

*Dirassat & Abhath*  
The Arabic Journal of Human  
and Social Sciences



مجلة دراسات وأبحاث  
المجلة العربية في العلوم الإنسانية  
والاجتماعية

*EISSN: 2253-0363*  
*ISSN : 1112-9751*

صناعة الثقافة الموسيقية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي  
ودور المؤسسات التعليمية الأكاديمية

**The Music Culture Industry through Social Media and the Role of the  
Academic Educational Institutions**

---

**Rami Najib Haddad** رامي نجيب حداد

أستاذ دكتور – كلية الفنون والتصميم، الجامعة الأردنية

Professor at School of Arts and Design / the University of Jordan

rami.haddad@ju.edu.jo

---

تاريخ النشر: 2026/07/15

تاريخ القبول: 2025/12/27

تاريخ الاستلام: 2025/08/20

## الملخص :

استُخدم اصطلاح صناعة الثقافة كتعبير عن النفوذ الذي تمتعت به صناعات الإعلام، إلا أن تلك النظرة قد تغيّرت وانقسمت آراء المفكرين وعلماء الاجتماع بين النظرة الإيجابية والسلبية، ودخلت تلك الصناعة حديثاً في مجال الموسيقى كما دخلت مجال التجارة والتسويق الموسيقي، وطالما تم اعتبار المؤسسة الأكاديمية أساساً في تشكيل تفكير الفرد وتوجهاته، فقد جاء هذا البحث بهدف بيان ما يمكن أن تقوم به تلك المؤسسة لتمكين النشء من تحديد توجهاته بنفسه بناءً على أسس منطقية توازن بين المتعارف عليه والمقبول مجتمعيًا، وبين الجديد والمصنوع ثقافيًا في الجانب الفني الموسيقي تحديداً. وقد توصل البحث إلى أنه بالرغم من تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الثقافة الفنية، فإن مقدار الوعي للفرد يعتمد على قدرته لاختيار الأنسب والأقرب إلى بيئته ومجتمعه، الأمر الذي يمكن أن تزوده به المؤسسة التعليمية.

**الكلمات المفتاحية:** ثقافة، صناعة ثقافية، وسائل التواصل الاجتماعي، المؤسسة التعليمية، التربية الموسيقية

**Abstract :**

The term "culture industry" was used to describe the influence of the media industry. However, this has changed since intellectuals and sociologists have different opinions towards positive and negative effects. This industry has recently effected music field within trade and marketing. While the academic institution always considered fundamental in promoting individual thinking and orientations, this research aims at demonstrating the potential of this institution to enable humankind determining their own orientations based on logical foundations that balance what is familiar and socially acceptable, and what is new and culturally manufactured, specifically in the artistic sphere of music. The research concluded that despite the impact of social media on artistic culture, the degree of individual's awareness depends on the ability to choose what is appropriate and closest to the ambient environment and society, which the academic institution can provide.

**Keywords:** Culture, culture industry, social media, educational institution, musical education

## مقدمة

تهدف إلى التحكّم بالمجتمع (O'Connor, 2010: 11)، إلا أن أول من أستخدم هذا الاصطلاح كان لاجنو مدرسة فرانكفورت وذلك نتيجة الظروف التي عاشوها وبالرجوع إلى تعريف جوزيف غوبلز (Joseph Goebbels)، وقد تم استخدامه كتعبير عن السلطة التي كانت تتمتع بها صناعات الإعلام التاريخي والتي وصفت بالسلطوية (Sandvig, 2015: 1). إلا أن تلك النظرة قد تغيّرت منذ السبعينيات وانقسمت آراء المفكرين وعلماء الاجتماع بين النظرة الإيجابية والسلبية نحو الاصطلاح، وهناك من يرى فيه جوانب إيجابية وأخرى سلبية في نفس الوقت، وقد تحوّل المصطلح إلى صيغة الجمع أي الصناعات الثقافية، وذلك بعد أن احتل هذا النوع من الصناعات جزءاً مهماً في النشاط الاقتصادي العالمي كما في النشاط الأكاديمي (فوزي، 2016: 204).

دخلت تلك الصناعة الثقافية في مجال الموسيقى بعدة طرق من أهمها برامج المسابقات مثل (Pop Idol) عام 2001 والذي صممه الفنان سيمون فولر (Simon Fuller) تم تجييره إلى عدة نسخ منها (American Idol) والنسخة العربية (Arab Idol) ومن

من الممكن ربط اصطلاح الثقافة بالجوانب الإيجابية في المجتمع، إلا أنها قد تكون أحياناً مرتبطة بسلوكيات أو توجهات خارجة عن نطاق العادات أو التقاليد أو الأعراف أو المعتقدات، وبمعنى آخر أنها قد تكون غير مألوفة، وقد تم نقلها أو نسخها من مجتمعات أخرى لا تتناسب مع ما هو سائد أو معتقد في المجتمع المنقولة إليه، وهذا ما يمكن اعتباره أو تسميته بصناعة الثقافة، فالثقافة المصنوعة أو صناعة الثقافة (Culture Industry) هو اصطلاح استخدمه كل من الفيلسوف والناقد الألماني "ثيودور أدورنو" (Theodor Adorno) (1903–1969) والفيلسوف "ماكس هوركهايمر" (Max Horkheimer) (1895–1973)، وتم تقديمه بداية كأحد اصطلاحات النظرية النقدية في فصل (ثقافة الصناعة: التنوير باعتباره خداعاً جماعياً) من كتاب (جدلية التنوير) الذي ألفه أدورنو عام (1944)، إذ قالوا بأن الثقافة الشعبية هي أشبه بمصنع ينتج سلعةً ثقافيةً ممزوجة من موسيقى وأفلام وبرامج إذاعية وثقافية ومجلات، وغير ذلك،

المختلفة، وذلك لدعم دور تلك المؤسسة وتحفيزها على القيام بواجبها نحو توجيه الفرد لاختيار الأفضل، وبما يتناسب مع الأعراف والعادات والتقاليد المجتمعية والمعتقدات السائدة في ذلك المجتمع، بطريقة الإقناع ونشر الثقافة الأمثل لذلك المجتمع.

#### منهجية البحث

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي والذي يصف من خلاله الباحث الظواهر والمشكلات المتعلقة بموضوع البحث، ويطرح الفرضيات التي تقع في مجاله للوصول إلى نتائج ومحاولة تفسيرها من خلال الوصف والتحليل ومقارنة الظواهر المتشابهة ببعضها، إذ قام بوصف الظاهرة قيد الدراسة وتوصل إلى نتائجه من خلال محاولة التحقق من فرضياته عن طريق تحليل ما أمكنه من بيانات علمية تتعلق بالظاهرة.

#### مفهوم الصناعات الثقافية

يُقصد بمصطلح "صناعة الثقافة" هي عملية التسويق التجاري للثقافة، وهو فرع الصناعة الذي يتعامل تحديداً مع إنتاج الثقافة تتناقض مع "الثقافة الأصيلة" (Authentic culture)، كما أن هدف صناعة الثقافة - كما هو الحال في كل الصناعات - يركز على النجاح الاقتصادي، ولذلك، فالصناعات الثقافية هي إنتاج أو إعادة إنتاج أعمال تنتشر من خلال التلفاز أو الهاتف الخليوي أو الأجهزة الحاسوبية واللوحية كالأفلام والبرامج الفنية أو الأخبار أو الرياضة وغيرها حسب مبادئ الإنتاج الصناعي، أي تحويلها إلى سلع استهلاكية تعرض في السوق مثلها مثل السلع الصناعية الأخرى، وذلك من خلال الإنتاج الضخم لها والذي يقابله حتما استهلاك جماهيري ضخم (فوزي، 2016: 206)، وهو يختلف عما يعرف بمفهوم "الثقافة" والذي يعني تأثر الثقافات بعضها ببعض، نتيجة الاتصال بين الشعوب والمجتمعات مهما كانت طبيعة هذا الاتصال وأهدافه (الشماس، 2004: 146)، إذ أن هذا الأمر قد كان مألوفاً منذ عهد الحضارات القديمة كالفرعونية، والإغريقية، والرومانية، وغيرها، ولا يرتبط بالصناعة مباشرة بالتسويق لتجاري للمنتج، وإنما يتعلق بالاندماج والعيش المشترك نتيجة الهجرات أو نتيجة بعض الظروف السياسية.

ينظر أدورنو وهوركهايمر لتلك الثقافة المنتجة على نطاق واسع أنها تمثل خطراً على الفنون الرفيعة ذات الجوهر الفكري، ويرى أن الحاجة النفسية الحقيقية للفرد هي حرية

تلك البرامج أيضاً (The Voice)، وإكس فاكتر (The X Factor) وغيرها. وأصبحت تلك البرامج تبث عبر وسائل الإعلام المرئي والمسموع، وغدا الترويج لها باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي أمر مستساغ، بالإضافة إلى أن لبعضها تطبيقات خاصة بها على الهواتف الخلوية واللوحية، وقد دخل مجال التجارة والتسويق لتلك البرامج الغنائية لكسب المزيد من المشاهدين والمتابعين وبالتالي المزيد من المكاسب المادية، وقد وصل الأمر اليوم إلى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للترويج لتلك البرامج.

#### هدف البحث وفرضياته

سعى الباحث إلى تسليط الضوء على ما تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي من دور في صناعة ثقافة الفرد الموسيقية، وما يمكن أن تقوم به المؤسسة الأكاديمية التعليمية كونها شريك أساسي في بناء فكر وثقافة الإنسان وذلك بهدف بيان ما يمكن أن تقوم به تلك المؤسسة في هذا الإطار لتمكين الجيل الحالي من صنع قراره بنفسه بناء على أسس منطقية توازن بين ما هو متعارف عليه ومقبول مجتمعيًا، وما هو جديد ومصنوع ثقافياً في الجانب الفني الموسيقي تحديداً، وقد تعتمد الباحث وضع كلمة أكاديمية بعد المؤسسة التعليمية للتمييز بينها وبين المؤسسة التعليمية غير الأكاديمية كالأُسرة أو المجتمع مثلاً، إذ يركز هذا البحث على ما يمكن تقوم به المؤسسة التعليمية الأكاديمية على وجه الخصوص من دور توعوي فاعل في حماية النشء عن طريق بث الثقافة المدروسة والموجهة نحو الحفاظ على ما يمكن تقبله مجتمعيًا وتعديل ما هو خارج عن المألوف ليتناسب مع المجتمع، وعليه، فقد وضع الباحث فرضيات حاول من خلالها تحقيق الهدف المنشود في هذا البحث، وهي:

- يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أن تساهم في توجيه صناعة ثقافة الفرد والمجتمع الموسيقية بشكل ملموس.
- يمكن للمؤسسة الأكاديمية التعليمية أن تؤثر في مخرجات الثقافة المصنوعة والمتعلقة بالثقافة الموسيقية وتوجيهها نحو الاتجاه المرغوب.

#### مشكلة البحث

يسعى الباحث إلى الربط بين ما هو قائم من اتجاهات ونزعات تسعى بشكل مباشر أو غير مباشر إلى تغيير ثقافة المجتمع الموسيقية أو توجيهها باتجاه جديد، وبين ما يمكن أن تقوم به المؤسسة التعليمية كمحور أساسي في بناء ثقافة الفرد وخصوصاً لدى فئة الأطفال والشباب في مراحل التعليم

الأصدقاء للوصول إلى ملفاتهم الشخصية (الصباغ، 2010: 103).

أدت التكنولوجيا إلى ظهور العديد من نقاط التحول الرئيسية في المجتمعات، وأثر ذلك في طرق التعليم العام والتعليم للمواد المتخصصة، كما أثر ذلك في تسويق ثقافات لم تكن حتى في ضروب الحسبان، وأدى ظهور أجهزة الكمبيوتر الحديث والأجهزة الذكية والبرامج إلى وجود تنوع كبير في منصات التعلم المختلفة مثل مايكروسوفت تيمز ( MS Teams)، و موودل (Moodle)، و زووم (Zoom)، وغيرها، ناهيك عن أنواع مختلفة من منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك (Facebook)، وواتساب (WhatsApp)، وإنستغرام (Instagram)، وتكتوك (TikTok)، وغيرها، كما قام الذكاء الاصطناعي بتوفير مساحات كبيرة أمام الفرد لتحقيق ما كان يصعب تحقيقه خلال فترات زمنية قصيرة وبكلفة مادية يسيرة. لقد ساعدت تلك الوسائل والإمكانيات في ترويج بعض أنواع الثقافة الدخيلة من مجتمع إلى آخر بحيث غزت المجتمعات بعضها لبعض بصرف النظر عن العقائد أو العادات أو التقاليد أو الأعراف أو المعتقدات السائدة في أي مجتمع، وقد غدت بالنسبة للجيل الناشئ من الأطفال والشباب والملتحق بمقاعد الدراسة في المدارس والمعاهد والجامعات أمراً طبيعياً ولا بول ومرغوباً فيه في كثير من الأحيان، وتكمن الخطورة هنا في أن صناعة تلك الثقافات أدت إلى خلق حاجات نفسية لا يمكن أن يتم اشباعها إلا من خلال الحصول على منتجات الرأسمالية التي تسيطر على تلك الصناعة (السلعة) لمصلحتها الخاصة، وبالتالي، فإنها تسيطر على المجتمع وتجعله يحاول الحصول على المنتج بأي ثمن.

وتسعى الشركات الرأسمالية من خلال تلك الوسائل إلى ضمان استمرارية إطاعة الجمهور لها لمصالحها الخاصة، مما جعلها تسعى إلى توظيف أفراد ذوي تأثير كبير من المجتمعات بهدف الترويج لمنتج ثقافي معين وهم ما يطلق عليهم (المؤثرين)، وبالتالي، تقوم تلك الفئة بنشر ثقافة معينة تستهدف فئة أو عدة فئات من المجتمع وتعمل على ترويج سلوك أو ثقافة معينة عن طريق التأثير المتأني عن أولئك الأشخاص بطريقة قد تكون مباشرة أو غير مباشرة، فقد يكون الهدف الأساسي لها هو ترويج منتجها الصناعي أو التجاري المعين، إلا أن شيوع استخدام ذلك المنتج قد يؤدي إلى دخول ثقافة جديدة لم تكن موجودة في ذلك المجتمع، فعلى سبيل المثال؛ عندما تقوم

اختياره للمنتج الثقافي الإبداعي، وهو ما يخلق السعادة الحقيقية، فقد أصبح المجتمع منقاداً لذلك النوع من الفنون وتمت السيطرة عليه دون أن يشعر بذلك، وقد يكون انتاج الأعمال الفنية الضخمة التي تنتجها وسائل الإعلام الكبيرة تحتوي كل من الفن الجيد والفن الهابط، إلا أنها لا تعطي، في أغلب الأحيان، ذلك النوع من الفن الجيد حقه مما يجعله شيئاً ثانوية بالنسبة للمتلقين، وبالتالي يتم إهماله (الوليد، 2017). ويرتبط مفهوم الصناعات الثقافية ببعض الأنشطة الفكرية والإبداعية للإنسان، أي بالمعنى الضيق للثقافة؛ للثقافة معناها العام الذي يتفق عليه علماء النفس والاجتماع، وهو أن الثقافة هي استجابة الإنسان لإشباع حاجاته وهي نماذج مكتسبة يصل إليها الإنسان إما بالتفكير والعقل، كاستجابة للوسط الذي يعيش فيه، أو عن طريق النقل من المجتمعات الأخرى، كما تتميز الثقافة بأنها اختراع إنساني ينتقل من جيل إلى جيل مع القابلية للإضافة والتعديل والتغيير؛ أما الثقافة بمعناها الضيق فيقصد بها الأنشطة الفكرية الإبداعية والفنية التي يمارسها الإنسان، أي ينصرف هذا المعنى إلى الآداب والفنون بشكل أساسي ثم إلى بعض أشكال الإنتاج الفكري ويرتبط مفهوم الصناعات الثقافية بهذا المعنى الأخير للثقافة (أبو غازي، 2001: 3).

#### وسائل التواصل الاجتماعي والثقافة الصناعية

منذ دخول الإنترنت أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي مسيطرة على كل فرد من أفراد لمجتمع، سواء كان يتلقى الثقافة التي تسوّقها تلك الوسائل مباشرة، أو تنقل إليه عن طريق من يتلقاها، وقد أصبحت عملية ترويج الثقافات الصناعية والفن المستورد أمراً سهلاً وميسراً، بل ومرغوباً به لدى أفراد المجتمع، وقد ساعد على ذلك رخص المنتج نسبياً وقدرة أي فرد الحصول عليه.

لقد بدأت ظاهرة المواقع الاجتماعية في عام 1997، إذ كان موقع (Sixdegrees.com) أول موقع أتاح الفرصة لتحميل الملفات الشخصية للمستخدمين، وكذلك إمكانية التعليق على الأخبار الموجودة على الموقع، كما أتاح تبادل الرسائل مع باقي المشتركين، تبعه موقع (Myspace.com) عام 2003، بعد ذلك توالى ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، لكن العلامة الفارقة كانت في ظهور موقع (Facebook.com) الذي مكّن مستخدميه من تبادل المعلومات فيما بينهم أعطى المجال أمام

آثارها على التعليم والثقافة بشكل عام، فالحريات الشخصية تؤدي إلى ما يمكن رؤيته اليوم من الآثار المترتبة على ثقافات العديد من البلدان في شكل مجموعة ضخمة من أنواع الممارسات التي يتم صنعها وبيعها واستهلاكها ومن ضمنها الفن، دون أن نكون قادرين على السيطرة عليها كما كان عليه في الماضي، وبالطبع سيكون من الصعب السيطرة على العدد المتزايد من المنتجات والخدمات المتاحة في شكل إلكتروني بشكل عام (Gordon, 2003 : 73-78).

على الأقل، يبدو أنه من المحتمل أن يستفيد اختصاصيو التربية من المنصات الرقمية في عملية التعليم، سواء أكان ذلك تعليمًا مدرسيًا أو على مستوى المعاهد والجامعات وكليات المجتمع، إذ يمكن لمستخدمي "الهواتف الذكية" وأجهزة الحاسوب والأجهزة اللوحية إنشاء برامج تعليمية في أي وقت من خلال التطبيقات المختلفة، وهذا الأمر يمكنه أن يجعل انتشار أنواعًا من التعليم المباشر أو غير المباشر أمرًا حتميًا، ولكن استخدام تلك الأجهزة والمنصات قد ينعكس سلبًا على ثقافة الفرد ولا سيما أنه أصبح بالإمكان الترويج لأنواع من الفن والبرامج الفنية بكل سهولة، وأنه يمكن التكهن هنا بأن "أي شخص لديه هاتف محمول يمكن أن يصبح مؤثرًا ويعمل على زيادة الترويج لتلك البرامج (Cain & Helft : 2009).

#### دور المؤسسة التعليمية الأكاديمية

من الطبيعي أن تكون المؤسسة الأكاديمية منبع الحرية الفكرية التي تحدث عنها أدورنو وهوركهايمر، ولا بد أن يكون لها دور في الحراك الثقافي الحالي، وخصوصاً أننا نعيش الآن في فترة تتسم بالتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية العميقة التي يشهدها عالمنا المعاصر.

لحسن الحظ، يبدو أن جزء من المناهج الدراسية في البلدان التي تسعى إلى الحداثة والتطور، ويؤمن البعض أن التعليم يساهم في تطوير مهارات عالية المستوى في الوعي الإدراك والبراعة والقدرة على العمل بشكل خلاق في مجموعات صغيرة، ويعتقد البعض أن كل هذه المهارات مرتبطة بإنتاج (واستهلاك) خدمات جديدة ويسعون من خلالها إلى تحويل التعليم والتثقيف الموسيقي إلى مهنة يمكن الاستفادة منها في زيادة الدخل وتحسين الاقتصاد، وذلك من خلال زيادة فرص العمل عن طريق إنشاء المعاهد الموسيقية وتوفير التعليم الموسيقي في المدارس والجامعات والمعاهد والأكاديميات.

إحدى القنوات الفضائية الضخمة بإنتاج حلقات من مسابقات غنائية أو فنية مختلفة، والتي تتضمن نوع من الفنون الحديثة (الراب على سبيل المثال)، فإنها تقوم باستقطاب شخصيات ذات تأثير جماهيري وتضعهم كجان تحكيم تروج لذلك الفن الجديد وتتحدث عنه وكأنه هو الفن الحقيقي والمنشود، وتقوم بالترويج لذلك كثقافة فنية حديثة، وبالتالي، تقوم بتوجيه ذائقة الجيل الجديد نحوه، مع أنها قد لا تعترف بالنظرية التي تقول بأن منتجها الذي قامت ببثه من خلال التلفاز والهواتف الذكية ووسائل التواصل الاجتماعي يسعى إلى نشر ذلك النوع الجديد من الفنون مما يؤثر سلبًا في الذائقة السمعية للفرد، إذ يخلو هذا النوع من الغناء من اللحن الجميل وعناصر الأغنية الأساسية، باستثناء الإيقاع والذي يأتي رتبًا ومتكررا، وهذا أمر شبيه لما تسعى له بعض الشركات الغذائية خلال الترويج لنوع من مشروبات الطاقة مثلا، والتي تسعى من خلالها إلى نشر ثقافة استهلاك تلك المنتجات على أنها تساعد الفرد في استعادة النشاط البدني بهدف تسويق المنتج، بصف النظر عن ما قد يرافقه من تأثيرات غير مناسبة لصحة الفرد.

الإشكالية هنا، أن تلك العملية أصبحت ترسم السياق العامة للمنتج الثقافي الفكري؛ فعلى سبيل المثال أصبحت ثقافة العنف سائدة في المجتمعات نتيجة ما يبث من أفلام السينما وأبطالها المشهورين، وذلك بتقليد اللباس، وقيادة السيارة، وتقليد بعض أنواع السلوك المجتمعي من محاولات الاستقلالية عن الأسرة والتفكك الأسري، والمنافسة على المظاهر الزائفة، والسعي وراء النجومية السريعة، والأهم من ذلك أن تلك الوسائل غدت عامل إبعاد عن الممارسة الحقيقية للتثقيف الذي أنتج الأعمال الإبداعية وخصوصا في الجانب الموسيقي، وعليه، فإن تلك الوسائل الإعلامية الحديثة والمنتجات الصناعية والتجارية قامت بتوجيه النشء الجديد نحو ما تريده، أو بالأحرى ما يريد أصحاب رأس المال أن يتم الترويج له، من أجل ضمان استمرار مصالحهم وترويج سلعهم وإن لم تكن ذات قيمة حقيقية، فلقد ساهمت الاختراعات والتكنولوجيا الحديثة ووسائل التواصل في المجال السمعي والبصري في حياد الذوق العام عما هو ذو قيمة وهذا نتيجة معاملته معاملة السلعة التجارية (أبو بكر، 2018: 119).

من الطبيعي أن تؤدي الثورة التكنولوجية إلى تغييرات سياسية، واقتصادية، واجتماعية، وتكنولوجية، وأن تنعكس

والشباب ممن هم على مقاعد الدراسة في المؤسسات التعليمية المختلفة قد أصبحوا مأسورين بمحتوى تلك الوسائل بل يقوموا بتقليد الكثير من السلوكيات ويتبنون العديد من الأفكار والاتجاهات غير المألوفة في مجتمعاتهم.

هذا الأمر أصبح مدار بحث وجدل لدى العديد من التربويين الذين طالما سعوا لتعديل سلوك الفرد من خلال الدراسات والنظريات التي أوجدوها في مجال التعلم، وتعديل السلوك، وتحفيز الاتجاه الأخلاقي السليم، والتفكير العلمي المبني على الأصالة والجديّة والمنهجية العلمية الدقيقة في استقاء المعلومات ومناقشتها بأسلوب علمي واع.

ثانيا - تقول الفرضية الثانية أنه يمكن للمؤسسة الأكاديمية التعليمية أن تؤثر في مخرجات الثقافة المصنوعة والمتعلقة بالثقافة الموسيقية وتوجيهها نحو الاتجاه المرغوب.

لطالما سعت المؤسسة التعليمية إلى بناء الفرد عقليا وجسديا ونفسيا من خلال تحقيق نتائج تعلّم محددة مسبقا وتبعا لمنهجيات مدروسة تتناسب وثقافة المجتمع وعاداته وتقاليد ومعتقداته وانطلاقا من دستور الدولة ورسالتها المعتمدة، وبما يتناسب مع معدل دخل الفرد وبيئته المحيطة وإمكانياته المادية.

لا يمكن الإنكار أن ما تواجهه المؤسسة التعليمية هو ذو حجم كبير قد يفوق إمكانياتها أو يتخطى أهدافها، إلا أن ذلك لا يمنع تلك المؤسسات من القيام بدورها رغم ما تواجهه من تحديات، وهذا ما تفعله، فالخطط والسياسيات التربوية والبرامج التعليمية ونتائج التعلّم المرتقبة لا تأتي من فراغ بل ضمن استراتيجيات موضوعة مسبقا وقائمة على الدراسات والأبحاث الميدانية البحثية على اختلاف أنواعها، ونتائج التغذية الراجعة التي ترصدها تلك المؤسسات.

إن الوضع الراهن لواقع المجتمعات وما تر به من تغيرات يدعو إلى الإسراع في اتخاذ الخطوات اللازمة وتعديل البرامج والمواد الدراسية القادرة على التصدي لأي عاصفة قادمة من عواصف الثقافة الصناعية والتي قد تحمل في جعبتها المزيد من التغيير في ثقافة الفرد والمجتمع.

تندرج الثقافة الفنيّة الموسيقية تحت مفهوم الثقافة العام، فالفنون جزء من ثقافة المجتمع والموسيقى نوع من أنواع الفنون، وبالتالي، فإن النزعات والأنواع الموسيقية (Musical Genres) التي تنتقل من مجتمع إلى آخر تعمل على تغيير الذائقة الفنيّة لدى المستمع تنقل إليه بعض الأفكار الجديدة

وتسعى المؤسسات الأكاديمية إلى تعزيز "الثقافة الأصيلة" والتي هي ليست موجهة نحو هدف محدد، بل أنها الهدف في حد ذاتها، أي أنها تسعى لأن تكون لدى الفرد ثقافته الخاصة والتي تجعل منه قادرا على اتخاذ القرارات وخلق الإبداعات الخاصة به واختيار ما يتناسب مع المجتمع الذي يعيشه، لا أن يقوم بمجرد تَقَمُّص لثقافات الآخرين وتقليدها حرفيا وبما هو خارج عن ثقافته الأصيلة، فالثقافة الأصيلة تعزز قدرة الخيال البشري بطريقة تختلف عن الثقافة المصنوعة، إذ أنها ترك مجالا للتفكير المستقل ولا أن تتحول إلى واقع متجدد يتغير باستمرار مع تغير الظروف، ولذلك، تعتبر الثقافة الأصيلة فريدة ولا يمكن فرضها بمخططات سابقة، في حين أن الثقافة المصنوعة قد تتغير في أي وقت ونتيجة لأي ظرف يتعلق بالنواحي السياسية أو الاقتصادية، كما أن هدف الثقافة المصنوعة هو اقتصادي بالدرجة الأولى قبل أن يكون فكري ثقافي، وبالتالي، فإن نتائج الثقافتين مختلف من ناحية فلسفيّة وعقلية.

#### مناقشة فرضيات البحث

أولا - تقول الفرضية الأولى أنه يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أن تساهم في صناعة ثقافة الفرد والمجتمع الموسيقية بشكل ملموس.

لا تسعى هذه الفرضية إلى إحباط نشر عملية صناعة الثقافة الموسيقية، بل إلى بيان دورها المؤثر في ثقافة الفرد والمجتمع وما يرتبط بها من سلوكيات فردية أو جماعية، وقد وجد الباحث من خلال الملاحظة والرصد على وسائل الإعلام المرئي والمسموع، إن عملية صناعة الثقافة الموسيقية قد انتشرت مع وجود وسائل التواصل الاجتماعي بحيث يفوق ما كانت عليه قبل وجودها بشكل كبير ومؤثر على الذائقة الفنية لدى الغالبية من أفراد المجتمع، ويمكن لأي شخص أن يلاحظ ذلك بسهولة من خلال مراقبة ومتابعة البرامج الإذاعية والتلفزيونية ووسائل التواصل الاجتماعي، وملاحظة عدد المشاهدات والمتابعات ومتابعة التقليد الحاصل للنزعات الفنية الموسيقية الحديثة مثل "الراب العربي" والذي هو تقليد لأغاني الراب الأجنبية وأغاني البوب والروك العربية وأغاني التيكنو "Techno" والفيوجن "Fusion" وغيرها.

ما هو ملحوظ ومثبت في العديد من الدراسات، سواء الواردة في هذا البحث كمراجع أو غير الواردة فيه، أن وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة والمنتشرة لدى فئة الأطفال

ونسبان الثقافة الأصيلة والخضوع لقوانين العولة والرأسمالية التي لا رحمة فيها، كما أنه يجب على المؤسسة التعليمية أن توفر وعياً أكبر وأكثر تنوعاً من التجمعات الصغيرة التي يخشى أن يصبح الفرد من خلالها أقل اهتماماً بالثقافات المحلية ذات الجذور الأصيلة، مع الانفتاح على ما هو عالمي بشكل مدروس ومنظم وخال إلى حد كبير من التوجيه المتعمد لأساليب التفكير والسلوك الدخيل والذي يسعى إلى محو ثقافة المجتمع المحلي، وهذا ما قامت به معظم الثقافات المجتمعية على مدى التاريخ وفي مختلف الحضارات لتسويق معتقداتها وثقافتها والأهم من ذلك منتجاتها التجارية والصناعية، ومنها على سبيل المثال ما استخدم في أفلام هوليوود في سبعينيات وثمانينيات القرن الماضي للترويج لاستخدام السلاح الذي كان في يد البطل في أفلام الغرب الأمريكي وكذلك الأمر بالنسبة للتدخين وغيرها من الأمور.

#### نتائج البحث

مع توسع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتنوعها، ومع انتشار الأجهزة الخلوية واللوحية بشكل ملفت نتيجة انخفاض أسعارها وتطور شبكة الإنترنت وزيادة سرعة ومكان انتشارها عالمياً، فقد أصبح من الصعب السيطرة على ما يشاهده جيل الأطفال والشباب من نشرات، وإعلانات، وفيديوهات ترويجية لمنتجات وسلوكيات ساعدت في اندماج الثقافات ببعضها البعض وأدت إلى ظهور أنواع غير مألوفة من السلوك المجتمعي، كما ساهمت تلك الوسائل في خلط الأفكار الفردية والمجتمعية وأثرت في الأسرة، وبيئة الفرد، وقيمه، وعاداته، وطريقة تفكيره (سالم، 2023: 110)، ولا يمكن الجزم بالاتجاه السلبي أو الإيجابي لذلك التغيير الحاصل في المجتمعات ولدى الأفراد إلا من خلال الدراسات العلمية المستفيضة ومراقبة السلوك المجتمعي على مدى سنوات، إلا أن ما يمكن الجزم به هو أن التغيير قائم لا محالة، وأنه من الصعب السيطرة بشكل كامل على ما يشاهده الطفل أو الشاب أو يستمع إليه و يقوم به على جهازه المتنقل أو اللوحي أو جهاز الحاسوب، وأن ما يمكن فعله حالياً هو تزويد النشء بطرق التفكير السليمة ومهارات اختيار الأنسب، وتزويده بمهارات اكتشاف الحقائق عن طريق الاعتماد على المصادر الأكثر ثقة، مع الإشارة إلى عدم وجود الثقة المطلقة، وإقناعه بتنوع مصادر المعلومات ومقارنتها، والأهم من ذلك، إقناع الجيل بالنظر إلى الإرث المجتمعي من عادات وتقاليد وأعراف

بل ويرتبط بعضها ببعض السلوكيات التي قد تكون غريبة في مجتمعه وبيئته، وبالتالي، لا بد من أن تقوم المؤسسة التعليمية الأكاديمية بدورها في صقل وتشذيب ثقافة الجيل الناشئ، وقد يكون ذلك عن طريق بث البرامج التثقيفية من خلال وسائل الإعلام المرئي والمسموع ومن خلال شبكة الإنترنت، واستغلال برامج وتطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي بحيث تجذب إليها أكبر قدر ممكن من الجمهور خصوصاً من فئتي الأطفال والشباب، وقد تلجأ حتى إلى المؤثرين (influencers) القادرين على جذب أكبر قدر ممكن من المتابعين، إذ أن الغالبية العظمى من الجيل الناشئ تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي بما يزيد عن أربع ساعات يومياً (الخدام، 2023: 173)، وذلك يعد أكثر من 20% من الفترة التي يقضها يقظاً خلال اليوم.

من هنا من لا بد من الإشارة إلى مفهوم الثقافة الأصيلة من خلال المؤسسات الأكاديمية التي تُعنى بتلك الثقافة، ومنها المدارس والجامعات والمعاهد الأكاديمية، ولا بد من بذل المزيد من الجهود نحو الارتقاء بالوعي الثقافي العام والخاص للفرد وجعله قادراً على اتخاذ القرار بنفسه وذلك عن طريق تزويده بقدرات البحث والتقصي الموثوقة واختيار المصادر المختلفة والمقارنة بينها للحصول على المعلومة بطريقة واعية وعلمية، لكي لا يبيت في سبات المعلومة المظلمة والتي قد تؤدي إلى تغيير فك وسلوك المجتمع بالكامل نحو ما لا تحمد عقباه، وقد يتأتى ذلك عن طريق:

-تحفيز الذاكرة (Memory stimulation): فالثقافة الأصيلة يجب أن تبقى في ذاكرة الفرد حتى يستطيع الحفاظ عليها واستخدامها عند الحاجة.

-فهم الواقع (Understanding of reality): فعملية التذكر وحدها لن تفيد دون أن نجعل الفرد قادراً على فهم واقع تلك الثقافة.

-التطبيق (Implementation): الأمر الذي يجعلنا نتأكد من أن الفرد قد فهم ثقافته بطريقة سليمة، ونقوم بتصحيح الخطأ حال حدوث المشاهدة لذلك التطبيق.

-التقييم (Evaluation): وهو ما يجعلنا قادرين على تحديد الجيد من غير الجيد، وتمييز المفيد من الضار.

كل الأمور سابقة الذكر تلقى على عاتق المؤسسات الأكاديمية من أجل أن لا يترك المجال للثقافة الصناعية والتي قد تسيطر على توجهات الجيل الناشئ، لتحقيق أهدافها دون معالجة، وبالتالي، قد يصل المجتمع إلى مرحلة "اللا-عودة"

حتى لا تصبح هي الأخرى تائهة في دوامة الثقافة الصناعية. وإذ يعنى هذا البحث بالثقافة الصناعية في مجال الفن الموسيقي، فإن دور المؤسسة التعليمية الأكاديمية ثابت في هذا المضمار أيضا، ويجب أن تتولى بشكل فاعل حماية المجتمع من النزعات التي قد تؤثر بشكل سلبي على الذائقة العامة للمستمع، وقد تتمكن من ذلك بالاستعانة بوسائل عدة منها طرح مواد جامعية عامة متخصصة بالثقافة الفنية وفي الجانب الموسيقي تحديدا، وهو الجانب الأكثر تأثيرا في مجال الفنون عامة، إذ قد تحمل كلمات الأغاني الكثير من التعاليم الظاهرة والمخفية والتي قد تؤثر على توجهات النشء، إذ أن أكثر ما يشير لتلك الأهمية قول الفيلسوف الإغريقي أفلاطون "دعني أصنع أغاني الشعب، ولا يهمني من يصنع دستورهم" (9: Groult, 1985)

إن وجود أنماط دخيلة من الثقافات لا يعني بالضرورة أنها ثقافات سلبية أو لا تتناسب مع المجتمع لبلد ما، فثقافة إدخال الآلات الموسيقية الغربية والتي جاءت في أغاني عبد الوهاب وعبد الحليم حافظ وفيروز والرحابنة وغيرهم لم تفسد الذائقة الفنية للمجتمع، وإنما جاءت من أجل زيادة التنوع والتوسع في اللحن والتغيير في التشكيل الصوتي لفرقة الموسيقى العربية، وقد كان دخول آلة الكمان على فرق الموسيقى العربية له أهمية كبرى مع إجراء تعديل في ضبط الآلة ليتناسب مع مقامات الموسيقى العربية، ولكن ما يتحدث عنه هذا البحث هو شيء مغاير كلياً لفكرة اندماج الثقافات، فصناعة الثقافة ترتبط مباشرة بالقضايا التسويقية التجارية، في حين أن تداخل الثقافات هو أمر مرغوب وهو ما حصل على مر العصور في الحضارات القديمة، فنحن نشاهد مثلاً لدى الفراعنة استخدام القيثارة العمودية الزاوية والتي تم أخذها عن الحضارة البابلية في القرن الخامس عشر قبل الميلاد، كما استخدم الفراعنة آلة "الليرا" السومرية وطورها محليا (Duchesne-Guillemin. 1981: 288)، إلا أن ذلك لا يجعل من الحضارة الفرعونية في الجوانب الموسيقي ضعيفة أو مختزلة، بل لقد استفادت من الحضارات الأخرى في توسيع فرقها وتنوع ألحانها مع الحفاظ على خصوصية التعليم الموسيقي لديها والمرتبطة أساساً بالنواحي الوجدانية وطقوس العبادة.

#### الخلاصة

لوسائل التواصل الاجتماعي تأثير واضح لا يمكن إنكاره في كافة أشكال السلوك المجتمعي، ومن المرجح جداً أن تتدخل في

ومعتقدات، ومحاولة التوفيق بين ذلك الإرث وبين الثقافة الواردة إليه عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي والانترنت. يكاد لا يوجد مكان في العالم يخلو من الثقافة الصناعية، إلا أن تأثير تلك الثقافة يعتمد على مقدار الوعي للفرد والمجتمع للقيام باختيار الأنسب والأقرب إلى مستواه المعيشي ويتناسب مع عاداته وتقاليده ومعتقداته وما يرتبط بها من طقوس اجتماعية، كما أن بعض أشكال الثقافات الصناعية قد يكون لها تأثير إيجابي في المجتمعات بشكل أو بآخر، فعلى سبيل المثال، فإن ثقافة انتشار الأجهزة الخلوية والأجهزة اللوحية وأجهزة الكمبيوتر الشخصية، وبالرغم مما لها من تأثيرات قد يراها البعض سلبية، فقد قامت بتسهيل الكثير من الأمور الحياتية والوظيفية وخصوصاً في ظروف معينة، كالاجتماعات التي كانت تتم والأعمال التي كانت تنجز خلال جائحة كورونا، وحتى أن التدريس في الجامعات والمعاهد كان يتم عن بعد وعن طريق ما عرف بالتعلم الإلكتروني والتعلم عن بعد باستخدام تلك الأجهزة (8: Kaur et al, 2020)، وقد أصبح هذا النوع من التعلم يطبق حالياً في العديد من الجامعات والكليات والمعاهد بالرغم من انتهاء الجائحة.

هنا يأتي دور المؤسسة التعليمية في زيادة الوعي وتوجيه السلوك بالاتجاه المرغوب وهذا يتطلب البحث الدائم عن طرق وأساليب جديدة لإقناع وتثقيف الجيل المتعلم بتبني السلوكيات الإيجابية وبناء ثقافته التي تتماشى مع الأعراف والعادات والتقاليد المجتمعية وتجنب ما هو غير مناسب له وللمجتمعة الذي يعيش فيه، والأهم من ذلك هو دور المؤسسة التعليمية الأكاديمية في توجيه الفرد ليمتلك المرونة في تعديل ما يأتي إليه من ثقافة خارجية بحيث تصبح تلك الثقافة متماشية مع ثقافة مجتمعه الحالية.

لا بد أن نقر بأن الثقافة الصناعية قد تتضمن تناقضات في وجود العديد من الإيجابيات والسلبيات في الوقت ذاته، إلا أنه من الضروري أن نكون مدركين وواعين للدور المناط بالمؤسسة التعليمية الأكاديمية في التعامل مع ما هو دخیل وغير مألوف بالنسبة لأي مجتمع إلى الدرجة التي تمكّنها من أداء دور هام من أدوارها، وهو توفير درع الحماية للفرد عن طريق تزويده بأليات الحماية الفاعلة وهي ما يمكن تسميته بنظم حماية الثقافة المجتمعية، ويفترض أن يضع أولياء أمور الطلبة، ووسائل الإعلام المرئية والمسموعة، والنقابات، ومؤسسات الدولة أن تعزز ثقافتها بالمؤسسة التعليمية مع الاستمرار بمراقبة أدائها

- الصباغ، عدنان (2010). وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة. مجلة العلوم التكنولوجية، عدد (8)، جامعة البتراء، عمان.
- فوزي، علاوة (2016) مساهمة في صياغة مفهوم الصناعات الثقافية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية - جامعة الشهيد حمة لخضر- الوادي العدد (17) 203-216 - الجزائر.

#### ثانياً- الأجنبية

- Duchesne-Guillemain, M. (1981) Music in Ancient Mesopotamia and Egypt: Word Archaeology, Vol 12, No. 3. Taylor & Francis Group, Oxfordshire, UK.
- Gordon, J. (2003) "Singing the Pulse of the Egyptian-Arab Street: Shaaban Abd al-Rahim and the Geo-Pop-Politics of Fast Food", Popular Music, Vol. 22, No. 1. Cambridge University Press, USA.
- Kaur, G., Lungarella, G., & Rahman, I.(2020).SARS-CoV-2 COVID-19 susceptibility and lung inflammatory storm by smoking and vaping.Journal of Inflammation, 17(1), 1-8.
- O'Connor, J. (2010) The Cultural and Creative Industries: A Review of the Literature, 2nd edition, Great North House, Sandyford Road, Newcastle, UK.
- Sandvig, Christian (2015). The Social Industry, Journal of Social media and Society, SAGE online publication, UK.

#### ثالثاً - مراجع الأنترنت

##### أولاً - العربية

- الصناعة (2017, September 15). الوليد، يحيى بن الثقافية من منظور الفيلسوف تيودور أدورنو، ضفة ثالثة على الموقع  
<https://diffah.alaraby.co.uk/diffah/opinions/2017/12/9/>. Retrieved January 13, 2024, from <https://diffah.alaraby.co.uk>

##### ثانياً- الأجنبية

- Cain, C., & Helft, M. (2009). <https://www.nytimes.com/>. Retrieved December 28, 2023, from <https://www.nytimes.com/2009/12/05/technology/05/orchestra.html>.
- Grout, D. J. (1985) A History of Western Music, 3rd edition – JM Dent & Sons Ltd. London, 849.
- Humphreys, J. T. (2005). Influences of Cultural Policy on Education in Music and the other Arts. Retrieved January 14, 2024, from [https://repository.asu.edu/attachments/96191/content/Macedonia\\_Cultural\\_Policy\\_Speech.pdf](https://repository.asu.edu/attachments/96191/content/Macedonia_Cultural_Policy_Speech.pdf)

ترويج ثقافة المجتمعات الصناعية وتعمل على إغراء الجيل الجديد في المجتمع، والذي لا يمتلك تحصين فكري كافٍ، لتسويق منتجاتها الصناعية بالدرجة الأولى، وذلك باستخدام وسائل نفسية وفكرية تؤثر في ثقافة الاستخدام لدى أفراد المجتمع، وتسعى من خلالها أيضاً إلى محو أو إضعاف تأثير الثقافة المحلية في الدرجة الثانية، وهو شكل من أشكال الاستعمار الثقافي. لقد تم توظيف الفن والموسيقى للترويج للثقافات المجتمعية والمعتقدات في العديد من دول العالم وعلى مدى التاريخ الإنساني. وهنا يأتي دور المؤسسة التعليمية الأكاديمية في تحصين المجتمع وتزويد النشء بسبل الحماية للتقليل من تأثير الثقافات الدخيلة أو التحكم بها وضبطها بحيث يتم الاستفادة منها إيجابياً وخصوصاً في مجال الفن الموسيقي، وتحويل الثقافة الصناعية الفنية إلى وسيلة يمكن الاستفادة منها لصالح المجتمع المستهدف.

#### قائمة المراجع

##### أولاً - العربية

- أبو بكر، كحال (2018) أزمة الثقافة في عصر الحداثة: لما تغدو الثقافة سلعة، مجلة التدوين العدد 10، جامعة وهران2 محمد بن احمد، الجزائر 116 - 121.
- أبو غازي، عماد بدر الدين (2001) نحو صناعات ثقافية عربية قومية، التكامل الثقافي العربي في عصر العولمة، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية – جمهورية مصر العربية.
- الخدام، عبد الله فلاح الهزاع (2023)، اتجاهات طلبية الجامعة الأردنية نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) في نشر الثقافة والمعرفة السياسية، مجلة دراسات – سلسلة العلوم التربوية، المجلد (50) العدد (4)، عمادة البحث العلمي، الجامعة اردنية – عمان (167 - 179)
- سالم، براهيم مفتاح المبروك (2023) الآثار الاجتماعية للتكنولوجيا الرقمية للإعلام والاتصالات على تشنه الطفل، مجلة جامعة بني وليد للعلوم الإنسانية والتطبيقية، العدد الثلاثون، جامعة بني وليد – ليبيا (108 – 129).
- الشماس، عيسى، (2004) مدخل إلى علم الإنسان، منشورات اتحاد الكتاب العرب، دمشق.