

المتاحف الجزائرية بين ثقافة الاستهلاك وتذبذب الزوار

أ. حاج كولة عنية

- جامعة برج بوعريريج -

ملخص : نحاول في هذه الدراسة الموسومة المتاحف الجزائرية بين ثقافة الاستهلاك

وتذبذب الزوار معالجة ظاهرة الاستهلاك المظهري والكشف عن الخصائص الاجتماعية والثقافية لزوار المتحف بالرغم من تذبذب عدد الزوار المقبلين على المتحف حيث نسعى في هذه الدراسة معالجة الجوانب السسيولوجية المتمثلة في مجمل الخصائص الاجتماعية والثقافية والجغرافية المتعلقة بالجمهور المتردد على المتحف بالإضافة الى هذه الجوانب ، يعتبر هذا الاخير مؤسسة ثقافية تعمل على صيانة التحف وعرضها للجمهور العريض قصد التعليم والترفيه والتنقيف بحيث يسعى القائمين على المتحف استقطاب الجمهور العريض غير ان كل الجهود والمبادرات التي يقوم بها الفاعلين يبقى عدد الزوار المقبلين على المتحف الجزائري محدودا مقارنة بالمتاحف الاوروبية.

Résumé : Le musée est une institution crée pour mettre le patrimoine culturel à la disposition du public ,a vrai dire le souci du visiteur est resté très ;longtemps au second plan ; les conservateurs de musée se contentaient trop souvent de « laisser voir » les objets ,en particulier les œuvres d’art sans aucune démarche particulier pour les montrer ,les présenter , pour aller vers le public ;car la consommation du musée exige des parcours de visites et distingue des visiteurs déferant dans leur consommation et dans cette étude en va traiter les caractéristiques social et culturel des visiteurs et la consommation ostentatoire dans le musée algérien .

مقدمة :

يعتبر المتحف في عصرنا الحاضر من المظاهر الحضارية في مدن العالم، فهو بمثابة معهد علم، ومركز ثقافة وهو المجال المناسب للإسهام في التعرف على تراثنا الحضاري وممتلكاتنا الثقافية، وتنمية الحس والذوق الفني والجمالي لدى كافة الفئات الاجتماعية، وهذه المؤسسة الثقافية تجاوزت الفكرة القديمة التي كانت تصنفها أنها مكان أو مخزن تودع فيه التحف والأشياء الثمينة خوفا من ضياعها، فقد أصبحت هذه الأخيرة تساهم بقسط كبير ووافر في تطوير الفكر البشري للمجتمعات، ويظهر دورها جليا من خلال إبراز ما خلدهت الحضارات وتقديمها إلى أكبر عدد من الجمهور حتى يتعرف على ما فيه من ممارسات ثقافية وفنية وتاريخية

1- الإشكالية:

المتحف فضاء عمومي خاضع لتوجيهات الدولة ولقرارات تنظيمية دولية يقوم بممارسات ثقافية موجهة لفئات اجتماعية تتردد على هذه الفضاءات وعليه فالمتحف يقوم بإنتاج وتوجيه قيم ومعايير تتخلل هذه العروض، والمادة التي يقدمها للمستهلكين تعتبر بمثابة حقل ثقافي موجه على شكل أفعال ثقافية كالحفظ، الترميم، الصيانة والبحث وتشتمل على إستراتيجية موجهة من قبل فاعلين في المؤسسة لفئات مستهلكة تحمل خصائص ثقافية واجتماعية متميزة .

فالفئات الاجتماعية التي تتردد على المتحف لها أساليب حياة اجتماعية معينة تمارسها من بينها ، الرياضة، القراءة، اللباس للتمييز عن بقية الفئات الاجتماعية الأخرى وزيارتها للمتحف في اطار زيارات فردية أو جماعية تحاول أن تخلق نماذج في زيارتها استنادا على استعدادات فطرية تتجسد عبر مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأ أسرة، المدرسة، جماعة الحي ، مع العلم أن هذه الأساليب تتمظهر من خلال الذوق حيث يحدده "**BourdieuPierre**" أنه مجموع الممارسات والميزات أو ممتلكات الفرد أو الجماعة التي تعتبر نتاج اللقاء بين الثروات والذوق"¹، أما في كتابه "**La distinction**" يشير **Bourdieu** إلى التميز "أنه أحد أساليب الحياة التي يتوزع فيها الرأسمال الاقتصادي و الرأسمال الثقافي بين الأجزاء يعرض بنيات متناسقة ويعكس مختلف البنيات التراتبية هي مع المسار الاجتماعي"²، وقد أشار **Bourdieu** في دراسة أجراها حول الاقبال على المتاحف أن زيارة المتحف هي من أساليب الحياة الاجتماعية ونجدها تتمظهر لدى بعض الفئات الاجتماعية المتميزة خاصة في الدول الغربية حيث نجد بعض الفئات من عاداتها التردد على المتاحف³، وارتبط التردد على المتحف حسب الدراسة التي أجراها بالعوامل الثقافية أي الرأسمال الثقافي، غير أن الواقع الاجتماعي في البلدان العربية وبالخصوص الجزائر يعكس منطلقات ثقافية خاصة اتجاه استهلاك المؤسسات الثقافية والاقبال عليها ما يعكس خصوصية المجتمع وذهنية الفرد الجزائري والتصورات التي يحملها اتجاه المتحف كمؤسسة ثقافية، غير انه نجد بعض الفئات تتردد على المتحف في شكل زيارات فردية أو جماعية كأفواج المدارس والجمعيات والطلاب الجامعيين والوفود الرسمية ما يعطي صورة لاستهلاك ثقافي وفني .

فهل هذا الاستهلاك يمكن أن يقرأ على أنه استهلاك مذهري؟ فنجد "قبلن ثورستين" طبق مفهوم الاستهلاك المظهري حول الظواهر الاقتصادية حين يمارس أبناء الطبقة الغنية الإسراف

في استهلاك السلع والبضائع والملابس والأثاث المترلي والمأكولات والمشروبات لكي تعرض درجة غناها بهذا المجتمع⁴، غير ان المعالجة السسيولوجية للاستهلاك المظهري في المتحف يمكن قراءتها في اشكال الزيارة ومسارات التميز كأسلوب استعراض اجتماعي وثقافي، لخلق اختلاف عن الفئات الاجتماعية الاخرى، وقد وضع **Bourdieu** فكرة مهمة حول جمهور المتحف ليبين حقيقة رواد المتاحف في قوله: "المتاحف تخدع أبسط التفاصيل الشكلية في تنظيمها وفي وظيفتها الحقيقية وهي تعمق لدى البعض الشعور بالانتماء ولدى البعض الآخر الشعور بالاستبعاد"⁵.

وعلى هذا الأساس يمكن طرح هذه التساؤلات:

- ماهي الخصائص الاجتماعية والثقافية لزوار المتحف؟ وهل هامش الحرية للزوار المستمدة من الرأسمال الثقافي والاقتصادي يحدد الممارسة الثقافية ويعطي دلالة للاستهلاك المظهري؟

2-الفرضيات:

- يختلف جمهور المتحف حسب خصائصه الاجتماعية والثقافية
- الحرية الهامشية للزوار المستمدة من الرأسمال الثقافي والاقتصادي تحدد الممارسة الثقافية وتعطي دلالة للاستهلاك المظهري .

3- تحديد المفاهيم:

- **المتحف:** كلمة يونانية ولها ارتباط وثيق بكلمة *musa* التي تعني سيد الجبل أو امرأة جبلية وربما كان (الميزيوم *mouseion*) هو المكان المرتبط بأرباب الحكمة الشقيقات التسع اللواتي يرعين الغناء والشعر والفنون والعلوم وهن آلهات الراعيات للفن، و القصور⁶ . ويعرف أيضا أنه «مؤسسة دائمة التطور او هو آلية ثقافية في خدمة المجتمع الحضري وتنميته تكون مفتوحة للجمهور مهمتها التنسيق والافتناء والحفظ والبحث والاتصال، وتقديم العروض لاغراض الدراسة والتعليم وتحقيق المصالح بين المجتمعات وتوفير المتعة وهو الدليل الملموس وغير الملموس المتحرك وغير المتحرك لتباين الشعوب وبيئاتهم"⁷.

والمتحف مؤسسة دائمة ،لا تهدف لربح التجاري ،في خدمة المجتمع وتطوره ، وهو مفتوح للجمهور ويقوم ببحوث تتعلق بالشواهد المادية للانسان وبيئته ، ويحفظ ويعرض هذه التحف بهدف التريبة والترفيه⁸

وعليه المتحف مؤسسة دائمة ليس هدفها الكسب المادي وانما التعليم والترفيه، وتفتح هذه المؤسسة ابوابها للجمهور، حسب برنامج معين لكي يشاهدوا المعروضات، كما تقوم هذه المؤسسة بأبحاث حول التحف القيمة الموجودة بالمتحف.

● **الجمهور:** ارتبط هذا المصطلح في القرن 17 و18 بفكرة مجموعة من الناس هم مستهلكو فعل اتصالي من نوع ما وعليه فالجمهور هم أولئك الحاضرين ،جسديا وجمعييا ،في المكان نفسه ،كمخاطبين تتوجه اليهم الموعظة أو الكلمة أو الانتاج المسرحي واتسع المفهوم في القرن 19، ليشمل قراء الكتاب ،ومن تم مستهلكي صور الاتصال الاخرى⁹.

ويطلق عليهم مجموعة الافراد الذين يترددون على فضاءات ثقافية ويشكلون نخبة اتصالية يجمعهم حقل ثقافي أين يتمظهرون كجمهور قار ومستهلك لفضاء المتحف تتحكم فيه عوامل اجتماعية وثقافية واقتصادية .

● **الزوار:** هم مجموعة الافراد المترددون على المتحف وتنقسم الى:

الجمهور العام ،الجمهور المدرسي ،الجمهور الخاص وكل زائر يختلف بنوع زيارته للمتحف فهناك الزيارة الفردية ،زيارة الجماعة المدرسية أو الجامعية، زيارة الوفود الرسمية ، الاجانب¹⁰ ويمكن القول أنهم الفئات الاجتماعية التي تزور المتحف ضمن أهداف معينة أو أسباب تربطهم بزيارة المتحف، وتتنظم زيارتهم للمتحف في شكل زيارات فردية ،جماعية وفود رسمية.

● **الحرية الهامشية:** هي الممتلك الشخصي والجماعي للأفراد التي تستهلك المتحف وتحاول أن تتمثل وتتصور المتحف من خلال سندات متمثلة في الرأسمال الثقافي والاجتماعي والتي تحفز الفرد على اختيار أنماط استهلاك الخاصة.

● **الرأسمال الثقافي:** وقد أشار إليه "Pierre Bourdieu" حيث وزع الرأسمال الثقافي في شكلين: الرأسمال المدرسي الذي تحدده الشهادة وسنوات الدراسة ،والرأسمال الثقافي الموروث المتناقل عبر الاسرة¹¹. و في دراسته حول التردد على المتاحف وفي كتابه "la distinction" يصنف الرأسمال الثقافي في الرصيد المدرسي والرأسمال الثقافي للعائلة أي ازدواجية في الرأسمال الثقافي، أما الرأسمال الاقتصادي فشمل المداخليل المكتسبة

للعائلة¹². ولأن المجتمع الفرنسي طبقي فهذه الخصائص لا تنطبق على مجتمعاتنا العربية وبالتالي الرأسمال الثقافي للزائر الجزائري نجده متمثلاً في المستوى التعليمي والشهادة المحصلة، أما الرأسمال الاقتصادي فيتجسد في الدخل الشهري والمداعيل الإضافية، لأن بنية المجتمع الجزائري تختلف عن بنية المجتمعات الغربية من ناحية الدين، العادات والتقاليد.

● **التميز:** وهي مجمل السلوكيات والتصرفات التي ينتجها الزائر في فضاء المتحف وتجعله مختلفاً عن الفئات الأخرى، وهي ميكانيزمات وطموحات يسعى الزائر للاختلاف والتميز في استهلاكه للمتحف.

● **الاستهلاك المظهري:** وقد أشار إليه فييلن في دراسته للمجتمعات البرجوازية التي تستهلك البضائع والسلع وتقوم بممارسات ثقافية متميزة من أجل عرض غناها والتميز في البذخ والإسراف أي أن "فييلن" جاء درسه من الناحية الاقتصادية لكن في الاستهلاك المظهري للمتحف فهي سعي الزائر إلى فضاء استعراض ثقافي متمثل في مسالك الزيارة وخيارات الاستهلاك (مرشد، لغة، مطبوعات...) لأن المتحف بمنح الثقافة ويلقنها والزائر يعرض استهلاكه مظهرياً.

4- الإجراءات المنهجية:

● المنهج:

هذه الدراسة فرضت علينا إتباع المنهج الكمي لأن هيكل الفرضيات حامل لمستغيرات كمية وكيفية وقد فرض علينا هذا المنهج الوصف والتحليل والتكميم، وهذا الأخير يساعدنا على الانتقال من التصور النظري إلى اختبار الفروض وتحقيقها ميدانياً لقراءة الواقع الملموس لتكميمه والتعليق عليه بنسب مئوية أو استقراءه كفيلاً.

● التقنيات:

● **الملاحظة:** اعتمدت عليها خاصة في مرحلة البحث الاستطلاعي للتمكن من جمع المعلومات والمعطيات التي تحدد لنا الموضوع، فالملاحظة هي من أهم الوسائل التي يستعملها الباحث لجمع المعلومات أي هي "رؤية وفحص الظاهرة موضوع الدراسة مع الاستعانة بأساليب البحث الأخرى التي تتلاءم مع طبيعة هذه الظاهرة"¹³

● **الاستمارة:** تعتبر هذه التقنية من بين التقنيات التي تستعمل في البحوث الكمية، بما أن طبيعة الموضوع والمنهج يحددان التقنية، فإن موضوع **المتاحف الجزائرية بين ثقافة الاستهلاك** وتذبذب الزوار فرض استعمال الاستمارة كتقنية رئيسية لاستجواب الزوار الوافدين على المتحف. وقد تم توزيع الاستمارات على الزوار و دامت فترة توزيع الاستمارات حوالي شهر ونصف وحددت أيام توافد الزوار بكثرة خلال أيام الأسبوع و كانت يومي الاثنين والخميس و أصناف الزوار في هذه الأيام، بالنسبة لعدد الاستمارات فقد وزعت **100 استمارة** وتم استرجاع **78 استمارة** وتم توزيعها في متحف البارود الذي اختير كميدان للدراسة.

● **العينة:** بطبيعة الحال لكل بحث إشكالية وفرضيات يبينها الباحث من أجل دراسة أية ظاهرة، خاصة في علم الاجتماع الذي يهتم بدراسة الظواهر الاجتماعية، ولاستقراء الميدان على الباحث أن يختار عينة بحثه، حيث تكون هذه العينة ممثلة لمجتمع البحث وحسب طبيعة الموضوع المدروس فقد تم الاعتماد على المعاينة الغير الاحتمالية واعتمدنا على العينة العرضية ويعرفها موريس أنجرس بأنها "سحب عينة من مجتمع البحث حسبما يليق بالباحث" ¹⁴ أما طريقة الفرز فقد اعتمدنا الفرز العشوائي وهذا راجع لخصوصية العينة لان مجتمع البحث غير قار وغير معروف. شملت عينة البحث 78 مبحوثا.

5-التناول النظري للاستهلاك:

يقول أنطون المقدسي «أنّ المجتمع الاستهلاكي يزكّي الحاجات، يحرّض الغرائز ويستثير حمى الرفاه لدى الشباب الناشئ الذي يرى ذلك من حقه، فثمة تمرد الأبناء على الآباء وصراع الأجيال، في حين أن تكاثر الحاجات الكمالية في الأسواق قد وجد لإرضاء الأغنياء الجدد وبعض أفراد الطبقة الحاكمة» ¹⁵، ونحن نعلم أن العالم أصبح له وقع تضليلي وتحريفي على مجمل النشاطات السياسية، الاقتصادية، وعلى توازنات العلاقات الطبقية والحياة الثقافية والاجتماعية، وقد رافق هذا التحول الانتشار السريع الأشكال والتقنيات الجديدة في الإنتاج، بالإضافة إلى التغيرات التنظيمية وسيطرة النماذج الإلكترونية الجديدة، أمّا في حقل الاستهلاك فقد برزت تحولات ذات أهمية خاصة، فالتغير في الموضة على المستوى الشعبي قدّم الوسيلة لتسريع التنافس الاستهلاكي ليس فقط في الثياب، والحلي، والديكور، بل وفي مرحلة واسعة من أنماط العيش والأنشطة (الثانوية) الخاصة مثل عادات الاستحمام والرياضة، الموسيقى، ألعاب الفيديو، أما

الموجة الثانية فكانت التحول عن استهلاك السلع إلى استهلاك الخدمات - ليس فقط الخدمات الشخصية والتجارية والترفيهية والصحية بل كذلك خدمات التسلية والصور والأحداث كزيارة المتحف والذهاب إلى الحفلات أو حضور محاضرات أو ندوات¹⁶، ومع التسارع في عملية الإنتاج والمكينة تغير مجرى حياتنا بشكل عميق، لأن أنماط حياتنا والطريقة التي تدرك بها الأشياء تغيرت، فقد تغيرت طبيعة العمل من الإنتاج إلى الاستهلاك، وأنماط السلوك الاستهلاكي لا تتعامل مع خيارات فردية فقط وإنما مع ضغوط الجماعة وذلك لأن الوفرة المادية وارتفاع الدخل يؤديان إلى الاستهلاك المتعي وأشكال البذخ والإسراف، وفي ظل العولمة تسللت بعض أنماط الحياة والعيش في المجتمعات الغربية والعربية وخاصة المجتمع العربي عبر وسائل الإعلام ودفعت بعض الفئات وخاصة الشباب إلى تقليدها لأنها تشبع حاجات في أنفسهم أو أنها تعبر بشكل أفضل عن شخصياتهم وتفردهم وهناك أيضا «التأثير الاستعراضي لدى بعض الشرائح الطبقية التي تريد أن تتميز بما نفسها عن بقية الفئات والشرائح الطبقية، فهي تستعمل السلع كرموز للمكانة الاجتماعية وكأساليب في التعبير عن النفس مثل ملابس ذات ماركات معروفة، سيارات رفاهية و سلع غالية وهذا الاستهلاك تدعمه الجماعة»¹⁷، وما نقوله عن الاستهلاك بصفة عامة أنه تجاوز الأنماط التقليدية وأصبح يبحث عن المظاهر الظاهرية في شكل استعراضي من أجل الاندماج في الجماعة إعطاء صورة مظهرية بالانتماء إلى طبقة معينة أو الحصول على مكانة اجتماعية وذلك باستغلال الرموز والدلالات الثقافية الموجودة في عصرنا هذا، ومن أجل إيضاح الاستهلاك والأطر النظرية التي تناولته نوضح أهم البراديقمات والنماذج النظرية التي حددته:

5-1- براديقم الاستهلاك والطبقات الاجتماعية:

يرتبط الاستهلاك بالظروف الاجتماعية والأنظمة في كل المجتمعات، وهذا ما لاحظته زيميل Simmel في مساواة الاقتصاد النقدي بالأنظمة الاجتماعية، حيث نجد في هذا البراد يقم أحد رواد الاستهلاك **Norbert ، Marcel Mauss ، Thorstien Veblen** ، حيث لاحظ Veblen بروز مقالين أثرياء انصرفوا بحماس كبير إلى ممارسة **Lias** الاستهلاك المظهري، وظهرت هذه النخب الثرية في شكل فئة اجتماعية متجانسة في نفوذها وأسلوب عيشها، حيث سماها فييلن بطبقة التسلية **Classe De Loisir** ومن مزايا هذه الطبقة أنها لم تكن عاطلة عن العمل، بل كانوا منشغلين بقوة في أعمالهم وصفقاتهم ويمارسون عادات

الاستهلاك للتسلية في استعراض مظهري، وفي هذا الجانب يحدد الجنس أي استهلاك الأزواج والإناث حيث تصح الإناث واجهة رفاهية للأزواج يعرضن زينتهن وحليهن حيث يتخذنه للاختلاف والتميز، أما تسلييات الرجال فتتمثل في عرض عدد المنازل التي يمتلكونها والحفلات المقامة، وعروض سباق الخيل وإعطاء فرص التبذير والبذخ وكل هذا يرجع إلى نفسية ظاهرية أمام الغذاء الدنيوي، لكن Veblen حاول إيجاد تفسير سوسولوجي¹⁸، اشتقه من نظرية ماركس التي تنادي إلى الطبقة وإلى حركة المجتمع، حيث لاحظ أن نظم الأرستقراطية مشتة بصفة نهائية منذ الولادة على شرط أن لا تعاني من ظروف الحياة الدونية في نظامه الاجتماعي ولا يبين الاحتياج لإعلان مرتبته عن طريق أسلوب الاستهلاك فإن إطار معيشته هو استعمال داخلي عكس الذين يبحثون عن المظهر في سلوكا تم المظهرية فهي تشير إلى إثبات إطار العيش لاستعمال خارجي على الداخلي:

فحسب Veblen هناك نوعان من الهرمية الاجتماعية: هرمية مطلقة: محددة منذ الولادة. وهرمية نسبية: وتتمثل في إعادة إعطاء الأنظمة الأخرى مقابل النتائج القياسية تجاه صورة الترتيب، ففي الهرمية المطلقة أساليب الاستهلاك هي محددة بالهرمية كالنبالة لها أساليب واضحة كحمل السلاح والأكليل، ممارسة الصيد هي مسجلة في نظامها، والاستهلاك المظهري يسجل في استهلاك السلع الرفيعة والمستوردة من أوروبا كالأكل، العطور، اللباس الذي يسمح للمستهلك بالرفعة في المرتبة خاصة في مجتمعاتنا المتخلفة. وهذا ما حاول Veblen توضيحه عندما يذكر أن عادات الاستهلاك هو مؤشرة هوية الطبقة والهرم الاجتماعي.

5-2- براديقم اللامساواة في الرأسمال الثقافي:

يحدد Bourdieu pierre وAlain der bel في كتاب "l'amour de l'art" أن وزن التلقين العائلي يمتد ويتضامن مع المدرسة وينتج بذلك سلوك اتجاه الثقافة، فالرأسمال الثقافي الموروث يستند على تقسيمات ثقافية منقولة في صدر العائلة يجسد انحاء طبيعي. وعفوي للتردد على الأماكن الثقافية ويصبح الذوق الفني فطري نتاج مرجعية (عائلة) بالإضافة إلى المدرسة كدليل على التفوق المدرسي، أما في كتابه حول التميز يربط Bourdieu متغيرات المؤهلات

الثقافية مع عدم التساوي في توزيع الرأسمال المدرسي، فكلما كان التلقين والتعليم تقترب من الثقافة ونحقق المساواة في الرأسمال الثقافي وكلما ابتعدنا عن التلقين يحدث اللامساواة¹⁹.

5-3- براديقم الاستهلاك وصفة الرمز (المواضيع تعتبر رموز):

يقوم هذا البراديقم على تحليل بودريار «Baudrillard» للمجتمعات المعاصرة ومن بينها مجتمع الولايات المتحدة الأمريكية وينصب هذا التحليل على ظاهرة تحليل الأغراض، حيث يبين زوال عصر الثروات الضخمة والاستهلاك الباذخ ويربط هنا بودريار بين قلة الاستهلاك لدى الأغنياء وبين إلغاء الوجاهة القائمة على المال، مثلاً الغني الذي يقود سيارة بمصانين لا يسطع نجمه ولكنه بذلك يتميز أكثر ويختلف عن سواه بطريقة استهلاكه وأسلوبه، فهو ينتقل من البذخ الكمي إلى التمايز ومن المال إلى الثقافة ويوضح "بودريار": أن جميع الناس متساوون أمام الحاجة وأمام مبدأ الإشباع لأن جميع الناس هم متساوون أمام القيمة الاستهلاكية للأغراض والخيرات والأمالك، وبما أن الحاجة تقاس بمؤشر القيمة الإستعمالية فلا بد من علاقة جد موضوعية تتلاشى أمامها المساواة الاجتماعية أو التاريخية²⁰، فالاستهلاك حسب Baudrillard هو منظومة توفر تراتب العلامات واندماج الجماعة وحامل لقيم إيديولوجية وجهاز اتصال وبنية تبادل ويتحدد الاستهلاك بوصفه حاصراً للمتعة ومنطقاً اجتماعياً يدخل في نظام معمم من تبادل وإنتاج قيم مرّمة ويحدده الأنا الاستهلاكي على شكل خطاب ذاتي والغرض الاستهلاكي يعزل وهنا يبلور الغرض الاستهلاكي ترتيب للمراكز ويربط المستهلكين برموز²¹.

ويحلل المسار الاستهلاكي بوصفه مسار دلالة واتصال قائم على رموز ترتسم فيه ممارسات استهلاكية ويكون الاستهلاك هنا منظومة معادلة للغة، ويكون الاستهلاك مسار تصنيف وتباين اجتماعي، وترتب الأغراض كقيم موقعية في هرم تراتبي.

5- نتائج الدراسة :

بعد المعالجة النظرية لمفهوم الاستهلاك وأهم البراديقمات التي فسرت الممارسات الثقافية للأفراد والمتغيرات التي تتحكم في درجة الاقبال على المتاحف نحول ان نعرض اهم النتائج التي توصلت اليها هذه الدراسة حسب التساؤلات المطروحة وضمن الفرضيات المتنبأة وعلى أساسها نعرض الفرضية الأولى :

" يختلف جمهور المتحف حسب خصائصه الاجتماعية والثقافية "

هذه الفرضية حاولت ان تبرز الخصائص الاجتماعية المتمثلة في الخاصية العمرية للعينة المدروسة حيث تمايزت الفئات الاجتماعية من ناحية السن ،حيث وجدنا تنوعا في الاعمار لدى الفئات التي تتردد على المتحف والجدول التالي يوضح ذلك:

- جدول رقم (1) يوضح توزيع الفئات العمرية لزوار متحف البارود:

النسبة %	التكرار	الفئة العمرية
11.53 %	09	[17 - 14]
42.30 %	33	[24 - 18]
21.79 %	17	[35 - 25]
20.51 %	16	[47 - 36]
3.84 %	03	[64 - 50]
100 %	78	المجموع

يوضح الجدول رقم (1) توزيع الفئات العمرية لزوار متحف البارود، وقد تم تقسيم هذه الفئات إلى أربع مراحل يعرفها الإنسان مرحلة الطفولة، مرحلة الشباب، مرحلة الكهولة، مرحلة الشيخوخة وهذه المراحل يمر بها الإنسان ويعرف الفرد خلالها عدة تغيرات بيولوجية، نفسية واجتماعية، ونحن في العلوم الاجتماعية نركز على البنية الاجتماعية، وبطبيعة الحال كل مرحلة تعكس المضمون الشكلي والاجتماعي لكن في هذه الدراسة ركزنا على المضمون الاجتماعي "العمر" ولا نبحث على السن كدلالة إحصائية بل اجتماعية، والجدول يبين توزيع فئة السن حسب كل مرحلة وبما أن الموضوع يبحث عن دلالة فعل الاستهلاك ونمطه عند كل فئة سنية فقد ركزنا على أربع مراحل ذكرناها سابقا، ونحن نعلم أن كل مجتمع مرتبط بنسق خاص تحده الضوابط الاجتماعية والقانونية فالبلدان الغربية لها ضوابطها وقوانينها التي تحدد هوية كل فرد ومراحله. لكن في البلدان العربية ما زال مجتمعنا مرتبطا بالأعراف والتقاليد ولأن البنية الاجتماعية والثقافية مختلفة عن بنية البلدان الغربية، فهذه الأخيرة تحدد المراحل حسب الممارسات التي يقوم بها الأفراد فمثلا في فرنسا يصنف الباحثون الأطفال الذين تتجاوز أعمارهم 14 سنة مع فئة الكبار، وفي بريطانيا تبدأ من 16 سنة، أما في إسبانيا ثبتت في سن 17 سنة (نقصد فئة

الشباب)²²، أما في منظور علماء الاجتماع "فمرحلة الشباب مثلا تبدأ حينما يحاول المجتمع تأهيل الشخص لكي يحتل مكانته وأداء دوره في السياق الاجتماعي"²³.

ومن خلال الجدول نلاحظ أن نسبة الطفولة تمثل 11,53% وفئة الشباب تمثل 64,09% وهي ممثلة من سن 18 إلى 24 بنسبة 42,30% ومن سن 25 إلى 35 تمثل 21,79% أما فئة الكهولة تمثل 20,51% و تحدد من سن 36 إلى 47 سنة وأخيرا فئة الشيخوخة تمثل نسبة 3,84%، نستنتج أن فئة الشباب هي أكثر استهلاكا للمتحف إذا أخذنا القيمة أو النسبة الإجمالية لفئة الشباب وتليها فئة الكهولة ثم فئة الطفولة مقابل أضعف نسبة تمثلها فئة الشيخوخة، لكن إذا اطلعنا على الخطاب الذي يحمله كل زائر نحو المتحف فنلاحظ أن فئة الشيخوخة تعتبر كفئة منتسبة للمتحف، من خلال المضمون الذي يتبناه المتحف ويحاول إنتاجه للمستهلكين، فيعتبر المتحف بالنسبة لهذه الفئة كذاكرة هوية مسترجعة، ومكان لاستعادة أيام الصبا أي هو واجهة لاسترجاع ذاكرة الأجداد وهمزة وصل بين الأجداد وبمنح تواصل بين الصغار والكبار في فضاء عمومي منتج في سياق علمي وثقافي، في حين نجد أن فئة الشباب تحمل اتجاهات مختلفة نحو المتحف بين الانتماء والابتعاد ، أما فئة الطفولة فتجده للاسترخاء والترفيه فهو جانب علمي تاريخي لكن في فضاء عرض مفتوح مختلف عن الفضاء المدرسي.

ومنه فإن السن من الناحية الشكلية يحدد لنا أصناف الأفراد لكن ضمنا يجسد لنا اتجاهات كل فرد نحو المتحف كحقل استهلاك.

وبطبيعة الحال تنوعت خصوصية الجنس المتردد على المتحف وهذا ما يعكسه الجدول

التالي:

جدول رقم(2) يوضح توزيع الزوار حسب الجنس:"

النسبة	التكرار	الجنس
56.41%	44	ذكر
43.58%	34	أنثى
100%	78	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن أعلى نسبة عكستها فئة الذكور ب 56,41% وتعتبر هذه النسبة الأكثر تمثيلا مقارنة بنسبة الإناث التي تمثلت في 43.58% فنستنتج أن فئة الذكور تستهلك المتحف في إطار جماعات منظمة (أصدقاء) والأغلبية تسكن في الأحياء المجاورة

للمتحف، باعتباره فضاء مفتوحا صباحا ومساء ولا يكلف مصاريفا كثيرة . و معظم الشباب يستهلكون المتحف متى سمحت لهم الفرصة . أضف الى ذلك السلطة التي يتمتع بها الذكر حيث تمنحه نوعا من الحرية عكس فئة الإناث فإنها مرتبطة بالضوابط العائلية.

أما عن المستوى التعليمي لزوار المتحف فقد تباينت المستويات التعليمية بين الزوار خاصة فيما يتعلق بالتردد على المتحف. وقد ابرزت النتائج أن التردد على المتحف يتأثر بالمستوى التعليمي وهذا الطرح قد تكلم عنه Bourdieu في دراسته لجمهور المتاحف والجدول التالي يوضح ذلك :

- جدول رقم (3) يوضح توزيع الجنس حسب المستوى التعليمي للزوار :

المستوى التعليمي الجنس	متوسط		ثانوي		جامعي		المجموع	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
اناث	3.84	03	16.66	13	23.07	18	43.58	34
ذكور	5.12	04	15.38	12	35.89	28	56.41	44

يوضح الجدول رقم(3)توزيع المستوى التعليمي للزوار حسب الجنس، حيث نجد نسبة الزوار ذوي مستوى متوسط تمثل 3,84% في فئة الإناث و16,6% مستوى ثانوي و23.07% مستوى جامعي في فئة الإناث، و5,12% في فئة الذكور ذوو مستوى متوسط و 15,38% مستوى ثانوي و89,35% مستوى جامعي، وتعتبر هذه الفئة الأكثر تمثيلا مقارنة بفئة الثانوي ومستوى متوسط حيث تمثل النسبة الإجمالية للجامعيين 58,97% ثم تليها فئة الزوار ذوو مستوى ثانوي 32,05% وأخيرا فئة الزوار ذوو مستوى متوسط 7,68%. وهكذا نستنتج أن المستوى التعليمي يؤثر في عملية استهلاك المتحف، أي كلما كان المستوى التعليمي عاليا كلما زاد وعي الزوار بدلالة المتحف، وهذا ما يسمح بتعميق المسار الاستهلاكي للزائر والمستوى التعليمي يحدد تمثلات واتجاهات وسلوكيات الزوار.

- جدول رقم(4) يوضح الفئات السيسيو مهنية لزوار المتحف الوطني البارديو :

الجنس الفئات		ذكور		اناث		السيسيو مهنية	
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		النسبة %
إطارات عليا		20.51	16	14.10	11	6.41	05
موظفين، عمال، بسطاء		23.07	18	14.10	11	8.97	07
طلبة		41.02	32	23.07	18	17.94	14
بدون مهنة		15.38	12	5.12	04	10.25	08
المجموع		100	78	56.41	44	43.58	34

الجدول التالي يوضح توزيع الفئات السيسيو مهنية حسب الجنس، حيث تمثل نسبة الإطارات العليا في فئة الإناث 6.41% مقابل 14.10%، في فئة الذكور وفي فئة الموظفين والعمال البسطاء إناث تمثل 8.97% مقابل 14.10% ذكور وتشتمل فئة الموظفين على الوظائف التالية : متقاعدين، موظفين، تقنين، تجار، مسيرين... الخ .

وقد تم تصنيف هذه الوظائف حسب المستوى التعليمي والدخل الشهري، أما فئة الطلبة فتمثل 17.94% إناث مقابل 23.07% ذكور، في حين تمثل نسبة بدون مهنة 10.25% إناث مقابل 5.12% ذكور. وحسب الاتجاه العام نلاحظ أن فئة الطلبة تعتبر الأكثر تمثلاً واستهلاكاً للمتحف حيث تمثل 41.02% مقابل فئة الموظفين تمثل نسبة 23.07% وفئة

بدون مهنة تمثل 15.38% و20.51% في فئة الإطارات العليا الممثلة بالوظائف التالية)
أطباء، أساتذة، طيار، مهندسين...).

من خلال هذه الدراسة الميدانية وجدنا أن موقع المتحف ومكان سكن يؤثر على اقبال
الزوار على المتحف والجدول التالي يوضح ذلك

- جدول رقم (5) يوضح توزيع الجنس حسب منطقة السكن (الحي) «
متحف البارود»

الجموع		منطقة ريفية				منطقة حضرية				منطقة السكن
		خارج المدينة		داخل المدينة		حي شعبي		حي راقى		
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الجنس
43.58	34	3.84	03	3.84	03	17.94	14	17.94	14	إناث
56.41	44	12.82	10	11.53	09	14.10	11	17.94	14	الذكور
100	78	16.66	13	15.38	12	32.05	25	35.89	28	الجموع

الجدول رقم(05) يوضح توزيع منطقة السكن (الحي) حسب الجنس لزوار متحف
البارود حيث تم تقسيم منطقة السكن إلى مناطق حضرية تضم أحياء راقية وأحياء شعبية ومناطق
ريفية داخل المدينة وخارج المدينة، وتمثل نسبة الإناث اللواتي يقطن في منطقة حضرية (حي
راقى) 17.94% و17.94% يقطن حي شعبي و3.84% من الإناث يقطن منطقة ريفية داخلية

المدينة و 3.84% يقطن خارج المدينة، مقابل 17.94% من الذكور يقطنون في أحياء راقية، و 14.10% من الذكور يقطنون في أحياء شعبية، و 11.53% يقطنون منطقة ريفية داخل المدينة، و 12.82% من الذكور يقطنون خارج المدينة، وحسب الاتجاه العام نسبة الزوار القاطنين في المناطق الحضرية حي راقى تمثل 35.89% و الأحياء الراقية في العاصمة (ديدوش مراد، حيدرة، المرادية، تيليملي، أودان... الخ) ثم تليها الأحياء الشعبية (القصبه، أول ماي، بوزريعة، شوفالي، الحراش، عين النعجة، باب الواد... الخ) نسبة 32.05%، أما المناطق الريفية تمثل 15.38% القاطنين داخل المدينة (شرشال، سطيف، برج منايل، تيزي وزو) و 16.66% خارج المدينة، إن طابع المدينة الحضري يعكس صورة المؤسسات الثقافية كالمتاحف الموجودة في العاصمة والأفراد القاطنون في المناطق الحضرية متعودون على هذه المؤسسات، وبحكم السكن أمام المتحف يترددون عليه في أيام العطل ومساء الاثنين والخميس في حين نجد الزوار القاطنين في المناطق الريفية لم يتعودوا على مثل هذه المؤسسات لعدم وجودها وإن وجدت فهي لا تحمل مقاييس المتاحف، ولوجودهم في العاصمة بسبب الدراسة في الجامعة اغتنموا الفرصة وزاروا المتحف في شكل زيارة منظمة، حيث نجد جماعة الحي تستهلك المتحف.

نستنتج أن المتحف فضاء ثقافي أنتج جمهورا جواريا يحمل خصائص متميزة في فئات اجتماعية متنوعة من صغار السن والكبار.

أما النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية الموسومة بـ: الحرية الهامشية للزوار المستمدة من الرأسمال الثقافي والاقتصادي تحدد الممارسة الثقافية وتعطي دلالة للإستهلاك المظهري، فقد تم تفسيرها عن طريق مجموعة من الجداول منها الجدول التالي :

جدول رقم (06) يوضح مكان السكن وعلاقته بمكان المتحف :

معرفة المتحف	نعرفه من قبل		عبر وسائل الإعلام		وكالات سياحية		بمناسبة شهر التراث		الصدفة		أخرى	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
حضرية	22	28,20	02	2,56	01	1,28	-	-	03	3,84	-	-
حي راقى	16	20,51	-	-	-	-	-	-	04	5,12	1	1,28
حي شعبي	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ريفية	07	8,97	04	5,12	01	1,28	-	-	03	3,84	1	1,28
داخل المدينة	07	8,97	02	2,56	-	-	01	1,28	02	2,56	1	1,28
خارج المدينة	07	8,97	02	2,56	-	-	01	1,28	02	2,56	1	1,28
المجموع	52	66,66	8	10,25	20	25,64	01	1,28	12	15,38	3	3,84

الجدول رقم (06) يوضح علاقة منطقة السكن بمعرفة وجود المتحف، حيث تمثل نسبة الزوار الذين يسكنون منطقة حضرية في حي راقى 28,20% يعرفونه من قبل، و 2,56% من الزوار يسكنون كذلك في حي راقى علموا بوجود المتحف عبر وسائل الإعلام. و 1,28% يسكنون حيا راقيا في منطقة حضرية علموا بوجوده عبر وكالات السياحة و 3,84% علموا بوجود المتحف بالصدفة يسكنون منطقة حضرية في حي راقى، مقابل 20,51% يسكنون

منطقة حضرية في حي شعبي يعرفونه من قبل و5,12% في حي شعبي علموا بوجوده عبر وسائل الإعلام و5,12% يسكنون منطقة حضرية في حي شعبي علموا بوجوده بالصدفة مقابل 8,97% من الزوار يسكنون منطقة ريفية داخل المدينة يعرفونه من قبل، و1,28% يسكنون داخل المدينة علموا بوجوده عبر وكالات السياحة، و3,84% علموا بوجوده كذلك بالصدفة، مقابل 8,97% من الزوار يسكنون منطقة ريفية خارج المدينة يعرفونه من قبل، و2,56% من الزوار الذين يسكنون خارج المدينة علموا بوجوده عبر وسائل الإعلام و1,28% علموا بوجوده خلال شهر التراث ويسكنون في منطقة ريفية خارج المدينة، و2,56% علموا بوجوده بالصدفة كذلك يسكنون خارج المدينة وفي منطقة ريفية، وحسب الاتجاه العام نلاحظ أن النسبة الإجمالية للذين يعرفون المتحف من قبل تمثل 66,66% موزعين في مناطق حضرية كنسبة الحي الراقي الأكثر تمثيلاً مقارنة بالنسب الأخرى في حي شعبي ومنطقة ريفية، كما نستنتج أن الزوار الذين يسكنون أحياء راقية في العاصمة بجوار المتحف يعرفون المتحف ويستهلكون فضاءاته وبالتالي موقع المتحف خلق أو أنتج نخبة الحي (جماعة الحي) التي تتردد عليه متى سمحت الفرصة باعتبارهم يقطنون في أحياء مجاورة (حي ديدوش مراد، تيلملي، المرادية، حيدرة...)، أما الزوار الذين يسكنون أحياء شعبية عرفوا المتحف من خلال الأصدقاء بحكم إقامتهم في العاصمة، أما الذين يسكنون في مناطق ريفية فبحكم دراستهم في الجامعة زاروا وعلموا بالمتحف، في حين الذين علموا بوجوده بالصدفة كان على إثر زيارتهم للمدينة، أما البقية الأخرى علمت بوجوده من خلال اللافتات الموجودة بجوار المتحف، وعليه "فالمتحف يلتحم في بعض الأحيان بالجمهور العابر والجمهور الجوّاري الذي يأتي دائماً والمختص الذي لا يستطيع الحضور إلا مرة واحدة"²⁴

جدول رقم (07) يوضح تأثير السن والجنس بدافع الزيارة إلى « متحف البارود »:

الجموع	دوافع أخرى		لمرافقة شخص		برفقة أطفالك		جنت بنصيحة أحد		دافع الزيارة	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	السن والجنس	
09			2.56	2			3.84	3	إناث	[14,17]
			2.56	2			2.56	2	ذكور	
38	6.41	5	7.69	6			6.41	5	إناث	[18,25]
	8.97	7	8.97	7				8	ذكور	
12	1.28	1	2.56	2			1.28	1	إناث	[26,35]
	3.84	3	3.84	3			2.56	2	ذكور	
16	2.56	2	1.28	1	3.84	3	2.56	2	إناث	[36,47]
			6.41	5	2.56	2	1.28	1	ذكور	
03					1.28	1			إناث	[50,64]
			1.28	1			1.28	1	ذكور	
100	23.07	18	37.17	29	7.69	06	32.0 5	05		الجموع

الجدول رقم (07) يوضح تأثير السن والجنس على دوافع الزيارة حيث نلاحظ أن نسبة الزوار في فئة الطفولة إناث واللواتي جنن بنصيحة أحد تمثل 3.84 % و 2.56 % في إناث جنن مرافقة شخص مقابل 2.56 % في فئة الذكور (طفولة) جاءوا بنصيحة أحد و 2.56 % ذكور جاءوا مرافقة شخص مقابل 6.41 % في فئة الشباب [18، 25] إناث جنن بنصيحة أحد و 7.69 % إناث جنن مرافقة شخص و 6.41 % إناث جنن إلى المتحف لدوافع أخرى مقابل 10.25 % في فئة الذكور الشباب جاءوا بنصيحة أحد، و 8.97 % ذكور جاءوا مرافقة شخص و 8.97 % جاءوا لزيارة المتحف في فئة الذكور لدوافع أخرى، مقابل 1.28 % في فئة الشباب [26، 35] إناث جنن بنصيحة أحد و 2.56 % جنن مرافقة شخص و 1.28 % لزيارة المتحف لدوافع أخرى، مقابل 2.56 % ذكور في فئة الشباب [26، 35] جاءوا بنصيحة أحد، وكذلك 3.84 % ذكور جاءوا مرافقة شخص و 3.84 % جاءوا لدوافع أخرى، مقابل 2.56 % إناث في فئة الكهول، و 3.84 % من الإناث جنن مرافقة أطفالهم و 1.28 % جنن مرافقة شخص، و 2.56 % جنن لدوافع أخرى، مقابل 1.28 % في فئة الكهول ذكور و 2.56 % من الذكور جاءوا مرافقة أطفالهم و 6.41 % من الذكور جاءوا مرافقة شخص، مقابل 1.28 % في فئة الشيوخ إناث جنن مرافقة أطفالهم، مقابل 1.28 % ذكور في فئة الشيوخ جاءوا بنصيحة أحد و 1.28 % من الذكور جاءوا مرافقة شخص وحسب الاتجاه العام نلاحظ أن نسبة الذين جاءوا بنصيحة أحد تمثل 32.05 % تشمل كل الفئات السنية طفولة، شباب، كهولة، شيوخ وكلا الجنسين، أما النسبة الإجمالية للذين جاءوا رفقة الأطفال أي الأطفال هم من دفعوا الآباء لزيارة المتحف تمثل 7.69 % وتشمل فئة الكهولة والشيوخ (الآباء، الأجداد) في حين تمثل النسبة الإجمالية للزوار الذين جاءوا مرافقة شخص 37.17 %، وتعتبر هذه النسبة الأكثر تمثلا مقارنة بالنسب الأخرى في حين تمثل نسبة الفئات التي كانت لها دوافع أخرى لزيارة المتحف 23.07 %.

نستنتج أن السن والجنس يؤثر في دوافع استهلاك المتحف حيث تنتج كل فئة سنية دوافعها لزيارة المتحف واستهلاكها من المحيط الجماعي والعائلة والأطفال ويتبين لنا مدى تفاعل الفرد اجتماعيا بمحيطه وتأثيره في استهلاك المتحف حيث نجد البعض من الزوار جاءوا لزيارة المتحف بدافع مرافقة أشخاص (أصدقاء، أقارب) أيضا آخرون حضروا بنصيحة أحد كالعائلة، الجامعة (أساتذة)، أما الدوافع الأخرى فقد حددها الزوار في شكل أسباب المتعة، الترفيه، قضاء

وقت الفراغ وباعتبار أن المتحف فضاء لا يكلف الفرد مصاريف كثيرة لقضاء وقت قصير في المتحف « حسب إحدى المبحوثات التي زارت المتحف مع أطفالها.

جدول رقم (08) علاقة الفئات السيسومهنية مع طريقة الزيارة الاستهلاك:

الجموع		بمفردك		دليل كتاب		مرشد		طريقة الزيارة
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الفئات السيسومهنية
20.51	16	3.84	03	5.12	04	11.53	09	إطارات عليا
23.07	18	6.41	05	3.84	03	12.82	10	موظفين، تجار، متقاعدین
41.02	32	6.41	05	3.84	03	30.76	24	طلبة
15.38	12	5.12	04	2.56	02	7.69	06	بدون مهنة
100	78	21.79	17	15.38	12	62.82	49	الجموع

جدول رقم (9) يوضح توزيع الفئات السيسومهنية وطريقتها في الزيارة (الاستهلاك حيث تمثل نسبة الإطارات التي تفضل أن تكون زيارتها برفقة مرشد 11,53% و 5,12% تفضل أن تكون زيارتها بدليل كتاب و 3,84% تفضل أن تكون الزيارة بمفردها مقابل 12,82% من الموظفين تفضل أن تكون زيارتها برفقة مرشد و 3,84% تفضل أن تكون بدليل كتاب و 6,41% تفضل أن تكون الزيارة بمفردها مقابل 30,76% في فئة الطلبة تفضل أن تكون زيارتها برفقة مرشد و 3,84% تفضل رقم دليل كتاب و 6,41% تفضل أن

تكون الزيارة بمفردها، مقابل 7,69% في فئة بدون مهنة يفضلون الزيارة بممرشد و 2,56% يفضلون دليل كتاب و 5,12% يفضلون الزيارة بمفردهم، وحسب الاتجاه العام نلاحظ أن نسبة الزوار الذين يفضلون الزيارة رفقة مرشد تمثل 62,82% ودليل كتاب تمثل 15,38% والذين يفضلون الزيارة بمفردهم تمثل 21,79%.

نستنتج أن المتحف يخلق اختلافات بين الفئات السوسيو مهنية في طريقة استهلاكها حيث تعرض هذه الأخيرة نمط استهلاكها في طابع استعراضي بتفضيل الزيارة برفقة مرشد، وتظهر الفئة المستهلكة رغبتها في استهلاك ثقافي باختيار مرشد للحصول على معلومات مفصلة ونلاحظها في مختلف الفئات السوسيو مهنية. لكن الطريقة الخفية التي يحاول الزوار التكتم عليها هي الرغبة في التميز والاختلاف عن بقية المستهلكين في فضاء العرض، حيث تطبع بعض الخصائص في الفئات السوسيو مهنية في طريقة الاستهلاك نجدها خاصة في الفئات العمرية (الطفولة، الشباب) التي تحاول الاستعراض في فضاء المتحف وتتمايز من خلال لباسها وشكلها الخارجي وخطابها المتصور حول المتحف، أما الفئات السوسيو مهنية التي تفضل الزيارة بمفردها تحاول استهلاك المتحف معتمدة على مؤهلاتها الثقافية (الرأسمال الثقافي المكتسب) والرأسمال الاجتماعي المنتج من تأثير المحيط.

وما يمكن استنتاجه من هذه الدراسة وبعد تحليل وتفسير الفرضيات نذكره فيما يلي:

■ أن الفئة السنية المتمثلة في فئة الكهولة والشيوخ هي الأكثر تمثلاً للمتحف في سلوكياتها وتصوراتها تجاه المتحف وتعتبر نفسها منتسبة للمتحف وذلك في خطابها المبني على أساس التعود واستعادة الموروث من مراحل الشباب والكهولة .

■ يخلق المتحف أنماطاً متمثلة في الاستهلاك الفردي الشخصي والاستهلاك العائلي (مع الأطفال - الأزواج) ويعكس هذا الجانب تطور الشخصية من زيارة فردية إلى زيارة جماعية أي أن شبكة العلاقات الاجتماعية تتوسع انطلاقاً من العائلة، أصدقاء، أزواج، فضاء العمل كل هذه السلوكيات تعكس الاختلافات والتمايزات بين الفئات الاجتماعية في شكل استهلاكها والأنماط التي يفرضها المستهلكون في المتحف.

■ يعكس أيضا المتحف في ضوء استهلاكه نخبة جوارية متمثلة في زوار الحي الذين تعودوا على زيارة المتحف، أي أن المتحف فضاء عمومي فرض مجاله في المدينة وكفضاء ثقافي في الحي.

■ إن الفئة التي تملك رأسمال ثقافي ورأسمال اقتصادي تحاول التميز في زيارتها وخلق مسارات استهلاكية متميزة في شكل استهلاك استعراضى مظهري يعكس الاختلافات الشكلية المظهرية والضمنية في خلق أنماط استهلاك متميزة (آراء، لغة الدليل، اقتناء المطبوعات، استهلاك الصورة).

■ تتحدد الفروق والاختلافات بين الفئات السيسيو مهنية من الدلالة والتصور المنتج حول المتحف باختلاف الجنس، السن، المستوى التعليمي، مكان السكن . نستخلص في الأخير أن متاحفنا بإمكانها أن تغير النظرة التقليدية وتجدد ممارستها لو طبقت استراتيجية فعالة للنهوض بهذه المؤسسة، والمشكل نحصره في ذهنية المجتمع الجزائري الذي يرى أن الثقافة هي آخر شيء يفكر فيه، فمن خلال هذه الدراسة لاحظنا غياب كامل للثقافة المتحفية، وهذا يعود إلى غياب الاستعدادات تجاه هذا النوع من الممارسة التي من المفروض أن ينشأ عليها الفرد من خلال دور الأسرة كرأسمال اجتماعي وثقافي ودور المدرسة في تلقين التربية الفنية والمراكز الثقافية التي تحفز الفرد على حب الفن والثقافة وممارسة النشاطات الثقافية.

قائمة المراجع :

المراجع باللغة العربية :

- 1- الكنيسي محمد، ثقافة الشباب، المنظمة العربية للتربية والثقافة (الثقافة والقوى البشرية) ، تونس، 1995.
- 2- المقدسي أنطون، الثقافة وإبداع العربي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم في الخطة الشاملة العربية، تونس، 1992.
- 3- النقيب حسن خلدون، آراء في فقه التخلف (العرب والغرب في عصر العولمة)، دار السياقي، لبنان، ط1، 2002
- 4- إحسان محمد حسن، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطبعة لطباعة و النشر، بيروت، ط2، 1986 .
- 5- عبد الغني عماد، سيولوجيا الثقافة (المفاهيم والإشكاليات... من الحدائة الى العولمة)، مركز دراسات الوحدة العربية: لبنان، ط1، 2006
- 6- طوينينيت لورانس، غرو سبيرغ ميغان موريس، معجم مصطلحات الثقافة والجمع، تر: سعيد الغانمي، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، 2010
- 7- سمية حسن محمد، محمد عبد القادر، فن المتاحف ، دار المعارف ، القاهرة، 1994.
- 8- مارسوان جالا، علوم المتحف الحضري، مجلة المتحف الدولي، العدد 1995، 187.
- 9- معن عمر خليل، نقد الفكر الاجتماعي المعاصر، دار الأفاق الجديدة، بيروت، ط2، 1991.
- 10- موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبه للنشر، الجزائر، ط، 2006
- 11- ديفيد هارفي، حالة ما بعد الحدائة (بحث في أصول التغيير الثقافي)، تر: شيا محمد المنظمة العربية لترجمة الحمراء، لبنان، ط1، 2005.

• المراجع باللغة الفرنسية :

- 1-Ansart pierre, **Les sociologie contemporaines**, éditions du seul, France , 1990
- 2- André gobnoémie drouguet ; **Lamusiologie (histoire, développement, enjeux actuels)**, Armand colin, Paris,ed 2 ;2006
- 3 -Baudrillard (jean), **La société de consommation**, Courtesy galerie Beaubourg, Paris,1996.
- 4 - Ben Ha mou (Françoise), **L'économie de la culture**, éditions la découverte, Paris, 1996.
- 5- Bourdieu (pierre), **Question de sociologie**, Les éditions de minuit, Paris, 1984.
- 6 -Bourdieu (pierre), **La distinction critique sociale du jugement**, Les éditions de minuit ;Paris.

- 7-Bourdieu (pierre) et Alain (darbel), **L'amour du l'art**, Les éditions de minuit ;Paris1966.
 8 -Labarthe (PHILIPPE) ,Toha (JEAN) , Warnier (PIERRE) , **Ethnologie anthropologie**,
 Presse universitaire de France , France , 1er , 1993 .

الهوامش :

- 1- Bourdieu (pierre), Question de sociologie, Les éditions de minuit, Paris, 1984, p162.
- 2- Bourdieu (pierre), Ladistinction critique sociale du jugement, Les éditions de minuit, Paris, p293.
- 3- Bourdieu (pierre) et Alain (darbel), L'amour du l'art, Les éditions de minuit, Paris,1966, p 293.
- 4- معن عمر خليل، نقد الفكر الاجتماعي المعاصر، دار الأفاق الجديدة، بيروت، ط2، 1991، ص112
- 5- Bourdieu (P) et Alain (D)،Opcit,p166.
- 6- سمية حسن محمد، محمد عبد القادر، فن المتاحف، دار المعارف، القاهرة، 1994، ص9
- 7- مارسوان جالا، علوم المتحف الحضري، مجلة المتحف الدولي، العدد 187، 1995، ص40.
- 8- André gobnoémieDrouguet ;Lamusiologie(histoire,développement,enjeux actuels),Armand colin , Paris, Edition 2 ;2006,p38
- 9- طوني بينيتلورانس، غروسيبرغ ميغان موريس، معجم مصطلحات الثقافة والمجتمع، تر: سعيد الغانمي، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، 2010، ص255.
- 10-André gobnoémiedrouguet ;opcit، p84.
- 11- عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة (المفاهيم والإشكاليات ... من الحداثة الى العولمة)، مركز دراسات الوحدة العربية :لبنان، ط1، 2006، ص163.
- 12- Ansartpierre,Les sociologie contemporaines, Editions du seul, France , 1990 , p 97 .
- 13- إحسان محمد حسن، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطبعة لطباعة و النشر، بيروت، ط2، 1986، ص
- 14- موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، ط2، 2006، ص311
- 15- المقدسي أنطون، الثقافة وإبداع العربي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم في الخطة الشاملة العربية، تونس، 1992، ص164.
- 16- ديفيد هارفي، حالة ما بعد الحداثة (بحث في أصول التغيير الثقافي)، تر: شيا محمد المنظمة العربية لترجمة الحمراء، لبنان، ط1، 2005، ص232.
- 17- النقيب حسن خلدون، آراء في فقه التخلف (العرب والغرب في عصر العولمة)، دار السياقي، لبنان، ط1، 2002، ص661
- 18- Labarthe (PHILIPPE) ,Toha (JEAN) , Warnier (PIERRE) , Ethnologie anthropologie, Presse universitaire de France , France , Edition 1 , 1993 , P 350 .
- 19- Ben Ha mou (Françoise), L'économie de la culture, éditions la découverte, Paris, 1996, P 12.
- 20- Baudrillard (jean),La société de consommation, Courtesy galerie Beaubourg, Paris,1996,P48.
- 21- Opcit,P 10
- 22- Ben Ha mou (Françoise),Opcit,P 9

23- الكنيسي حمدي، ثقافة الشباب ، المنظمة العربية للتربية والثقافة (الثقافة والقوى البشرية) ،
تونس، 1995 ، ص82