية

المبحث الأول: تعريف الصناعات الثقافية

المبحث الثاني: عوامل الصناعات الثقافية

المبحث الثالث: أهمية الصناعات الثقافية

المبحث الرابع: مدرسة فرانكفورت و نظرتها للصناعات الثقافية

خلاصة



## الإطار التطبيقي

بطاقة فنية عن إذاعة مستغانم المحلية

بطاقة فنية عن شخصية سيدي لخضر بن خلوف

بطاقة فنية عن عادة الطعم بسيدي لخضر

تحليل بيانات المقابلة

الاستنتاجات العامة

اختبار الفرضيات

خاتمة

## مقدمة

لقد فرضت وسائل الإعلام وجودها على الانسان وحياته بعد أن بلغت أوج قوتها وتطورها بفضل التقدم العلمي الكبير والثورة التكنولوجية الهائلة، فلم يعد بعد ذلك بمقدور الانسان أن يتجاهل هذه الوسائل و هي تلاحقه في كل مكان و زمان بالكلمة و الصورة و الصوت حتى غرف نومه، و هذا تنمية لعقله و التعريف بثقافة مجتمعه و نقل مختلف الثقافات الأخرى له.

فأهمية وسائل الاعلام و صلتها بالإنسان كصلته بالهواء لا يمكنه الاستغناء عنها، فالإعلام بصفة يشكّل جزءاً لا يتجزأ من حياة المجتمعات البشرية خاصة بعد التزايد الهائل لوسائله كما و نوعا و تضاعف وظائفها سواء كان الأمر بالنسبة للفرد أو المجتمع.

نجد أن هذه الوسائل لها علاقة بمختلف المجالات سواءً المجال السياسي، الاقتصادي، الاجتماعي، و حتى جانب الثقافة و ما ينطوي تحتها من فنون و موسيقى و سينما و مختلف المنتجات الثقافية، الذي أصبحت تقدمه هذه الأخيرة كصناعة تسمى بالصناعة الثقافية التي تعتمد فيها على تسليع الثقافة و الترويج لها و هذا لفتح المجال أمام الانتعاش الاقتصادي، فنجد أن لوسائل الاعلام قوة لا يستهان بها في تصنيع الثقافة و هذا منذ بدايات القرن التاسع عشر، إلا أن القرن الحادي و العشرين لقد أفرز واقع جديد للصناعة الثقافية مزدوج بما تقدمه الصناعة الرقمية بعدما شهد العالم ولادة الاتصالات الإرسالية، و بعد الأنشطة التي دخلت ميدان صناعة الثقافة من مواقع الواب على الانترنت و مواقع التجارة الالكترونية و الخدمات التي تغطي قطاعا واسعا من المنتجين و المؤلفين و الناشرين و التي اكتسبت أهمية من الناحية الاقتصادية تجسدت في صناعة المحتويات الثقافية.



هذا كله نتيجة و محصلة للوعي بأهمية هذه الأخيرة في الجانب المادي و المعنوي

لأي بلد كان، فبناءً على ما سبق قمنا بمعالجة عدة جوانب في دراستنا هذه محاولة منا

تغطية نطاقها منهجياً ، معرفياً، و ميدانياً على النحو التالي:

بدأت الدراسة بالمدخل المنهجي أين قمنا بصياغة الاشكالية و فروضها و كذلك ابراز أهداف و أسباب الدراسة، و كذا الدراسات السابقة، كما عرضنا المنهجية المتبعة من حيث المنهج و أدوات جمع العينة المختارة ، أما النظرية فقد استندنا الى نظرية البنائية الوظيفية.

وقد تمثل الجزء الثاني من الدراسة في الجانب النظري المتكون من ثلاثة فصول كل فصل يحوي على مجموعة من المباحث ، فالفصل الأول عنوانه بماهية الاعلام حيث اندرج تحت هذا الفصل عدد من المباحث تشمل في مجملها الاعلام ، مفهومه، وسائله و خصائصها، وظائفه ، و يتكون الفصل الثاني الذي كان تحت عنوان تعريف الوعي و أنواعه أما الفصل الثالث كان تحت عنوان ماهية الصناعات الثقافية، تناولنا فيه التعريف عوامل صناعتها و نظرة مدرسة فرانكفورت لها.

وآخر مرحلة تمثلت في الجانب التطبيقي حيث تناولنا فيه تحليل و تفسير اجابات المبحوثين حول محاور المقابلة و قد توصلنا بذلك الى النتائج التي سغت الدراسة للوصول اليها.



## 1- تحديد الموضوع:

الإعلام هو العالم الغريب والساحر القريب فأصبحت بذلك وسائل الإعلام هي المحرك الأساسي لثقافة الشعوب إذ نجدها تلعب دورا رياديا ونوعيا خاصة في عملية صناعة الثقافة وتعميقها لدى الجمهور تحتكر هذه العملية مختلف وسائل الإعلام، إذ تقوم بالتعريف بالموروث الثقافي الخاص بكل بلد سواء كان ذلك محليا ، وطنيا وحتى عالميا

وبذلك حاولنا التطرق إلى موضوع الوعي الإعلامي والصناعات الثقافية بحيث قمنا بدراسة ميدانية حول تناول الإعلام لإذاعة مستغانم لعادة الطعم بسيدي لخضر ولاية مستغانم وهذا باعتبار هذه العادة هي نشاط ثقافي تشهده الولاية سنويا والذي يعبر عن ثقافتها المحلية .

كما حاولنا أيضا معرفة مدى تناول هذه الإذاعة لعادة الطعم كصناعة ثقافية.

2-الإشكالية :

لا تزال العلاقة بين الثقافة ووسائل الإعلام تثير النقاش والجدل في مختلف الأوساط والفضاءات، ولا يزال الموضوع يثير الشهية في تناوله لأن مسألة الثقافة تتداخل في شتى مناحي الحياة، وشتى النظم الاجتماعية، إلا أن صلتها بوسائل الإعلام والاتصال أكثر جدلا بكثير من النظم الأخرى، هذا لأن الإعلام هو نقل للمعارف والأفكار وكذا العادات التي تحافظ على ثقافة المجتمع وتساعد على تطبيع أفرادهم وتنشئتهم على المبادئ القوية التي تسود في المجتمع ولهذا يركز الإعلام كل اهتماماته حين يقدم المادة الثقافية لأن الإعلام هو أيضا نقل للثقافات الفكرية والسلوكية خاصة .

إن وسائل الإعلام تمثل حلقة هامة لأي مجتمع كان باعتبارها الوسائل الأسرع والأيسر التي تضع أفرادهم أمام كم هائل من المضامين بما فيها المادة الثقافية.

فدور الإعلام وأهميته لا يكاد يخلو منه أي مجتمع، فكل مجتمع إلا وله ثقافته الخاصة به يحتاج أفرادهم للتعريف بثقافتهم خاصة ما تعلق بموروثهم المحلي، وهذا كله يعتمد على درجة وعي وسائل الإعلام بأهمية الثقافة وتصنيعها لأن الثقافة هي مرآة عاكسة لمجتمعها تحمل في طياتها القيم والعادات والتقاليد التي يتميز بها هذا المجتمع، فالمجتمع الجزائري هو الآخر يمتلك إعلاما وطنيا ومحليا وفي نفس الوقت يمتلك كم هائل من العادات والتقاليد التي لا تكاد تخلو منها أي ولاية من ولاياته فولاية مستغانم كباقي ولايات الوطن تمتلك إعلاما محليا متمثل في إذاعة مستغانم، وبالموازاة تمتلك جملة من العادات وعلى رأسها

عادة الطعم التي تشهدها سنويا مدينة سيدي لخضر تحديدا ومن هذا المنطلق نطرح الأشكال التالي:

هل الوعي الإعلامي لإذاعة مستغانم يخدم بما يسمى بالصناعات الثقافية (عادة "الطعم" بمدينة سيدي لخضر (أنموذجا) ؟

وأكد هناك تساؤلات فرعية تندرج تحت هذا التساؤل:

- هل تتمتع الإذاعة بوعي إعلامي؟
- ما مدى مساهمة وعيها الإعلامي في تغذية الصناعات الثقافية ؟
- ما مدى تناولها لعادة الطعم ؟

### 3-الفرضيات:

- هناك فروق من حيث السن و من حيث الجنس في المعالجة الإعلامية على مستوى الفريق الصحفي لإذاعة مستغانم في تقديم مادة إعلامية ثقافية محلية.
- وعي الفريق الصحفي لإذاعة مستغانم في معالجته لعادة الطعم بمدينة سيدي لخضر كصناعة ثقافية.

#### 4- المنهج المتبع:

إن أي بحث علمي يحتاج إلى إتباع منهج معين، والمناهج تختلف من دراسة إلى أخرى وذلك حسب طبيعة الموضوع، والمنهج هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكل من أجل الوصول إلى الحقيقة واكتشافهما.

ومنه اعتمدنا في دراستنا على:

المنهج الوصفي: هو طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية أو مشكلة اجتماعية أو سكان معينين ويضمن تحديد الغرض منه وتعريف مشكلة البحث وتحديد نطاق ومجال الدراسة وفحص جميع الوثائق المتعلقة بالمشكلة وتفسير النتائج وأخيرا الوصول إلى استنتاجات واستخدامها لأغراض محلية وقومية.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> عماد عبد الغني، منهجية البحث في علم الاجتماع الإشكاليات الثقافية المقابلات. ط2. بيروت. دارالطبعة. بيروت 2007.

5- أدوات الدراسة :

هي تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث ضمن استخدامه لمنهج أو أكثر.

أما الباحث موريس أنجرس فحدد أدوات البحث كما يلي:

الملاحظة المقابلة، والاستبيان، والتجربة، تحليل المضمون والتحليل الإحصائي.

وفي هذه الدراسة اعتمدنا على أداة المقابلة والتي تعرف على أنها "تلك الحوار المنظم

الذي يجريه الباحث ميدانيا للحصول على المعلومات من الحاملين لها في صدورهم بصورة

فنية مرنة وبمهارة كبيرة تجعل الطرف المقابل يتعاون ايجابيا في تحقيق هذا الهدف العلمي.<sup>1</sup>

---

أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، بدون طبعة، ديوان المطبوعات الجامعية، 2003،

الجزائر، ص 290.

6-مجتمع البحث والعينة:

إن كل دراسة تقتضي اختيار مجتمع محدد ليكون هذا الأخير ميدان لجمع المعلومات والبيانات ويمكن تعريف مجتمع البحث على أنه مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى التي تجري عليها البحث والتقصي.<sup>1</sup>

ومجتمع البحث في دراستنا تمثل في صحفي اذاعة مستغانم ونظرا لصعوبة القيام بدراسة جميع مفردات البحث فقمنا باختيار أسلوب العينة ونظرا لاقتصار عينتنا على صحفيي إذاعة مستغانم المحلية ، وقد تم اختيار العينة الغير احتمالية القصدية أو العمدية وبذلك العينة هي عينة قصدية والتي يمكن تعريفها على أنها: هي التيقوم فيها الباحث باختيارمفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة،بل يقوم شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات.<sup>2</sup>

وعليه فقد اخترنا عينة تتكون من 07 مفردات.

<sup>1</sup>موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في علوم الاعلام الإنسانية، ط2، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2006، ص 289.

<sup>2</sup>أحمد بن مرسللي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. نفس المرجع ص 473.

7- أهداف الدراسة:

- معرفة مستوى وعي إذاعة مستغانم .
- مدى تناول الإعلامى لعادة الطعم .
- مدى مساهمة التنشئة الإعلامية لإذاعة مستغانم في تغذية الصناعات الثقافية .
- معرفة إذا ما كان تناول الإعلامى لعادة الطعم فقط من أجل التغطية الإعلامية أو من أجل تقديم صناعات ثقافية.

8-أسباب اختيار الموضوع:

8-1- الأسباب الموضوعية :

- محاولة معرفة حقيقة أن الإذاعة المحلية لولاية مستغانم تهتم بصناعة الثقافة .
- معرفة درجة وعي إذاعة الظهرة بتصنيع الموروث الثقافى المحلى للولاية .
- إجراء بحث أكاديمى وإثراء والمكتبة الجامعية بمثل هذه الدراسة.

8-2-الأسباب الذاتية :

- الفضول العلمىببتمية قدراتنا المعرفية والأكاديمية المتعلقة بمجال دراستنا.
- رغبتنا في معرفة تقنيات ومنهجية انجاز مذكرة تخرج .

9- حدود الدراسة:

9-1- المجال المكاني: تم إجراء المقابلة بمقر إذاعة مستغانم المحلية.

9-2- المجال الزمني: لقد تم إجراء الدراسة في فترتين هما:

الفترة الأولى: من 10 إلى 14 فيفري بحيث قمنا بدراسة استطلاعية وهذا ما ساعدنا في الدراسة.

الفترة الثانية: من 03 إلى 14 أبريل وفي هذه الفترة قمنا بجمع المعطيات والمعلومات بصورة نهائية من المستجوبين عن طريق المقابلة.

9-3- المجال البشري: تضم المؤسسة 15 صحفيا قمنا بتحديد بعض التعدادات الكمية

لإجراء بعض المقابلات التي تساعدنا للحصول على النتائج المرجوة وهي كالاتي:

15 ← 100 %

07 ← 46.66 %

10- تحديد المصطلحات:

1. الوعي:

1-1- لغة :

هو الفهم وسلامة الإدراك من الوعي والوعي، حفظ القلب للشيء. وعي الشيء والحديث يعيه وعيا أو وعاه، حفظه وفهمه وقلبه، وهو واعي، وفلان أوعى من فلان أي حافظ وفهم و ابي حديث أي أمامه لا يعذب الله قلب وعي القرآن، قال ابن الأثري: أي عقله إيمانا به وعملا، فأما من حفظ ألفاظه وضيع حدوده فإنه غير واعي له في الحديث فاستوعى له حقه أي استوفاه كله ويقول صاحب لسان العرب في هذا المجال الشيء يعيه وعيا أي حفظه وجمعه.

1-2- اصطلاحا :

هو إدراك الفرد لنفسه ولبينته المحيطة فهو حصاد إدراك الناس وتصورتهم للعالم المحيط بهم بما أشتمل عليه من علاقات بالطبيعة وبالإنسان وبالأفكار وهو إدراك تصور يتحدد بحالة بنائية تاريخية لمجتمع معين بمعنى أن وعيطابعه التاريخي البنائي.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، بدون طبعة، دار الفجر، للنشر و التوزيع، 2003، ص2696.

2- الوعي الإعلامي:

1-2- إجرائيا: هو وعي وإدراك إذاعة مستغانم المحلية بأهمية تقديم عادة الطعم كصناعة ثقافية للجمهور.

3- الصناعة الثقافية:

3-1- اصطلاحا:

يشير المصطلح إلى تحديد التنظيمات التي تنتج ثقافة شعبية مثل التلفزيون والراديو والكتب و المجلات والصحف و الموسيقى الشعبية، و قد تأخذ بعدا أوسع من هذا لتشمل المتاحف ووكالات الإعلانات والتنظيمات الرياضية استنادا إلى مدرسة فرانكفورت وبالذات أدورنو عنى بصناعة الثقافة والإنتاج الرأسمالي الممزوج.<sup>1</sup>

3-2- إجرائيا: هي تلك الثقافة التي تقوم إذاعة مستغانم بتصنيعها كعادة الطعم سيدي لخضر.

---

<sup>1</sup>-اسماعيل عبد الكافي، معجم المصطلحات عصر العولمة، ط1، الدارالتقافية للنشر، القاهرة، 2004، ص30.

11-الدراسات السابقة:

11-1- الدراسة الأولى:

مذكرة تخرج لنيل شهادة الليسانس بجامعة عبد الحميد كلية العلوم الاجتماعيةجامعة مستغانمقسم علوم الإعلام والاتصال تحت عنوان روبرتاج مصور حول واقع الأضرحة في الجزائر سيدي لخضر أنموذجا من إعداد الطالبتين بوحسون نادية وعود نادية تحت إشراف الأستاذ مناد الطيب السنة الدراسية 2007 . 2008.

11-2- الدراسة الثانية:

مذكرة تخرج لنيل شهادة الليسانس في الأدب العربي، بجامعة مستغانم بعنوان النزعة الصوفية في شعر سيدي لخضر بن خلوف من إعداد الطالبتين ياحي فوزية ومهادي عائشة تحت إشراف الأستاذة بوشفرة نادية السنة الدراسية 2002-2003.

11-3- الدراسة الثالثة:

مذكرة تخرج لنيل شهادة الليسانس بجامعة عبد الحميد بن باديس كلية العلوم الاجتماعية ولاية مستغانم قسم علوم الإعلام والاتصال تحت عنوان عادة الطعم بسيدي لخضر أنموذجا من إعداد الطالبة لعيدي مكية تحت إشراف الأستاذ عبد الله ثاني نذير السنة الدراسية 2013, 2014.

12-الخلفية النظرية :

تعد الخلفية النظرية أهم أسس البحث العلمي فهي القاعدة النظرية التي يرتكز عليها الباحث والنموذج الذي يوظفه في دراسته وتمتد هذه الأخيرة بناءً على موضوع الدراسة والإشكالية المطروحة ومن خلال ذلك استنتاجاً أن النظرية المناسبة هي النظرية البنائية الوظيفية.

يشير المصطلح بناء Structure إلى طريقة التي تنظم بها الأنشطة المتكررة في المجتمع والواقع أن السلوك الاسري، والنشاط الاقتصادي والنشاط السياسي، والعقيدة والحر، وغيرها من أشكال الأنشطة الاجتماعية، تعد على درجة عالية من تنظيم من جهة النظر السلوكية.<sup>1</sup>

- مفهوم البنائية الوظيفية :إن الوظيفة هي عبارة عن اتجاه أو تيار من أهم التيارات السائدة في علم الاجتماع ولقد حظي بتسميات عديدة "الوظيفية" "الاتجاه الوظيفي" أو "النظرية الوظيفية" وتعرف أكثر باسم "البنائية الوظيفية" ويشيع استخدامه اختصاراً بالوظيفة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>حسن عماد مكاي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، بدون طبعة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ص124.

<sup>2</sup>علي غربي، علم الاجتماع وثنائيات التقليدية المحدثه، بدون طبعة، مخبر علم الاجتماع والاتصال للبحث والترجمة،

الجزائر، 2007، ص 33.

يهتم مفهوم الوظيفة fonctionnalisme بتحليل العلاقة بين النظام ككل organisme والوحدات المكونة لهذا النظام organes. وترجع جذور هذا المصطلح إلى العلوم البيولوجية والاجتماعية والسلوكية ، ففي علمالبيولوجيا مثلا يعتبر جسم الإنسان نظاما كليا يحتوي على مجموعة من الأعضاء، ويقوم كل عضو بدور مهم في حياة النظام ككل، ويرتبط كل عضو أيضا بالأعضاء الآخرين داخل النظام .

ويتضمن مفهوم الوظيفة في النظام الاجتماعي بمجموعة من الوحدات، الوحدة يمكن أن تكون الفرد أو المؤسسة، الاجتماعية أو الثقافية، وتمارس هذه الوحدات مجموعة من الأنشطة Activités مثل: الاستهلاك، نقل الأخبار الترفيه... سواء على مستوى الأفراد أو الجماعات أو المجتمع العام، وتتم ممارسة هذه الأنشطة داخل بناء Structure مثل النظام الليبرالي أو النظام الشمولي، وينتج عن ممارسة الأنشطة التي تقوم بها الوحدات داخل البناء مجموعة من الوظائف أي أثار مرغوبة مثل دور السلوك الفردي والجماعي في الحفاظ على البناء الاجتماعي، فمثلا يؤدي تقديم وسائل الإعلام للأخبار إلى زيادة معلومات الأفراد، ومراقبة البيئة، وتحقيق الترابط الاجتماعي، ونقل التراث الحضاري من جيل لجيل.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> حسن عماد مكاوي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، نفس المرجع، ص 127.

**تمهيد:**

يمثل الإعلام عبر مختلف وسائله ومستوياته أداة أساسية لا يمكن الاستغناء عنها أو تهميش دورها بالنسبة لكافة المجتمعات المتقدمة والنامية على حد سواء، ومع التقدم الهائل لوسائل الإعلام كما وكيفا ازدادت وتضاعفت الوظائف المرتبطة من الإعلام ووسائله ومخرجاته مما جعل وسائل الإعلام جزء لا يتجزأ من حياة المواطن في عصرنا الحالي هذا ما جعلنا نتطرق في هذا الفصل إلى مدخل حول الإعلام تعريفه، وظائفه، أنواع وسائل الإعلام وخصائصها الإعلامية.

## الفصل الأول: ماهية الإعلام

## المبحث الأول: تعريف الإعلام

الإعلام لغة: هو العلم بالشيء ويقال استعملني خبر فلان و اعلمنيها واستعلمني الخبر فأعلمته .

فالإعلام مشتق من أعلم يقال علم إعلاما بمعنى أخبر إخبارا ولقطه الإعلام مشتقة من (مادة علم، يقال علم الشيء أي شعر به وما علمت يخبر قدومه وانصرافه أي ما شعرت به، و( أعلم ) معناها أخبر واستعمله الخبر أي إستخبره إياه، والإعلام مصدر مشتق من الفعل ( أعلم ) ومعناها وضع علامة على كل شيء أو عبارة مع إظهار هذا المعنى و إبرازه وتأكيدهِ وإشهاره أمام عامة الناس إبلاغا أي وصلتهم الشيء المطلوب والإعلام اصطلاحا: هو الإخبار بالأحداث و نشر المعلومات و انتقاؤها والتدقيق في صحتها .

وهو كذلك النقل الحر والموضوعي للأخبار والمعلومات بإحدى وسائل الإعلام، أو أنه نقل الأخبار والوقائع بصورة صحيحة.<sup>1</sup>

كما يعرف "سمير حسن"الإعلام بأنه كافة أوجه النشاطات الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا

<sup>1</sup>منذر صالح جاسم الزبيدي ، دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، ط 1، دار الحامد للنشر و

التوزيع، 2011، عمان، ص 27 .

والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف مما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة عن هذه القضايا والموضوعات بما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع و الموضوعات والمشكلات المثارة و المطروحة.<sup>1</sup>

إن كلمة إعلام تعني أساسا الأخبار و تقديم المعلومات، أن أعلم، و يتضح في هذه العملية، عملية الأخبار، ووجود رسالة إعلامية ( أخبار - معلومات - أفكار - آراء ) تنتقل في اتجاه واحد من مرسل إلى مستقبل ، وإن كان المصطلح يعني نقل المعلومات والأخبار والأفكار والآراء، فهو في نفس الوقت يشمل أية إشارات أو أصوات وكل ما يمكن تلقيه أو اختزانه من أجل استرجاعه مرة أخرى عند الحاجة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>عاطف عدلي العبد،الاتصال و الرأي العام و الأسس النظرية و الإسهامات العربية، بدون طبعة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص 16.

<sup>2</sup>عبد الرزاق محمد الديلمي ، وسائل الإعلام و الاتصال، ط 1، دار الثقافة،عمان، 2011، ص 17.

## المبحث الثاني: وظائف وسائل الإعلام

تكثر التصنيفات التي تتناول بالتفصيل الوظائف المختلفة لوسائل الاتصال والإعلام، إلا أنها تتفق على المهمات الرئيسية لها و التي تكاد تنحصر في الأخبار والإعلان والإعلام، ثم التنشئة الاجتماعية أو الثقافية، ثم الترفيه والتسلية والإمتاع ثم وظيفة الترويج للأفكار والسلع، ووظيفة تحقيق الذات ولتحقيق المزيد من التفاصيل نستعرض الوظائف التقليدية والمستحدثة لوسائل الإعلام على مستوى المجتمع أو الجماعة:

## 1. الوظيفة الإعلامية و الإخبارية :

وتتمثل في جمع وتخزين ومعالجة الأنباء ونشر الرسائل والبيانات والصور والحقائق، والآراء والتعليقات المطلوبة من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والقومية والدولية، والتصرف تجاهها من علم ومعرفة، والوصول إلى وضع يمكن من اتخاذ القرارات الصائبة و يصفها البعض " بتعريف الإنسان على البيئة المحيطة".

والبيئة المحيطة هي البيئة الطبيعية والبيئة الاجتماعية، على اعتبار أن التعرف على

البيئة هي من النزاعات الفطرية لدى الإنسان.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>عاطف عدلي عبيد ونهى عاطف العبد، وسائل الإعلام، بدون طبعة، دار الفكر العربي، مصر، 2008، ص 98.

**2 . وظيفة التنشئة الاجتماعية:**

بما أن وسائل الإعلام أداة من أدوات المجتمع فهي تعمل أيضا على نقل عناصر التنشئة الثقافية والاجتماعية إلى أفراد المجتمع ليصبحوا جميعا أعضاء فاعلين إيجابيين في هذا المجتمع، وتحقيق أهدافه النهائية وليس المقصود هنا بالتنشئة نقل العادات والتقاليد لدى النشء الجديد فحسب بل أن الأمر يتعدى ذلك إلى فئات المجتمع كلها، وعلى اختلاف مستوياتها العمرية أو التعليمية أو الثقافية.<sup>1</sup>

**3 . وظيفة خلق الدوافع:**

ويقصد بذلك أن الاتصال والإعلام يساهمان في دعم الاختيارات الشخصية والتطلعات ودعم الأنشطة الخاصة بالأفراد والجماعات، والتي تتجه نحو تحقيق الأهداف المتفق عليها وهو بلغة أخرى عمليات التشجيع والتحفيز المعنوي التي يقوم بها الإعلام الإيجابي لأجل تحقيق تلك الأهداف .

**4 . وظيفة الحوار و النقاش:**

يساهم الاتصال والإعلام في توفير وتبادل الحقائق اللازمة لتوضيح مختلف وجهات النظر حول القضايا العامة، وتوفير الأدلة الملائمة و المطلوبة لدعم الاهتمام والمشاركة على نحو أفضل بالنسبة لكل الأمور التي تهتم الجميع محليا و قوميا وعالميا.

<sup>1</sup>عاطف عدلي عبيد و نهى عاطف العبد، وسائل الاعلام، نفس المرجع، ص 99.

ويبدو أن مثل هذا الهدف يقصد به تزويد الناس بمهارات الحوار والاتصال والاختلاف والتعايش، ولذلك أساليب عديدة منها تقديم النماذج التعليمية التي تصبح قدوة للجماهير في حالات الاختلاف والجدل، حيث يجري التقيد بآداب الاختلاف والخلاف والتنافس.<sup>1</sup>

### 5. وظيفة التربية و التعليم:

وتتمثل في نشر المعرفة على نحو يعزز النمو الثقافي، وتكوين الشخصية واكتساب المهارات والقدرات في كافة المراحل العمرية، وهي أقرب إلى التعليم، فالوسائل الإعلامية بإمكانها تقديم الكثير من المعلومات للنشء الجديد وللطلبة في مختلف المراحل العمرية من تعليم للكتابة إلى تقديم المحاضرات الجامعية عن بعد إلى تعليم قواعد النظافة أو القواعد الصحية و السلوكية و مختلف المهارات التي يحتاجها أفراد المجتمع.

### 6. وظيفة النهوض الثقافي:

يمكن من خلال وسائل الإعلام والاتصال نشر الأعمال الثقافية والفنية بهدف المحافظة على التراث، والتطور الثقافي عن طريق توسيع أفق الفرد و إيقاظ خياله، وإشباع حاجاته الجمالية ، وإطلاق قدراته على الإبداع.

<sup>1</sup> عبد الرزاق محمد الديلمي ، المدخل إلى وسائل الإعلام و الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص21.

## 7 . الوظيفة الترفيهية:

وتتمثل في إذاعة التمثيليات الروائية والرقص والفن والأدب والموسيقى والأصوات والصور بهدف الترفيه والإمتاع، و ذلك لمساعدة الناس في الترويح عن أنفسهم باعتبار ذلك حاجة إنسانية.

## 8 . وظيفة التكافل:

وتتمثل في توفير الفرص لكل الأشخاص والمجموعات والأمم بما يكفل لهم الوصول إلى وسائل متنوعة تحقق حاجاتهم في التعارف والتفاهم والتعرف على الظروف المعيشية للآخرين ووجهات نظرهم وتطلعاتهم ، وبما سيزيدهم من فرص التكافل والتعاون في المجتمع الواحد و بين المجتمعات المختلفة.

يبدو أن هذه الحاجة أي حاجة التكافل هي مظهر لحاجة أو حاجات أخرى، فالإنسان مثلما هو معروف اجتماعي بالطبع، وهو يتطلع إلى التكافل والتضامن مع الآخرين في مستويات عديدة خصوصا في أوقات الظروف غير الطبيعي، و تتفاهم الحاجة إلى التكافل مع الآخرين إذا ما وجدت هناك قواسم مشتركة كالعرق أو الدين أو التجاور الجغرافي.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>ابراهيم عبد الله المسلمي، نشأة وسائل الإعلام و تطورها، ط2، دار الفكر العربي للنشر، القاهرة، 2005، ص39.

## 9. تلبية الحاجات التجارية و الإرشادية المتنوعة:

فقد بدأت وسائل الإعلام والاتصال تشكل منبرا جيدا للترويج التجاري لأنها تصل إلى قطاع واسع من المستهلكين، وسرعان ما تطور الأمر لتتخصص بعض وسائل الإعلام في النشاط التجاري خصوصا الدعاية والترويج، ووصل بعض الأمر إلى التخصص في حقل محدد من حقول النشاط التجاري.

أما الخدمات الإرشادية فقد بدأت على شكل برامج أو فقرات مؤقتة أو طارئة وسرعان ما تم تثبيت بعضها لتصبح برامج دورية أو زوايا ثابتة، ومن ذلك إخبار حالة الطقس أو وضع الحركة الطرقات وحركات الطائرات المسافرة والقادمة وأخبار البورصات العالمية و المعطيات السياحية.

## 10. الإعلام لأجل تحقيق الهوية:

بقدر ماكان التعبير عن الذات لدى الإنسان حاجة فطرية نفسية فردية بحد ذاتها، فهي حاجة اجتماعية أيضا للجماعة الاجتماعية التي تسعى إلى بناء هويتها الخاصة والحفاظ عليها مقابل "هويات" الآخرين، فالإنسان ينزع للتعريف بنفسه والإعلان عنها بطرق شتى.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>عزام أبو الحماد، الإعلام و المجتمع، ط 1، دار أسامة،الأردن، 2011، صص 126-127.

وإن كان البعض الآخر قد حددها في سبع وظائف أساسية هي:

1- مراقبة البيئة أو التماس المعلومات: seeking suwellemce or information

و ذلك لتحقيق هدفين رئيسيين هما:

أ- توجيه سلوكنا widening Our beha viors

ب- توجيه فهمنا widening Our understanding

2- تطوير مفهومنا عن الذات: as ProfessionalToolsdéveloping concept

of self و ذلك بثلاث طرق:

أ- استكشاف الواقع.

ب- عقد مقارنات و أزداد.

ج- المساعدة في تجويد مهنتنا

3- تيسير التفاعل الاجتماعي

4- بديل للتفاعل الاجتماعي.

5- المساعدة في التحرر العاطفي .

6- المساعدة في الهروب من التوتر و الاغتراب.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> إبراهيم عبد الله المسلمي ، نشأة وسائل الإعلام و تطورها، مرجع سبق ذكره، ص 40.

## المبحث الثالث: أنواع وسائل الإعلام و خصائصها الإعلامية.

## أنواع وسائل الإعلام :

تنوعت وسائل الإعلام وتعددت أشكالها و يمكن تصنيف هذه الوسائل في الأنواع

التالية:

1. وسائل إعلام سمعية: وهي الوسائل التي تعتمد على سمع الإنسان مثل الراديو وأشرطة التسجيل، ووكالات الأنباء.

2. وسائل إعلام بصرية (مرئية): وهي الوسائل التي تعتمد على بصر الإنسان مثل السينما والتلفزيون والفيديو وأحيانا تسمى بوسائل الإعلام السمعية البصرية لأنها تعتمد على حاسني السمع و البصر في أن واحد.

3. وسائل إعلام مقروءة: و هي الوسائل التي تعتمد على الكلمة مثل الصحف و الكتب و المجلات و النشرات و الملصقات.

4. وسائل إعلام ثابتة: وهي الوسائل التي يتوجه الناس إليها للاطلاع عليها مثل المعارض والمسارح و المؤتمرات والمتاحف.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>صالح ذياب هندي ، أثر وسائل الإعلام على الطفل، ط 4، دار الفكر، عمان، 2008، ص 23.

**خصائصها الإعلامية :**

**خصائص الإذاعة:** يصل الراديو إلى الجمهور بطريقة مختلفة غالب عن الطرق التي تصله بها الوسائل الأخرى، و هو وسيلة تتميز بفقير في الثقافة إذ ما قورنت بالوسائل الأخرى ويقدم الراديو للمستمع درجة من المشاركة في الأحداث الفعلية المذاعة كونه أكثر اقترابا من الاتصال الشخصي أو الاتصال المواجهي.

- يتميز الراديو بقدرات عالية في الإقناع والتأثير لأنه عادة يكون الوسيلة الأولى في تقديم المواد للجمهور.

- قابلية الاستماع الإذاعي للتعديل والتغيير بما يتلائم مع مزاج المستمع في إطاره النفسي.<sup>1</sup>

**خصائص التلفزيون:**

الشاشة تتمتع بإقناع فريد ومميزات شعبية حيث أنها تقدم المادة مرئية وبطريقة ملموسة غير مجردة من أبرز صفات التلفزيون استحواذ على مشاهديه و هذه الصفة تملئها الطبيعة المادية للتلفزيون، فهو يسيطر على سمع الرائي وبصره لأنه يركز انتباهه على صورة متحركة ناطقة متغيرة محصورة في إطار صغير محدود ولا يكلف الرائي جهدا.

<sup>1</sup> إبراهيم عبد الله المسلمي ، نشأة وسائل الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 37.

- أهم ما يميز التلفزيون هو اعتماده على حاسة البصر بالدرجة الأولى إلى جانب حاسة السمع و عن طريق حاسة البصر يكتسب الإنسان ثمانية أعشار معلوماته.
- فالصورة في التلفزيون عامل جذب و إثارة نفسية لتلقي الرسالة الإعلامية مهما كان نوع الرسالة و مضمونها.
- أما الحركة فإنها أضافت إلى قدرة التلفزيون إمكانية جديدة ولا تزال مهارات المصورين تبرز في تقديم الحركة بشكل يشد المشاهد و يطرد عنه السأم و الملل.
- أما استخدام اللون فقد أكدت الدراسات على أن استخدام الألوان في التلفزيون يزيد من قوته على الإقناع بصورة هائلة.
- القدرة على الالتقاء بالجمهور: الالتقاء من أهم أهداف وسائل الاتصال الجماهيرية، ويتميز التلفزيون كغيره من وسائل الاتصال بقدرته على الالتقاء بالجمهور.
- بطء التأثير وصعوبة تحديده: يتصف التلفزيون ببطء تأثيره وصعوبة تحديد هذا التأثير ببحوث فورية.<sup>1</sup>

### خصائص السينما:

- طواعية الفيلم السينمائي للتشغيل دون أن يتقيد مستخدمه بوقت معين لعرضه بعكس التلفزيون.
- إمكانية إعادة عرض الفيلم السينمائي بعكس التلفزيون.

<sup>1</sup>صالح زياب هندي ، أثر وسائل الإعلام على الطفل، مرجع سبق ذكره، ص 33.

- إمكانية تثبيت الحركة على شاشة السينما.
- كبر شاشة العرض السينمائي.
- قلة تكاليف تقديم السينما للصورة المتحركة بالألوان بعكس التلفزيون الذي يتطلب إرسال صورة تلفزيونية ملونة و استقبالها ملونة بتكاليف كثيرة في محطات الإرسال.
- قدرة السينما على تجسيم الصورة المتحركة .

### خصائص الفيديو:

- مرونة حركة الصورة المسجلة: و يقصد بها إمكانية إبطاء حركة الصورة أو إيقافها عند لقطة خاصة.
- الاستخدام التكراري للفيديو: يتميز الفيديو بإمكانية إزالة المواقف المسجلة عليه كاملة أي مسحها وإعادة تسجيل مواقف أخرى مختلفة، كما يمكن زيادة سرعة حركة تمرير الصور المسجلة نتيجة استخدام حركتين إلى الوراء و إلى الأمام.
- تنوع الاستخدام: يمكن استخدام جهاز الفيديو بشكل جماعي أو فردي وهذه الميزة، وإن كانت مشابهة لمثيلتها في الأفلام التعليمية إلا أن الفرق يكون في سرعة وسهولة الاستخدام و تشغيل الأجهزة إضافة إلى قلة الكلفة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>ابراهيم عبد الله المسلمي، نشأة وسائل الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص38.

-تنوع مصادر تسجيلات الفيديو: يمكن لمواد الفيديو التسجيلية أن تأتي من مصادر البث التلفزيوني والبرنامج العام، والتسجيلات الخاصة بالأفلام التعليمية أو تسجيلات فيديو آخر أو تسجيل برامج محلية خاصة بالمتدربين.

- ربطه بالكمبيوتر: يمكن ربط جهاز الفيديو بالكمبيوتر للاستفادة من المعلومات والطاقت الأخرى والمزايا العديدة الوظيفية.

### خصائص الصحافة:

- تسمح بأن يتحكم القارئ في وقت قراءتها وفي فرص القراءة كما تمكنه من إعادة الاطلاع على مضامينها أو نصوصها، و تسمح إلى حد بعيد من هذا الاطلاع.
- تنطوي على موضوعات متشابكة تحتاج إلى تحاليل علمية.
- تعرض بطبيعتها للتفاصيل الدقيقة التي تتفق مع الدراسات المسهبة.
- تتميز أخبارها الصحفية بالتطويل و التحليل بعكس الأخبار الإذاعية.
- تعد مصدر للأمان في عالم مزعج فتلجأ المنظمات المحظورة لنشر مبادئها وإطلاع أعضائها على كل جديد .
- تخدم بتنوع فنونها مختلف الأنواق والاتجاهات والأعمار والحاجات الفردية والجماعية نظرا لاتساع مساحة عرضها و شيوعها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>فؤاد أحمد ساري ، وسائل الإعلام النشأة و التطور، ط2 ، دار أسامة ، عمان ، 2011، ص30

## خلاصة:

وفي الأخير يمكن القول بأن وسائل الإعلام باختلافها أصبحت حقيقة واقعة ومؤثرة في حياة الجمهور، وبالتالي لم يعد الإمكان تجاهلها، و هذا لما لها من العديد من الخدمات والوظائف التي تقدمها إلى جمهورها.

## تمهيد:

لم يعد الوعي مجرد معارف واتجاهات يعبر عنها الإنسان، وإنما هو علاقة بين الإنسان و الوسط الاجتماعي المحيط به، وتعتبر هذه العلاقة عن الظروف التي يعيش فيها الفرد و تحديد ملامح علاقاته الاجتماعية، بما تتضمن من أساليب للإدراك وأشكال الفهم وأنماط للتقييم، فالوعي له أهمية بالغة لدى كل إنسان وكل فرد في المجتمع لأنه يمكنه من فهم الواقع بما فيه من أحداث وقضايا، حقائق، وهذا من خلال وسائل الإعلام المتاحة فلهذا تطرقنا في هذا الفصل إلى ماهية الوعي وأنواعه و كيفية تشكيله.

الفصل الثاني: تعريف الوعي وأنواعه.

### المبحث الأول: مفهوم الوعي CONSCIOUSNES

كلمة الوعي لغويا تعني الفهم وسلامة الإدراك، كما تشير كلمة وعي إلى إدراك الإنسان لذاته ولما يحيط به إدراكا مباشرا وهو أساس كل معرفة و يقال وعي فلان الشيء بمعنى: جمعه وحواه و قبله وتدبره وحفظه ويعرف الوعي على أنه أول معرفة الفرد بالشيء حيث يسمع عنه ولكن تنقصه المعلومات التفصيلية الكاملة عنه، أما العلامة محمد بن أبي بكر الرازي فيقدم الوعي على أنه: الحفظ والمعرفة فعند ما يقال أن الفرد قد وعي الحديث أي حفظه.

ويدل مصطلح الوعي في اللغة اللاتينية والألمانية على معنى واحد و هو معرفة

الموضوع من قبل شخص ما والأصل اللاتيني للكلمة هو (Conscience) وهي كلمة

مركبة من Scienta- con ويقابل الكلمة وهي الوعي

في الإنجليزية Conscionsness وتعني جميع الخبرات الخاصة ( Manta escperience of )

<sup>1</sup>.everykind

<sup>1</sup>إمام شكري ابراهيم أحمد القطان، الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين، بدون طبعة، مركز الاسكندرية للكتاب،

الاسكندرية، ص111.

أما المعنى الاصطلاحي للوعي يعني إدراك الفرد لنفسه وللبيئة المحيطة به ، وهو على درجات من الوضوح و التعقيد.

ويعرف قاموس اكسفورد الوعي بأنه: المعرفة المتبادلة بين الأشخاص والمعرفة، والإيمان الراسخ والحجج والقناعة التي تؤدي إلى الاقتناع بصحة الشيء، أو مجموعة الأفكار والانطباعات والمشاعر الموجودة في الشخص الواعي، والوعي هو الصفة التي تميز مقدرة الأفراد والأشخاص على التفكير ويرى ميد G. Hmead أنه سينشأ نتيجة الفعل الاجتماعي إذ تمكن عملية التواصل من أن يعي الفرد لا غيره فقط أي الآخر، بل يرى نفسه أيضا منظورا لآخر، أي يقوم بدور الآخر إزاء نفسه.

وتعرف الماركسية الوعي بأنه هو المجموع الكلي للأفكار والنظريات والآراء والمشاعر والعادات والتقاليد الموجودة في المجتمع و التي تعكس الوجود الاجتماعي للناس وظروف حياتهم المادية.

ويعرف أحمد زايد الوعي بأنه "وعي بالمصلحة وبالموقف الطبقي في مقابل الطبقات الأخرى، و بإدراك العوامل الفاعلة في البناء الاجتماعي، وقد كان ليبنز leibniz هو أول من ميز بين الوعي واللاوعي<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>إمام شكري ابراهيم أحمد القطان، الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين، نفس المرجع، ص112.

ولهذا المصطلح في الفلسفة معاني متعددة تشير إلى حالات خاصة من الوعي ودرجاته، فالوعي في رأي الرواقيين حاسة باطنية تدرك النفس بها توتراتها، في حين يرى القديس توماس ماركوني Thomas Aquinas أن الوعي هو إدراك شيء ما أو معرفته و هناك تعريفات عديدة للوعي تمثل وجهات نظر أصحابها منها:

فيرى كراثيول في تصنيفه للأهداف الوجدانية أن الوعي يأتي كخطوة أولى في الجوانب الوجدانية، كما أن الوعي غالبا ما يكون مشبعا بالجانب المعرفي و مع ذلك فهو ليس بالتذكر.

وعرف جميس دريفر الوعي بأنه الخبرة العقلية والإدراك للأشياء والموضوعات المختلفة، والوعي يماثل الشعور عبر كولبورون عن الوعي بأنه نشاط يقوم به الكائن الحي نتيجة لإحساسه بموقف ما.<sup>1</sup>

الوعي: الانتباه Awereness وهو إدراك الفرد لما يحيط به إدراكا مباشرا وينطوي الوعي على وقوف الفرد على فكرة جديدة و شعور بالحاجة إلى مزيد من المعلومات عنها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> إمام شكري ابراهيم أحمد القطان، الاعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين، نفس المرجع، ص113.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص 2697.

### المبحث الثاني: أنواع الوعي

**الوعي القومي:** أن الشخصية المستبصرة بذاتها وموقعها النافذة إلى أعماق هذا الواقع، والمتفهمة لطبيعة العلاقات الحديثة فيه والمحيطه به، ومن ثم فهي لا تقف موقف المتفرج إزاء ما يحدث لها أو حولها بل تحاول الالتزام بدور محدود و مؤثر في كل الأحداث الجارية ذات الأهمية، والشخصية غير الواعية هي المشاركة فيما يحدث لها و حولها غير الفاهمة لطبيعة ما يحدث في الواقع هو أن تفهم ما يجب فعله لمصلحة الجماعة وألا تهرب بل تواجه من أجل واقع أفضل .

ويقصد بالوعي القومي: "مدى إلمام أعضاء المجتمع بالمسائل العامة التي تواجه المجتمع القومي الذي يعيشون فيه، واهتمامهم بها وتقييمهم لها ومواقفهم منها، ويتضمن أيضا رؤية أعضاء المجتمع لعلاقة هذا المجتمع بالمجتمعات الأخرى، و نظرتهم تجاه هذه العلاقات و تقييمهم لها.

ويعرف أيضا صوفي أبو طالب: الوعي القومي بأنه نوع من شعور الجماعة يؤلف بين أعضائها ويستهدف تحقيق تطلعاتها القومية وكلما ازداد الوعي القومي لدى المواطنين ازدادت مشاركتهم من أجل تحقيق التقدم الاجتماعي.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد منير ، الموسوعة الاعلامية، مرجع سبق ذكره، ص 260.

يعنى الإحاطة بحقائق الحاضر بحقائق الماضي وإدراكها وهذا الوعي ضرورة أساسية من ضروريات المجتمع بل أنه في الواقع ضرورة أساسية لقيام المجتمع، والمجتمع الذي ينعلم فيه الوعي إما أن يكون مجتمعا بدائيا لم يكتمل نضجه بعد و إما يكون مجتمعا مرشحا للتفكك والتحلل.<sup>1</sup>

**الوعي الإعلامي:** ويقصد به مستوى معرفة الفرد بما يلي:

أ- الجهة الإعلامية المسوقة ( المرسل).

ب- المضمون الإعلامي ( الرسالة).

ج- الجهة التي تبث إليها تلك الرسالة ( المستقبل )

فمعرفة الأمور الثلاثة ضرورية حتى لا يقع الفرد في التضليل الإعلامي لأن المتلاعبين بالعقول والعواطف في أجهزة الإعلام ووسائله المختلفة متواجدين بكثرة، بحيث يندر الصفاء الإعلامي، وهذا يعني أنه لم يعي الفرد جيدا ما يبث من خلال وسائل الإعلام فإنه سيقع في فخ التضليل الإعلامي و الإثارة الإعلامية بل و التسميم الإعلامي، وهذا لا يعني أن مواد الإعلام مسممة كلها، فالوعي الإعلامي كما يبث السلبي الضار، يبث الإيجابي النافع ، وبذلك تتوازن النظرة إلى الإعلام.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>إسماعيل عبد الكافي، مرجع سبق ذكره، ص 70.

<sup>2</sup>إمام شكري إبراهيم أحمد القطان، الإعلام العربي و الوعي السياسي للمراهقين، مرجع سبق ذكره، ص 121.

الوعيا لأخلاقى:

فى ظل أن الإنسان نتاج للتطور التاريخى و تمثل ماهيته محصلة تفاعل الروابط الاجتماعىة، ولكل الإنسان فى المجتمع مصالحه الخاصة به التى لا تتطابق دوما مع مصالح الجماعة التى ينتمى إليها ، ومن هنا تنشأ تناقضات كثيرة بين مصالح الإنسان الواحد والمصلحة العامة لكافة أعضاء المجتمع ، وقد أنتجت تناقضىة الوجود الاجتماعى للمجتمع و لأعضائه الحاجة إلى أخلاق و يوجه الوعى الأخلاقى الإنسان نحو أفضل نماذج السلوك، وتعد هذه المميزات أهم ما يخص الوعى الأخلاقى كشكل من أشكال الوعى الاجتماعى.

ويشمل الوعى الأخلاقى على مشاعر أخلاقىة ( كالوطنىة، روح المواطنة وغيرها) نظرات حول السلوك الخلقى وغير الخلقى ومبادئ ووصايا للسلوك وقيم أخلاقىة وأهداف و مثل وغيرها من العناصر، كما يشمل مفهوم الوعى الأخلاقى على النظريات الأخلاقىة التى تعلق ضرورة السلوك الحسم و تصوغ أهدافا ومثلا أخلاقيا..... إلخ

ومما سبق يتضح لنا أن الوعى الخلقى كنوع مميز لبنىة الوعى الاجتماعىلا يتشكل إلا

عندما تواجد روابط أخلاقىة علمىة بين البشر.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> الفؤاد المرعى، الوعى الاجتماعى و قوانين تطوره، بدون طبعة، دار الفجر، بىروت، 1990، ص 65.

الوعي الحقوقي: يقصد بالوعي الحقوقي رؤية الأشخاص والجماعات في المجتمع لحقوقهم وواجباتهم كمواطنين، وتصورهم لشرعية أو عدم شرعية ممارستهم و ممارسات أخرى، ويرتبط هذا الوعي بالظروف التي يعيش في إطارها كل شخص والمعايير التي تنظم العلاقة بينه و بين الآخرين، سواء كانت مستمدة من الأعراف و التقاليد والمفاهيم الدينية والأخلاقية أو القواعد القانونية و تضبط سلوكهم ، ويتحدد في ضوءها نظرتهم وفهمهم لكل من الحق والواجب ، العدل و الظلم ، الحلال و الحرام .

ويمكن القول بأن الوعي الحقوقي هو مجلة الآراء التي تعكس علاقة البشر بالحق القائم و التصورات التي يملكها البشر حول حقوقهم وواجباتهم و حول شرعية أو عدم شرعية هذا السلوك أو ذلك و الصفة النوعية للوعي الحقوقي في التعبير عن علاقة هذا الوعي مع النظم القانونية أو مع التنظيم القانوني.<sup>1</sup>

### الوعي الديني:

إن مفهوم الوعي الديني يشير إلى أنه يحتوي على أشكال معرفية و قيمية حول أبعاد العلاقات بين البشر، وبين البشر والطبيعة، وبين البشر والكون ، وهو يتألف من وعي فردي

<sup>1</sup> أحمد محمد عبد المطلب، التربية و دورها في نشر الوعي القانوني، بدون طبعة، دار النهضة المعرفة الجامعية،

الإسكندرية، 1993، ص25.

يعبر عن إدراك الفرد للمعارف والقيم و الأحكام الدينية و هناك وعي ديني اجتماعي ويشمل إدراك الجماعة و تصوراتها لأبعاد الدين المحددة بوجودها الاجتماعي.

فالوعي الديني هو إدراك نفسي وتصور إيديولوجي للدين من حيث أبعاده ومكوناته: العلاقات والعبادات والأوامر والنواهي، الثواب والعقاب التي تؤثر في أشكال ودرجات مستويات الوعي الفردي السياسي و الاجتماعي.<sup>1</sup>

### الوعي السياسي:

يعتبر الوعي السياسي هو أحد أهم أشكال الوعي الاجتماعي، كما له دور في المشاركة السياسية الفعالة وتغيير بعض اتجاهات، و قيم الأفراد السياسية، ويتشكل الوعي السياسي من خلال إدراك الشخص لذاته و لذوات الآخرين من حوله، كما يعتبر الوعي السياسي من بين الموضوعات الرئيسية في علم الاجتماع السياسي .

يعرف محمد علي محمد الوعي السياسي بأنه:

إدراك الشباب أو أي فئة للواقع السياسي والتاريخي لمجتمعهم ودورهم في العملية السياسية ومشاركتهم في التصويت والسلوك الانتخابي واتجاهاتهم السياسية وانتمائهم للأحزاب القائمة

<sup>1</sup>الإمام شكري ابراهيم أحمد القطان، الاعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين، مرجع سبق ذكره، ص119.

وكيفية الاعتماد على كل هذه المتغيراتي تقويم الواقع السياسي لمجتمعهم و التعرف على ما ينبغي دعمه أو تغييره في هذا الواقع.

كما يشير مفهوم الوعي السياسي إلى مجموع الأفكار والمعلومات التي لدى الفرد، والتي تتعلق بمجتمعه أو المجتمع الخارجي وتدور حول الموضوعات السياسية المختلفة، وأن هذه المعلومات والمعارف تكتسب من خلال الثقافة السياسية التي تنتقل للفرد عبر عملية التنشئة السياسية بواسطة المؤسسات الاجتماعية المختلفة .

ويعرف عبد الحكيم عبد الله عمر الوعي بأنه: " عملية اكتساب الأفراد للمعارف والمهارات والخبرات والقدرات، و إدراكهم لدورهم ليتمكنوا من المشاركة في المجتمع كأعضاء فاعلين"

هو مجموعة من القيم والاتجاهات و المبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته يحلها و يحكم عليها ويحدد موقفه منها ويدفعه إلى التعرف من أجل تطويرها و تغييرها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص621.

### الوعي القانوني:

من أجل مكافحة الجرائم كان القانون ، ومن أجل تحقيق الاستقرار و الأمن كان أيضا، وكان وجوبيا أن يتطور القانون ليواكب الجديد في مجال تطور أساليب تركيب الجريمة والإخلال بالأمن و ليحافظ للناس على أنفسهم و أموالهم وأعراضهم .

فالوعي القانوني هو عملية حفظ وفهم واستيعاب الأفكار والمعلومات التي تتعلق بموضوع أو عدة موضوعات وثيقة الصلة بالنظم السائدة في مجتمع أو عدة مجتمعات أو تلك المجتمعات من وجوه متعددة.<sup>1</sup>

### الوعي الثقافي:

ويقصد به المستوى الملائم الذي ينبغي أن يصل إليه الإنسان بتوسيع دائرة معارفه حتى يقف على أحدث التطورات العالمية في العلم، والفن إلى جانب تعمقه في نوع المعرفة التي تخصص فيها و ليس الإنسان المثقف من أتقن القراءة و الكتابة، ولا من حصل على شهادات علمية، وإن كان ذلك يعد مطلبا ووسيلة لاكتساب الثقافة، المثقف هو من اتم بالوعي الاجتماعي والثقافي الذي يمكنه من رؤية مجتمعه من منظور تاريخي شامل، ويستطيع أن يحلل هذه القضايا على مستوى نظري متماسك وسمه أخرى يتمتع بها الإنسان المثقف و هي الدور الاجتماعي الملموس الذي ينتج مباشرة عن وعيه الاجتماعي والثقافي،

<sup>1</sup>أحمد محمد عبد المطلب، التربية ودورها في نشر الوعي القانوني، مرجع سبق ذكره، ص 26.

فضلا عن القدرات و المهارات الخاصة التي يكتسبها الفرد من خلال تخصصه المهني أو كفاءاته العلمية و الفكرية .

ويمثل أساس الوعي الثقافي في محو الأمية الوظيفية لمختلف فئات الشعب ولا يمكننا أغفال دور التعليم لماله دور أهمية في رفع المستوى الثقافي و يذهب أرونولد Arnold إلى أن التعليم يرقى الثقافة .

### الوعي الاقتصادي:

ويقصد به معرفة الآراء والتصورات والنظريات والقوانين الاقتصادية ويحتوى على علاقات الإنتاج، التوسيع، التوزيع، الاستهلاك وأنماطه، وهنا يجب على الفرد أن يعي دائما أن الهدف الأول لغالبية التجار هو غرس النزعة الاستهلاكية في الفرد حتى وأن طرحوا بضائعهم على أنها توفر للفرد الراحة وتحقق المزيد من الرفاهية فالهدف الأول هو تحقيق أكبر نسبة من الأرباح، ووسيلتهم في ذلك هي الموجة الإعلانية عبر وسائل الإعلام المختلفة التي تضع الفرد في دوامة ( حمى السوق ) فهي موجة إيحائية مؤثرة تصور للفرد ما هو ثانوي و كمالى على أنه أساسى و ضرورى، وسمه من سمات العصر.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>إمام شكري إبراهيم أحمد القطان، الإعلام العربي و الوعي السياسي للمراهقين، مرجع سبق ذكره، ص 120.

### المبحث الثالث: الإعلام و تشكيل الوعي

يعتبر الإعلام أقوى وسيلة لتشكيل الوعي وتكوين الصورة الذهنية لدى المجتمع ، ففي دراسة أعدها كلا من الدكتور صدف الساموك و الدكتورة انتصار إبراهيم أكد فيها أن وسائل الإعلام هي من أهم القنوات التي تسهم في تشكيل الصور الذهنية في أذهان الناس وتكوينها وتكتسب هذه الوسائل أهمية كبرى في تكوين الصور الذهنية في حياتنا المعاصرة بسبب انتشارها الواسع و يحصل الفرد على المعلومات و الآراء من هذه الوسائل التي تساعده في تكوين تصور للعالم الذي يعيش فيه، كما تعد من عوامل الإدراج المعرفي لدى الجمهور فهي تقوم بتقديم المعلومات و توجيهها بالطريقة التي ترغب فيها .

ونظرا لأن الإعلام يعد أبرز المصادر الرئيسية التي يستقي منها الفرد معلوماته لم تعد أدوات لنقل المعلومات فقط، بل أصبح أداة لتوجيه الأفراد و الجماعات و تكوين مواقفهم الفكرية والاجتماعية، و لذا فإن دوره لا يقف في صنع الصورة فقط ، بل بتنظيم هذه الصورة وطبعها في أذهان الجماهير مع ضرورة الأخذ في الحسبان بأن ليس كل المعلومات التي تصل تؤثر على بناء الصورة الذهنية لدى الفرد إذ أن هناك معلومات بسيطة قد لا تحظى باهتمام الفرد .<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عبد الكريم بكار، الوعي، مكونات الوعي، الإعلام و تشكيل الوعي و الصورة الذهنية ، 28-04-2012. الساعة 09:48  
http :www face book cownodes423182347716384.

وينصب عدد كبير من الباحثين إلى أن وسائل الإعلام تستطيع خلق آراء عن الموضوعات الجديدة ، لأن درجة وضوح الموضوع أو عدم ارتباطه بتجمعات أو تمركز الاتجاهات الموجودة تجعله قادراً على التغلب على الصعوبات التي تقف عادة أمام التحول إن يرفض وجهة النظر التي يسمعا حول موضوع جديد عليه ذلك لأن العمليات الانتقائية لن تقف في تلك الحالة عقبة في وجه المعرفة، و إن كان من غير المحتمل أن تعين تلك العمليات الرسالة الاتصالية على تحقيق التأثير.

و تمارس وسائل الإعلام ثلاثة أدوار في خلق الصورة و هذه الأدوار هي أن تكون ساحة أو طرق أو أداة لطرح التصورات، إذ تلجأ الحكومات و القوى السياسية المختلفة، لاستخدام وسائل الإعلام كمساحة وأداة و طرق في الوقت ذاته .إن تطور البناء الإدراكي المعرفي للفرد و تطور شخصية ككل واقع اجتماعي معين قد يؤدي إلى إحداث ميل سيكولوجي أساسي يؤثر بدوره في بناء محتوى الصورة لديه و يذكر الدكتور محمد عبد الحميد " إن الفرد يحدد اتجاهه تجاه وسائل الإعلام من خلال الصورة الذهنية التي يرسمها الفرد في مخزونه المعرفي عن هذه الوسائل أو احداها نتيجة الخبرة المتراكمة من اقترابه من هذه الوسائل و علاقتها بالمدرجات التي يختزنها الفرد في إطار خبرته"<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عبد الكريم بكار، الوعي، مكونات الوعي، الإعلام و تشكيل الوعي و الصورة الذهنية 28-04-2012 الساعة 09:48  
<https://www.facebook.com/cownodes423182347716384>.

خلاصة :

و في الأخير يمكن القول أن للوعي و مختلف أنواعه دور مهم في حياة كل فرد من أفراد المجتمع، لأنها تمكنه من فهم و إدراك كل ميادين الحياة سواء كان ذلك في مجال القانون الدين، الاقتصاد و غيرها من المجالات و هذا بإسهام من وسائل الإعلام في تشكيل هذا الوعي .

## تمهيد:

تعبّر الثقافة عن هوية كل مجتمع من المجتمعات فهي المرآة العاكسة له، تعبّر عن عاداته و تقاليده، قيمه وكذا دلالاته، هذا ما جعل كل مجتمع يعمل على تصنيع ثقافته وجمهرتها من خلال وسائل الإعلام، وهذا من أجل إثبات وجوده على المستوى المحلي والعالمى، وكذا إثبات وجوده المادى، وهذا ما جعلنا نتطرق في هذا الفصل إلى ماهية الصناعات الثقافية، تعريفها وأهميتها، عوامل صناعتها و نظرة مدرسة فرانكفورت لها.

## الفصل الثالث: ماهية الصناعات الثقافية.

## تعريف الصناعات الثقافية:

هي الصناعات التي تنتج وتوزع النجاج والخدمات الثقافية أي " التي يتبين لدى النظر في صفتها أو أوجه استعمالها أو غايتها المحددة أنها تجسد أو تنقل أشكالاً للتعبير الثقافي بصرف النظر عن قيمتها التجارية " حسب نص تعريفها في اتفاقية حماية وتعزيز تنوع أشكال التعبير الثقافي التي اعتمدها اليونسكو في خريف عام 2005 ، وتدخل في الصناعات الثقافية ما يلي: النشر المطبعي والموسيقي، الإنتاج السينمائي والسمعي البصري والوسائط، ويدرج في هذا الصناعات الحرف اليدوية والتصاميم.

هي مصطلح صاغه الفيلسوف الألماني تيودور أدورنو و الفيلسوف هوركايمر (1973) .  
 1895) وتم تقديمه كمصطلح من مصطلحات النظرية النقدية في فصل (ثقافة صناعية: التنوير باعتباره خداعاً جماعياً) من كتاب جدل التنوير الذي ألفه أدورنو عام 1944 حيث قال بأن الثقافة الشعبية هي:

أشبه بمصنع ينتج سلعا ثقافية ممزوجة من أفلام و برامج إذاعية وسجلات وغيرها، تهدف إلى التلاعب بالمجتمع وجره إلى السلبية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>على الساعة 16:30 مساءً 06 . 08 . 2016 صناعة الثقافة/ <https://or.wikipedia.org/wiki/>

هي الثقافة المصنعة التي ينتجها النظام إنتاجا و هي ثقافة زائفة تقف في مقابل الثقافة الشعبية الحقيقية الناتجة تلقائيا من تفاعل البشر بعضهم البعض في إطار المجتمع

- بناء على تعريف اليونسكو فإن الصناعات الثقافية تتضمن:

الإبداع والإنتاج والتوزيع لسلع و خدمات ذات صبغة ثقافية وعادة ما تكون محمية بحقوق الملكية الفكرية.

فكرة الصناعات الثقافية تشمل عموما على النصوص الأدبية، الموسيقى، التلفزيون وإنتاج الأفلام و النشر علاوة على الحرف اليدوية و التصاميم.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>إسماعيل عبد الكافي، مصطلحات عصر العولمة، مرجع سبق ذكره، ص68.

## المبحث الثاني: عوامل الصناعة الثقافية .

## 1 . وسائل الإعلام الكبرى:

تنتج السينما العالمية صنفين من الأشرطة السينمائية: صنف قابل للاستغلال خارج موطنه، وصنف محلي، يؤطر الصنف الأول سيناريوهات منمطة على العموم وتشكل منتوجات للتسويق أما الصنف الثاني، فأشرطة سينمائية فنية تتوجه لجمهور محدد ولا تصل أبدا لمغادرة موطنها الأصلي وتبقى محلية الاستهلاك، ويشكل الصنف الأول أصلا تجاريا للمنتجين الأمريكيين منذ الثلاثينات ويؤمن لهم الموقع الأول فيما يتصل بالمبيعات والربح ويليه من بعيد المنتجون الأوروبيون و قلة نادرة من منتجي البلدان النامية.

ويفسر هذا الوضع التاريخ الاقتصادي للسينما، فمنذ بداية القرن تم التصوير والعرض بكيفية عملية في جميع بلدان العالم، وقد انقطع هذا الانتشار السريع للتقنية السينمائية بسبب الحرب الأولى والثانية اللتين أتاحت للولايات المتحدة تأكيد صدارة ثمان شركات كبرى.<sup>1</sup>

وغداة الحرب العالمية الثانية كانت جميع البلدان تقريبا قد امتلكت الوعي بالرهانات السياسية والاقتصادية والثقافية للصناعة السينمائية، وفي كل مكان ازدهر إنتاج غزير سيرته في الخمسينات عبر استخدام آلات تصوير خفيفة والتسجيل المغناطيسي للصوت اللذين

<sup>1</sup>جان بيير قاريين ، عولمة الثقافة و أسئلة الديمقراطية ، ترجمة عبد الجليل الأزدي ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة،

أتاح التصوير خارج الاستديو وبالإضافة إلى الإنتاج السينمائي هناك إنتاج التسجيلات الصوتية وبصفة خاصة تسجيل الموسيقى ( السامبا، الكابويرا، الكاملان، الروك، الكلاسيك)، وقد انشطرت بدورها إلى شطرين من جهة أولى بعض الشركات الكبرى المتعددة الوسائط، و التي تنتج بالجملة محتويات على هواها و تسوق.

ولدى جمهور موسر وعريض محتويات رفيعة المستوى بمساعدة وسائل الإعلام المذيع، الصحافة المجالات المتخصصة، ومن جهة ثانية شركات صغرى و هشة في الغالب و ظرفية، تنتج تسجيلات الأسواق " المشكاة " أسواق محدودة و متقلبة داخل البلدان الفقيرة أحيانا.

تمثل وسائل الإعلام الكبرى قطاعات التواصل المجتمعي وقد أسند لها كلود.ج برتراند ستة وظائف أساسية في النظام الليبيرالي: مراقبة المحيط ونشر الخبر والتسليية و بث محتويات ثقافية، وخلق فرص للنقاش والدعوة للتبضيع و التجارة الثقافية، و تخضع الصحافة والمذيع والتلفاز لإرغامات لغوية و ثقافية مماثلة لتلك التي تتحكم بالكتاب والشريط السينمائي على الصعيد العالمي.<sup>1</sup>

يرتبط وضع وسائل الإعلام اما بالمقولة أو المؤسسة لخدمة الخاصة الهادفة إلى الربح أو بالمصلحة العمومية أو بلسان حال مصالح خاصة (سياسية، دينية، وطنية، اقتصادية، مهنية... إلخ ) وعلاوة على ذلك تمثل وسائل الإعلام رهانا سياسيا هاما.

<sup>1</sup>جان بيير قاريين ، عولمة الثقافة و أسئلة الديمقراطية ، نفس المرجع، ص 76.

علاقة الإعلام بالثقافة علاقة بنيوية ، فالإعلام هو الجانب التطبيقي المباشر للفكر الثقافي السائد أو المعتمد وقد شنت مدرسة فرانكفورت قضايا الإعلام الجماهيري ضمن التنظير الثقافي الحديث ، بهدف الخروج بمجموعات نظرية تأخذ في اعتبارها الجوانب الاقتصادية والسياسية والثقافية لتنظيم الإعلام الحديث، وحينها رأى تيودور أدورنو وماكس هوركايمر مؤسس مدرسة فرانكفورت أن مؤسسة الإعلام الحديث ماهي إلا أداة للسيطرة الاجتماعية وإعادة إنتاج المجتمع بأنماطه السائدة، وقد تبلورت في هذا السياق نظرية الإمبريالية الإعلامية التي أسسها هيربرت شيللر والتي يقصد بها استخدام قوة الميديا من أجل فرض القيم والعادات والنزعات الاستهلاكية كثقافة وافدة على حساب الثقافة المحلية، فبعض علماء الاجتماع شأن إدغار موران ( Edgar Morin ) مثلا يشددون على نمط إنتاج هذه الثقافة الذي يخضع إلى ترميمات الإنتاج الصناعي الجماهيري ، إن وسائل الاتصال الجماهيري يتوازي و إدراج مابات أكثر فأكثر محددًا من مؤشرات الإنتاجية و المردود في كل ما يهم الإنتاج الثقافي غير أن أغلب الكتاب يكرسون الأساسي من تحليلاتهم لمسألة استهلاك الثقافة التي تنتجها وسائل الاتصال الجماهيري.<sup>1</sup>

## 2 . التقنيات الجديدة و قدوم المؤسسات متعددة الوسائل:

نقصد بمصطلح التقنيات الجديدة: Les nouvelles technologies مجموعة من الابتكارات العائدة إلى الثمانينات والتي صار أثرها الحاسم على الصناعات الثقافية حساسا

<sup>1</sup> عماد عبد الغني، سوسيولوجيا الثقافة المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة، نفس المرجع، ص 86.

منذ بداية التسعينات، ويتعلق الأمر بالانتقال من التسجيل المتماثل إلى التشفير وإلى التسجيل الرقمي للخبر و ضغط المعطيات المسجلة وقران ( couplage ) الاتصالات والحاسوب و تستعمل ناقلات الإشارة تدريجيا الكابل الموحد و الأوتار البصرية والأقمار الاصطناعية، في حين دعائم تلقي الاستقبال تتكون من قراء الأقراص المدمجة والحواسيب المجهزية وقد تم بكيفية عميقة تعديل استراتيجية صناعات الثقافة تحت التأثير الحاسم للتقنيات الجديدة، والواقع أن هذه الصناعات كانت قبل الثمانيات متخصصة في سلسلة الدعائم والمحتويات.<sup>1</sup>

يمثل التحالف بين الثقافة والتقانة ذروة القدرات التي تقدمها العولمة في الحقل الثقافي فهي تمكنت فعليا من اختراق الحدود الثقافية انطلاقا من مراكز صناعة و ترويج النماذج الثقافية ذات الطابع الغربي، والهوية المؤمركة وبالتالي إمكانيات التثاقف يعني الانفتاح الطوعي على المنظومات الثقافية المختلفة عبر آليات التأثير والتأثير والتفاعل المتبادل لصالح الاستجابة الكاملة للفضاء الثقافي.<sup>2</sup>

وفي التسعينات سمحت التقنيات الجديدة لرجال الصناعة يوصل العديد من وسائل الإعلام في إنتاج الدعائم والمضامين ، ومن ثم فإن موسوعة موسيقية فوق قرص مدمج

<sup>1</sup>جان بيير قاريين ، عولمة الثقافة و أسئلة الديمقراطية ، مرجع سبق ذكره، ص 78.

<sup>2</sup>عماد عبد الغني، سوسيولوجيا الثقافة المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة، مرجع سبق ذكره، ص 290.

يمكن فحصه بمساعدة حاسوب مصغر، وهكذا اندفع الأوروبيون والأمريكيون والآسيويون في تنافس محوم على الصعيد العالمي بهدف تشكيل مجموعات متعددة الوسائط.

وقد أحصى دافيد نورا مائة وثلاثون مؤسسة أو مجموعة متعددة الوسائط وتشكل هذه المجموعات شركات متعددة الجنسيات مزروعة في كل مكان من العالم، وهي قوية جدا ماليا وتطور استراتيجيات كوكبية و منبهة للمقاولات الصغرى لأنها تدرك جيدا أن قسما هاما من الابتكار التقني والإنتاج الثقافي للمحتويات يتأتى من الابتكار الدائم لمقاولات من حجم صغير تعيد شرائها غالبا، وهذه المقاولات هي في جوهرها شخصيات معنوية ذات حق خاص و تعمل للسوق و قصد الربح.<sup>1</sup>

### 3- الاقتصاد السياسي العالمي الثقافة:

#### أ- المنطقاالاقتصادي:

إن نشاط الصناعات الثقافية والإعلامية لا يستمر على المدى البعيد إلا باحترام المنطق الاقتصادي، إذ يلزم الشركات التجارية تخزين إيرادات بيع فضاءات أو حصص إذاعية لمعلنين إشهاريين، أو بيع منتجات ثقافية ، ذلك أن الإشهار يمنح المزية المزدوجة لتوفير التمويل و المحتويات في وقت واحد .

<sup>1</sup> عماد عبد الغني، سوسيولوجا الثقافة المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة، مرجع سبق ذكره، ص290.

أما باقي إيرادات الصناعة الثقافية، فتتأتي من بيع المنتجات المسجلة على مختلف الدعامات المذكورة أعلاه (كتب أسطوانات، صحافة، أشرطة، أقراص مدمجة... إلخ) وتقوم إحدى مشاغل الصناعات المعنية في التقاط هذه المنتجات الظرفية والمتجددة باستمرار من الفنانين، المصنفين العلميين و الأدبيين وفي الأنشطة الرياضية والدينية والعلمية و السياسية والثقافية، ويتعلق الأمر بعد ذلك بانتقائها وبنائها و تحويلها إلى منتجات قابلة للبيع عن طريق تحليل الطلب و السوق و هذا ما نسميه بتسويق الثقافة والأثر الحاسم على الأنشطة التي تمنح المحتويات لافت للانتباه، فبمجرد ولوج مجال التقاط الصناعات الثقافية تتحول الممارسات الفنية و الرياضية و الدينية و السياسية إلى فرجة.

ويمثل الإنتاج الصناعي للثقافة خصوصيات تميزه عن باقي فروع الصناعة ، ذلك أن إنتاج محتويات وقتية و دائمة التجدد يشكل مخاطرة، و من مصلحة المقاولات أو الشركات الكبرى، اما أن توزع هذا الخطر على شركات إنتاج صغرى، و اما أن ترتبط بمؤلفين و فنانين ومنتجين عثروا على جمهور ييثون عبر المذياع أو التلفاز و أن لا تباع إلا لهؤلاء.<sup>1</sup>

إن تحول الرياضة الراقية و السياسية والفن إلى بضائع و توسيطها إعلاميا يفتح المجال أمام النجومية وينتج عن ذلك أن العلاقات المهنية في إنتاج المحتويات تختلف عن العلاقات المهنية التي نجدها في إنتاج الدعامات.

<sup>1</sup>جان بيير قاريين ، عولمة الثقافة و أسئلة الديمقراطية ، مرجع سبق ذكره، ص ص 79-80.

## ب . تنوع الأوضاع و اللامساواة العالمية :

بالنظر إلى البانوراما العالمية للسينما و الكتاب ووسائل الإعلام و التقنيات الجديدة و اقتصادها بلغت التنوع العجيب بين البلدان و داخل كل بلد .

وتتدعم هذه الخلاصة انطلاقا من أن الثقافة الصناعية بالمعنى الواسع موزعة بطريقة جائرة جدا فوق سطح الكوكب، فعلى صعيد إنتاج الخيرات والخدمات الثقافية، فإن البلدان المصنعة في مثلث أمريكا الشمالية، أوروبا، آسيا الغنية تمارس هيمنة، وغالبا ما تتم الإشارة إلى هذا المثلث بعبارة " السلطة الثلاثية"، أما على صعيد استقبال واستهلاك المحتويات الثقافية، فنعثر على هذه المناطق نفسها في الصف الأول، وعلاوة على ذلك فإن جميع بلدان العالم قد غزاها بهذا القدر أو ذاك تصنيع الثقافة أو التدفقات العالمية للبضائع ذات القيمة الثقافية ، في ارتباط مع درجة غناها وتطورها داخل هذه البلدان نفسها وحدها الشرائح المحظوظة أكثر من بين عموم السكان تطالها هذه الظواهر.<sup>1</sup>

ويمكن للاختلافات أن تكون شاسعة، وفي إفريقيا شبه الصحراوية مثلا توجد شريحة اجتماعية غنية تعيش في المدينة وتملك تلفازا، هوائية فضائية، مذياعا، فيديو وحاسوبا موصلا بشبكة العنكبوت "Web" و تتقن الكتابة و القراءة و اللغات المنتشرة جدا مثل العربية والإنجليزية و الفرنسية، وفي القرى وعلى مسافة 15 كلم من المدينة لا ماء ولا كهرباء

1 جان بيير قاربين ، عولمة الثقافة و أسئلة الديمقراطية ، نفس المرجع، ص80.

والفلاحون المتواجدون بها لا يتوفرون على أجهزة أو موارد مالية و ثقافية كفيلة بإيلافهم استهلاكاً من النمط المدني.

ومن ثم فإن مصطلح عولمة الثقافة غير سليم إذا كنا نقصد به توزيع الخيرات الثقافية المصنعة و المسوقة فوق مجموع الكرة الأرضية ، فما يصعق الملاحظ يتمثل في اللامساواة القصوى بين البلدان و بين الشرائح المجتمعية داخل البلد الواحد ، أمام التدفقات العالمية الثقافية المصنعة.<sup>1</sup>

### المبحث الثالث: أهمية الصناعات الثقافية

مما لا شك فيه أن الموروث الثقافي لدينا كبير و عظيم كما أن المحتوى الثقافي لدينا واسع و شامل إلا أن كل ذلك لازال بعيداً عن التصنيع وتحويل قيمته المعنوية والروحية إلى مادية ، أي تحويله إلى سلع يمكن أن تباع و تشتري و تصدر إلى جميع أنحاء العالم من أجل تحقيق هدفين أحدهما التعريف بها و نشرها و الآخر الاستفادة منها المادية.

إن تحويل الجانب المعنوي أو الروحي إلى صناعة ثقافية هو تعبير مادي عن ذلك الجانب أي تحويل الشيء غير الملموس إلى منتج ملمس يتم تداوله .هنا تعكس الصناعات الثقافية حالة الشعوب ومستوى تقدمها وحضارتها وهي في نفس الوقت تشكل درعا حاميا لهويتها الوطنية. ومن هذا المنطلق تشكل الصناعات الثقافية أهمية بالغة لكل دولة.

<sup>1</sup>جان بيير قاريين ، عولمة الثقافة و أسئلة الديمقراطية ، نفس المرجع، ص 85.

لقد أصبحت الصناعات الثقافية تدر عائدا كبيرا أو أصبح الاستثمار في ذلك المضمار ذا أهمية قصوى حتى أنه يمكن القول أن الرأسمالية الثقافية في طريقها إلى التبلور، كما أن تزاوجها مع الصناعات الرقمية أصبح أساسيا مما يتيح القول أن الحضارات أصبحت ذات صبغة رقمية خصوصا الحضارة الغربية .

وعلى الرغم من ذلك فإن الإدارة والرأي الصائب و الرؤية الواضحة و القدرة المادية من أهم عوامل الولوج في هذا النوع من الاستثمار الذي نحن في أمس الحاجة ليس من أجل الحصول على عوائده المادية فقط ولكن من أجل تصحيح الصورة التي يتم تشويهها باستخدام تلك القنوات حيث يتم استغلالالتقنيات الرقمية لسماع كل شيء والتسلل إلى كل شيء وبهذه الأبعاد و غيرها يتم تزيين الحقائق و صنع واقع من شبح مصالحهم.

وعلى العموم فإن أهمية الصناعات الثقافية تزداد بصورة مطردة على نطاق العالم وعلى نطاق الأمم المتحدة حيث تم الاعتراف بها من قبل عدد كبير من الوكالات والهيئات مثل منظمة اليونسكو ومنظمة العمل الدولية والمنظمة العالمية للملكية الفكرية ومؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية ومنظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي والاتفاق العالمي و الشراكة الجديدة من أجل التنمية في أفريقيا وغيرها من المنظمات و المؤتمرات.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>جريدة الرياض، حمد عبد الله اللحيدان، أهمية الصناعة الثقافية، 08-01-2010، العدد 15173.

الصناعة الثقافية/487801/www alriyadh.com

## المبحث الرابع : مدرسة فرانكفورت و نظرتها للصناعة الثقافية

## . مدرسة فرانكفورت:

ولقد يمكن الحديث حول بداية المشروع العلمي لمدرسة فرانكفورت مع نشأة معهد البحوث الاجتماعي الذي مارس نشاطه بهذه المدينة في بداية فيفري 1923، و افتتح رسميا في بونيه 1924، و تكوّن كحلقة فكرية أو حركة طلائعية، عبر المناقشات الجماعية لمؤسسيه ممن شكلوا إحدى فصائل الموجة الراديكالية، وعایشوا صعود اليسار الألماني وانتكاسته، وتشاركوا في همّ رفض المشروع الثقافي الغربي، ورجبوا في القيام بنقد جذري لعصرهم وتجربة تكوين مثل هذا الحزب الفلسفي أو التجمع الفكري، ليس أمرا مستحدثا في ألمانيا، إذ وجدت قبلا لدى البعض من أصحاب الاتجاه المثالي عبر مشروعهم ( معهد النقد )، الذي أسسه فردريش شلينج F.W shelling ويوهان فيخته J. G fichte عام 1977، كذلك لدي الهيجليين الشبان في أربعينات القرن الماضي، وبرزت بشكل أوضح خلال عشرينات القرن الحالي في (جمعية برلين للفلسفة العلمية) وكان من أعضائها هانزرايشنباخ H. Reichenbach و كارل همبل G. J humbel وفي حلقة فيينا التي مثلت المركز التنظيمي والإيديولوجي للوضعية المنطقية.<sup>1</sup> وكذلك مع نشاط الحلقات الماركسية و الراديكالية التي ظهرت عقب إخفاق الثورة الألمانية في ثلاثينات القرن الحالي، وأبرزها حلقات (أسبوع الأعمال الماركسية) التي نظمها فيلكس قايل F. weil، صيف 1922 بمدينة

<sup>1</sup>توم بوتومور، مدرسة فرانكفورت، ترجمة سعد هجرس، ط2، دار أوبا، ليبيا، 2004، ص94.

تيرنج، وشارل فيها كارل كورش k.korsh، وجورج لوكاش وريتشارك سورج R. sorge وبولوك وكارل قيتفوجل K Wittforgel وغيرهم و التي ما لبثت في بحثها عن صيغة مؤسسيه داخل المرفق الجامعي، أن وفقت في إنشاء معهد البحوث الاجتماعية بجامعة جوته في مدينة فرانكفورت، بغرض تنظيم الجهود البحثية الفردية، وتعميق دراسة بعض من الموضوعات والقضايا الاجتماعية والسياسية قبل التكوين الرسمي للمعهد رأس كيرت جيرلاخ K. gerlach هذا التجمع الفكري.

وفي يناير 1931 خلفه هوركايمر وانضم إليه معظم المفكرين المشهورين فيما بعد: فروم، وماركيوز ، و أدورنو .ومع استيلاء هتلر على الحكم في ألمانيا أغلق المعهد و صودرت مكتبته و غادر أعضاؤه ، معظمهم من اليهود، عام 1933 إلى بعض العواصم الأوروبية و أنشأوا فرعا له في جنيف أطلقوا عليه ( المؤسسة العالمية للبحث الاجتماعي)، وبسبب التوسع النازي أضطر هؤلاء المفكرون ثانية إلى مغادرة أوروبا عام 1934، متوجهين إلى الولايات المتحدة ونقلوا المعهد معهم إلى نيويورك باسم المدرسة الجديدة ، للبحث الاجتماعي ليستقر في الحرم الجامعي لجامعة كولومبيا <sup>1</sup>.

ثم ما لبثوا أن انتقلوا عام 1941 إلى لوس أنجلس، ولاشك أن هجرة أعضاء المعهد إلى الولايات المتحدة قد أثرت إلى هذا الحد أو ذاك في أعمالهم، مع انتهاء الحرب العالمية الثانية وغروب النظم النازية، بدأوا تحليلا جديا للمجتمع الرأسمالي، وهو ما يفسر توجه

<sup>1</sup>توم بوتومور، مدرسة فرانكفورت، نفس المرجع، ص95.

بحوث المعهد هناك إلى قضايا عديدة في هذا المجتمع، كقضية السيطرة الشاملة والقضاء على قيمة الفردية وصناعة الثقافة، ثم أن حصار الغربة وعدم اندماجهم مع البنية الاجتماعية الأمريكية واعتماد اليسار الجديد تضافت جميعها في ابتعادهم عن الممارسة، وانكفائهم في عزلة الفخ الأكاديمي، على أية حال فقد عاد معهد البحوث الاجتماعية مرة أخرى عام 1951 إلى موقعه الأصلي في مدينة فرانكفورت باسم مدرسة فرانكفورت ليشهد عام 1960 حله و نهايته.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>توم بوتومور، مدرسة فرانكفورت، نفس المرجع، ص95.

## - نظرة مدرسة فرانكفورت للصناعات الثقافية:

أما الموضوع الرئيسي الثالث في أعمال مدرسة فرانكفورت فهو صناعة الثقافة الذي يرتبط وثيقا بالاهتمامات السوسيولوجية.

وقد تم تقديم هذه الفكرة لأول مرة على يدي هوركايمرو ادورنو في مقالهما " صناعة الثقافة . التنوير كخداع للجماهير و يحاول هذا المقال البرهنة على أن ثقافة كل الجماهير تصبح متطابقة في ظل الاحتكار وتضحى في نفس الوقت متفسخة كنتيجة لاندماج الثقافة والتسلية وعلاوة على ذلك يوجد اندماج بين صناعة الإعلان وصناعة الثقافة بما يجعل كلا الصناعتين نهجا تقليديا للتأثير في الناس و التلاعب بهم .

ويصل هوركايمر وأدورنو إلى استنتاج أن انتصار الإعلانات في صناعة الثقافة يرجع إلى أن المستهلكين يشعرون بأنهم مكرهون على شراء و استعمال منتجاتهما حتى ولو كان ذلك بينهم و بين أنفسهم.<sup>1</sup>

والواقع أنه من الصعوبة بمكان أن نفهم بالضبط من المقال نفسه كيف يختلف تأثير صناعة الثقافة عن التسلط الثقافي في أنماط مجتمعية أخرى إذا أنه ورغم كل شيء يستعين النظر إلى الكنيسة بوصفها صناعة ثقافة في أوروبا العصور الوسطى، فما هو بالأحرى الشكل المحدد في المجتمع الرأسمالي الحديث لهذه الظاهرة التي أعتقد ماركس أنها النتيجة الضرورية للتسلط الاقتصادي، أي أن أفكار الطبقة السائدة هي في كل عصر الأفكار

<sup>1</sup>توم بوتومور، مدرسة فرانكفورت. نفس المرجع.ص.96.

السائدة؟ و هل الصناعة ثقافة العصر الراهن فعالة على هذا النحو الكاسح الذي تم تصديرها هنا؟ أم أن الشجب الغاضب لها من جانب هوركايمر و أدورنو يجب تفسيره جزئياً على الأقل كنتيجة للصدمة الثقافية التي نجمت عن صدامهما مع الراديو والتلفزيون التجاريين الأمريكيين.

إن التفكير في مثل هذه الأسئلة يطرح مسألة ثانية هي أن قوة الثقافة الرسمية يمكن أن تقاس بشكل خاص بمدى الانشقاق و المعارضة داخل المجتمع .

وفي نفس هذا الوقت وفي أمريكا الشمالية على وجه الخصوص إكتسب مفهوم الثقافة المضادة counter culture شعبية مؤكدة ، و لعل إحدى الصعوبات الكبرى المتعلقة بمفهوم الثقافة المضادة تكمن في تفسير كيف يمكن أن تظهر هذه على الإطلاق في مجتمع تهمين عليه صناعة الثقافة هيمنة كاملة، وثمة حلين ممكنين بهذا الصدد ، فقد تجري المساجلة إما بأن النطاق المحدود و الاختفاء السريع للثقافة المضادة أو تمثلها يكشف في الحقيقة قوة صناعة الثقافة، أو أن الانشقاق من الناحية الأخرى أكثر انتشارا بالفعل في المجتمعات الرأسمالية لغاية القرن العشرين.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>توم بوتومور، مدرسة فرانكفورت، نفس المرجع، 97.

ينظر أدورنو و هوركايمر للثقافة المنتجة على نطاق واسع كونها تمثل خطراً على الفنون الرفيعة الأكثر دقة و ذات الجوهر الفكري ، الثقافة الشعبية المنتجة على نطاق واسع فإن الاحتياجات النفسية الحقيقية هي: الحرية ، الإبداع و السعادة الحقيقية.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>على الساعة 16:30 مساءً. 06 . 08 . 2016 صناعة الثقافة/ <https://or.wikipedia.org/wiki/>

## خلاصة:

ما يمكن قوله في خاتمة هذا الفصل أنه قد أضحى واضحا أن الرهان في الهيمنة الثقافية و التملك الخاص لصناعات الثقافة ، يقوم على قدرة البلدان على إنتاج ثقافتها الخاصة ومنحها قدرة الصمود في مواجهة الاعتداءات الخارجية و الغزو الانتقائي للسلع الثقافية .

كما يمكن القول في أنه أصبح لهذه الصناعات الثقافية أهمية بالغة خاصة أهميتها المادية المتمثلة في العوائد الاقتصادية الناتجة عنها بالإضافة إلى أهميتها المعنوية المتمثلة في ترويج و تصنيع و تسليع المنتجات الثقافية .

**بطاقة فنية عن إذاعة مستغانم :**

مع بداية سنة 2004، انطلقت رسميا في 10/02/2004، بطاقم شاب، يقع مقرها بحي المطمر حي تاريخي . قرب ضريح الولي الصالح سيدي عبد الله، تبث الإذاعة برامجها ابتداء من الساعة 6:40 صباحا إلى غاية الساعة 20:00 مساء حيث تم تمديد ساعات البث من 04 ساعات إلى 17 ثم نقص إلى ساعة مع التعديل الجديد بموجات عاملة 100.1/101.1/107.2/104.7 لتواصل موجاتها العمل لبث برامج القناة الأولى، المذاعة الثقافية وإذاعة القرآن الكريم عن طريق الربط المباشر في الأوقات المخصصة .

كما تضع تحت المستمعين أرقام الهاتف للاتصال في حالات المباشر مع بعض البرامج أو الادلاء بأرائهم واقتراحاتهم وحتى انتقاداتهم وهي: 10.26.21.045/ 10.27.21.045/ 33.96.21.045/ 89.67.21045 .

رقم الفاكس: 045 095121 بالإضافة إلى العنوان البريدي لاستقبال رسائل المستمعين المختلفة:ص ب 1014حي المطمر مستغانم 27000 وكذلك البريد الالكتروني

[www.radto mosta ganem.net](http://www.radto mosta ganem.net)

**العتاد القار لإذاعة مستغانم :**

- استديو البث: للحصص المباشرة والمسجلة .
- استديو الإنتاج: لتسجيل الحصص الفقرات ، الإشهار.....

- استديو المونتاج : لتعديل الأخطاء الواردة في الحصص وال فقرات.
- قاعة الأرشيف : كما تضم أيضا أرشيف الأغاني .
- قاعة الإعلام الآلي وبها 04 حواسيب للانترنت.
- جميع الأجهزة مرتبطة بشبكة الإذاعة لمعالجة المادة السمعية .

#### العتاد المتنقل:

. سيارة 4 x4 بعتاد الإرسال.

وسائل التسجيل الخارجية ولواحقها<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>الإذاعة الجزائرية مستغانم 17/04/2016 على الساعة 11:00 صباحا مع الصحفي حبيب بو فضة.

## 2. بطاقة فنية عن شخصية سيدي لخضر بن خلوف:

**مولده:** كان مسقط رأسه بالتحديد في منطقة الظهرة ناحية بني شقران وهناك من يقول أنه ولد بمنطقة "سيدي لخضر" أي المكان الذي يوجد به ضريحه وهناك من يقول "تنس" وأخيرا هناك من يقول منطقة "مزگران" .

**نسبه:** لقد تضاربت الآراء حول نسب الشاعر الفحل "الأخضر بن خلوف" ومما لا ريب فيه، أنه سليل عائلته شريفة، يعود نسبه إلى سيدنا علي كرم الله وجهه، وحسب ما ذكره الشيخ بن الحاج الغوثي بخوشة في الديوان الذي أصدره أنه يرجع نسبه إلى إدريس الأكبر رضي الله عنه فهو مغراوي الأصل يلتحق بجده "عيسى" الذي انتقل إلى شقران من ناحية مستغانم .

**طفولته:** الهم منذ صغره بعلم عزيز وذكاءه خارق وقرأ في الكتابيب على يد أكثر من درار منهم "سيدي أحمد لكحل" ثم سيدي "بولحي" أين دفنت أمه "كلة" وزوجته "قنو" .

**وفاته:** توفي في أوائل القرن 10 الهجري عن عمر يناهز المائة وخمسين وعشرين سنة وستة أشهر، دفن رحمه الله قرب خيمته وقد حدد مكان دفنه الذي لم يأتي بالصدفة وإنما عن طريق وصية كان أدلى بها لأولاده.<sup>1</sup>

**أعماله الشعرية:** لا بأس هنا أن نذكر الدواوين المشهورة الأولى تحت عنوان "سيدي لخضر بن خلوف شاعر الدين والوطن" وهو يحتوي على إحدى وثلاثين قصيدة موزعة على مائة

<sup>1</sup> محمد بن الحاج الغوثيخوشة، ديوان سيدي لخضر بن خلوف شاعر الدين والوطن، بدون طبعة، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، بدون سنة . ص 187.

وخمسة وتسعين صفحة ،أما الديوان الثاني فحققه "الحاج حبيب حشلاف" جمع فيه ستة وخمسون قصيدة في مائتين وخمسون صفحة تشعره يمتاز بسهولة الأسلوب وسلامة اللفظ كما أنه جذاب وسريع الحفظ يفهمه العام والخاص.<sup>11</sup>

### 3. بطاقة فنية عن عادة الطعم بسيدي لخضر بن خلوف:

هو عبارة عن مجمع شعبي يلتقي فيه الغني والفقير ويتم فيه تكريم وضيافة الزوار من مختلف مناطق البلد من أجل الاطلاع على عادات وتقاليد المنطقة ،ويعرف من طرف أحد أحفاد الولي الصالح المدعو "بوغازي" هو المطعم وإكرام الضيوف والصلح والتعرف بين الناس وتلاوة القرآن ،مدته من يوم إلى يومين.

### الإعلان عن تاريخ الاحتفال:

يتم الإعلان عن موعد الاحتفال بعد عقد اجتماع من طرف اللجنة المشرفة عليه المتكونة من مشايخ المنطقة وأحفاد الولي مع رئيس البلدية والدائرة في مقام الولي، يمد تاريخ معين مباشرة بعد المهرجان الوطني للشعر الملحون في 20 أوت المصادف ليوم المجاهد.

بعد تحديد الموعد يتم الإعلان عنه من قبل جماعة معينة مرفقين بشخص يسمى البراح يجوبون القرى والشوارع والأسواق، كما يتم الإعلان عنه في الإذاعة المحلية وفي مواقع التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى الإعلانات المكتوبة.

### النشاطات الثقافية لعادة الطعم :

في هذا المقام تقام كل عام أفراح وولائم تتخللها أهازيج مصحوبة باستعراضات لفنون الفروسية وتشارك فيها فرق البارود في النهار، فرق الموسيقى ليلا ولا تغنى في تلك الاماسي سوى قصائد من نظم "سيدي لخضر بن خلوف" في مدح الرسول صلى الله عليه وسلم .  
وعادة"الطعم" كغيرها من العادات الأخرى تزخر بإرث ثقافي متنوع المتمثل في مجموعة من النشاطات الثقافية على رأسها الفروسية، الغايطة والبارود . الطرب الشعبي . فن الطبخ ،  
السوق المتنوعة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>العدي مكية، رورتاج مكتوب حول تراث سيدي لخضر بن خلوف عادة "الطعم" بمدينة سيدي لخضر "أموذجاً". مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال كلية العلوم الاجتماعية. جامعة مستغانم.2013.

## تحليل بيانات المقابلة :

. قد شملت عينة الدراسة على 07 مبحوثين وكانت سماتهم كالتالي :

رقم المبحوث	الجنس	السن	المستوى	المهنة في المؤسسة
01	أنثى	35	جامعي	صحفية
02	ذكر	32	جامعي	صحفي
03	أنثى	30	جامعي	صحفية
04	أنثى	36	جامعي	صحفية
05	ذكر	38	جامعي	صحفي
06	ذكر	39	جامعي	صحفي
07	ذكر	32	جامعي	صحفي

المصدر : من إعداد الطالبتين اعتمادا على أداة الدراسة

- جدول يمثل السمات العامة للمبحوثين .

نلاحظ من خلال جدول السمات العامة للمبحوثين ما يلي:

-**الجنس:** بالنسبة للجنس نجد 4مبحوثين ذكور و3 إناث فنلاحظ أن عدد النساء لا يقل بكثير من عدد الرجال هذا راجع إلى ان:

. إن المرأة أصبحت تشارك الرجل في مختلف المجالات بما في ذلك العمل الإعلامي الذي لا يقتصر على الرجل فقط.

-**السن:** الملاحظ أن أغلب المبحوثين كان سنهم يتراوح ما بين 32 إلى 39 سنة وبذلك أغلب المبحوثين شباب وهذا راجع إلى عاملين وهما:

. طبيعة المجتمع الجزائري الذي يشكل فيه الشباب الأغلبية.

. العمل الإعلامي الذي يتطلب فئة الشباب من أجل العطاء أكثر .

**المهنة:** من خلال الجدول تبين لنا أن جميع المبحوثين هم صحفيين.

**المستوى التعليمي:** والمتبين لنا من خلال جدول السمات العامة أن معظم المبحوثين لهم مستوى جامعي وهذا راجع إلى أن العمل الإعلامي يتطلب إلى مثل هذه الكوادر المتخصصة في المجال .

## تحليل أسئلة المقابلة:

المحور الثاني: الفروق من حيث الجنس و من حيث السن في المعالجة الإعلامية على مستوى الفريق الصحفي لإذاعة مستغانم في تقديم مادة الثقافية محلية.

لقد وقع تركيزنا في هذا المحور حول مدى اهتمام إذاعة مستغانم المحلية بالإعلام الثقافي وحول ماذا يتمحور وكذا مدى وعيها بهذا النوع من الإعلام لنستنتج اذا كانت هناك فروق في المعالجة الإعلامية على مستوى الطاقم الصحفي لإذاعة مستغانم في تقديم مادة إعلامية ثقافية محلية .

## سؤال رقم 01: هل تمتلك مؤسستكم وعيا إعلاميا.

لقد أجمع أغلب المبحوثين أن إذاعة مستغانم تمتلك وعي إعلامي كباقي المؤسسات الإعلامية حيث صرح المبحوث رقم 02 الذي يبلغ من العمر 32 سنة جامعي « لدينا وعي إعلامي كقائمين بالاتصال يعني وعي بطبيعة المواضيع التي تقدمها ،طبيعة الرسالة l'impact وصدى الرسالة التي توجهها للجمهور »

والأمر نفسه الذي صرحت به المبحوث رقم 01 التي تبلغ من العمر 35 سنة لديها مستوى جامعي حيث كانت إجابتها كالتالي: « طبعا تمتلك وعي إعلامي كباقي المؤسسات الإعلامية الأخرى فلدينا وعي بطبيعة المهمة الإعلامية ،السوق الإعلامية يعني المهمة الإعلامية كرسالة اتصالية يوجهها للجمهور بالإضافة إلى وعينا بالضوابط المهنية »

## التحليل:

ما يلاحظ من خلال إجابات المبحوثين التي كانت في مجملها تصب أن صحافيي إذاعة مستغانم لديهم وعي إعلامي بالمواضيع والرسائل الاتصالية والإعلامية وبطبيعة المضامين التي يقدمونها للجمهور لأنه في الأخير لا بد وأن تكون هناك انعكاسات وآثار على الجمهور الذي يعتبر المفتاح الرئيسي لنجاح أي مؤسسة إعلامية لهذا يجب أن يكون هناك وعي بهذه المواضيع والمضامين وبطبيعتها حتى تكون هناك انعكاسات إيجابية وأن صح التعبير حتى يكون هناك رجع صدى إيجابي من طرف الجمهور الذي هو بمثابة الورقة الراجعة للمؤسسات الإعلامية، كما يمتلكون أيضا وعي بالضوابط المهنية التي تحكم قطاع الإعلام والممارسة الإعلامية بحيث تتمثل هذه الضوابط في مجموعة من القواعد والسلوكات والقوانين بالإضافة إلى الواجبات والمبادئ والقيم التي تحكم وتنظم المهنة الصحفية مسطرة في شكل مواثيق تنص على ما لهم من حقوق وما عليهم من واجبات .

## السؤال رقم 02: هل تهتم مؤسستكم الإعلامية بالإعلام الثقافي؟

أكد معظم المبحوثين على حقيقة مفادها أن إذاعة مستغانم فعلا تهتم بالإعلام الثقافي وفي هذا الصدد أجابتنا المبحوثة رقم 04 البالغة من العمر 36 سنة جامعي كالتالي: « بما أن ولاية مستغانم هي مدينة ثقافة، مسرح، فن وفكر، معالم وإعلام، مساجد عتيقة فتسعى الولاية من أجل الحفاظ على هذا الموروث الثقافي وهذا من خلال التنسيق مع الإذاعة مثلا عندما تكون

هناك مشاريع ثقافية ،عروض مسرحية ...إلخ فتقوم الإذاعة بالتغطية إعلاميا بعد التنسيق مع خلية الاتصال مثلا لدار الثقافة أو المراكز الثقافية وهناك أيضا فقرتي هنا وهناك ومفترقات هما فقرتين تهتم بأهم التظاهرات الفنية والثقافية على مستوى الولاية بالإضافة أنه هناك حصص متخصصة في الجانب الثقافي كحصة قعدة وقصيدة اللي يقدمها نور الدين بن سليمان مدتها أكثر من ساعة هناك أيضا حصة منتدى لحبيب بوفضة فكل هذا تعمل الإذاعة من أجله أي لا نجاح ما سميتموه بالإعلام الثقافي».

#### التحليل :

يظهر جليا وبوضوح من خلال إجابات الصحفيين الموسعة بمختلف فروقاتهم الفردية في إطار اهتمام الإذاعة بالإعلام الثقافي فحقا إذاعة مستغانم الجهوية لها اهتمام كبير بالثقافة وبكل النشاطات الثقافية بحيث تغطيها إعلاميا سواء كان ذلك في مواعيدها الإخبارية ومواجيزها ونشراتها وأيضا في الحصص المتخصصة في الثقافة التي تبثها وهذا حصادا لكون أن ولاية مستغانم هي ولاية غنية وزاخرة بالثقافة بحيث تمثل قطب ثقافي لا يستهان به هذا ما يؤكد المنظر عزام أبو الحمام أن الإعلام والاتصال يسعى إلى نشر الأعمال الثقافية والفنية بهدف المحافظة على التراث، والتطوير الثقافي عن طريق توسيع آفاق الفرد وإيقاظ

خياله حيث قال أيضا أن وسائل الاتصال والإعلام تشكل بالنسبة لملايين البشر الوسيلة الأساسية في الحصول على الثقافة.<sup>1</sup>

كما يؤكد الدكتور جمال العيفة أن مؤسسات الإعلام والاتصال عبارة عن مؤسسات ثقافية خدماتية بالدرجة الأولى كما أن العمل الثقافي هو منبع وسائل الاتصال.<sup>2</sup>

### السؤال رقم 03: حول ماذا يتمحور هذا الإعلام الثقافي :

في صدد الإجابة عن هذا السؤال صرحت لنا الباحثة رقم 01 البالغة من العمر 35 سنة مستوى جامعي كالتالي: « يتمحور الإعلام الثقافي حول الفن، الفنون الجميلة، المسرح، العروض المسرحية حول ما يتم تجسيده من أجل النهوض بالثقافة في هذه الولاية نتكلموا عن عناوين المسرحيات عن الفنانين في الطابع الغنائي الشعبي، العيساوي وبين راهم واصلين ما هي مشاريعهم " .

### التحليل :

ما يلاحظ من خلال إجابات المبحوثين التي كانت في مجملها تصب في إطار أن إذاعة مستغانم هي كباقي إذاعات الوطن تهتم بالإعلام الثقافي وكل المستجدات الثقافية

<sup>1</sup>عزام أبو حمام، الإعلام الثقافي، مرجع سابق ذكره ، صص 31-129.

<sup>2</sup>جمال العيفة، مؤسسات الإعلام والاتصال، بدون طبعة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 2010، ص 9.

والأعمال الثقافية التي تشهدها الولاية وبهذا استنتجنا أن الإعلام الثقافي الذي تقدمه إذاعة مستغانم يشمل المسرح الذي تعرف به الولاية وبالتالي تتناول المسرحيات التي تقام بهذا المسرح عناوينها وقت عرضها بالإضافة إلى استضافة الفنانين وفتح نقاشات معهم حول أعمالهم ومشاريعهم الفنية سواء كان ذلك في المسرح أو الغناء وحتى الفنون الجميلة والتشكيلية هي الأخرى تلقى اهتمام من قبل إذاعة مستغانم.

#### السؤال رقم 04: هل ساعدكم الوعي في تقديم هذا النوع من الإعلام؟

كانت أغلب إجابات المبحوثين فيما يخص السؤال الأخير من المحور الثالث أن تقديمهم واهتمامهم بهذا النوع من الإعلام هو وليد الوعي الإعلامي بحيث صرح لنا المبحوث رقم 02 البالغ من العمر 32 سنة مستوى جامعي كالتالي: «اهتمامنا بالإعلام الثقافي هو فعلا نتيجة لدرجة وعينا بالأهمية البالغة له، فمن خلاله نحن بذلك أولا ننمي ثقافتنا ونؤكد عليها، لأن الثقافة هي التي تميزنا وتحدد خصائصنا كما تنظم علاقاتنا الاجتماعية، دون أن ننسى أن من واجبات الإعلام ووسائله هو تقديم نموذج إيجابي للثقافة»

**التحليل:**

ما يمكن استنتاجه من خلال الإجابة على هذا السؤال الإعلام الثقافي له مكانته وأهميته لأنه يختص بالثقافة التي هي تنمية لقيمنا وعاداتنا وكذا رموزنا الثقافية ومن خلاله يتم تحقيق التواصل الاجتماعي وهذا من خلال التعبير عن الثقافة السائدة والكشف عنها.

ونستنتج أيضا أنه بعدما كان الآباء والأمهات الذين ينقلون الثقافة الخاصة بمجتمعهم عبر الأجيال أصبحت وسائل الإعلام تقوم بدور أكبر في هذا المجال.

**المحور الثالث: وعي الفريق الصحفي لإذاعة مستغانم في معالجته لعادة الطعم بسيدي لخضر كصناعة ثقافية.**

لقد وقع وتركيزنا في هذا المحور حول مدى وعي إذاعة مستغانم بمفهوم الصناعة الثقافية ومدى تجسيدهما على مستوى المؤسسة وكذلك كان التركيز حول تقديمها لعادة الطعم كصناعة ثقافية .

**سؤال رقم 01: هل أنتم ملمون بهذا الموروث الثقافي؟**

لقد أجمع معظم المبحوثين على أنهم ملمون بهذا الموروث الثقافي بحيث ذكروا لنا مختلف الأنشطة والتظاهرات التي تقام في هذه العادة بحيث صرحت لنا المبحوثة رقم 03 تبلغ من العمر 30 سنة مستوى جامعيكالتالي: «من خلال تغطيتنا اكتسبنا ثقافة مهمة على

وعدة الطعم رينا أن هذه الوعدة تلقى إقبال كبير للمواطنين من مختلف ولايات الوطن، تقديم إكراميات للضيوف، عروض، الفروسية، الفانتازيا، قيام سكان المنطقة بعاداتهم وتقاليدهم، فيه أيضا تجار يأتون يقدموا منتوجاتهم ومعروضاتهم «

كما أجابنا المبحوث رقم 05 ذكر البالغ من العمر 38 سنة مستوى جامعي في هذا الصدد كالتالي « شخصا أعرف بعض المعلومات نتيجة للتغطية التي تقوم بها سنويا الإذاعة منذ افتتاحها لتقديم إكراميات للمواطنين الوافدين من مختلف الولايات، فيه أيضا عروض، الفروسية، قراءة القرآن..... إلخ «

### التحليل :

ما يمكن استنتاجه من خلال إجابات المبحوثين أنهم حقا ملمين بهذا الموروث الثقافي المتمثل في عادة الطعم بسيدي لخضر التي تعرف بها ولاية مستغانم ومدينة سيدي لخضر بن خلوف تحديدا بحيث التمسنا في إجاباتهم أن عادة الطعم هذه هي عادة يلتم فيها مجمع شعبي يتم فيه إكرام الضيوف والزوار المقبلة من مختلف ربوع الوطن من قبل سكان المنطقة، ونلتمس أيضا في إجاباتهم أنه يتم إجراء تظاهرات ثقافية مختلفة مثلا كالركب، الفروسية، تلاوة القرآن الكريم، الموسيقى الشعبية ليلا إذا فعادة الطعم بسيدي لخضر هي عادة جد مهمة بالنسبة للمنطقة وللولاية ككل .

## السؤال رقم 02: ما هي أبعاد ودلالات هذه العادة؟

كانت الإجابات حول هذا السؤال تصب في نفس الإطار والتي تكمن في أن أبعاد ودلالات هذه العادة هي تعبير أولاً عن الهوية الثقافية للمنطقة للولاية الوطن ككل بالإضافة إلى لم الشمل والاجتماع الأمر الذي أكدته المبحوثة رقم 03 البالغة من العمر 30 سنة مستوى جامعي كالتالي « الهدف والمغزى أولاً الالتفاف والاجتماع وكذلك تعبير عن هويتنا الثقافية »

كما أجبتنا المبحوثة رقم 01 البالغة من العمر 35 مستوى جامعي كالتالي: « عادة طعم سيدي لخضر لها أهمية كبيرة ودلالات قوية جدا في التعريف بالتراث الخاص بمنطقة وجلب السياح بالإضافة إلى التعريف بالشاعر المتصوف الزاهد والمجاهد سيدي لخضر بن خلوف كرمز وطني يستحق الدراسة الأكاديمية »

## التحليل:

الملاحظ من خلال إجابات المبحوثين أن عادة الطعم هي ثقافة تعبر عن التراث الاجتماعي لأن العادة في مفهومها خاصة من خصائص المجتمع الإنساني فلا وجود لمجتمع بدونها لأنها تمثل جزء لا يتجزأ من هويته ومرجعياته الثقافية، فإذا محونا أي مجتمع من المجتمعات من عاداته المتعارف عليها فإننا بذلك نكون قد سلخنا عنه ثقافته وتاريخه هذا لأن العادات هي أيضا امتداد للأجداد وامتداد لعاداتهم، فنفس الأمر بالنسبة لعادة الطعم بسدي لخضر فعند إحيائها سنويا يكون لها دور كبير فهي تساهم أولاً في بناء وتماسك

المجتمع وأفراد والحفاظ على الهوية الثقافية التي تميز هذه المنطقة، فالعادات تعطي للأفراد والمجتمع من خلال أحيائها فرصة في التمسك والتشبث بها وفي نفس الوقت تساعد على مواجهة التغيرات التي تحدث مثل الغزو الثقافي الناتج عن العولمة .

### السؤال رقم 03: هل كان هذا تناول من أجل التغطية الإعلامية و فقط؟

فيما يخص هذا السؤال كانت الإجابة على أن تناول عادة الطعم كان أولاً من أجل تغطية الإعلامية ومن أجل تقديم إعلام ثقافي وهذا التمسك به في إجابة المبحوث الرقم 06 البالغ من العمر سنة 39 مستوى جامعي كالتالي: « في نشراتنا وفي مواعيدنا الإخبارية نقوم بالتغطية، تغطية هذه التظاهرة الثقافية أو هذا الحدث من أجل التغطية وأيضا نتناولوا مثل هذه العادات في حصص ونوسعوا فيها ونجمعوا أكبر عدد ممكن من السكان، من المشايخ، أعيان المنطقة، أسباب الطعم ..... إلخ »

وفي نفس الأمر الذي أكده المبحوث رقم 07 يبلغ من العمر 32 سنة مستوى جامعي حيث أجابنا كالتالي: « بطبيعة الحال أنك تغطي الحدث إعلاميا في وقته في زمنه كتظاهرة ثقافية لكن ليس الإعلام للإعلام فقط أولاً هو تُعلم المواطن أنه هناك تظاهرة ثقافية ولكن ربما الأهم هو إبراز الجانب الثقافي »

## التحليل :

لقد أجمع أغلب المبحوثين فيما يخص هذا السؤال على نقطة واحدة وهي أن تناول إذاعة مستغانم لعادة الطعم التي تقام بسيدي لخضر هي أولاً من أجل تغطية إعلامية وإبراز الجانب الثقافي هذا نظراً لأنها إذاعة محلية وكون الحدث هو الآخر هو الحدث محلي فلا بد عليها كمؤسسة جهوية الأخذ بمبدأ الجوارية وما هو محلي خاصة ما تعلق بثقافة الولاية وعاداتها وتقاليدها .

## السؤال رقم 04: هل هذا تناول هو نتيجة للوعي الإعلامي؟

كانت إجابات المبحوثين عن هذا السؤال هو أن نتناول عادة الطعم هي نتيجة للوعي الإعلامي حيث أجابنا المبحوثة رقم 03 تبلغنا العمر 30 سنة مستوى جامعي كالتالي: «تغطية عادة الطعم بسيدي لخضر تتم عن الوعي الإعلامي، لأننا إعلامياً لا بد أن يكون لنا وعي إعلامي مهم أن هذا الطعم هو تظاهرة ثقافية هو عنصر مهم في الموروث الثقافي لولاية مستغانم»

كما أفادتنا المبحوثة رقم 04 تبلغ من العمر 36 سنة مستوى جامعي في الإجابة عن هذا السؤال كالتالي: «نعم بالتأكيد تناولنا لمثل هذه العادة هو نتيجة لوعي إعلامي نتيجة لوعينا بأهمية هذا العادة بالنسبة للولاية فتغطيتنا لعادة الطعم الناتجة عن وعي إعلامي هدفنا

بها إبراز أهمية الثقافة في بناء المجتمع والحفاظ على مكوناته والكشف عن الموروث الثقافي وإيصاله إلى الأجيال القادمة»

### التحليل :

الملاحظ من خلال إجابات الباحثين أن تناول إذاعة مستغانم المحلية لعادة الطعم بسيدي لخضر بولاية مستغانم هو نتيجة لوعيها بأهمية هذه العادة على المستوى المحلي، فالوعي الإعلامي بالنسبة مهم جدا خاصة ما تعلق بإقناع المستمع بأمر ثقافي كهذا (عادة الطعم) وإيصال الموروث الثقافي، ولا بد أن تكون عملية التغطية أو تناول مثل هذه العادة من قبل مقدم البرنامج الثقافي أو الصحفي أن يكون واعي بالموضوع ومدرك لأهمية ما يمكنه الوصول إلى الطرف الآخر المتمثل في الجمهور من أجل بناء الأجيال القادمة.

### السؤال رقم 05: هل ساهم الوعي الإعلامي في تقديم هذه العادة كصناعة ثقافية ؟

حاولنا في هذا السؤال البحث أولا عن مدى المأمم بمفهوم الصناعة الثقافية، ثانيا هل تقدم إذاعة مستغانم عادة الطعم كصناعة ثقافية ناتجة عن وعي إعلامي بحيث كانت إجابات الباحثين تصب في أن هناك وعي إعلامي بالصناعة الثقافية كمفهوم نظري ولكن لا يجسد على مستوى الإذاعة وهذا ما التمسناه إجابات الباحثين وهنا يجبنا المبحوث رقم 05 الذي يبلغ من العمر 38 سنة مستوى جامعي كالتالي: «الصناعة الثقافية تقصد بها

تحويل الثقافة إلى سلعة كباقي السلع، بمعنى يكون لها معطى مهم في الاقتصادات الدولية بحيث لها أوجه متشعبة فيها الفنون، العادات، الموسيقى، السينما الدراما «

وعلى نفس السؤال يجبنا المبحوث رقم 02 يبلغ من العمر 32 سنة مستوى جامعي كالتالي: «هي تجريد الثقافة من المفهوم القيمي إلى المفهوم المادي فمفهوم الصناعة الثقافية هو تحول الفعل الثقافي إلى مادة اقتصادية مهمة وتكون لها مؤشرات الجذب، السوق، العرض».

كذلك من خلال إجابات المبحوث المتحصل عليها هو أن إذاعة مستغانم لا تقدم صناعة ثقافية وهذا من خلال نفس المبحوث رقم 02 الذي أجابنا على هذا السؤال كالتالي: «المفهوم هذا مفهوم الصناعة الثقافية مازال في المهد ولكن لما نقولك إذاعة مستغانم تقدم صناعة ثقافية نحن إذاعة للخدمة العمومية ليست إذاعة تجارية، ربما أنها تسوق لبرنامج ثقافي معين، ولكن لا تدخل في صلب المؤسسة الإعلامية، فإنه تكون على مستوى إذاعة مستغانم صناعة ثقافية لا يوجد هناك صناعة ثقافية «

### التحليل :

من خلال إجابات المبحوثين يظهر لنا جليا أنه لديهم وعي إعلامي بمفهوم الصناعة الثقافية ولكنه لا يجسد على مستوى إذاعة مستغانم حيث التمسنا في تعريفهم لهذا المفهوم أنه مفهوم واسع لأنه يشمل مختلف عناصر الثقافة كالسينما، العادات، الفنون والدراما الى

غير ذلك كما أظهر لنا أيضا أن معظم المبحوثين أن لهذا المفهوم جانب مادي أكثر منه معنوي وبذلك نستنتج أن الصناعة الثقافية هي من أبرز نماذج سقوط الثقافة في التسليع وتحولها إلى قيمة تجارية قضت على قيمتها المعنوية والروحية وحتى الأخلاقية فذلك نجدها قد أصبحت خاضعة للقانون الاقتصادي والذي يعتمد على البيع والشراء وكذلك التصنيع والريح وهذا بين أجل أن تصبح عامل اقتصادي مهم للتنمية «الثقافة الشعبية أشبه بمصنع ينتج سلع ممزوجة من أفلام وبرامج إذاعية وسجلات وغيرها، تهدف إلى تلاعب بالمجتمع وجره إلى السلبية»<sup>1</sup>

كما يؤكد الدكتور إسماعيل عبد الكافي «أن الثقافة المصطنعة التي ينتجها النظام إنتاجا إنما هي ثقافة زائفة تقف في مقابل الثقافة الشعبية الحقيقية الناتجة تلقائيا من تفاعل البشر بعضهم البعض في إطار المجتمع»<sup>2</sup>

«أن الصناعات الثقافية تعني العمل التجاري والاقتصادي والمهني القائم على الإنتاج الثقافي الشركات ورأس المال والقدرات التقنية والبشرية»<sup>3</sup>

<sup>1</sup> على الساعة 16:30 مساء 16/08/2016 [https://or.wikipedia.org/wiki/صناعة\\_الثقافة](https://or.wikipedia.org/wiki/صناعة_الثقافة)

<sup>2</sup> إسماعيل عبد الكافي، مصطلحات عصر العولمة، مرجع سبق ذكره ص 68.

<sup>3</sup> جريدة الغد، إبراهيم غرابيية، الصناعة الثقافية، الأربعاء 23 أبريل 2008، الساعة 3:00 صباحاً.

Alghad.com /487801/article/54494.

فالملاحظ من خلال هذه الإجابات التي قدمها المبحوثين نستنتج أن الثقافة التي كانت تنتج من طرف الإنسان والمجتمعات البشرية ككل والتي هي شكل من أشكال التعبير الاجتماعي أصبحت تصنع من أجل أن تستهلك كأى منتج مادي.

أما فيما يخص تقديمها لعادة الطعم كصناعة ثقافية فهذا الأمر لا يتجسد على مستوى إذاعة مستغانم بالرغم أن وسائل الإعلام هي أكبر عامل يقدم ويساهم في صناعة الثقافة إلا أننا نجد إذاعة مستغانم لا تقدم عادة الطعم كصناعة ثقافية بحكم أنها مؤسسة عمومية تقدم خدمة عمومية فقط .

## استنتاجات عامة:

- يتمحور الوعي الإعلامي بالنسبة لصحفي إذاعة مستغانم حول طبيعة الموضوع والرسالة الإعلامية وكذا الوعي بالضوابط المهنة .

-اهتمام الفريق الصحفي لإذاعة مستغانم بمختلف فروعهم بالإعلام الثقافي بدرجة كبيرة وهذا من خلال التغطية الإعلامية ومن خلال مجموعة من الحصص المتخصصة في الجانب الثقافي .

- يتمثل الاهتمام بالإعلام الثقافي في التغطية الإعلامية ومجموعة من الحصص المتخصصة في الجانب الثقافي.

-يتمحور الإعلام الثقافي في إذاعة مستغانم حسب تصريحات الفريق الصحفي لإذاعة مستغانم حول المسرح وآخر مستجداته كالمسرحيات، وعناوينها بالإضافة إلى مختلف الأنشطة التي تقوم بها دار الثقافة وكذا المراكز الثقافية، ويتمحور أيضا حول الفنون الجميلة

-لعادة الطعم التي تقام بسيدي لخضر دلالات وأبعاد كثيرة تتمثل في إثبات هوية المنطقة، الولاية والوطن ككل كذلك مساهمتها في بناء المجتمع بتماسك أفراده وتمسك بعاداته وتقاليده.

-إذاعة مستغانم ملمة بالموروث الثقافي المتمثل في عادة الطعم نتيجة لتغطيتها الإعلامية سنويا منذ افتتاحها .

-التناول الإعلامي لإذاعة مستغانم لعادة الطعم هو أولا من أجل تغطية إعلامية وثانيا إبراز الجانب الثقافي .

-يتحدد مفهوم الصناعة الثقافية في كونها تحويل الثقافة إلى سلع تباع وتشتري تخضع لقانون السوق.

-إذاعة مستغانم لديها وعي إعلامي بمفهوم الصناعة الثقافية نظريا لكن لا يطبق على المستوى أرضية المؤسسة الإذاعية بحكم أنها مؤسسة عمومية تقدم خدمة للصالح العام .

- الوعي الإعلامي لا يغذي بما يسمى الصناعات الثقافية المحلية عادة "الطعم" بسيدي لخضر أنموذجاً.

## اختبار الفرضيات:

**الفرضية الأولى:** هناك فروق من حيث الجنس و من حيث السن في المعالجة الإعلامية على مستوى الفريق الصحفي لإذاعة مستغانم في تقديم مادة إعلامية ثقافية محلية.

## النتائج:

-درجة اهتمام الفريق الصحفي لإذاعة مستغانم بالإعلام الثقافي لا تختلف لا من حيث الجنس و لا من حيث السن.

-يتمحور الإعلام الثقافي حول المسرح وآخر مستجداته كالمسرحيات وعناوينها بالإضافة إلى مختلف الأنشطة التي تقوم بها دار الثقافة وكذا المراكز الثقافية ، ويتمحور أيضا حول الفنون الجميلة.

فمن خلال ما توصلنا إليه من نتائج يتضح لنا جليا عدم ثبات صحة الفرضية الأولى التي مفادها: هناك فروق فردية في المعالجة الإعلامية على مستوى الطاقم الصحفي لإذاعة مستغانم في تقديم مادة إعلامية ثقافية محلية

و بالتالي لا يوجد هناك فروق في المعالجة الإعلامية على مستوى الفريق الصحفي لإذاعة مستغانم في تقديم مادة ثقافية محلية.

الفرضية الثانية: وعي الفريق الصحفي لإذاعة مستغانم في معالجته لعادة الطعم بمدينة

سيدي لخضر كصناعة ثقافية .

### النتائج:

- عادة الطعم بسيدي لخضر لها دلالات وأبعاد كثيرة تتمثل في إثبات هوية المنطقة،الولاية، الوطن ككل.

- إذاعة مستغانم ملمة بالموروث الثقافي المتمثل في عادة الطعم.

- إذاعة مستغانم لديها وعي إعلامي بالمفهوم النظري للصناعة الثقافية ولكن لا يطبق على مستوى أرضية المؤسسة الإعلامية.

- الوعي الإعلامي لإذاعة الجزائر من مستغانم لا يخدم بما يسمى الصناعات الثقافية.

وبذلك يتضح لنا جليا عدم ثبات صحة الفرضية الثانية ، أي أن إذاعة مستغانم لا

تقدم عادة الطعم كصناعة ثقافية نتيجة لعدم وعيها بتبني المفهوم تطبيقيا في حين نجد

مفهوم الصناعة الثقافية في الدول الكبرى أخذ منحى مهني فني مرتبط بالعمل التجاري

والاقتصادي.

## خاتمة

وفي الأخير يمكننا القول أن الاعلام بصفة عامة ووسائله بصفة خاصة و ما عرفته من تقنيات جديدة هي المسؤولة بطريقة مباشرة عن تحول كوكبنا الأرضي الى قرية كونية ، فكل ما يجري فيها صار على الهواء مباشرة ، حيث يسري في سمائها المفتوحة مفهوم واحد هو الصناعة الثقافية التي تعبر عن الاجتياح القادم لكل الحواجز المتمثلة في ذاتية و خصوصية مختلف الأنظمة و الثقافات ، كما تشير أيضا في الوقت ذاته إلى ما نحن مقبلين عليه، هذا كله نتيجة للوعي بأهمية عملية تصنيع الثقافة و ما لها من فوائد مادية و معنوية بالإضافة إلى فرض الوجود على مستوى العالم ككل من خلال تعزيز الأداء الاقتصادي.

فبذلك فرضت وسائل الإعلام سيطرتها في مجال صناعة الثقافة إلى جانب شبكة الأنترنت والمنظمات والمؤسسات الدولية وكذا الشركات المتعددة الجنسيات بالنسبة للدول الكبرى.

غير أن الأمر الذي استخلصناه من دراستنا التطبيقية أن مفهوم الصناعة الثقافية لا يتجسد على مستوى اذاعة مستغانم المحلية بالرغم من أنها وسيلة إعلام بحيث نجدها تهتم بالثقافة من جانب الإعلام وليس بمفهوم الترويج أو التسويق لها من أجل تحقيق الربح المادي أو خدمة فئة معينة في المجتمع، على عكس أكبر دول العالم التي جعلت من هذا المفهوم مصدر دخل كبير لها قائم على الانتاج الثقافي والشركات ورأس المال والقدرات التقنية والبشرية والمؤسسات.

## قائمة المراجع

- 1- أحمد محمد عبد المطلب، التربية و دورها في نشر الوعي القانوني، بدون طبعة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1993.
- 2- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، بدون طبعة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
- 3- إبراهيم عبد المطلب المسلمي ، نشأة وسائل الإعلام و تطورها، ط2، دار الفكر العربي للنشر، القاهرة، 2005.
- 4- إبراهيم القطان إمام شكري، الإعلام العربي و الوعي السياسي للمراهقين، بدون طبعة، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، بدون سنة.
- 5- إمام عبد الفتاح ، الديمقراطية و الوعي السياسي، ط1، نهضة مصر القاهرة، 2006.
- 6- توم بوتومور ، مدرسة فرانكفورت، ترجمة سعد هجرس، ط2، دار أويا، ليبيا، 2004.
- 7- جان قارني ، عولمة الثقافة و أسئلة الديمقراطية، ترجمة عبد الجليل الأزدي، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.
- 8- جمال العيفة ، مؤسسات الإعلام و الاتصال الوظائف الهياكل الأدوار، بدون طبعة ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، 2010.

- 9- حسن عماد مكاوي و حسين السيد ليلي، الاتصال و نظرياته المعاصرة، بدون طبعة،  
الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، بدون سنة.
- 10- نياي هندي صالح ، أثر وسائل الإعلام على الطفل، ط1، دار الفكر، عمان، 2008.
- 11- عاطف عدلي العبد ، الاتصال و الرأي العام و الأسس النظرية و الإسهامات العربية،  
بدون طبعة، دار الفكر العربي، 1993.
- 12- عاطف عدلي العبد و عاطف العبد نهى، وسائل الإعلام و الاتصال، بدون طبعة، دار  
الفكر العربي، القاهرة، 2011.
- 13- عزام أبو الحمام ، الإعلام و المجتمع، ط1، دار أسامة الأردن، 2011.
- 14- عماد عبد الغني ، سوسيولوجيا الثقافة المفاهيم الاشكاليات من الحداثة إلى العولمة،  
ط1، مركز الدراسات العربية، لبنان، 2006.
- 15- عماد عبد الغني ، منهجية البحث فيعلم الاجتماع الإشكاليات التقنيات المقابلات، ط2،  
دار الطليعة، بيروت، 2007.
- 16- علي غربي ، علم الاجتماع و الثنائيات التقليدية المحدثه، بدون طبعة، مخبر علم  
الاجتماع و الاتصال للبحث، الجزائر، 2007.
- 17- فؤاد أحمد الساري ، وسائل الإعلام النشأة و التطور، ط1، دار أسامة، عمان، 2011.

18-فؤاد المرعي ، الوعي الاجتماعي و قوانين تطوره، بدون طبعة، دار الفجر، بيروت،  
1990.

19- منذر صالح جاسم الزبيدي ، دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، ط1، دار  
الحامد للنشر و التوزيع، عمان، 2013.

20- موريس أنجرس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار القصبة للنشر،  
الجزائر، 2006.

21- محمد بن الحاج الغوثي بخوشة ، ديوان سيدي الأخضر بن خلود شاعر الدين و  
الوطن بدون طبعة، ابن خلدون للنشر و التوزيع، الجزائر، بدون سنة.

### القواميس و المعاجم

22-إسماعيل عبد الكافي ، معجم مصطلحات العولمة، ط1، الدار الثقافية، القاهرة، 2004.

23- منير حجاب محمد ، الموسوعة الإعلامية، بدون طبعة، دار الفجر للنشر و التوزيع،  
2003.

## المذكرات

24-لعيدي مكية، رورتاج مكتوب حول تراث سيدي لخضر بن خلوف عادة الطعم بمدينة سيدي لخضر أنموذجا، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال كلية العلوم الاجتماعي، جامعة مستغانم، 2013.

## المواقع الالكترونية

25-جريدة الرياض ،حمد عبد الله اللحيدان،أهمية الصناعة الثقافية،08 يناير 2010 العدد .15173

-[www.alriyadh.com/487801](http://www.alriyadh.com/487801).

26-[https : or wikipedia.org/wiki/صناعة الثقافة](https://or.wikipedia.org/wiki/صناعة_الثقافة).

27-جريدة الغد،إبراهيم غرايبيبة،الصناعة الثقافية،الأربعاء23افريل 2008 الساعة 3:00 صباحاً.

-[alghad.com/articles/54494](http://alghad.com/articles/54494).الصناعة الثقافية.

جامعة عبد الحميد بن باديس

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام و الاتصال

تخصص وسائل الإعلام و المجتمع

دليل المقابلة

تحية طيبة و بعد:

يأتي دليل المقابلة الذي بين أيديكم في اطار انجاز دراسة أكاديمية تحمل عنوان "الوعي الإعلامي و الصناعات الثقافية" التناول الإعلامي لإذاعة مستغانم" لعادة الطعم بسيدي لخضر" أنموذجا"، و ذلك من أجل نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال تخصص وسائل الأعلام و المجتمع بكلية العلوم الاجتماعية مستغانم.

و عليه نرجو منكم التعاون معنا قدر الإمكان عبر الإجابة عن الأسئلة الواردة في هذا الدليل ذلك لأن مساهمتكم أمر ضروري جدا سيمكننا من تحقيق أهداف بحثنا.

إعداد:

تحت إشراف الأستاذ:

- عبد الله نذير الثاني

- سالي حفيظة

- ساعد فتيحة

السنة الجامعية: 2015/2016

## المحور الأول: السمات العامة

- السن:.....

- الجنس:.....

-المستوى:.....

- المهنة:.....

المحور الثاني: الفروق من حيث السن و من حيث الجنس في المعالجة الإعلامية على مستوى الفريق الصحفي لإذاعة مستغانم في تقديم مادة إعلامية ثقافية محلية.

-هل تمتلك مؤسستكم وعيا إعلاميا؟

-هل تهتم مؤسستكم الإعلامية بالإعلام الثقافي؟

-حول ماذا يتمحور هذا الإعلام الثقافي؟

-هل ساعدكم الوعي في تقديم هذا النوع من الإعلام؟

المحور الثالث: وعي الفريق الصحفي لإذاعة مستغانم في معالجته لعادة الطعم بسيدي لخضر كصناعة ثقافية.

-هل أنتم ملمون بهذا الموروث الثقافي؟

-ما هي أبعاد و دلالات هذه العادة؟

-هل كان هذا تناول من أجل التغطية و فقط؟

-هل هذا تناول هو نتيجة للوعي الإعلامي؟

-هل ساهم الوعي الإعلامي في تقديم هذه العادة كصناعة ثقافية؟

تقبلوا منا في الأخير جزيل الشكر و الامتنان.

## ملخص الدراسة

أصبحت الصناعات الثقافية في الوقت الراهن مسألة مركزية خاصة بعد تطورها في العقود الأخيرة، و بعد تزايد الاهتمام بها بصورة مطردة نظرا لدورها المتمثل في حماية الهوية الثقافية و القيم و الدلالات من جهة و رفع مستوى الثقافة من جهة أخرى، إضافة على ذلك الثروات الكبيرة التي تُدرّجها لاقتصادات الدول من خلال تبضيع الثقافة، و مما يزيد أهميتها هي علاقتها الوثيقة بوسائل الإعلام على اختلافها و التي تمثل الجانب التطبيقي لها من خلال فتحها لأسواق خاصة بتسويق الثقافة.

فبناءً على هذه الأهمية هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى خدمة الوعي الإعلامي لإذاعة مستغانم كوسيلة إعلامية لمفهوم الصناعة الثقافية عادة "الطعم" أنموذجاً، و لتحقيق هذا الهدف تم استخدام المنهج الوصفي بالاعتماد على أداة المقابلة حيث تكونت عينة الدراسة من 07 مفردات تم اختيارها بواسطة أسلوب المعاينة القصدية العمدية، و قد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

-الوعي الإعلامي لإذاعة الجزائر من مستغانم لا يخدم بما يسمى الصناعات الثقافية.

-لا تقدم الإذاعة عادة "الطعم" بسيدي لخضر كصناعة ثقافية.

-وعي الإذاعة بمفهوم الصناعة الثقافية هو وعي نظري للمفهوم.

-تناول الإذاعة عادة "الطعم" من أجل تقديم إعلام ثقافي للمحافظة على الهوية الثقافية.

## الفهرس

	شكر
	اهداء
أ-ج	خطة الدراسة
د-و	مقدمة
	<b>الإطار المنهجي</b>
03	تحديد الموضوع
06	الإشكالية و فروضها
07	المنهج المتبع
09	أداة الدراسة
10	مجتمع البحث و العينة
11	أهداف و أسباب الدراسة
12	حدود الدراسة
13	تحديد المصطلحات
14	الدراسات السابقة
16	الخلفية النظرية
	<b>الإطار النظري</b>
	<b>الفصل الأول: ماهية الإعلام</b>
20	تمهيد
21	المبحث الأول: تعريف الإعلام
23	المبحث الثاني: وظائف وسائل الإعلام
29	المبحث الثالث: أنواع وسائل الإعلام و خصائصها الإعلامية
34	خلاصة
	<b>الفصل الثاني: تعريف الوعي و أنواعه</b>

36	تمهيد
37	المبحث الأول: تعريف الوعي
40	المبحث الثاني: أنواع الوعي
48	المبحث الثالث: الإعلام و تشكيل الوعي
50	خلاصة
	الفصل الثالث: ماهية الصناعات الثقافية
51	تمهيد
52	المبحث الأول: تعريف الصناعات الثقافية
53	المبحث الثاني: عوامل الصناعات الثقافية
55	المبحث الثالث: أهمية الصناعات الثقافية
62	المبحث الرابع: مدرسة فرانكفورت و نظرتها للصناعات الثقافية
64	خلاصة
	الاطار التطبيقي
70	بطاقة فنية عن إذاعة مستغانم
71	بطاقة فنية عن شخصية سيدي لخضر بن خلوف
73	بطاقة فنية عن عادة الطعم بسيدي لخضر
74	تحليل بيانات المقابلة
76	الاستنتاجات العامة
92	اختبار الفرضيات
	خاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق
	الفهرس

# خطة البحث

مقدمة

الإطار المنهجي

1-تحديد الموضوع

2-الإشكالية و فروضها

4-المنهج المتبع

5-أداة الدراسة

6-مجتمع البحث و العينة

7-أهداف و أسباب الدراسة

9-حدود الدراسة

10-تحديد المصطلحات

11- الدراسات السابقة

12- الخلفية النظرية

الإطار النظري

الفصل الأول: ماهية الإعلام

تمهيد

المبحث الأول: تعريف الإعلام

**المبحث الثاني: وظائف وسائل الإعلام**

**المبحث الثالث: أنواع وسائل الإعلام و خصائصها الإعلامية**

خلاصة