



الميديا والانفصالات الاجتماعية في الجزائر-الصحف اسقاطا- Media and Socials Cleavages In Algeria-Newspapers-

حاكم مليكة*

جامعة ابو بكر لقاييد/تلمسان (الجزائر)، h.m.sociologie13.2017@gmail.com

تاريخ النشر: 2023/03/31

تاريخ القبول: 2023/03/01

تاريخ الاستلام: 2021/02/27

الملخص

يمثل الاتصال العملية والصلة المستدامة بين مجموع الافراد والتشكيلات الاجتماعية، في شكله البدائي(المباشر)، وضمن المجتمعات الحديثة ومابعدھا، استمر الاتصال في وجهه الجماهيري الكلي، من خلال الوسائط الاعلامية الجماهيرية، الصحف، الميديا، وحاليا وسائل التواصل الاجتماعي(الفيس بوك...)، وهنا، يشترط الاتصال توفر بنية تأسيسية له، وهو اللغة-الحامل اللغوي-فان كانت شفوية، مكتوبة، فلا يمكن اتمام الاتصال دونھا، وهذا يحيلنا الى ان اللغة، تقسم بين مجموع الجماهير ضمن الوسيط الاتصالي-الصحف-، لذا وفي هذا البحث المصغر، نهدف للبحث في القيم المشكلة للوسيط الاعلامي-الحامل اللغوي-الصحف-، الانفصالات الاجتماعية الموازية والمطابقة للحامل اللغوي. وذلك من خلال الاعتماد على مجموعة من الملاحظات، للتحقق من الاسقاط النظري لتحليل الارتباط بين الميديا والانفصالات الاجتماعية في الجزائر.

كلمات مفتاحية: الوسيط الاعلامي، الانفصالات الاجتماعية، الحقل الاقتصادي، الحقل السياسي، الحلقات المتقاطعة.

Abstract:

Communication represents the practical and sustainable link between the group of individuals and social formations, in its primitive (direct) form, and within modern societies and beyond, communication continued in its total public face, through mass media, newspapers, media, and currently social media (Facebook ...) And here, communication is required to provide a foundational structure for it, which is the language - the linguistic carrier - if it is oral or written, then communication cannot be completed without it, and this refers us to the fact that language is divided among the total masses within the communication medium - newspapers -, so in this mini research We aim to research the values that constitute the media medium - the linguistic carrier - the newspapers - and the parallel and identical social cleavages of the linguistic carrier. This is done by relying on a set of observations, to verify the theoretical projection of the analysis of the link between the media and social cleavages in Algeria.

Keywords: The media mediator. Social cleavages. The economic field. The political field .Cross-links



1. مقدمة:

يستدعي قيام الحقل السياسي او الحقل الاقتصادي ، داخل المجتمع الى وجود مؤسسة او كتلة وساطية¹، تربط بين الهيئات المقررة/المنتجة(الدولة/السوق)، وافراد المجتمع(المواطنون-الشعب/المستهلكون-العملاء) ، التي تتمثل في وسائل الاتصال الجماهيري-الاعلام-، ومع تعددها، اركز هنا على الحوامل الاعلامية اللغوية--**Les supports communiqués linguistiques**، التي تتمثل في الجرائد، المجلات والصحف غير المنفصلة عن الاتصال، هذه الوسائط ترتبط بالمجتمع ارتباطا وظيفيا-بنويا بالتشكيلات الاجتماعية المشكلة له اي بالمجتمع، حيث يبرز هذا الارتباط من خلال النقاط التالية:

1-الوسيط الاعلامي.

2-الوصل بين مجموع الجماهير.

3-التوحيد بين مختلف الشرائح عن طريق التعاطف وعبورا لهم(عبورا للشرائح الاجتماعية).

4-آلية سلطوية لتحريك الجماهير في الحركات الاجتماعية على أثر تحويل التعاطف من المستوى السيكولوجي الى النفعية العقلانية اجتماعيا.

5-إنتاج الانفصالات ضمن التقسيم الطبقي بما يسمى: النخب/الجماهير-الشعبوية.

ولمعالجة هذه النقاط وتوضيحها قدر الامكان، بالنسبة للارتباط بين وسائل الاتصال الجماهيري-اي الاعلام في وجه

الاتصال-مع الانفصالات الاجتماعية المشكلة داخل المجتمع الجزائري، اطرح السؤال الاشكالي التالي:

-الاشكالية:

حيث يمثل الاشكال القائم هنا، كيف يمكن تحليل الانفصالات الاجتماعية الناتجة عن مجموع الميديا-**Media**-

وبالأخص الحوامل الاعلامية-اللغوية اي الصحف؟ وما مدى التطابق بين هذه الحوامل الاعلامية والانفصالات الاجتماعية داخل المجتمع الجزائري؟

وللإجابة عن هذا السؤال، صغت الفرضية التالية:

-الفرضية:

-تعمل لغة الحامل الاعلامي-اللغوي على ابراز الانفصالات الاجتماعية الموجودة داخل المجتمع الجزائري.

شرح الفرضية: حيث اكد كل الباحثون في السوسيولوجيا وعلماء اللغة، الانثروبولوجيا وغيرهم ان اللغة هو الحامل الثقافي

للبيئة الاجتماعية داخل كل وأي مجتمع، ومن ثمة فان اللغة تخلق تمايزا داخل المجتمع وذلك التمايز بحسب ما يراه **P.**

Bourdieu يعتبر بالمصطلح الدقيق انفصالا لغويا -حيث رغم انتماء مجموع أفراد إلى طبقة ما بحق تحكيمها الاقتصادي

حسب **K.Marx** فانهم منفصلون بشكل يقسم الطبقة عموديا من ناحية مؤشر رأس المال الثقافي بحسب **M.Weber**

وبكل تفصيل مع **Bourdieu**، لذا في هذا المحل وبفعل تفعيل التحليل، يتم إبراز الانفصال الاجتماعي والسياسي الضمني

الكامن خلف الانفصال اللغوي ضمن فعالية الحياة الاجتماعية بشكل كلي.

¹المصطلح استخدمته لوصف الوسائط الاعلامية mass média كونها مؤسسة قائمة بذاتها لها قوانينها، التي تشغل حيز وساطي(سياسي، تجاري-ترفيهي).



لذا فلغة الحامل الاعلامي-اللغوي-أي الصحف، وبتطابقها-اللغة- مع مستهلكيها من القراء، يبرز انفصالا اجتماعيا داخل المجتمع ويقره في نهاية المطاف. على المستويين الحقل السياسي، والحقل الاقتصادي-السوق-، كما وسبق ان ذكرنا في بداية المقدمة.

-اهداف الدراسة:

-توضيح الانفصالات اللغوية المؤسسة لبنية المجتمع الجزائري، التي تحدد سياقات التفكير والأنساق الثقافية المتواجدة داخل المجتمع الجزائري.

-البحث في بنية الانفصالات اللغوية وما ترتب عنها من انفصالات سياسية.

-ابرار اهم الحوامل الاعلامية-اللغوية المتواجدة داخل الحقل الاعلامي-اللغوي السياسي الجزائري.

-تحديد المصطلحات المستخدمة في التحليل اجرائيا:

-الحامل الاعلامي **support communicationnel**: الحامل الاعلامي-اللغوي، هو الصحف الورقية:

وهي حامل اعلامي يقدم قيم للمستهلك-القارئ-، سواء كانت هذه القيم استهلاكية او آنية -نقدية-تحليلية-، يشترط فيها الاختلاف اللغوي، لإبراز الرابط بين هذه الحوامل -الصحف- وممن يتلقونها كمستهلكين من المواطنين. التي تستهدف الرأي العام.

-الانفصالات الاجتماعية **les clivages sociaux**: الانفصال عامة هو كل انشقاق يحدث داخل بنية الطبقة

الواحدة، بناء على مؤشرات اجتماعية، ثقافية مختلفة عن تلك الاقتصادية والمنسقة معها في ذات الوقت لإبراز التباين والفروق داخل تركيبة الطبقة تبعا لشرائحها واختلافاتهم. أما الانفصال الاجتماعي، هو كل انفصال داخل الطبقة الواحدة بناء على اللغة المتداولة بالنسبة للقراء، من خلال تطابقها مع اللغة الممثلة لها في الحامل الاعلامي، وما ينتج عنها تقسيم: النخب/الجماهير.

-الانفصالات اللغوية **Les clivages linguistiques**: هو الانفصال قائم على مؤشر اللغة، التي يتم التحليل

والقراءة بها من قبل الصحف والقارئ في ذات الوقت، ما يجعل الصحف تخلق تيارات داعمة لها ضمن الجمهور، ببناء الرأي العام.

-المقاربات التحليلية المستخدمة في التحليل:

اين يمكننا معالجة هذا الموضوع، وفق مجموعة من المقاربات النظرية التالية:

-نظرية الحلقات المتقاطعة: حيث تستثمر في تفسير الحلقات المتقاطعة ضمن العلاقة التواصلية بين: الدولة=الشعب

التي تشكل التقاطع معهم المؤسسة الواسطية (Jean Marie-Cottet:2006) أي الاعلام التواصلية. ما يجعل المصدر والمتلقي، في حلقة التواصل، عن طريق الوسيط الذي يعتبر المذيع والموزع والناشر للمعلومات، مع تحويل صدى استقبال المتلقي للبرقيات، نحو المصدر على نحو يجعله صدى للرأي العام.

-مقاربة الجماهير/الحشد: التي تركز فعليا على المؤشر السيكولوجي (H.Clément: 2005/2019) (علم النفس

الاجتماعي/والبحث في الجماعات الكبرى (Les grands groupes) (Jean Marie-Delacroix:2009).

مما يجعل البحث في تأثير الوسائط الاعلامية بالجماهير، مؤشرا في انتاج الرأي العام، الذي ينتج الانفصالات داخل المجتمع مع الحقل السياسي ويقرها في الوقت نفسه.



—مقاربة الانفصالات مع Maffesoli: التي تركز فعليا على الانفصالات السياسية اتحادا بـ: الانفصالات الثقافية،

في الممارسة السياسية بالحقل السياسي(الانفصالات في الفعل السياسي ناتجة وفق الانفصال الثقافي للشعب أو بالأحرى للمواطنين-اين يتدخل علم اجتماع اليومي مع E. Goffman الذي يفسر الانفصالات بشكل توضيحي مع أوقات ترفيههم الذي يرتبط في المقابل بانفصالهم الثقافي، وذلك نفسه بالنسبة لانفصالاتهم السياسية في الفعل السياسي والتي تظهر أكثر، مع امكانية قياسها بموجب الانتخابات)(Ismael Joachim:1967)، الذي يشكل فيه الوسيط الاعلامي² آلية بنوية في انتاج الفواصل وازهارها(Laulan Anne-Marie:1988).

—مقاربة التحول الاجتماعي(Michel Forsé:2001): اين يمكن ان نستثمر Les masses Médias

كونها آلية فعالة في وضع العينات الاجتماعية في مواجهة مع المجتمع الشمولي société globale الذي يساهم في امكانيات تحول العينات الاجتماعية، مع ما تقدمه من رسائل(ثقافية واجتماعية، سياسية واقتصادية)، او ما يعادل التثقيف(Eric Macé:2002)cultivation وذلك من خلال تقديم نماذج معرفية وسلوكية حياتية متعددة، مفعلة بذلك النماذج الشمولية في الأطر المحلية، حتى النماذج التسييرية، مساوية بذلك، اهم آليات التحول الاجتماعي واسرعها في التأثير بالأخص التأثير العقلاني من خلال تبني الافراد، الجماعات، التنظيمات لمحتوياته.

كما يمكن الاعتماد ايضا على مقاربة الانتشارية(Didier Gazagnadou:2008) المساوية بنويًا للتحول الاجتماعي، أو يعتبر التحول الاجتماعي نتيجة تلقائية وحتمية للانتشارية بأدواتها الواصفة لها التطور والتنمية، من وصف حركة المجتمع واستيعابه لمجموع القيم الحديثة، المستحدثة...والتي تساهم فيها وسائل الاعلام-الاتصال الجماهيري-الصحف، ووسائل التواصل الاجتماعي الحالية، الفعال الأكبر في تشكيل وعي المتلقي، توجيهه أو إقراره بفعالية كونه محددًا ودقيقًا.

—المنهج البنيوي-الوظيفي(Jean-Claude Lugan:2009): اعتمد على المنهج هنا، حتى الوصول الى

البنيات الوظيفية للوسيط الاعلامي-اللغوي، داخل ارتباطات النسق الاجتماعي بانفصالات المجتمع(فئات: الجنس، السن، المهنة، اللغة، المقروئية، التغطية الجغرافية)، ليكون وظيفيا تغطية السوق/الحياة السياسية، وصولا إلى استقطاب السوق القائم بشكل كبير على حجم وجودة الإعلانات، تكوين الرأي العام بالأخص في وجهه السياسي(Marc Bassoni:2016).

ضمن هذا المنهج، وهذه المجموعة من المقاربات التحليلية التي احاول تغطية بها مجموع اهداف البحث، نعتمد في المقابل

على:

— تحليل المضمون: نلجأ إليها كآلية تحليلية لاستخلاص: البنى اللغوية، المواضيع او الرسائل المدرجة فيها، التي من

خلالها نستخلص نوعية المواد الاعلامية وارتباطاتها الاجتماعية(Jean Remy, Danielle Ruquoy:1990)، التي تساندها الملاحظة(Hiroko Norimatsu, Pascal Cazenove-Tapie:2017/9) لسوق واقبال الافراد والشرائح الاجتماعية والفئات على الحوامل اللغوي-الصحف-، ما يسهم في الوصول الى الفئات وارتباطاتها بالحوامل اللغوية-الصحف والمجلات—La Presse حيث ينتمي هذا العمل ضمن حدود اختصاص علم اجتماع الاعلامي.

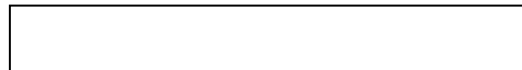
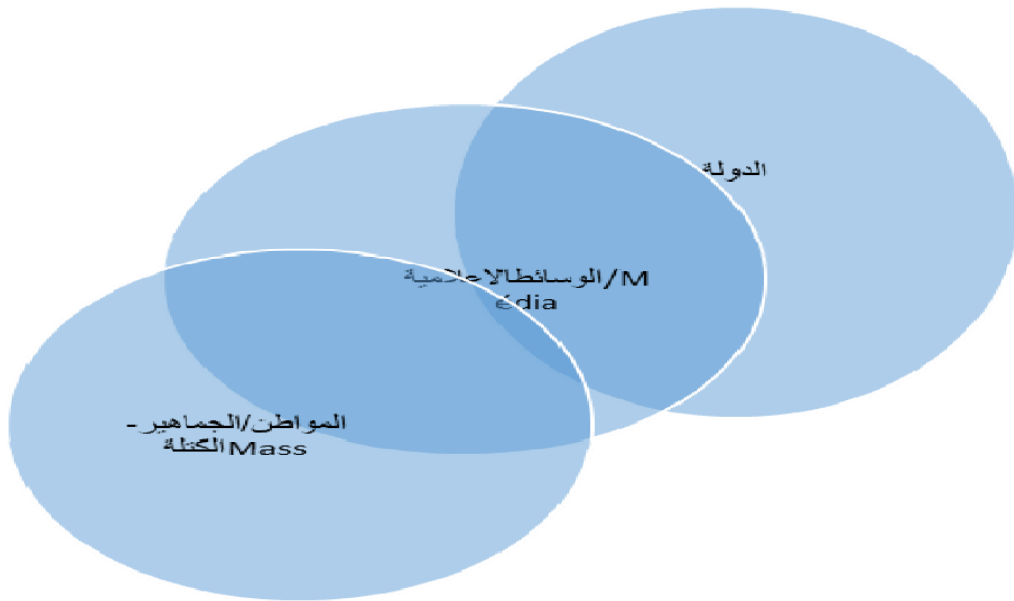
² الوسيط الاعلامي، هو "معد تقني يسمح للناس بتوصيل تعبيرات عن فكرة ما، أيا كان شكل او غاية هذه التعبيرات" المرجع: فرنسيس بال:2008، الميديا، ترجمة: فؤاد شاهين، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت/لبنان، ط1.

2. حول علم اجتماع الاعلام

1.2 حول علم اجتماع الاعلام عموما:

ان البحث في علم اجتماع الاعلام، يرتبط بحقل الاعلام الذي يمس بحصر النظم الاجتماعية، اين تشكل: "الحاجة الاعلامية"، المرتبطة بمستويين: 1-المستوى الاعلامي، 2-المستوى السياسي، بالأخص التي تتقدم به الحاجات الاعلامية، بنيويا ووظيفيا تبريرا لحشر واستدلالا على اندماج مجموع الافراد في المجتمع الشمولي، عن طريق الوسيط الاعلامي، لما يقدمه من تلبية الحاجات وظيفيا اذنا، وبكل الارتباطات الاجتماعية مع المجتمعات شمولا (Laulan Anne-Marie:1979). في المقابل نلاحظ امكانيات صنع الوسائط الاعلامية الشرعية، من الحركات الاجتماعية (الحشود)، لذا يقدم لنا **Eric Maigret** مجموعة من المعارف الممكنة لقراءة ودراسة **mass-média** مع نظرة واستشرافه سوسيولوجية، ما يمكن ان ينتج عنه حسبه: "اقضاء العناصر القانونية لكل واكبر التقاليد العلمية" (Céline Sagar, Eric Maigret:2003) المرتبطة بمجال البحث في الاعلام.

إن أهمية البحث بعلم اجتماع الاعلام وعلم اجتماع الوسائط الاعلامية **mass-média**، وما يترتب عنها من تأثيرات مستهدفة على المستوى الاقتصادي-السياسي (اي السوق/الراي العام)، حيث يوضح النموذج المقدم للحلقات المتقاطعة بين مؤسسات هيكلية فعالة: الدولة/السوق، الوساطة الاعلامية، الجماهير.



حيث تمثل الحلقة الاولى: الحقل السياسي او الحقل الاقتصادي المنتج للمعلومة. الحلقة الثانية: المؤسسة الوساطية او ما يسمى بالاتصال الجماهيري كونه المخول الى توزيع المعلومة الى اكبر جماهير وتكتلات ممكنة. الحلقة الثالثة: الجماهير، التي



تعتبر من المستهلكين للمواد الاعلامية سواء ارتبطت بالحقل السياسي او الحقل الاقتصادي. حيث تعدد الانفصالات بتعدد وتنوع الجماهير وتكتلات الحشود، وفق المقاربة بالحلقات المتقاطعة يمكن تحليل بها، في علم الاجتماع الاعلام من وجهتين:

1- السلوك السياسي والعينات الاجتماعية:

الذي يتمحور حول الموضوع السياسي، ومختلف العينات الاجتماعية، بمختلف متغيراتها: السن، الجنس-النوع الاجتماعي-، المستوى التعليمي ولغة التفاعل الاجتماعي والتفاعل الرسمي. أين يترجم الوسيط الاعلامي، المحتوى الايديولوجي للحقل السياسي(الموضوع، السلوك، الانتماءات السياسية، الانتخابات، الفعالية السياسية...). في مقابل العينات الاجتماعية المتلقية لهذه المواد الاعلامية-السياسية.

2- السوق والعينات الاجتماعية:

يتعين على الوسيط الاعلامي، تقيد راقي للبرقيات التجارية والخدمات-أي الاعلانات-، الموجهة للمتلقى، أين تستهلك الحملات الاعلامية-الاعلانية للخدمات والمنتجات الموجهة لاستهلاك المتلقى، اعلى الميزانيات في التسويق الفرنسي(Toussaint-Desmoulin Nathalie)، كونه يرتبط بأذواق المتلقى وتمثله حول المنتج من التلقي في الوسط الاجتماعي له، ملائمة ومواكبته من حيث الانتشارية(الموضات)، وبوجهين للقيم الموازية للسلوكات والمؤطرة لها:

1- تطبيقا القيم الآنية في المجتمع الجزائري التي تستقطب النخبة(التحليل المختصة، اقتصادية، سياسية وقانونية...).

2- تطبيقا القيم الاستهلاكية التي تجذب الاغلبية وهم الجماهير(الحشد، الكتلة، العامة، الشعب... بحسب القيم المستهدفة تختلف تسمية المستهدف). قد نذكر على سبيل المثال: اعلانات الزواج، الحوادث، اشهارات + تخفيضات + عروض، الانجازات العامة المحلية والوطنية.... هذا ما يجعله يكتسي أهمية انفرادية، حيث لا يوجد خارج المجتمعات الديمقراطية الرأسمالية تأصيلا(الدول الرأسمالية الغربية، الو.م.أ، فرنسا،...)، مثالا لا حصرا. اذ تمثل وسائل الاعلام بكل اشكالها سلوكا حضريا مساويا للديموقراطية بشكل مطلق وحتمي. او انخرطا شكليا-مبدئيا(الدول النامية المتبينة للرأسمالية وتحرير السوق منها الجزائر وذلك مثالا لا حصرا). شكلا من اشكال الانتشارية، المؤكدة لانخراط المجتمعات في القرية الكونية لتمثل **Les masses**

média: "الفعل الاعلامي الاكثر اصالا والاكثر دقة"(Céline Sagar, Eric Maigret.Ibd.P472).

ما يؤكد عليه **Eric Maigret** في نفس السياق أهمية البحث السوسيولوجي الاعلام ووسائطه، انه فعليا يتم مع/و- وفق التفاعل بين الثقافات والتشكيلات الاجتماعية في عبارة اساسية: "ميديا هي من تحول"، من خلال التفاعل ما بين الثقافات اي بين التشكيلات الاجتماعية الحاملة والعاكسة لهذه الثقافات، التي تمهد لعملية التحول. هي مؤسسة وساطية (لقد استخدمت هذا المصطلح لوصف **mass-média**)، بين المرسل والمستقبل، التي تهتم ب-و تدور حول: الاثار، طبيعة العلاقة، تحليل المحتوى، سبر الآراء... والبحث بما هو مرتبط في: ثلاث قوى: 1-الاستقبال. 2-الانتاج. 3-المحتوى..، الذي يقوم دائما على: "الشمولية، السلوكات، النشر دائما والاكثر للجماهيرية"(Céline Sagar, Eric Maigret.Ibd). **التكنولوجيات الحديثة**، يؤكد دائما على طابع الانتشارية، التي ترتبط مباشرة بالتحول الاجتماعي الناتج عن التحول التكنولوجي.

كما يشتمل بحثه واهتماماته البحث في الفضاء العمومي والاعلامي-السياسي، كون الوسائط الاعلامية، مترجم وناقل للمحتوى السياسي للسياسات العامة، سياسات الوسيط الاعلامي بذاته. لذا فان الوسيط الاعلامي، على ثقافة الجماهير،



خاصة نتجت-الوسائط الاعلامية/ثقافة الجماهير-عن انخراط المجتمعات فيما يسمى بالدولة الديمقراطية حسب **Jean Marie-Cotttert:2003**، التي تنتج عن نوعين من الثقافة(الثقافة الجماهيرية)، الناتجة بدورها عن نوعين من الخطاب السياسي: 1-ثقافة الذنب **culture culpabilité** 2-ثقافة العار **culture d'honte**³. منتجين في النهاية نوعين من الخطاب المجتمعي الاعلامي، فالممنوع ينتج من الهيمنة-الداخل-، والعار ينتج من الخارج(اي من المحمول الاعلامي)، الذي ينتج في النهاية الراي العام **Opinion Public**، بوسيط اعلامي، التي تصل في النهاية الى تشكيل كتل بشرية حسب الوسيط ومحتواه(**Nathalie Sonnac:9/2006**)، حيث يقر في النهاية الانفصالات والمواقف، التي تسمى استخلاصا بالجمهور-الحشود **La masse** ، بالمقابل يقدم علماء النفس الاجتماعي مفهومها اكثر اجرائية⁴ **La foule**، التي تجعل من مجموع افراد كتلة متعاطفة فعالة في خلق الحركات الاجتماعية تبعا لما هو في الحامل الاعلامي من شحن وتعبئة.

2.2 حول علم اجتماع الاعلام في الجزائر

في هذا المحل، نشير إلى أن الحديث عن علم اجتماع الاعلام في الجزائر، لا يمكننا الاسهاب به وفيه، لعدم وجود تأسيس فعلي له في الجزائر، ورغم ذلك، نذكر قطبين مهمين من الباحثين في الاتصال والاعلام في الجزائر وهما:

1-زهير إحدادن:

تقوم اعمال الباحث حول وسائل الاعلام، الذي يقدم شبه مقارنة تاريخية في تاريخ الاعلام الجزائري، الذي كان يحتكر الاعلام حيزا كليا فيه، كونه يستهدف: تشكيلة الامة الجزائرية العصرية من خلال الصحافة وبمختلف انفصالاتها المعنوية والسياسية، من خلال مراجعة بعض المراجع له، خلصنا إلى أن: "يعد الاعلام وسيلة في وجه المنهج التأطيرية من التيارات الايديولوجية في/ل هيكلية الافراد بوصفهم جزء منه، كونهم مواطنين فرعيين في ايديولوجية الدولة"⁵.

2-بن مصطفىاوي بلقاسم:

يقدم الباحث في مجموع اعماله عموميات حول الاعلام على المستوى التأطيري.

3. الحوامل الاعلامية-اللغوية والانفصالات:

لانتقال الى باقي العمل، سنقدم جدولا توليديا، او ما يسمى بدقة **Matrice**، الذي يخلص مجموع الملاحظات والاستفسارات العامة، التي استخدمت كأداة للبحث التحليلي:

³ قائمة على تناقض السلوكيات بين الممنوع المحدد وتكييف السلوك اي ممارسة ما ستستدعي الذنب، الذي ينتج لاحقا القلق
⁴ مجموع افراد غير متعارفين، الا انه حسب الوسيط الاعلامي وبمعايير السوق التي تخاطب المعتقدات والاحاسيس وليس بسياسة محكمة له مباشرة، ما يمكن الحكم عليه بوجود نسب من الاحتمالات لخروجه وظهوره كحركات اجتماعية.
⁵ تحليل الباحثة: حاكم مليكة، جامعة تلمسان ابو بكر بلقايد، لمجموع تدخلاته وكتابات.



الشرائح	لغة	جنس	اقليم	نوع المادة	فئة	مقروئية
مؤشرات البحث						الصحف
El- Watan	فرنسية	ذكر	وطني	آنية+تحليلي	كوادر	++++
الخبر	عربية	ذكر	وطني	آنية+تحليلي	كوادر	++++
Le quotidien	فرنسية	ذكر	اقليم وهراني-وطني	آنية+تحليلي	كوادر	++++
الشروق	عربية	ذكر	وطني	استهلاكية	كل	++++
الهداف	عربية	ذكر	وطني	ترفيهي+استهلاكي	شبابية	++++
النهار	عربية	ذكر	وطني	استهلاكية	كل	++++
المجاهد	عربية	ذكر	وطني+رسمي	بناء الهوية السياسة للأمة	كوادر حكومية + شباب	-(+)
الشعب	عربية	ذكر	وطني+رسمي	بناء الهوية السياسة	كوادر+ حكومية	-(+)
Expression	فرنسية	ذكر	وطني+رسمي	بناء الهوية السياسة	كوادر+ حكومية	-(+)

حيث يقدم الجدول التوليدي، المقدم في العمل، قراءة مبنية على الملاحظة من خلال المبيعات الصحف، والعينات الاجتماعية المقبلة عليها، في مقابل انفصالات اللغة(العربية/الفرنسية). مع المحتوى الفعلي للصحف، تصنيفات المحتوى، ما بين مواد ساخنة آنية الفعلية، كونها تجيب عن استجابات المتلقي الآنية والمؤقتة، ومواد باردة ذات فعالية مستدامة في الزمن، تجيب على الحاجيات الفعلية للمتلقي النقدية والفكرية اقتصاديا واجتماعيا، مع مدى تغطية لهذه الاحتياجات والاجابة عليها، تلبية اقليمية وصولا للتغطية الوطنية، مع الاخذ بعين الاعتبار، الملكية الخاصة او التمثيل الرسمي لهذه المواد للانفصالات الاجتماعية داخل المجتمع.

1.3 حول الانفصالات اللغوية:

ان الحامل اللغوي او الوسيط الاعلامي(الصحف/الجرائد/المجلات) تمثل هوية القارئ(المواطن)، وهوية الكاتب، ذلك ان اللغة توجد في لب النقاش عن الهوية ولا يمكن البث في ردود افعال الهويات والافعال الانسانية دون اللغوين في ذلك (A.Strauss: 1989)، حسب W. Labov اللغة حامل لغوي تساوي الاجتماعي تماما، اذ تمثل هي: "مؤسسة اجتماعية"(Forquin Jean Claude:1978)، وذلك بحسب التحليل البنيوي للغة (F.De Saussure: 2002)، في المقابل تجدر الاشارة الى الانفصالات: ان تصنيف Maffesoli مرتبط بمحددات مغايرة، ان التشارك الثقافي لا يلغ الاختلافات على المستوى السياسي، فالانفصالات تتم على المستوى الخيارات والقرارات السياسية، اين يحمل المجتمع الغربي



انفصاليين(اليمين/اليسار)على سبيل المثال، ليتم التأطير للأفراد على المستوى الاجتماعي(انتماء الافراد الى طبقة واحدة، لا يلغ الانفصال في السياسي، الذي يظهر في الانتخابات بالأخص)، على الانفصالات الاجتماعية بفعالية سياسية⁶.
وضمن الجدول التوليدي المقدم اعلاه الذي يقدم نفسه كفرضية بحثية، تجعل من المجتمع الجزائري ينقسم الى انفصاليين لغويين:

1-الانفصال الاول-النخبة: ويمكن تصنيفها هنا حسب الجدول الى صنفين:

-الكوادر المفرنسة **Les Francophones**: هي النخبة الحاشرة لكل الكوادر والكفاءات المكونة باللغة الفرنسية ومن ثمة على جزئيات من الثقافة الفرنسية فيما يرتبط بالسلوكات الحضرية والتكوين على اعلى مستوى علمي وثقافي، وهي التي تكونت اثناء المرحلة الاستعمارية بنسبة ضئيلة من تدرس الجزائريين، أو ما لحق تلك المرحلة بعد الاستقلال، ضمن اتفاقيات التكوين المشترك. وما يقابها في الصحف الناطقة باللغة الفرنسية: **El-Watan/Le Quotidien d'Oran/Expression**، وفي الميديا ايضا الحصص الناطقة بالفرنسية او حاليا القنوات الناطقة بشكل منفرد بلغة دون غيرها، مثل الناطقة بالفرنسية+CNL، ما يجعل الجزائر من اكثر الدول الفرنكوفونية، دون تكون اصليا كذلك (اي ليست بالانتماء الاصلي للغة ولا الفكر والثقافة) وذلك حسب أ.سبع رابح(سوسيولوجي جزائري-جامعة وهران)، نتيجة للاستعمار، مع الاستهلاك الواعي للغة الفرنسية اثناء وبعد الاستعمار-الاستقلال-.

-الكوادر المعربة **Les Arabophones**: هي النخبة الحاشرة لكل الكفاءات والكوادر ذات التعليم المعرب، وهم الكوادر التي تلقت تعليمها في الجامعات الشرقية(مصر، الاردن....)، في نهايات مرحلة الاستعمار، او المعربون ما بعد الاستقلال. ولهذه النخبة، مقابل في الحوامل المعبرة عن افكارها والتي تجيب عن احتياجاتها وما يساوبها في الصحف مثلا: الخبر، الشروق، النهار، بتفاوت غير مسبب علميا-احصائيا(كوننا لا نملك النسب والاحصائيات المرتبطة بالمقروئية في الجزائر بشكل عام، ولا بالنسبة للصحف بشكل خاص ولكل صحيفة على حدى، بالنسبة للفئات الاجتماعية، الشرائح، المبيعات، الجنس بين الذكور والاناث، حول المواد الاعلامية... وغيرها من المتغيرات)، وذلك ما نحن بصدد البحث به بناء مجموعة من الملاحظات.

2-الانفصال الثاني: الجماهير (**La Mass**) (الكتلة/القاعدة البشرية العريضة من المجتمع): التي تتراوح مكانها لغويا في قراءة سطحية واستهلاكية للمواد المعلنة في الصحف، هذا مرتبط مباشرة بما يساوبها تماما اللغة العربية، اين تشكل الوسائط الاعلامية -لغويا-، آلية رمزية لذلك (لإنتاج الانفصالات الاجتماعية وقرارها والمصادقة عليها)، التي تتمثل في الفوارق القائمة على/في العملة الواسطية، التي ترجها: **ميشال غيوم هوفنيغ** إلى عدم المساواة في الواقع الناتج عن عدم التساوي في الهرم الاجتماعي القائم على الطبقة لمنتج المواد الاعلامية وللمتلقي في الوقت ذاته. ما يجعلها عملية اقصادية لغير المرغوب في ولوجه الحقل اللغوي المطابق للاجتماعي بحسب **Bourdieu** بالعنف الرمزي-المتماثل في اللغة وبها (**Isabelle** **Sommier**: 1968)، بوصفها فعليا حسب **J.Dubois** اداة الاعلام، نظام تعبيرى للجماعة الاجتماعية، ما يجعلها تترجم وتواصل الحياة، التاريخ، الثقافة واداة للدمج الثقافي (**J.Dubois**: 2002).

⁶ في: حاكم مليكة 2017/12، تحريم المحارم-دراسة سوسيو-انثروبولوجية*الزواج الداخلي انموذجا*، اطروحة دكتوراه علوم، جامعة وهران-الجزائر.



وعليه فان الحامل الاعلامي-اللغوي-، يقدم وينتج انفصالات خارج التدرج الطبقي للمجتمع، هذه الانفصالات لغوية تابعة للانفصال السياسي، المشكلة للمجتمع: "اذ لا تعتبر فقط اداة للحشر الاعلامي بين عناصر متنوعة ووظيفة اجتماعية، بل تقدم ايضا مؤشرا ايدولوجيا" (A. Dourari : 2003)

ذلك ما يشير اليه الباحث السوسيولوجي "رابح السبع" حول اللغة وبالأخص اللغة الحيز الذي تشغله في السيناريو الاجتماعي والثقافي للمجتمع الجزائري، تشغل الفرنسية حيزا في الجزائر، مكانة لا يمكن حصرها في العالم الفرانكفوني خارج حدود الفرنكوفونية **Francophone**، دون ان تكون اصلية، تمارس الرسمية، تمارس التدريس، تبقى لغة تناقل المعارف، لغة الهوية، تواصل بمختلف الطرق، بتعدد المعايير، للمخيال الجماعي (Sabaa Rabeh:2002)، لذا فإن حسب **J.Strettes** ان الصحافة-الوسائط الاعلامية-تقدم انتماء اجتماعي معين (فرنسيس بال:2008، ص19).

2.3 الانفصالات الاقليمية مقابل الوطني:

من خلال الجدول، نلاحظ فعالية واستقطاب لمجموع الصحف السيادية، او ذات التغطية الوطنية لاحتياجات المجتمع للمعلومات والمواد الاعلامية، التي تساوي في المقابل الملكية الخاصة لهذه الوسائط، لتكون في المقابل الجريدة الرسمية ذات سيادة رسمية كونها تعمل على تأطير وانتاج الامة (فرنسيس بال:2008، ص25)، دون اغفال التغطية الاقليمية والمحلية التي تعوض الطرق البدائية في التواصل ومعاينة مجريات المحيط، من احداث محلية خاصة، تساويها الوسائط المحلية (الشرق، الغرب، الوسط، الجنوب). هذا التقسيم والانفصال، عائد الى الاقبال من طرف المتلقي على المواد الاعلامية المقدمة، ومدى تغطيتها لاحتياجات المتلقي من هذه المواد، مطابقة ايدولوجية وطبقية-اقتصادية.

3.3 الانفصالات بحسب مؤشر الجنس والفئة العمرية:

مع القراءة المتمعة للجدول التوليدي، نجد نقطتين مهمتين يمكن تفسيرها حسب (Umberto Eco-L'Ersatz):

1-الجنس: هناك تفويض فعلي من الإناث (النساء)، للذكور (الرجال)، بالأفراد بممارسة قراءة للصحف، كونه عائق أولي، تنازلت عنه المرأة (يساوي الاهمال او اللامبالاة دون ضغط اصلي لذلك)، كونه تماما مثل ممارسة السياسة اجلاء تلقائي منهم، انها ليست السلوك المساوي للأثوية الاستدراكية، ما يساوي بالاصطلاح الاسقاطي ⁷ **apathique**

(Nina Eliasoph: 2010) (متى اتاحت الفرصة لقراءة المرأة للصحف: الاحداث، الموضة، الطبخ، الماكياج، الابراج، عروض الزواج....) ماعدا هذا، تجد هويتها في المجالات والدوريات الخاصة بالمرأة بشكل منفرد-الموضة، الطبخ، الخياطة-مثل سيدتي، عالم المرأة، الشروق، سميرة... وغيرها من المجالات المحلية او حتى الدولية.

2-الشباب: من خلال ما نلاحظه، ان نسبة كبيرة من الشباب يتوجه مباشرة الى جريدة الهذاف، للاطلاع على المعطيات الرياضية، التي تعد اجلاء ذاتيا منه لفضاء المواد السياسية والاهتمام بمتغيرات مرحلية، ذلك تماما وضع الخاص بالمرأة **apathique**. اين لم تحب الصحف في اغلبها على احتياجات الشباب، رغم كونها الشريحة الغالبة من بين الشرائح الاجتماعية، التي تستدعي الاستجابة الى احتياجاتها الكلية، بتجديد المواقف الاجتماعية، وذلك ما توفرت عليه الصحف

⁷-التي ترتبط بفقدان الاهتمام الاجتماعي والسياسي بالأخص للنساء تجاه الفعل السياسي كنوع من الاجلاء لعدم التماثل مع طبيعتهن المنشئات عليها من جهة وطبيعتهن الفطرية من جهة اخرى



الرياضية، التي تجيب عن اهتمامات الشباب بصفة خاصة، لا حصرا بذلك، وبالأخص الشريحة الشبابية التي تصنف بالمؤشر التعليمي تحت الحد الأدنى الثقافي.

4.3.4 الانفصالات الحامل اللغوي:

لقد سبق وان تحدثت عن الحامل اللغوي، والذي يمثل نوعين بحسب المحتوى، ما ينتج عن نوعين من الحوامل الاعلامية، التي تتمثل في الحوامل الاعلامية-اللغوية الفرنكوفونية والاحرة المعربة، التي توجه الى انفصاليين محددين، لمختلفي الانتماء فيما يرتبط بالطبقة، النخبة، والجماهير (الحشد، الكتلة البشرية عريضة الاتساع)، بحسبهم تحمل هذه الحوامل في شكلين:

1- القيم الانية V.A: التي ترتبط بمجريات الحياة السياسية والاقتصادية، التي تكون المجتمع الحديث-الديموقراطي الحر رأسماليا وتأثر في حيثياته الكلية وللأفراد، في هذا يقول **Hegel**: "ان الصحيفة هي الصلاة العلمانية الصباحية للإنسان الحديث" (فرنسيس بال: 2008)، التي تخاطب النخبة، التي قبلها **média froid/média lourde**، التي لا تحمل مواد اعلامية ساخنة عاطفيا، لكن فعالة في تشكيل الراي العام عند الحاجة. مخاطبة للوعي الثقافي للنخبة الموجهة اليها، حسب انشغالاتهم الفعلية-الفكرية (التحليل الاقتصادي، السياسي، ربورتاج، التقارير العلمية-الفكرية والتعليقات عليها، مناقشة البرامج الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية....) اي تحمل الصبغة العلمية-الخطاب العلمي للمواد الاعلامية في الصحف، بحسب تعبير (Jacques Leclerc: 1999-XVIII) هذا النوع من الخطاب ينتج من مختصين ويوجه إلى المختصين به.

في هذا الحال، الناطقة باللغة الفرنسية تكون في الصدارة، اين يتوجه لها النخبة الناطقة بالفرنسية، اطباء، صيادلة، اساتذة جامعيين. والتي يشترك فيها النخبة الامازيغية-التي تكتسب اللغة الفرنسية كذلك-..تأثير في الدرجة الثانية تأتي الحوامل الاعلامية-الصحف- الناطقة بالعربية، التي ترصد اهتمام النخبة المعربة، فيما يرتبط بالمقالات والتحليلات. تتميز بالتأثير الاستدراكي، حيث لا تحمل قيم محركة للحشد وانما تراكمية فعلية للمعارف الحيادية، المشكلة للوعي السياسي-الثقافي للمجتمع عبورا ومرورا بالنخبة ومشكلة ومبلورة لها في نهاية هدف محتوى الحامل الاعلامي-اللغوي (Elizabeth Baldwin: 1977).

2- القيم الاستهلاكية V.C: التي ترتبط بالأحداث اليومية، المواد ذات التأثير العاطفي الاستمراري، التي تقوم على مخاطبة العواطف، الفضول البشري، تخاطب الجماهير العامة، القاعدة العريضة **média chaude** دون فعالية تذكر، تستخدم للترفيه والكسب، في اغلبها ناطقة باللغة العربية، التي تتميز كونها حوامل اعلامية ذات تغطية اقليمية او محلية، اين ترصد مختلف مستجدات المحلية، مع بعض الاخبار الفنية، الرياضية، عروض الزواج، اشهارات الجوائز، عروض التوظيف، اعلانات عن الشقق، اي كل ما هو يومي وعابر.

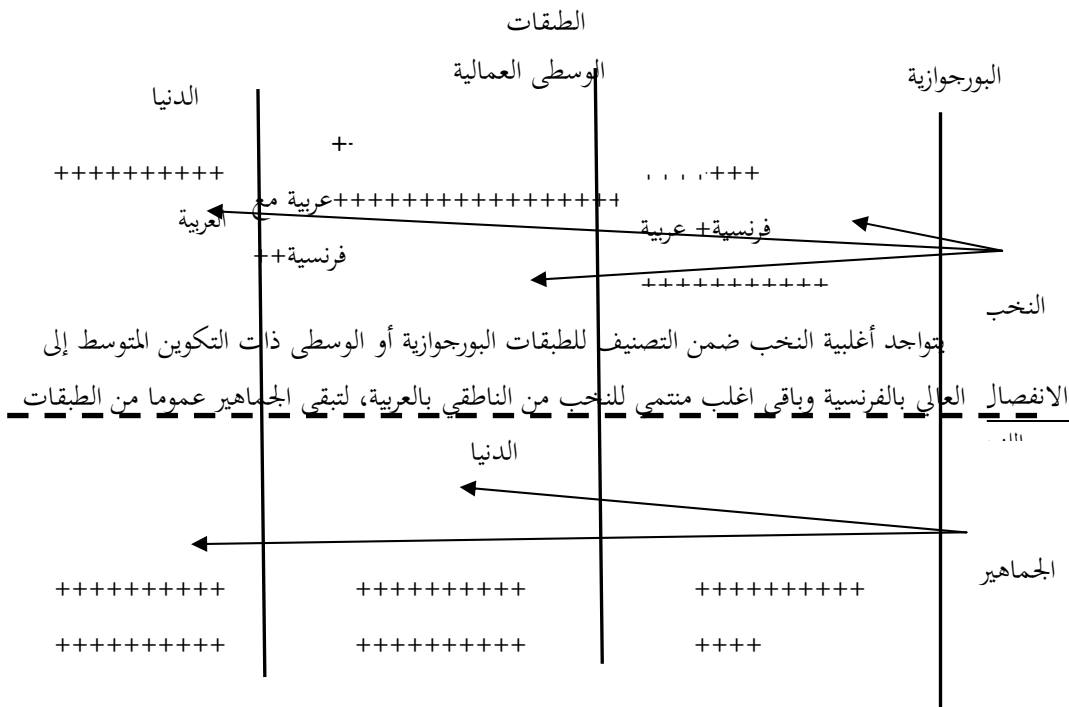
مع مراعاة امر ذو اهمية بالغة، متعلقة بالوسائط الاعلامية بحد ذاتها ووسع استيعابها من عدمه لكل الفئات الانفصالات الاجتماعية وترجمة بذلك وعيها الفكري، الذي يرتبط بمؤشر اساسي وهو الامكانية المادية للتغطية الاعلامية، من جهة، ومخاطبة الانفصال بذاته من جن جهة اخرى، وذلك يأتي بمؤشرين:

الاول: مرتبط بسياسية الوسيط الاعلامي الاعلامية-التمويلية له، من خلال الإشهارات، التي تغطي الحيز الكبير من ميزانية الوسائط الاعلامية، اللغوية، السمعية-البصرية، ولاحقا بما هو اني الالكترونية.



الثاني: من حيث المقروئية وذلك ما لم نعلمه ، لعدم إيجادنا لإحصائيات المقروئية بذلك نسب مبيعات التي تحدد فعليا شعبية الوسيط الاعلامي دون غيره-وفق مؤشر المصادقية ومؤشر التطابق بين القيم في الحامل الاعلامي ومواقف القارئ-لدى الانفصالات الاجتماعية(التوجه السياسي، المستوى الاقتصادي، رأس المال الثقافي، اللغة، الجنس، السن، الحصر الجغرافي-الاقليمي..).

الشكل رقم 03: انفصالات المجتمع بالحوامل الإعلامية-اللغوية



هذا النموذج الشارح من اعداد الباحثة الاستاذة: حاكم مليكة، نقلا عن نموذجها الاصلي المستخدم في اطروحة الدكتوراه علوم، تحريم المحارم-دراسة سوسيو-اثروبولوجية- الزواج الداخلي افودجا، جامعة وهران2، 2017،الصفحة310.

التعليق على الشكل رقم 03: يوضح الانفصالات الاجتماعية حسب تصنيف النخبة او الصفوة على حد تعبير V. Pareto (Larry Portis, Christiane Passevant: 1996) Les élites و الكتلة العامة-الجماهير-La masse، حسب مؤشر اللغة الخاصة بكل الشريحتين التي تتحد على عاتقها، تموقع الافراد المنتمين في هذين الانفصاليين



رغم انتمائهم الفعلي الى التقسيم الطبقي، إلا أن انتماء إلى انفصال دون الآخر، يكون بحسب اللغة، التي تكشف الخلفية الثقافية والاجتماعية للأفراد الفعلي، الذي يتحدد بالفعل بالانفصال(اللغة، الترفيه...)، أين تشكل الطبقة الحشر المادي للأفراد دون التركيز التام على الخلفيات، على عكس الانفصال الذي يعبر عن الجزئية حاشرة للأفراد بحسب التشارك في الخلفيات الثقافية والخيارات الفرعية، التي تكون مؤقتة الانسلاخ عن الطبقة(اين تظهر في اوقات الترفيه، الانتخابات...) اين يسهم الحامل اللغوي او الصحف في تعزيز الانفصالات الاجتماعية، كونها موجهة الى انفصال دون الآخر، معبرة عنه ومشبعة لاحتياجاته.

التي تمارس من جهة اخرى هيمنة اجتماعية باللغة الفعلية (Gerthart D.Wiebe:1964)، حتى تثبت الانفصال بين افراد الطبقة الواحدة بالبحث في رؤوس الاموال لثقافية-اللغة اهمها-، ترسيخها من خلال الاستقطاب الاعلامي-اللغوي.

4. النتائج:

من خلال عملية التحليل، الذي تمت باستخدام مجموعة من المقاربات: نظرية الحلقات المتقاطعة، الانفصالات، التحول الاجتماعي، الحشود، وبفعل اعتماد المنهج البنيوي-الوظيفي، مع اعتماد الملاحظة كتقنية لجمع المعطيات، مع استخدام تحليل المضمون في ذلك. توصلنا الى ما يلي كاستنتاجات تجيب عن للإشكال التأسيسي الذي بنينا عليه هذا العمل: كيف يمكن تحليل الانفصالات الاجتماعية الناتجة عن مجموع الحوامل الاعلامية-اللغوية(الصحف)؟ وما مدى التطابق ما بين الحوامل والانفصالات. وصغنا لها الفرضية التالية:

-تعمل لغة الحامل الاعلامي-اللغوي على ابراز انفصالات الاجتماعي الموجودة داخل المجتمع الجزائري.

ان الفرضية تكون ذات جدوى علمية، فقد اثبتت، كون الحامل الاعلامي-اللغوي يعمل على ابراز الانفصالات الاجتماعية داخل المجتمع الجزائري، التي يؤثر بشكل كبير في توجيه الراي العام الخاص بكل انفصال، في عمليات اقتراع، المواقف العامة حول القضايا المتداولة في الحوامل. كون الانفصالات الاجتماعية، المتمايزة فيما بينها، المؤسسة هنا على مؤشر اللغة، ترتب عنها ضمنا خلفية ثقافية مطابقة تماما للغة.. وعليه خلصنا الى النتائج التالية:

-تتطابق الانفصالات الاجتماعية مع الحوامل الاعلامية-اللغوية تجديدا، بفعل ضرورة توفر شرط التمثيل للموقف من الانفصال الاجتماعي بحسب الحامل اللغوي.

-الانفصال الاجتماعي يساوي ضمنا انفصال لغوي ضمن الحامل الاعلامي(بحسب النخب المقبلة على الحامل-الصحف-).

-الانفصال الاجتماعي واللغوي في مقابل الحامل ينتج انفصال سياسي، بحسب الانتماءات او المواقف الخاصة بالتكتلات داخل الجماهير المستقبلية.

-عدم تواجد تطابق كلي بين الحوامل والانفصالات، نظرا لعد اكتمال التعبئة والتمثيل كجزئية من الانفصالات(كون تتواجد صحف ليس لها تمثيل، في مقابل تواجد جمهور وليس له تمثيل من حامل لغوي).

-تحدد نوعية القيم(انية/استهلاكية) المقدمة في الحوامل نوعية الجماهير ومن ثمة الانفصالات.



-تتجاوز شريحتي الاناث والشباب **apathie** التوجيهات الاعلامية كمقابل لعدم التمثيل والتعبير الملائم عن الاحتياجات والاجابة عنها من قبل الحوامل الاعلامية، او اجلاء ذاتي من طرفهم للحقل الاعلامي، غير المطابق لآمالهم واحتياجاتهم العامة، باستثناء الرجوع الى الحوامل التي تحيب عنها، مثل: الهداف بالنسبة للشباب، مجلة سيدتي، الشروق العربية للإنناث.

5. خاتمة:

ان علم الاجتماع الاعلام، يعتمد على مجموع من المقاربات النظرية حتى الوصول الى تحليل كافي للمواد الاعلامية المقدمة في علاقتها بالعينات الاجتماعية، التي تسهم في انتاج انفصالاتها، لا تساوي التقسيم الطبقي للمجتمع الجزائري، المتمثل في النخب القائمة على ممارسة اللغة الفرنسية واللغة العربية، وبشكل اكثر انحصارا في الوقت الحالي اللغة الامازيغية، وما دون ذلك يصنف على العموم ضمن الجماهيري، الذي لا يوازي امكانية مناقشة المواد الاعلامية.

مع ضرورة ذكر علم اجتماع الاعلام يستدعي ترابط ثلاثي، عن اساسيته في تواجد الاعلام:

1-الدولة= الاعلام ولا توجد دونه

2-السوق= الاقتصاد ويوجد دون الاعلام ويتقوى به رغم ذلك، بالأخص الإشهارات، كلما كانت ميزانيتها عالية كلما حققت نجاحها. والعكس صحيح.

3-المؤسسة الواسطية: الرابطة بين طرفي العلاقة(الحاكم/الاعلام/المواطن)(السوق/الاعلام/المشتري-المستهلك)، مع الاهتمام بمختلف المؤشرات الاجتماعية، الشرائح والفئات، اللغة، الجنس، السن، المستوى التعليمي، الفضاء الحضري ومستوى التغطية للمواد الاعلامية للفضاء وبمتغيرات الجماهير المحشورة به (David Victoroff:1961).

-فالاعلام-الاتصال-يقدم التأسيس الفعلي-التأييد-، وبناء خلفية شرعية للدولة، فيما يرتبط بالاعلام من حيث هو اداة وآلية لتوزيع المواقف والآراء، بناء وعي سياسي-ثقافي، ولا يكون دونها بالشروط الديمقراطية الانية.

-في المقابل يكون داعما اقتصاديا من خلال الوساطة بين السوق(أي بين المعارضين/المنتجين) وبين العملاء، أي المقتنين للسلع والخدمات المعروضة.

-ليكون نهاية ممولا بهذه الخدمات داخليا للمؤسسة الاعلامية بذاتها، حتى تكون ذات فعالية واستقلالية بذات الوقت.

نهاية يشكل الوسيط الاعلامي-الاتصالي، علاقة الصعود والهبوط بين المذيع، المتلقي، مع الاخذ بعين الاعتبار المصدر والمنتج للبرقية الاعلامية التي تتحول في علاقة الاتصال الافقية بين مجموع المتلقين ورجع الصدى في علاقة عمودية من المذيع الى المتلقي، نهاية الى منتج البرقية الاعلامية وقياسها لدى المتلقي عن طريق الوسيط بتقنية اجرائية وهي سر الآراء الكلي او العيني عشوائيا، لرصد المتلقي للبرقية الاعلامية.



. قائمة المراجع :

- 1-A. Dourari, (2003) , Les malaise de la société Algérienne d'aujourd'hui, crise de la langue, crise d'identité, Alger, Casbah, P15.
- 2-A. Strauss, (1989) , Miroirs et masques, métairie Paris, P17.
- 3Céline Sagar, Éric Maigret, (2003) , Sociologie de la communication, Paris, A. Colin, coll.u. Sociologie, P. P471.473.
- 4-David Victoroff, (1961), Du rôle des mass-médias dans le monde d'aujourd'hui ; In: Les Cahiers de la publicité, N°5, La communication. P. P65-76. http://www.persee.fr/doc/colan_1268-7251_1963_num_5_1_4798.
- 5-Didier Gazagnadou, (2008), I. Le diffusionnisme existe-t-il ? Dans La diffusion des techniques et les cultures. (<http://www.cairn.info/la-diffusion>).
- 6-Elizabeth Baldwin, (1977), The mass media and the corporate elite: A Re-Analysis of the Overlap the media and economic elites; the Canadian Journal of Sociologie, Vol2, N°1, Winter 1977, P1-27.
- 7-Éric Macé, (2002), Sociologie de la culture de masse: Avatars du social et vertigo de la méthode, Cahiers Internationaux de sociologie, Nouvelle série, Vol.112, Communication et liens Sociaux (Janvier-Juin) P.U.F, France, P. P45-62
- 8-F. De Saussure, (2002), Cours des linguistiques générales, Tolontilit, Alger, P33.
- 9-Forquin Jean Claude, (1978), sur. Labov William, Sociolinguistic patterns, Revue française de pédagogie, 1978Année, N°42.
- 10-Gerthart D. Wiebe, (1964), Culture d'élite et communications de masse. In : Communication, 3. <http://www.persee.fr/doc/comm>.
- 11-H. Clément, (2005-2019), Gustave Le-Bon, Psychologie du socialisme 3eme édition refondue et entièrement remaniée ; Revue Philosophique de Louvain 'Année 1903/39/, in Persée
- 12-Hiroko Norimatsu, Pascal Cazenove-Tapie, (2017/9) , Techniques d'observation en Sciences Humaines et sociales, 52ème Congres International Société d'Ergonomie de Langue Francaise, Toulouse, France, <https://hal-univ-tlse2.archives.fr>.
- 13-Isabelle Sommier, (1968), La dialectique violence physique/violences symboliques l'exemple de l'ouvrière dans les années 68, centre de recherches politiques de la Sarbonne-ParisI.
- 14-Ismaël Joachim, (1967), Aspects sociologiques du loisir et des activités de loisir, In: L'Homme et la société N4, [http:// www. Persée. Fr /doc/homso](http://www.Persée.Fr/doc/homso).
- 15-J. Dubois, (2002), Dictionnaire de linguistique, Larousse, Paris.
- 16-Jacques Leclerc, (1999), XVIII Le français scientifique ; guide de rédaction et de vulgarisation ; éditeur Liguattech éditeur INC, France,
- 17-Jean Marie- Delacroix:(2009) : La fonction supervisante du groupe, Dans: Gestalt, /1,N°35, (<http://www.cairn.info/revue-gestalt,France>)
- 18-Jean Marie-Cottet,(2003) , La tyrannie télévisuelle,://www.constructif.fr, Par Albin Michel
- 19- Jean Marie –Cottet (2006): La démocratie télé-guidée, La démocratie de l'instant, Essai (broché). Paru.
- 20-Jean Remy, Danielle Ruquoy, (1990), Méthodes d'analyse de contenu et sociologie, Droit et société, Année 1992/20-21/. (Une science sociale pour la pratique juridique).
- 21-Jean-Claude Lugan, (2009) , chapitre III: Le systémisme structuro-fonctionnaliste de Talcott Parsons, Dans: La systémique sociale, <https://www.cairn.info/la-systemique>.
- 22-Larry Portis, Christiane Passevant, (1996) , La théorie des lites de Vilfredo Pareto: usages politiques. In : L'homme et la société, N°121-122, Citoyenneté et lutte des classes, <http://www.persee.fr/doc/homos>.
- 23-Laulan Anne-Marie, (1979) , La sociologie de la communication et langages, N°41-42, 1^{er}, 2^{eme}, 3^{eme}.
- 24-Laulan Anne-Marie, (1988) Michel Maffesoli Le temps des tribus, le déclin de l'individualisme dans les sociétés de masse, communication et Langages/Année /76/P. P120-121.



- 25-Marc Bassoni, (2016) , Economie et réception des médias à l'heure du numérique ; Intervention au stage Formation continue des professeurs de S.E.S, Académie de Montpellier.
- 26-Michel Forsé,(2001) , Sept dimensions du changement social, Dans: L'année sociologique, /1 (Vol.51),(<http://www.cairn.info/revue-I-année>)
- 27-Nathalie Sonnac, (9/2006), Les médias: une industrie à part entière et entièrement à part, Questions de communication.
- 28-Nina Eliasoph, (2010) , L'évitement du politique. Comment les américains produisent l'apathie dans la vie quotidienne ; Economica, coll., Etudes Sociologiques,352, consulté 23/9/2019 ; consultation en ligne : <http://journals.openedition.org> / lectures / 1119.
- 29-Sabaa Rabeh, (Juli 2002) , La langue et culture française dans le plurilinguisme en Algérie, 13. Nr. ([Http://www.initiatives.refer.org/notes/sess603.ht](http://www.initiatives.refer.org/notes/sess603.ht)).
- 30-Toussaint-Desmoulins ; Nathalie: l'économie des medias, chiffre d'affaires des médias en France).

31-فرنسيس بال، (2008)، الميديا، ترجمة: فؤاد شاهين، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت/لبنان، الطبعة 1.

32-حاكم مليكة، (12/2017)، تحريم المحارم دراسة سوسيو-انثروبولوجية (الزواج الداخلي أُنموذجاً)، أطروحة دكتوراه علوم، جامعة وهران 2. الجزائر.