جدلية الاعلام والمجتمع، من يتأثرُ بمن، من يُحكم من؟

(طرح اعلامي أم فكر سوسيولوجي، فلسفة إعلامية أم عقلانية اجتماعية).

دراسة نظرية تحليلية لكل من بيير بورديو وهربرت ماركيوز.

The Media and Society Debate: Who is Influenced by Whom, Who Rules Whom?
(A media perspective or a sociological thought
a media philosophy or social rationality?)
An analytical theoretical study of Pierre Bourdieu and Herbert Marcuse.

البشير بلحماري[1]، خديجة قن[2] ، بلخير بساس[*]

[1] المركز الجامعي آفلو (الجزائر)، b.belhemari@cu-aflou.edu.dz

[2] جامعة الجلفة (الجزائر)، Khadidja.guen@univ.djelfa.dz

[3] جامعة الأغواط (الجزائر)، b.bessas@lagh-univ.dz

تاريخ الاستلام: 2025/10/31 تاريخ القبول: 2025/12/03 تاريخ النشر: 2025/12/22

ملخص:

نهدف من خلال المقال الى البحث وتحليل جدلية العلاقة بين الاعلام والمجتمع، من خلال قراءة سوسيولوجية وفلسفية في فكر بيير بورديو وهربرت ماركيوز، للكشف عن آليات الهيمنة الرمزية والتأثير الإعلامي في تشكيل الوعي الجماعي. وفي سبيل ذلك اعتمدنا منهجاً نظرياً تحليلياً مقارناً بين الطرحين النقديين لكلا المفكرين، بالاستناد إلى النصوص النظرية والمفاهيم السوسيولوجية المتعلقة بالإعلام والاتصال. توصلنا إلى أن الإعلام المعاصر تجاوز دوره التواصلي ليصبح أداة إنتاج رمزي وثقافي تعيد تشكيل القيم والسلوكيات، ضمن منطق السيطرة الاقتصادية والسياسية. فالتلفزيون عند بورديو يمارس العنف الرمزي ويصنع الوعي الزائف، بينما يرى ماركيوز أن الإنسان المعاصر أصبح ذا بعد واحد خاضعاً للتقنية والاستهلاك. كما خلصنا إلى ضرورة تفكيك هذه الهيمنة عبر نقد الوعي الإعلامي وإعادة تفعيل البعد الإنساني في التواصل.

كلمات مفتاحية: الجدلية ، الاعلام ، الفلسفة الإعلامية ، البنى الاجتماعية.

Abstract:

This article aims to analyze the complex relationship between media and society through a sociological and philosophical reading of the thought of Pierre Bourdieu and Herbert Marcuse, revealing the mechanisms of symbolic hegemony and media influence in shaping collective consciousness. To this end, we adopted a comparative theoretical and analytical approach, examining the critical perspectives of both thinkers and drawing upon theoretical texts and sociological concepts related to media and communication. We concluded that contemporary media has transcended its communicative role to become a tool for symbolic and cultural production, reshaping values and behaviors within the logic of economic and political control. For Bourdieu, television perpetrates symbolic violence and manufactures false consciousness, while Marcuse argues that modern man has become one-dimensional, subservient to technology and consumerism. We further concluded that it is essential to dismantle this hegemony by critiquing media consciousness and reactivating the human dimension in communication.

Keywords: Dialectics, media, media philosophy, social structures.

[*] المؤلف المرسل

مقدمة:

لما كان علم الاجتماع يبحث في جميع الأجزاء والأنساق والوحدات المكونة للبناء الإجتماعي والضرورية له من سياسة واقتصاد وإعلام وتربية ودين، ومؤسسات وتنظيمات، ورياضة وطب ...، كان في المقابل من الضروري أن يتفرع علم الاجتماع بدوره الى فروع وتخصصات علم الاجتماع تنظيم والعمل، علم الاجتماع السياسي والتربوي والديني بل ويتعامل مع كل عضوّ أو لبنة أو وحدى بطريقة معينة من حيث طريقة التناول والدراسة، أما عن علم الاجتماع الاعلامي كفرع او تخصص هو الآخر كان بدوره ضرورة اجتماعية فرضته البنية الاجتماعية والتنظيمية للمجتمعات المعاصرة والتي تتطلب سرعة وانسيابية في الاتصال والاعلام بالإضافة الى التفاعلات المكثّفة بين أطراف عديدة ومختلفة قد تكون عابرة للحدود والقارات، وهذه العملية تتكفل بها وسائل الاتصال والاعلام الجماهيري بكل أنواعها، كالإذاعة والتلفزيون والانترنيت، ومواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وفي الوقت الذي برزت وانتشرت فيه هذه الوسائل الإعلامية برزت وانتشرت في المقابل ظواهر اجتماعية جديدة، بل ارتبطت بممارسة وتناول المضامين الاعلامية لتلك الوسائل، لنكون في الاخير أمام فرع من فروع علم الاجتماع مطلوب لدراسة هذه الظواهر خصيصا وتحديدا، والتي ميزت المجتمعات الحديثة ذات الاستعمالات المكثفة والواسعة والمتداخلة لوسائل الإعلام، هذا الفرع المطلوب هو علم الاجتماع الإعلامي والذي سوف نتناوله بشيء من التفصيل فيما هو آت من حيث تعريفه، ونشأته ومراحل تطوره، وتوضيح أهدافه، وشرح مفاهيمه ومصطلحاته الأساسية، وتقديم نظرياته، وكذلك نعرج لأهم الدراسات الميدانية في حقله.

وتطرح دراسة العلاقة بين وسائل الإعلام والاتصال من جهة والمجتمع من جهة ثانية إشكالية كبيرة من الناحية السوسيولوجية على مستوى المقاربة النظرية والمنهجية، بحيث يتوجب على الباحث أن يحدد طبيعة هذه العلاقة حتى يستطيع أن يبني الجهاز المفهوماتي الذي سيشتغل عليه، فهل هذه العلاقة هي علاقة تأثير وتأثر؟ وهنا يصبح المجتمع مجرد متغير تابع ومنفعل لممارسات الغير عليه عن طريق هذه الوسائط الإعلامية، أم هو تأثير متبادل وجدلية قائمة متلاسقة ومتلازمة لا يمكن حصرها وعزلها او فكها عن بعضها البعض؟ وهل يمكن تصور وتقبل ان التطور الاجتماعي يحمل على عامل أوحد هو الاعلام (النظرية **الماكلوهانية** أنموذجا) ام ان التطور الاجتماعي وتعقده وتشابكه وزيادة التخصص والأدوار يخلق لنفسه وسائل إعلامية وتكنولوجيات اتصالية (نظرية **فرديناند تونيز** أنموذجا). وهل هذا التأثير هو تأثير يمس البنية الاجتماعية بكاملها أو تأثير على المستوى الفردي بصورة منعزلة؟ وتتدخل في هذه الوجهة نظريات مغايرة كنماذج تصورية لهذا الاتجاهاو هذا الطرح، أم طبيعة هذه العلاقة هي علاقة وظيفة ودور أي وظيفة ودور النسق

الفرعي بالنسق الكلي؟ وهنا ندخل في توجه نظري مغاير يفرض على الباحث منهجية تفكيرية معينة، وجهاز مفهوماتي من نوع خاص يمكن أن لا يخدم موضوع الدراسة بما يطمح إليه الباحث"[1].

1- الاعلام في المرآة السوسيولوجية (كضرورة حتمية له):

لم يهتم مؤسسو علم الاجتماع بقضايا الاتصال والاعلام نظرا لتواضع وسائل الاعلام في عصرهم وبالتالي تواضع تأثيرها في المجتمع، غير ان ذلك لا يعني أنهم لم يلمسوا هذه القضايا على الاطلاق، فلقد اقتربوا من مفهوم الاتصال والاعلام بصورة غير مباشرة، وأسهموا في صياغة العديد من المفاهيم التي مهدت لتطور بحوث الاتصال والاعلام ونموها في الفترات اللاحقة ... ويتضح إسهام **دوركايم** في مفهوم الضمير الجمعي ، وهو مفهوم مركزي في فكر **دوركايم** وهو يلمس بعدا هاما من أبعاد عملية الاتصال والاعلام وهو الجمهور المستقل، فمن الحقائق الواضحة ان الجمهور هو من أهم المتغيرات في عملية الاتصال، فاذا لم يكن لدى القائم بالاتصال فكرة جيدة عن طبيعة الجمهور العقلية والعاطفية وخصائصه الأولية فسوف يقلل ذلك من قدراته على التأثير عليه وإقناعه مهما كانت الرسالة معدة بصورة جيدة ومهما احسن القائم بالاتصال اختيار الوسيلة ومهما اتقن القائم بالاتصال في الأداة ويعنى **دوركايم** بمفهوم الضمير الجمعي مجموعة من التصورات والعواطف الشائعة بين أغلبية أفراد المجتمع ويزداد تأثير الضمير الجمعي في المجتمع البسيط القائم على التضامن الألي ولقد مهدت أفكار دوركايم لمزيد من الدراسات والرؤى التي أسهمت في تطور دراسات الاعلام والاتصال"[2].

حدد **دوركايم** للظاهرة الاجتماعية شرطين أساسيين: الخارجية (وجود الظاهرة خارج شعور الفرد) والإلزامية (قدرة الظاهرة على فرض نفسها على الفرد وسلوكه). بالإضافة إلى هذين الشرطين، فإنها تتميز بكونها موضوعية، أي لها وجود قائم بذاته لا يرجع إلى الأفراد.

- **موضوعية:** أي لها وجودا خاصا خارج شعور الفرد لأنها ليست من صنعه بل يتلقاها من المجتمع الذي نشأت به.

- **إلزامية وقهرية:** تفرض نفسها على شعوره وسلوكه والفرد لا يشعر في كثير من الأحيان بهذا القهر.

- **إجتماعية:** الظاهرة الاجتماعية مختلفة عن العضوية، لأنها متعلقة بالتصورات والأفعال وضروب السلوك وهي مختلفة عن الظواهر النفسية كون ان هذه الأخيرة توجد داخل شعور الافراد أنها جنس قائم بذاته يتصف بالاجتماعية تتميز تماما عن الظواهر التي تدرسها العلوم الطبيعية كالفلك والرياضيات.

---

[1]- بتصرف وتعمق عن محمد المهدي بن عيسى، من اجل سوسيولوجيا لمجتمع الاتصال، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، العدد 10، 2013. ص 03.

[2]- فريال مهنا، **علوم الاتصال والمجمعات الرقمية**، دار الفكر العربي، دمشق، 2002، ص 76.

- **تلقائية:** أي إنها ليست من صنع فرد أو أفراد وإنما هي من صنع المجتمع.

- **عامة:** أوضح **دوركايم** عمومية الظاهرة فقال ان العمومية أحدثت نتائج القهر فهي تصبح عامة لأنها تفرض نفسهاعلى الأفراد داخل المجتمع.

هنا نتساءل هل وسائل الاعلام مفروضة عن الانسان، هل هي عامة، هل تلقائية، هل هي اجتماعية؟.

تشمل ميادين ومجالات علم الاجتماع الاعلامي كل الظواهر الاجتماعية المتعلقة بوسائل الاعلام والاتصال كنسق داخل البناء الاجتماعي وما ينجم عنها من تأثيرات، والتي سوف نأتي لها بتفصيل الممل لكن هنا دعونا نبرهن ونؤكد أولا على مكان علم الاجتماع الاعلامي وأحقيته، وفق القواعد الأساسية في علم الاجتماع أو قواعد المنهج السوسيولوجـــــي لـــ **"اميل دوركايم"** الأب الروحي لعلم الاجتماع، وذلك حينما يقول يجب "ان نعرف ماهي الظواهر التي نطلق عليها هذه التسمية، تظهر ضرورة طرح هذا السؤال لكونها تستعمل عبارة ظاهرة اجتماعية من دون أن نحددها بدقة، غالبا ما نستعمل هذه التسمية للدلالة تقريبا على كل الظواهر التي تحدث داخل المجتمع لمجرد انها تقدم بنوع من العمومية فائدة اجتماعية ما، ولكن بهذه الكيفية ما من حادثة انسانية إلا ويطلق عليها تسمية ظاهرة اجتماعية، فكل فرد يشرب وينام ويأكل ويفكر ...، وإذا اعتبرنا إذا هذا الظواهر ظواهر اجتماعية ، فلن يكون لعلم الاجتماع موضوع خاص به، ولتلاشي ميدانه بين البيولوجيا وعلم النفس[1]"، وبذلك يكون قد حدد خصائص الظاهرة الاجتماعية وشروطها إذا يجب أن تكون موضوعية، اي أن لها وجودا خارجا عن شعور الفرد لأنها ليست من صنع نفسه بل يتلقاها من المجتمع الذي تنشأ فيه؟ وإلزامية أو قهرية يتلقاها ويستجيب لها الفرد تلقائيا وانسانيا تنشأ داخل المجتمع الانساني، وتشمل حتى أساليب وقواعد التفكير والعمل الانساني، وتلقائية اي يمارسها الافراد دون تردد لأنها من صنع المجتمع، ومترابطة مع بقية الظواهر الاجتماعية الأخرى **"تفسير ظاهرة بظاهرة اجتماعية أخرى، أو تفسير الاجتماعي بالاجتماعي"**، ومع البيئة الاجتماعية التي ولدت فيها، وبإسقاط هذه الخصائص والشروط على الظاهرة الاعلامية نجدها تستوفي كل هذه الشروط، فهي موضوعية خارجة عن شعور كل الأفراد ، بل ويتلقاها من الذي يعيش فيه، كما انها إلزامية يمارسها الافراد ويتعرضون لها بكل عضوية وبدون أي اعتراض، كما انها إنسانية اجتماعية من صنع المجتمع بفرضها النظام البناء الاجتماعي، كما انها تلقائية فهي تمارسمن طرف الأفراد دون تردد أو توقف ولا أحد فينا يمكن أن ينقطع ولو ليوم واحد عن وسائل الاعلام المختلفة كليا، كما انها اخيرا مترابطة يمكن لنا من خلال ظاهرة التعرض لوسائل الاعلام أن نفسرها مثلا ظاهرة اجتماعية مثلا تفنن المرأة الماكثة بالبيت في فنون أكل والطبخ ذلك مع انتشار ظاهرة البرامج التلفزيونية الخاصة بتحضير الأكلات، الأكلات وانتشار ثقافات غربية مع الانفتاحات على العالم عبر

[1]- إميل دوركايم، **قواعد المنهج السوسيولوجي**، تر: سعيد سيعون، الفضيل رتيمي، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2008، ص28.

تكنولوجيات الاتصال والاعلام واستفحال الموضة وغيرها وظهور عدة ظواهر دخيلة على مجتمعاتنا كالزواج الخارجي وبناء العلاقات والصدقات العابرة التجارة الالكترونية، وفيديوهات التعليمية والقيمية.

2- الطرح الإعلامي وفلسفته (كضرورة واقعية حتمية له):

يقصد بنظريات الاعلام خلاصة النتائج والدارسين للاتصال الإنساني بالجماهير بهدف تفسير ظاهرة الاتصال والاعلام ومحاولة التحكم فيها والتنبؤ بتطبيقاتها وأثرها في المجتمع، فهي توصيف النظم الإعلامية في دول العالم على نحوما جاء في كتاب نظريات الصحافة الأربع لـــ **بيترسون وشرام**، هناك علاقة بين نظريات الاعلام وفلسفة الاعلام ففلسفة الاعلام هي بحث العلاقة الجدلية بين الاعلام و**تطبيقاته في المجتمع**، أي تحليل التفاعل بين أسس الاعلام كعلم وبين ممارسته الفعلية في الواقع الاجتماعي"[1].

فالاعلام لم يعد مجرد وسيلة ترفيه ونقل المعلومة وانما أصبح المسؤول عن صياغة تصورات الناس عن انفسهم وعن العالم الذي يعشون فيه، وبغض النظر عن الجذور الثقافية والاجتماعية التي تظهره تأثيراتها في طبيعة السلوك و التفكير عند الافراد الا انها في خضم العمليات الإعلامية الواسعة والمستمرة أصبح أثر الجذور الثقافية تلك محدودا او أصبح مقيدا بشروط حياتية يومية تختلف كليا عن تلك التي اعتاد ان يمارسها الفرد في بيئته الاجتماعية الضيقة وبنيته الثقافية القاصرة وفي الوقت ذاته فان الاعلام بما يتمتع به من قدره وطاقة هائلة على الاقناع سواء بشكل واضح وصريح او بشكل خفي او مستتر تمكن من ادخال الكثير من التعديلات على حياتنا و أفكارنا "[2]،

و لم يعد الاعلام في يومنا هذا فنا إنسانيا قائدا لعملية النشاط الفكري فحسب بل هو سيكولوجية مهمة تسهم في التأثير في قناعات العقل البشري لأنها تتدخل بصورة متواصلة في صياغة المعلومات الإنسانية، ونتيجة للتطورات الهائلة في ميدان التقنيات الإعلامية اصبح التفاعل الإنساني تفاعلا حيا مع الأهداف المستمرة و نتيجة لذلك تحول الى عامل مؤثر في التكوين النفسي وأصبح أداة رئيسية لنقل المعلومات الى مختلف قطاعات الجماهير"[3].

وتتلخص الفلسفة الإعلامية في "محاولة النظر في جوهر الاعلام وتحليله واستقصاء ابعاده المختلفة وهو النظر الى المشكلة الإعلامية نظرة فلسفية يحدد طبيعة المشكلة ويفسرها وتربط ما بين جوانبها من علامات وتتركز أهداف اهداف الفلسفة الإعلامية في أربعة أهداف:

- تحديد هدف النشاط الإعلامي في المجتمع اذ لابد لرجل الاعلام ان يعرف الفلسفة الإعلامية لواقعة الاجتماعي.

---

[1]- عبد الرزاق الدليمي، **الاعلام في ظل التطورات العالمية**، اليازوري، الأردن، ص 49.

[2]- محمد عبد الله إبراهيم، **العلاقات العامة والاعلام الرقابي**، المنهال، مصر، 2017، ص 96.

[3]- نفس المرجع، ص 95.

- تتركز حول زيادة فاعليته في المجتمع.

- تجنب التناقض او التضارب في الخط الإعلامي.

- وضع اطار تنظيمي للمؤسسات الإعلامية في المجتمع"[1].

3-الطرح السوسيولوجي للإعلام ومناهجه:

اذا كان علم الاجتماع يدرس الظواهر الاجتماعية المتصلة بأحوال الاجتماع الإنساني والتي يقصد بها تلك النظم والقواعد والعمليات والعلاقات الاجتماعية والاتجاهات العامة التي يشترك في اتباعها أفراد مجتمع ما ويتخذونها أساسا لتنظيم حياتهم العامة وتنسيق العلاقات التي تربطهم ببعضهم و تربطهم بغيرهم فان عملية الاتصال تقع في اطار الدراسة الاجتماعية لهذه الظواهر من ناحيتين متكاملتين أولهما باعتبارها عملية من العمليات الاجتماعية التي تحرك الظواهر الاجتماعية الأخرى نحو غاياتها ومقاصدها وثانيها باعتبارها أساسا لأنظمة اتصال لها كيانها واستقلالها ودورها في المجتمع شأنها في ذلك شأن النظم السياسية والاقتصادية والتربوية والقضائية وما الى ذلك"[2].

انه العلم الذي يأخذ بتحليل الظاهرة الإعلامية بما تنطوي عليه من عمليات اتصال مختلفة في سياق تفاعلها مع البنية الاجتماعية السائدة ومحددات التفاعل الاجتماعي بين مكونات المجتمع، وترتكز موضوعات هذا الميدان من ميادين علم الاجتماع على دراسة البنية الاجتماعية لعمليات الاتصال فهي في ضوء التعريف المشار اليه بمثابة الأساس الذي تقوم عليه عملية الاتصال في كليتها ولا يمكن تصور أية عملية اتصالية او إعلامية دون بنية اجتماعية او وسط اجتماعي يحتضنها ويحدد خصائصها وأبعادها ويترتب على هذا التصور ان علم الاجتماع الإعلامي يأخذ بدراسة مجموعة واسعة من الموضوعات التي تشترك في دراستها ميادين أخرى من ميادين العلم كما هو الحال بالنسبة لعلوم الاتصال نفسها من جهة وعلوم النفس والنفس الاجتماعي وغيرها، ويمكن توصيف موضوعات علم الاجتماع الإعلامي بشكل أساسي على النحو الآتي: [3]

- البنية الاجتماعية لعملية الاتصال.

- البنية الاجتماعية والجهات الفاعلة في عملية الاتصال.

---

[1]- زهير عبد اللطيف، **الاعلام الجماهيري**، اليازوري، الأردن، ط 2، 2015، ص 103.

[2]- محمد محمد البادي، **المدخل الاجتماعي للاتصال الجماهيري**، جامعة المقصورة، مصر، ط 1، 1998، ص 37

[3]- أمل دكاك، احمد الأصفر، **مدخل الى علم الاجتماع الإعلامي**، الجامعة الافتراضية، سوريا، 2020، ص 03.

- البنية الاجتماعية لغايات عملية الاتصال.

- البنية الاجتماعية لوسائل الاتصال.

- البنية الاجتماعية لعملية التلقي.

- البنية الاجتماعية للرأي العام ومكوناته.

وعملية الاتصال بهذا التحديد تدخل ضمن اهتمامات علم الاجتماع العام إذا درست كعملية اجتماعية قادرةعلى تشكيل النظم والعلاقات والمعاملات والعمليات الاجتماعية بين الافراد والمجتمعات، بينما اذا تناولناها كنظام اتصال متخصص ومستقل ومنفرد بدوره في المجتمع فإنها ضمن اهتمامات فرع النظم وهو أحد الفروع التي ينقسم اليها علم الاجتماع العام وتكون هنا أحد النظم التي تستقل بعلم متميز ومن ثمة ينبغي ان نأخذ في اعتبارنا عند دراستنا لعملية الاتصال هنا المعالم والحدود التي يلتزم بها منهج البحث في علم الاجتماع العام حيث يقف عند حدود التقرير لحقيقة الظاهرة الاجتماعية ولا يتعداها الى تقويمها وتنتمي مهمته عند الكشف عن طبائع الظواهر وما يحكمها من قوانين ولا يعرض مطلقا لما ينبغي عمله للتأثير عليها ومن ثم هو لا يكتفي بالوصف فقط وانما يتجاوزه الى الشرح والتحليل على ان يكون ذلك كله في اطار الموضوعية والتجرد والبعد عن التعصب لمسلمات معينة، وعل ضوء هذه الاعتبارات جميعها نستطيع ان نوصف عملية الاتصال ومقوماتها كعملية اجتماعية أساسية في المجتمع الإنساني على ان يكون هذا التوصيف اجتماعيا وشاملا لكل ما تعنيه هذه العملية، ولكل ما يحددها من حدود وما تستهدفه من أبعاد وغايات"[1].

أ– إسهامات السوسيولوجية بالنسبة بورديو الباحث في المجتمع الجزائري:

التلفزيون آليات التلاعب بالعقول، أولا معروف بالحس التنظيري وله العديد من المفاهيم والمصطلحات السوسيولوجية نذكر منها الهابتوس، العنف الرمزي، الرأسمال الاجتماعي والثقافي، إنتاج وإعادة الإنتاج، السلطة، وهو ينتمي الى التيار الفكري البنيوي النقدي، ولما نقول انه ينتمي الي هذا التيار فهذا يعني انه بإضافة الى انه اشتغل في السوسيولوجيا فانه اطلع على العلوم والتاريخ وقراء الفلسفة وبهذا نستنتج ان صعب الفهم وهو الذي صرح وقال انه عندما يتكلم يقال له الآن فقط فهمنا وعندما يكتب يقال له لم نفهم و لم نفقه شيئا مما كتبت، وهو الحال مع كل من هو على شاكلته في التيار النقدي الذي يغلب عليه الفلسفية والمثالية، وعندما نرجع الى كتابه التلفزيون آليات التلاعب بالعقول فهو هنا قد اعتبر ان التلفزيون الذي اجتاح كل البيوت قد استغل هذا وباشر في ممارسة العنف الرمزي على المشاهد هذا من جهة، ومن جهة أخرى انتقد أيضا الصحفيين العاملين فيها ونعتهم بكلاب الحراسة الجدد باعتبارهم انهم لا ينقلون الحقيقة بل يشوهونها وتعدت انتقاداته لتطال حتي الضيوف والمحللين المختصين بصفتهم مثقفين واتهمهم

[1]- محمد محمد البادي، مرجع سبق ذكره، ص 38.

بالضلوع في التهكم وممارسة العنف الرمزي حيث صنفهم الى فئتين المثقف العضوي الزائف وهذا هو المتهم بالنسبة له والمثقف الحقيقي والفاعل وهو الذي يضع مسافة بينه وبين التلفزيون ويترك مجالا له ورأيه الخاص (وفي موضوع آخر ممكن ان تطلع على فكرته الرأي العام: علم بدون عالم؟) لأنه في واقع الحال غالبا ما يتعارض ما يريده التلفزيون عن ما يريد قوله هؤلاء المثقفين، للإشارة على الرقابة والتوجيه والهيمنة التي تفرض على المشهد الإعلامي أين يفرضون عليك مجموعة من القواعد ومجموعة من الأمور التي لا يجب ان تقولها وما لا يجب ان تقوله، ومن هنا يكون المثقف يشارك في تزييف الحقائق، ومن هنا فبدلا من ان يكون المثقف الحقيقي الفاعل والناقل للحقيقة يصبح مجرد مثقف عضوي زائف موجه ومؤطر ومنقاد لا راي له، ثم يضيف لينتقد تلك النقاشات العنيفة والحارة والساخنة التي تجمع بين النقاد المثقفين والسياسيون ويهمون الناس بمعركة حقيقية وهي فارغة زائفة مثل المصارعين في حلبة الموت، وتعتقد بانهم يعالجون قضايا في العمق وذات أهمية للمصالح العامة، ويظهرون للمشاهد ذلك التشابك وتشاكس فيما بينهم الا انه في النهاية يذهبون يضحكون ويقهقهون ويتناولون وجبة العشاء معا وبكل بسط وسرور هذا ما كان يزعجه كثيرا وتظهر له الانفصامان الشخصية النفاق الاجتماعي والتمويه، ولذلك عن نفسه كان غالبا ما يرفض الظهور والحضور في التلفزيون الا بشروطه بحيث يشترط من الصحفيون عدم توقيفه عنما يتكلم حتى ينهي تصوراته وأطروحاته وان لا يطرحوا الموضوع بأحكام مسبقة ومغلوطة (**هنا ممكن ان نستشهد باستدراج متعمد ومقصود لمقدمة قناة العربية للمؤرخ الجزائري محمد بلغيث وايقاعه في المحظور**).

كما استنتج ان التلفزيون من خلال عنفه الرمزي يمارس سلطة على الثقافة الشعبية الحقيقة، ففي الوقت الذي يكون التلفزيون مجرد جهاز الكتروني أصبح أداة لغرس قيم وقناعات محددة دخيلة لا تمت للواقع الاجتماعي المعاش بأي صلة من طرف جهات تريد تمريرها وتفعيلها في المجتمع المستهدف ولـــ أفراده فهي تحدد فحوى هذه القيم و تسوغها على الشكل المخادع وتمررها بالقوة والتمويه رغما عن المتلقي، كما ان التلفاز يحول التفاهة الى شيء عظيم والى قضية تشغل الرأي العام فكثير من القضايا التافهة صارت تعطى لها أهمية كبيرة وساعات طويلة في الاعلام المغرض ، ويحول الشخصالى شخصية وتعطى له الكثير من الامتيازات (التافه الى نجم، مثلا عندنا ريفيكا، مثلا نوميديا، مثلا انتاع لبلوطة)، في حين ان المثقفين الحقيقين فهم مهمشون، الصحافي التافه، والمغني التافه، والرياضي التافه ... هم أولوية على الفنانون الحقيقيون والادباء العظماء والشعراء الفطحاء ويعلون عنهم في الطبقات الاجتماعية الجديدة التي خلقها لنا الاعلام المعاصر (**مثلا وراء كل مغني ملحن وكاتب قوي عظيم ولكن نحن نمجد المغني ومؤدي بفعل السلطة الرمزية للتلفزيون ونغيب الملحن الحقيقي الفاعل فكثير من محبي الفن يمجدون كاظم الساهر ولا يعرفون حتي عظمة الأديب نزار قباني**)، فالتلفزيون من خلال قوة الصورة والتشهير والهالة الإعلامية المدروسة جعل المشاهد يلهث وراء السراب

والوهم ومرر ثقافة سائلة وقدس المعرفة السطحية والهشة المجزأة والمفككة التي لا قيمة لها وغيب الناس عن الثقافة الحقيقية.

وأعمال **بيير برديو** صاحب كتاب **التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول** الذي يقول أن الظاهرة الأكثر أهمية، والتي كانت صغيرة وبعيدة جداً عن التوقع هي الامتداد الهائل لهيمنة التلفزيون على مجمل أنشطة الإنتاج الثقافي بما فيه أنشطة الإنتاج العلمي الفني، لقد دفع التلفزيون اليوم إلى مدى بعيد والى أقصى حد تناقضاً مسّ كل مجالات النتاج الثقافي"[1]، تعتبر رائدة وفريدة من نوعها فيما يخص علم الاجتماع الاعلامي.

ب– إسهامات السوسيولوجية بالنسبة الى هربرت ماركيوز الانسان ذو البعد الواحد:

يتساءل وهو في حالة ذهول وتعجب كبير كيف للعالم المعاصر الذي يدعي الكمال والحريات الذي شهد ثورات صناعية متلاحقة وطرأت تكنولوجية مذهلة وازدهار اقتصادي يعد بالتريليونات وزخم إعلامي عظيم والوفرة الوافرة والراحة المتناهية انه العصر الذهبي والمجتمع المثالي الذي يحلم به كل انسان، والذي يوهمك للوهلة الاولي وبصفة بديهية وآليةبأن قاطنيه ومواطنيه في قمة الحرية، ولكن في قلب هذا التقدم وفي عز هذا التطور وقمة هذا التخلق القانوني والثقافي والاجتماعي والسياسي فقد تبن ان انسان هذا العصر اصبح أكثر انقيادا من أي وقت مضى وأكثر التصاقا بنمط حياة تحدده القوى الاقتصادية والإعلامية أنه سلب للعقل والجسم والرق، منقاد بصع حاجيات غير متناهية ووهمية تافه، بل وزائفة وضعت في مركز الحاجات الاولية، جعل الانسان المعاصر يعيش واقعا ببعد واحد وفكر واحد ولا يفكر الا ضمن الدائرةاو الحدود التي يحددها السوق او الدعاية والنظام الصناعي المتقدم، يتساءل أي عقله؟ اين فكره؟ اين تصوراته؟ اين وعيه؟ او على الأقل اين نقده من كل ذلك؟.

فالإنسان الحديث المعاصر المتعلم يا لا العجب فقد رايه او قدرته على الرفض او حتي حلمه خارج ما هو جاهز ومستهلك أي في قمة العبودية والرق، فالحرية التي تغني بها الفكر الغربي تبين مع الزمن انها حرية مزيفة مبنية على الوفرة الاستهلاكية والتبعية الدائمة لها بدون انقطاع ولا اشباع، بل وتشبع الحاجات السطحية وتغلق كل النوافذ أمام الابداع والتحرر الذهني، بل انسان مقيد بالتقنية الأداتية والاقتصاد الرأسمالي والاعلام الموجه والمغرض، وتسلب منه القدرةعلى التفكير النقدي فهو في منتهي الاغتراب الذهني بلا خيال ولا حتي تفكير نحو التحرر الحقيقي فهي درجة من العبودية أسوأ بكثير من العبودية الماركسية، والتي لم تعد حتي قادرة فيها ان تنتج لنا الثورة برغم من القهر والهيمنة المهينة بالنسبة للماركسية.

[1]- بيير بورديو، **التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول**، تر: درويش الحلوجي، دار كنعان، دمشق، ط1، 2004، ص79.

فهذا التقدم التكنولوجي الذي منح الانسان الرفاهية الغير مسبوقة لم يحقق له الحرية بل اوقعه في شرك جديد واصر شديد من القيود الخفية، فهذا الانسان الحديث الذي يفترض ان يعيش معزز ومكرم أصبح أسير لاحتياجات مصنعة صاغتها الأنظمة الاقتصادية والإعلامية حتى باتت حريتهم مجرد وهم مغترب في بحر من السلع والخدمات جعلته منهمك بتلبية احتياجاته الاستهلاكية التي لم تكن أصلا موجودة لولا ان النظام فرضها عليه، هذه الوفرة نفسها بدل من ان تحرر العقل (**الوعي الزائف**) جعلته منغمس في تفاصيل يومية سطحية لا تترك له وقتا ولا دافعا للرفض او تساءل هل حقا احتاج الى هذه الأشياء والمقتنيات بل اصبح بتساؤل فقط أي نوع أختار مما هو معروض امامي، هذه المفارقة هي جوهر الوعي الزائف اختيارات تبدو حرة ولكنها في الأصل محددة مسبقا خراجا عن وعيه هذا الوعي الزائف جعله انسان راضيا عن وضعه (لا داعي للثورة) حتي وان كان مقيد، بل ولا يشعر بوجود ظلم عليه ظنا منه انه يعيش داخل واقع يقنعه انه في احسن حال وان كل ما حوله طبيعي ولا يحتاج الى تغيير. "أن سيطرة الإنسان على الإنسان، ما تزال تمثل في الواقع الاجتماعي وبالرغم من كل تغيير استمراراً تاريخيا، وما تزال هناك رابطة بين العقل ما قبل التكنولوجي والعقل التكنولوجي بيد أن المجتمع الذي يضع الخطط ويشرع فعلاً في تحويل الطبيعة عن طريق التكنولوجيا يغير مبادئ الأساسية للسيطرة فالتبعية الشخصية تبعية العبد للسيد، والقن لصاحب القصر، والوالي للملك ...، يحل محلها شيئاً فشيئاً نوع آخرمن التبعية، التبعية التي تخضع المرء لنظام أشياء موضوعي **(القوانين الاقتصادية للسوق ...)** ولئن كان "نظام الأشياء الموضوعي" من صنع السيطرة ونتائجها هو الآخر، فإن السيطرة تعتمد الآن على درجة أكبر من العقلانية، عقلانية مجتمع يدافع عن بنيته الهرمية ويستغل في الوقت نفسه وعلى نحو أنجع بإطراء الموارد الطبيعية والفكرية ويوزع على نطاق متعاظم باستمرار أباح هذا الاستغلال، وإذا كان الإنسان يجد نفسه مقيداً على نحو متعاظم إلى جهاز الإنتاج، فإن هذه الواقعة تكشف عن حدود العقلانية وعن قوتها المشؤومة"[1].

يرى **هربرت ماركيوز** في نقده وتمحيصه لوسائل الاعلام انها لا تنقل المعلومات فحسب بل تشكل العقول، بل تعيد صياغة أحلام البشر وطموحاتهم وفق ما يخدم القوى الاقتصادية الكبرى حتي الثقافة والفن التي كانت تعد سابقا فضاء للابداع أصبحت هي الأخرى جزءا منه تروج قيم الاستهلاك وتصنع الصور النمطية له.

يرى **هربرت ماركيوز** أن المجتمع الصناعي المتقدم خلق حاجات وهمّية خاطئة للأفراد عن السياسة، الاقتصاد الاجتماع، مؤكدا سيطرة المنطق التقني على الفكر الاجتماعي في المجتمعات الغربية **"الإنسان ذو البعد الواحد"** ما يميز جوهر فكرة (**الحتمية الاجتماعية**) في فكر **ماركيوز** والإرادة الإنسانية السياسية والايديولوجية والاعلام والادارة، وبالتاليما يلزم تحرير الاقتصاد من القوى المهيمنة لتحرير حاجات الناس واختياراتهم، وتفعيل الاهتمام الايجابي بالتقنية

[1] - هربرت ماركوز، **الإنسان ذو البعد الواحد** تر: جورج طرابيشي، دار الآداب، بيروت، ط3، 1988، ص 181.

والابتعادعن تطبيقاتها الضّارة، ويكون ذلك بخلق عقل أداتي جديد قوامه التفاعل الحّر بين مختلف أفراد وفئات المجتمع والتقنية وهو ما أفرز مفهوم جديد "**دقرطة التقنية**" كحل لمشكلات تقنية في المجتمع"[1].

فماركيوز يحسب له أن أضاف مصطلح جديد إلى التراث السوسيولوجي وهو **البعد الواحد للمجتمع** الذي توجد فيه ثقافة من صنع محترفي السياسة والرأي العام، وقد أكدت مدرسة فرانكفورت على مكانة الوسيلة باعتبارها آلة فعالة تقاوم التغير وترتبط بمنظور السيطرة، فـــانسان الحضارة الصناعية اصبح خاضعا لمنطق القيم الاستعمالية التي لا تنحصر غايتها في اشباع الحاجة فحسب وانما فضلا عن ذلك فهي تهدف الى خلق الحاجة للاستهلاك لهذا السبب نجد مثلا السلع المتمثلة في الوسائل التكنولوجية: الهاتف النقال، الانترنت والتلفاز ... تكتسي طابعا سحريا يجعلها بمثابة محور تأسيسي للوجود الإنساني في مختلف ابعاده انها أصبحت هي التي تحدد طبيعة الانسان بما فيها وعيه و قيمه و حتى طبيعة العلاقة التي تجمعه مع الافراد الذين يقيم معهم أكثر من ذلك لقد اتخذت صورة "الطوطم" الذي كان الانسان البدائي يعبده، وتتلخص نظريته في المقاربة التالية في ثلاث أولويات على حساب ثلاث أولويات وهي: (**الشكل على حساب المحتوى/الزيف على حساب الحقيقة/المصلحة الفئوية على المصلحة العامة**)، ولعل الواقع يشهد ان الانسان المعاصر يعاني من القمع والسيطرة والسلاح الذي سيحقق به تحرره أصبح هو أيضا يبحث عن منقذ ... ان لعبة هذه المفاهيم المتمثلة في الانسان ذو البعد الواحد هو تشيؤ القيم الإنسانية القمع السيطرة الحرية المزيفة ...، تعكس ظروف وأوضاع مزرية يعاني منها الانسان المعاصر وهذه الظروف في واقع الامر هي التي دفعت بنا ان نتساءل في موقف **ماركيوز** من مفهوم العلانية التكنولوجية الذي سبب في بروز ظاهرة التشيؤ وذلك من خلال كشف أولا وقبل كل شيء طبيعة الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية السائدة في ظل مجتمع البعد الواحد"[2] .

خاتمة:

يتضح في الأخير بأن العلاقة بين الإعلام والمجتمع علاقة تفاعلية معقدة وجدلية تتجاوز حدود التأثير الأحادي. فالإعلام لم يعد مجرد وسيلة لنقل المعرفة أو الترفيه، بل أصبح نسقًا بنيويًا فاعلًا داخل المجتمع يساهم في إنتاج المعاني والقيم وإعادة تشكيل الوعي الجمعي.

وعليه فقد بينت المقاربة النظرية المقارنة بين **بيير بورديو وهربرت ماركيوز** أن الإعلام المعاصر يمارس هيمنة رمزية وثقافية تؤدي إلى خلق وعي زائف واستلاب فكري؛ فـــــــــ **بورديو** يرى أن التلفزيون يفرض تصوراته عبر

[1] - علي محمد رحومة، **الانترنيت والمنظومة التكنو اجتماعية**، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط1، 2005، ص19.

[2] - بن شريف بوعلام، **النقد الاجتماعي في نظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت أنموذج هربرت ماركيوز**، مركز الكتاب الاكاديمي، 2018 ص ص 8-9.

العنف الرمزي في حين يعتبر **ماركيوز** أن الإنسان الحديث أصبح أسيرًا لمنطق التقنية والاستهلاك، مما جعله ذا بعد واحد فاقدًا للقدرة على الرفض والنقد.

كشفت دراستنا بأن أزمة الإنسان المعاصر ليست في وفرة المعلومات، بل في فقدان المعنى النقدي للتواصل، حيث تحول الإعلام إلى أداة لإعادة إنتاج السيطرة الاجتماعية والسياسية بدل أن يكون فضاءً للتحرر. ومن ثم، فإن تجاوز هذه الهيمنة يقتضي تفكيك الوعي الإعلامي السائد وإعادة بناء علاقة إنسانية عقلانية قائمة على الحوار، والمساءلة، والوعي النقدي. بذلك يصبح الإعلام أداة للتنوير لا وسيلة للهيمنة، وجسرًا لإعادة الاعتبار للإنسان في منظومة الاتصال الحديثة.

فالحقيقة ان الازمة التي يتخبط فيها انسان المجتمعات المعاصرة أدت بالعديد من الفلاسفة المعاصرين ان يعملوا جاهدين من اجل حلها وتجاوزها اذ نجد من بينهم **ماركيوز** الذي يمثل الحجر الزاوية في دراستنا هذه التي نطمح من خلالها ان نحصل على رؤية واضحة تتعلق بوصف طبيعة النهج النقدي الذي اقترحه كنموذج جديد لتجاوز أزمة العقلانية الأداتية التي اختزلت الانسان فيما هو غريزي يجري لإشباع رغباته البيولوجية التي هي في سيرورة دائمة بدليل انه كلما حقق اشباع رغبة معينة الا وظهرت رغبة أخرى يسعى لإشباعها من جديد وكأن الحضارة المعاصرة في هذا السياق حققت تطورا كبيرا من جهة، ولكن هذا التطور يبدو لنا وكأنه مزيف، وذلك عندما عمل على هدم القيم الإنسانية من جهة أخرى.

قائمة المراجع:

- إبراهيم محمد عبد الله، **العلاقات العامة والاعلام الرقابي**، المنهال، مصر، 2017.
- البادي محمد محمد، **المدخل الاجتماعي للاتصال الجماهيري**، جامعة المقصورة، مصر، ط 1، 1998.
- الدليمي عبد الرزاق، **الاعلام في ظل التطورات العالمية**، اليازوري، الأردن، 2019.
- بن شريف بوعلام، **النقد الاجتماعي في نظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت أنموذج هربرت ماركيوز**، مركز الكتاب الاكاديمي، 2018.
- بن عيسى محمد المهدي، من اجل سوسيولوجيا لمجتمع الاتصال، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، العدد 10، 2013.
- بورديو بيير، **التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول**، تر: درويش الحلوجي، دار كنعان دمشق، ط1، 2004.
- دكاك أمل، الأصفر احمد، **مدخل الى علم الاجتماع الإعلامي**، الجامعة الافتراضية، سوريا ، 2020.
- دوركايم اميل، **قواعد المنهج السوسيولوجي**، تر: سعيد سبعون، الفضيل الرتيمي، دار القصبة، الجزائر، 2008.
- رحومة علي محمد، **الانترنيت والمنظومة التكنو اجتماعية**، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت ، ط1، 2005.

- عبد اللطيف زهير، **الاعلام الجماهيري**، اليازوري، الأردن، ط 2، 2015.
- ماركيوز هربرت، **الإنسان ذو البعد الواحد** تر: جورج طرابيشي، دار الآداب، بيروت، ط3، 1988.
- مهنا فريال، **علوم الاتصال والمجمعات الرقمية**، دار الفكر العربي، دمشق، 2002.