

جامعة الجزائر 03
كلية علوم الإعلام والاتصال
قسم علوم الإعلام

دور الإنتاج الإعلامي الثقافي في الترويج القيم الثقافية
دراسة وصفية تحليلية لعينة من البرامج الثقافية
(حصة شرفات ثقافية للقناة الجزائرية الثالثة A3
وحصة culture l'autre regard
قناة Canal Algérie)

أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال
تخصص علوم الاعلام و الاتصال

إشراف الأستاذ:
أ. د. سلام كهينة

إعداد الطالب:
بن شريف محمد رفيق

العام الجامعي 2025/2024

كلمة شكر :

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبفضله تُنال الغايات. وبعد، فإن

إنجاز هذا العمل لم يكن ليتحقق لولا عناية الله أولاً، ثم الدعم والتشجيع

الذي تلقيته من أشخاص كثر كانوا سنداً وعموداً لي في مسيرتي

الأكاديمية والبحثية.

أتقدم بخالص الشكر والامتنان إلى أستاذي المشرف، الأستاذ

الدكتور / سلام كمينة، التي لم تبخل عليّ يوماً بعلمها وخبرتها

وتوجيهها المستمر. لقد كان لنقدها البناء وملاحظاتها العميقة الأثر

الكبير في صقل هذا العمل وتجويده، فلما مني كل الشكر والتقدير.

ولا يفوتني أن أتوجه بالشكر إلى الأستاذ بوحوالي محمد، الذين كان

وسيطي رفيق دربي وموضوع دعم في كثير من اللحظات.

كما أخص بالشكر الأستاذ الدكتور تمار يوسف، على توجيهاته

المنهجية والعملية.

الإهداء :

إلى روح والدي الحبيب، رحمتك الله رحمة واسعة كما رحمتني صغيراً، وعلمتني
معنى الرجولة والعطاء دون انتظار مقابل.

أشعر بك في كل خطوة، وأهديك هذا الإنجاز عربون وفاء وامتنان، وأسأل
الله أن يجعل هذا العمل نوراً في قبرك، ورفعة في درجاتك.
إلى أمي الغالية، يا نبع العنان والصبر، ويا من كانت دعواتك سر هذا النجاح.
أدامك الله تاجاً فوق رأسي، وبارك في عمرك وصحتك، فما كان لهذا الطريق
أن يكتمل لولا سهر عينيك من أجلي.

إلى رفيقة دربي، زوجتي الحبيبة، التي وقفت إلى جانبي في كل لحظات
التعب والانشغال، التي تقاسمت معي الألام والتحديات، فلك مني كل الشكر
والمحبة، على صبرك، ودعمك، وإيمانك بي.

إلى فلذتبي كبدتي، أمير ومحمد ريان، أنتم البهجة التي تضيء حياتي، أنتم
أملتي في الغد، وأغلي ما أملك.

أهديكما هذا العمل ليكون شاهداً على أن الاجتهاد يصنع العلم، ولأنكون
قدوة أعتز بها أمامكما.

إلى أخي العزيز نزيه، لك مني كل الامتنان على دعمك ومؤازرتك، كنت
دائماً كنتفاً أستند إليه حين تشتد الأيام، فشكراً على وجودك الصادق في
حياتي.

المخلص:

تتناول هذه الدراسة القيم الثقافية المروج لها في البرامج الثقافية التي تبثها القنوات التابعة للمؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري، حيث تم اختيار برنامج "شرفات ثقافية" على القناة الجزائرية الثالثة، وبرنامج "Culture: L'autre regard" على قناة Canal Algérie، كعينة دراسية لتحليل كيفية تقديم القيم الثقافية في الإعلام الجزائري. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل المضامين الثقافية الموجهة للجمهور، مع التركيز على القيم الفكرية والفنية والدينية والاجتماعية، بالإضافة إلى دراسة الأساليب الإقناعية التي يستخدمها كل برنامج في بناء رسائله الثقافية.

تتبنى هذه الدراسة منهجًا تحليليًا وصفيًا، حيث تم تحليل مضامين برامج عينة الدراسة لاستخلاص دقيق للقيم التي يتم تناولها، مع مقارنة الأساليب المستخدمة في نقل هذه القيم، بما في ذلك اللغة المستخدمة (العربية الفصحى، العامية، الفرنسية) وأسلوب التكرار والإقناع. خلّصت الدراسة إلى أن برنامج "شرفات ثقافية" يميل إلى تعزيز الهوية الثقافية الجزائرية من خلال التركيز على القيم التقليدية والمحلية، مستخدمًا في ذلك اللغة العربية والفصحى بشكل رئيسي. في المقابل، يبرز برنامج "Culture: L'autre regard" توجهًا أكثر انفتاحًا على الفكر العالمي والفن الكوني، مع استخدام لغة فرنسية تسهم في توسيع نطاق التفاعل مع قيم ثقافية متنوعة.

من خلال هذا التحليل، تتضح الفروق بين البرنامجين في كيفية تقديم القيم الثقافية، حيث يعكس كل برنامج رؤية مختلفة للقيم الثقافية بناءً على اللغة والسياق الثقافي المستهدف. وتشير النتائج إلى تأثير اللغة والإقناع والتكرار في تشكيل وعي المشاهدين، مما يبرز دور الإعلام الثقافي في تكوين التصورات الجماعية حول الثقافة الوطنية والعالمية. الكلمات المفتاحية: القيم الثقافية/ البرامج الثقافية/ الإعلام الجزائري/ الفن والثقافة/ النمط الثقافي.

Résumé :

Cette étude porte sur les valeurs culturelles dans les programmes culturels diffusés sur les chaînes de télévision algériennes. Elle prend pour cas d'étude l'émission "*Shorafat Thaqafiya*" diffusée sur la chaîne algérienne A3, ainsi que l'émission "*Culture : L'autre regard*" diffusée sur Canal Algérie. L'objectif de cette recherche est d'analyser les contenus culturels destinés au public, en se concentrant sur les valeurs intellectuelles, artistiques, religieuses et sociales, tout en étudiant les techniques persuasives employées par chaque programme dans la construction de ses messages culturels.

L'étude adopte une approche analytique et descriptive, en analysant la répartition des valeurs culturelles dans les deux programmes à travers une classification rigoureuse des types de valeurs abordées. Elle compare également les méthodes de transmission de ces valeurs, incluant les langues utilisées (arabe classique, dialectal, français), ainsi que l'usage de la répétition et des techniques argumentatives. Les résultats montrent que l'émission "*Shorafat Thaqafiya*" tend à renforcer l'identité culturelle algérienne à travers la valorisation des valeurs locales et traditionnelles, en s'appuyant principalement sur la langue arabe classique. En revanche, "*Culture: L'autre regard*" met en avant une ouverture plus marquée sur la pensée universelle et l'art global, en utilisant le français pour élargir l'interaction avec des valeurs culturelles plus variées.

À travers cette analyse, des différences notables émergent quant à la manière dont chaque programme aborde les valeurs culturelles, reflétant ainsi des visions divergentes de l'identité culturelle algérienne selon la langue et le contexte culturel visé. Les résultats soulignent l'influence de la langue, de la persuasion et de la répétition dans la formation de la conscience des téléspectateurs, illustrant ainsi le rôle

fondamental des médias culturels dans la construction des représentations collectives de la culture nationale et mondiale.

Mots-clés : Valeurs culturelles / Programmes culturels / Médias algériens / Art et culture / Style culturel.

Abstract :

This study examines the cultural values presented in cultural programs broadcast on Algerian television, focusing specifically on two case studies: *Shorafat Thaqafiya* on the Algerian Third Channel and *Culture: L'autre regard* on Canal Algérie. The research aims to analyze the cultural content delivered to the public, emphasizing intellectual, artistic, religious, and social values, while also exploring the persuasive strategies employed by each program in constructing its cultural messaging.

Adopting a descriptive and analytical approach, the study investigates how cultural values are distributed and represented in both programs, through a precise classification of the values addressed. It also compares the communicative techniques used, including language choice (Modern Standard Arabic, Algerian dialects, French), repetition, and modes of persuasion. The findings reveal that *Shorafat Thaqafiya* tends to reinforce Algerian cultural identity by focusing on traditional and local values, primarily using Arabic. Conversely, *Culture : L'autre regard* reflects a more open orientation toward global thought and universal artistic expression, employing French to foster engagement with a wider range of cultural values.

This comparative analysis highlights the differing ways each program interprets and projects Algerian cultural identity, shaped by linguistic and contextual choices. The study underscores the influence of language, repetition, and persuasive techniques in shaping audience

perceptions and emphasizes the role of cultural media in constructing shared understandings of both national and global culture.

Keywords : Cultural values/ Cultural programs/ Algerian media/ Art and culture/ Cultural style.

فهرس الجداول:

رقم	عنوان الجدول	ص
01	جدول خاص بالعينة القصدية المختارة للدراسة	36
02	• جدول رقم 01: المواضيع الرئيسية للقيم الثقافية من خلال مضمون حصة شرفات ثقافية.	141
03	• جدول رقم 02: المواضيع الفرعية للمواضيع الفكرية الفلسفية.	144
04	• الجدول رقم 03: المواضيع الفرعية للمواضيع الثقافية الإعلامية.	148
05	• الجدول رقم 04: المواضيع الفرعية للمواضيع الأدبية.	151
06	• الجدول رقم 05: المواضيع الفرعية للمواضيع التاريخية.	154
07	• الجدول رقم 06: القيم الرئيسية للقيم الثقافية عبر مضمون حصة شرفات ثقافية.	156
08	• الجدول رقم 07: القيم الفرعية للقيم الدينية والأخلاقية.	160
09	• الجدول رقم 08: القيم الفرعية للقيم الفنية والفكرية.	162
10	• الجدول رقم 09: مصادر القيم في مضمون حصة شرفات ثقافية.	165
11	• الجدول رقم 10: أهداف القيم في مضمون حصة شرفات ثقافية.	169
12	• الجدول رقم 11: أساليب الإقناع في حصة شرفات ثقافية.	171
13	• الجدول رقم 12: اللغة المستخدمة عند القائم بالاتصال والضيوف في حصة شرفات ثقافية.	178
14	• جدول رقم 13: المواضيع الرئيسية للقيم الثقافية من خلال مضمون حصة culture l'autre regard.	184
15	• جدول رقم 14: المواضيع الفرعية للمواضيع الفكرية الفلسفية.	189
16	• الجدول رقم 15: المواضيع الفرعية للمواضيع الثقافية الإعلامية.	192

196	• الجدول رقم 16: المواضيع الفرعية للمواضيع الأدبية.	17
200	• الجدول رقم 17: المواضيع الفرعية للمواضيع التاريخية.	18
203	• الجدول رقم 18: القيم الرئيسية للقيم الثقافية عبر مضمون حصة culture l'autre regard.	19
206	• الجدول رقم 19: القيم الفرعية للقيم الدينية والأخلاقية.	20
209	• الجدول رقم 20: القيم الفرعية للقيم الفنية والفكرية.	21
214	• الجدول رقم 21: مصادر القيم في مضمون حصة culture l'autre regard.	22
217	• الجدول رقم 22: أهداف القيم في مضمون حصة culture l'autre regard.	23
220	• الجدول رقم 23: أساليب الإقناع في حصة culture l'autre regard.	24
224	• الجدول رقم 24: اللغة المستخدمة عند القائم بالاتصال والضيوف في حصة culture l'autre regard.	25
240	• جدول رقم 25: المواضيع الرئيسية للقيم الثقافية من خلال مضمون حصة شرفات ثقافية وحصة culture l'autre regard.	26
242	• جدول رقم 26: المواضيع الفرعية للمواضيع الفكرية الفلسفية من خلال مضمون حصة شرفات ثقافية وحصة culture l'autre regard.	27
244	• جدول رقم 27: المواضيع الفرعية للمواضيع الثقافية الإعلامية من خلال مضمون حصة شرفات ثقافية وحصة culture l'autre regard.	28
246	• جدول رقم 28: المواضيع الفرعية للمواضيع الأدبية من خلال مضمون حصة شرفات ثقافية وحصة culture l'autre regard.	29
247	• جدول رقم 29: المواضيع الفرعية للمواضيع التاريخية من خلال مضمون حصة شرفات ثقافية وحصة culture l'autre regard.	30

249	• جدول رقم 30: القيم الرئيسية للقيم الثقافية من خلال مضمون حصة شرفات ثقافية وحصة culture l'autre regard.	31
250	• جدول رقم 31: القيم الفرعية للقيم الدينية والأخلاقية من خلال مضمون حصة شرفات ثقافية وحصة culture l'autre regard.	32
252	• جدول رقم 32: القيم الفرعية للقيم الفنية والفكرية من خلال مضمون حصة شرفات ثقافية وحصة culture l'autre regard.	33
253	• جدول رقم 33: مصادر القيم من خلال مضمون حصة شرفات ثقافية وحصة culture l'autre regard.	34
255	• جدول رقم 34: أهداف القيم من خلال مضمون حصة شرفات ثقافية وحصة culture l'autre regard.	35
257	• جدول رقم 35: أساليب الإقناع من خلال مضمون حصة شرفات ثقافية وحصة culture l'autre regard.	36
259	• جدول رقم 36: اللغة المستخدمة عند القائم بالاتصال والضيوف من خلال مضمون حصة شرفات ثقافية وحصة culture l'autre regard	37

خطة الدراسة:

مقدمة:

الإطار المنهجي للدراسة:

اشكالية الدراسة والتساؤلات:

أسباب اختيار وأهمية موضوع الدراسة:

أهداف الدراسة:

الخلفية النظرية للدراسة:

منهج الدراسة:

أدوات جمع البيانات:

مجتمع الدراسة وعينته:

مفاهيم الدراسة:

الدراسات السابقة:

الإطار النظري للدراسة:

الفصل الأول: مدخل مفاهيمي للثقافة والإعلام الثقافي.

تمهيد:

المبحث الأول: المفاهيم الأساسية للثقافة وخصائصها.

المبحث الثاني: الاعلام الثقافي، المفهوم والنشأة.

المبحث الثالث: وظائف الاعلام الثقافي وأهدافه.

الفصل الثاني: الصناعة الثقافية والبرامج الثقافية.

تمهيد:

الفصل الثاني: الإعلام كأداة للصناعة الثقافية.

المبحث الأول: الصناعات الثقافية.

المبحث الثاني: التلفزيون والبرامج الثقافية.

المبحث الثالث: أنواع وأهداف البرامج الثقافية.

الفصل الثالث: الأطر النظرية لفهم القيم الثقافية.

تمهيد:

المبحث الأول: ماهية القيم وتصنيفاتها.

المبحث الثاني: مفهوم القيم الثقافية.

المبحث الثالث: وظائف القيم الثقافية.

الإطار التطبيقي للدراسة:

الفصل الرابع:

تمهيد:

المبحث الأول:

البطاقة الفنية للقناة الإخبارية الثالثة.

البطاقة الفنية لحصة شرفات ثقافية.

المبحث الثاني: التحليل الكمي والكفي لجدول تحليل محتوى حصة شرفات ثقافية.

التحليل الكمي والكيفي لفئة الموضوع.

عرض وتحليل الجداول.

التحليل الكمي والكيفي لفئة القيم.

عرض وتحليل الجداول.

التحليل الكمي والكيفي لفئة المصادر.

عرض وتحليل الجداول.

التحليل الكمي والكيفي لفئة الاهداف.

عرض وتحليل الجداول.

التحليل الكمي والكيفي لفئة أساليب الاقناع.

عرض وتحليل الجداول.

التحليل الكمي والكيفي لفئة اللغة المستخدمة.

عرض وتحليل الجداول.

تمهيد:

المبحث الثاني:

البطاقة الفنية للقناة canal Algérie.

البطاقة الفنية لحصة culture l'autre regard.

المبحث الرابع: التحليل الكمي والكفي لجداول تحليل محتوى حصة culture l'autre regard.

التحليل الكمي والكيفي لفئة الموضوع.

عرض وتحليل الجداول.

التحليل الكمي والكيفي لفئة القيم.

عرض وتحليل الجداول.

التحليل الكمي والكيفي لفئة المصادر.

عرض وتحليل الجداول.

التحليل الكمي والكيفي لفئة الاهداف.

عرض وتحليل الجداول.

التحليل الكمي والكيفي لفئة أساليب الاقناع.

عرض وتحليل الجداول.

التحليل الكمي والكيفي لفئة اللغة المستخدمة.

عرض وتحليل الجداول.

نتائج التحليل الكمي والكيفي لحصة شرفات ثقافية.

نتائج التحليل الكمي والكيفي لحصة culture l'autre regard.

المبحث الثالث: مقارنة التحليل الكمي والكيفي لصحة شرفات ثقافية وحصة culture l'autre regard.

النتائج العامة للدراسة.

خاتمة الدراسة.

• المقدمة:

تعد وسائل الإعلام من الأدوات المحورية في التنشئة الثقافية وتعزيز المفاهيم الثقافية والاجتماعية في المجتمعات الحديثة. وفي ظل التطور المتسارع لوسائل الإعلام، أصبح للبرامج الثقافية دور بالغ الأهمية في نقل القيم الثقافية التي تمثل الهوية الوطنية والموروث الاجتماعي والفني للمجتمعات. هذه البرامج لا تقتصر فقط على تقديم محتوى ثقافي بل تمتد لتكون جسورا للتواصل الثقافي بين الأفراد، حيث تساهم في نشر الوعي الثقافي وتعميق الفهم المتبادل حول القيم والتقاليد.

وفي هذا السياق، تلعب البرامج التلفزيونية دورا كبيرا كوسيلة إعلامية فعالة. فالقنوات التلفزيونية تعد واحدة من أبرز المنابر التي تصل إلى جمهور واسع، مما يجعلها أداة قوية في بناء وتصنيع الثقافة وتتخذ البرامج الثقافية من هذه الحصص منصة للتفاعل مع المجتمع، حيث تعمل على تجسيد مختلف جوانب الثقافة، سواء كانت تاريخية أو اجتماعية أو فنية، عبر قوالب إعلامية قابلة للوصول إلى أكبر عدد من الأفراد.

تستعرض هذه الأطروحة تحليل القيم الثقافية المتجسدة في البرامج الثقافية التي تبثها القنوات الجزائرية، حيث يتم التركيز بشكل خاص على برنامجين بارزين، هما "شرفات ثقافية" الذي يعرض على القناة الجزائرية الثالثة، و "Culture l'autre regard" الذي يعرض على قناة "canal Algérie". تهدف هذه الدراسة إلى تحليل كيفية تمثيل هذه البرامج للقيم الثقافية المحلية والعالمية، ودورها في نقل وترسيخ الهوية الثقافية في مواجهة التحديات الاجتماعية والثقافية التي يفرضها العصر الحالي.

إن هذه البرامج تمثل نقطة التقاء بين الثقافة المحلية والعالمية، حيث تسعى إلى الحفاظ على التراث الثقافي الجزائري من خلال تقديم محتوى إعلامي يعكس القيم والتقاليد الأصيلة. وفي ظل الانفتاح الإعلامي العالمي، تصبح البرامج الثقافية على هذه القنوات ضرورة حتمية لتعزيز

الوعي الثقافي لدى الجمهور الجزائري، وحمايته من التأثيرات الثقافية الخارجية التي قد التأثير على الهوية الوطنية.

تتمثل إشكالية الدراسة في فحص مضامين هذين البرنامجين ودورهما في نقل القيم الثقافية عبر وسائل الإعلام، وفي هذا السياق، تهدف الدراسة إلى تقديم تحليل دقيق للمضامين الثقافية في كل من برنامج "شرفات ثقافية" و "Culture l'autre regard"، والتعرف على كيفية تكامل القيم الثقافية التي يقدمها كل منهما مع تطلعات المجتمع الجزائري في فترة ما بعد العولمة. إن هذين البرنامجين يشكلان نموذجًا ناجحًا لتقديم الثقافة الجزائرية إلى الجمهور، بحيث يساهمان في تشكيل الوعي الثقافي وتعزيز الفهم المشترك حول القيم الوطنية. كما أن التركيز على القيم الثقافية في هذين البرنامجين يعكس التوجه الإعلامي نحو تعميق الهوية الثقافية في مواجهة التحديات الاجتماعية والتكنولوجية.

الهدف الرئيسي من هذه الأطروحة هو تحليل مضامين هذه البرامج التلفزيونية من خلال استخدام منهجية التحليل الكمي والكيفي، بحيث يتم تصنيف وتحليل الوحدات الإعلامية في كل من الحصتين، وتقديم تفسير للقيم الثقافية التي تحاول هذه البرامج نقلها للجمهور الجزائري. هذا التحليل سيساعد في فهم كيفية استخدام وسائل الإعلام في الجزائر لتعزيز الهوية الثقافية من خلال البرامج التلفزيونية.

في هذا السياق، تسعى الدراسة إلى توظيف نظرية "الغرس الثقافي" التي تمثل أحد الأسس النظرية الأساسية لفهم تأثير الإعلام على الفرد والمجتمع، نظرية الغرس الثقافي، التي وضعها جورج جرينر، تفترض أن وسائل الإعلام تلعب دورًا محوريًا في "غرس" القيم والمعتقدات في جمهورها من خلال الرسائل المتكررة التي تقدمها. بمعنى آخر، كلما تعرض الأفراد للمحتوى الإعلامي الذي يعكس قيمًا ثقافية معينة، سواء كانت محلية أو عالمية، فإنهم يميلون إلى تبني هذه القيم بشكل تدريجي وتطبيقها في حياتهم اليومية. وبالتالي، تصبح وسائل الإعلام الوسيلة الأساسية التي من خلالها تتشكل التصورات الثقافية لدى الأفراد، خاصة في المجتمعات التي تواجه تحديات ثقافية واجتماعية مثل الجزائر.

في هذه الأطروحة، تُستخدم نظرية الغرس الثقافي كإطار تحليلي لدراسة البرامج الثقافية الجزائرية. وتركز الدراسة على كيفية تأثير البرامج مثل "شرفات ثقافية" و "Culture l'autre regard"

«regard في ترويج القيم الثقافية. يتم ذلك من خلال تحليل المحتوى بشكل معمق، مع التركيز على الموضوعات التي يتم تناولها، مثل التاريخ الجزائري، الفنون الشعبية، والقيم الاجتماعية، بالإضافة إلى الأساليب الإعلامية المستخدمة في تقديم هذه الثقافة للجمهور. عبر هذه المنهجية، تسعى الدراسة إلى فهم كيف تسهم هذه البرامج في "غرس" القيم الثقافية في المجتمع الجزائري، وبالتالي تعزيز الهوية الوطنية في مواجهة العولمة والتغيرات الثقافية السريعة التي يشهدها العالم.

من خلال هذه الدراسة، يُتوقع أن تقدم الأطروحة مساهمة علمية جديدة في مجال الإعلام الثقافي، موفرةً قاعدة معرفية تساعد في تطوير البرامج الثقافية الإعلامية المستقبلية، كما أنها تساهم في إثراء النقاش حول دور الإعلام في ترويج القيم الثقافية، تعزيزها والحفاظ على الهوية الوطنية الجزائرية في عالم متسارع التغيرات.

الجانب المنهجي

للدراسة

1. إشكالية الدراسة والتساؤلات:

تعتبر البرامج الثقافية من أبرز البرامج عبر التلفزيون التي تعمل على إنتاج محتوى يتماشى والقيم العامة للمجتمع كما أن البرامج الثقافية هي من أهم البرامج لترويج وتعزيز الثقافة والقيم الثقافية داخل المجتمعات، خاصة وأن الثقافة هي نتاج لعملية اتصالية بين أفراد المجتمع وكذا تنمي التفاعل بين أفراد المجتمع، ووسائل الإعلام اليوم وبالذات القنوات الفضائية تستطيع عن طريق ما تنتجه من برامج ومواد إعلامية ثقافية أن تروج وتعزز القيم الثقافية.

فالثقافة هي حصيلة التفاعل بين الناس، وهي تراكم يتجسد عبر الخبرة والممارسة وتطور الإنسان وتقويه وتقومه وترتقي به نحو الكمال الإنساني لتجعله أكثر إنسانية وإيجابية في الحياة، كما للثقافة دور مهم في تقريب الفرد وانسجامة مع المجتمع المكون من نفس الثقافة.¹ فعصرنا هذا أصبح هناك تأثير كبير للقنوات الفضائية في حياة الأفراد، وقد أصبح البعض مدمناً على متابعة ما يبث من خلالها، وتحولت إلى المصدر الأول للثقافة والاطلاع على أحداث العالم، مما يستوجب التوقف عندها، الانتباه لها، متابعتها ودراستها باستمرار، كما وصلت الفضائيات اليوم إلى كافة دول العالم ويشاهدها الملايين باستمرار، لذا فهي أداة ووسيلة مؤثرة وفعالة لو أحسن استثمارها بالشكل الصحيح لنشر الثقافة والوعي الثقافي.²

التلفزيون هو الوسيلة الإعلامية التقليدية الأولى حتى الآن، كونه يصل كل بيت، وحيث يمكن للمتعلم والأي مشاهدته والتلقي منه، لذا فهي أداة ووسيلة مؤثرة وفعالة لو أحسن استثمارها بالشكل الصحيح لنشر الثقافة والوعي الثقافي.³

إن للتلفزيون مكانة خاصة في حياتنا المعاصرة، فقد دخل كل بيت وأصبح هناك ادمان على مشاهدة البرامج التي تعرضها القنوات الفضائية والتلفزيون اليوم وسيلة إعلامية له مميزات وخصائص كثيرة منها انتشاره الواسع إضافة لما يقوم به من تقديم المتعة والترفيه وإمكانيته على التأثير على الجميع كون من يشاهده كافة فئات المجتمع، وهو قد أصبح وسيلة مهمة

1. جيهان أحمد رشتي، الإعلام ونظرياته في العصر الحديث، دار الفكر العربي، القاهرة، 1971، ص 55.

2. المرجع نفسه، ص 58.

3. جالد جولد، كل شيء عن الراديو والتلفزيون، دار المعارف، ص 30.

للتوجيه وتزويد المواطنين بالخبرات والمهارات والقيم الإنسانية والروحية ولنقل الثقافة إلى المجتمع ككل، وهو وسيلة لنقل الثقافات.

كما لعب التلفزيون منذ اختراعه دوراً على كافة المستويات الاجتماعية والسياسية والثقافية، وحتى قبل أن يتحول إلى العصر الفضائي، أما اليوم فهذا الدور قد كبر وتعددت مدياته إلى آفاق لا يمكن حصرها في أطروحة واحدة وإذا أردنا اليوم أن نتناول جانباً واحداً من ذلك، نسعا لشرح القيم الثقافية المتضمنة عبر البرامج الثقافية التلفزيونية.

كما أن التلفزيون أقرب وسيلة تثقيفية تتيح للمشاهد أن يتلقى الثقافة عن طريق الصور و الصوت، والواقع أن التلفزيون قد يتفوق على الاتصال المباشر في أنه يستطيع أن يكبر الأشياء الصغيرة ويحرك الأشياء الثابتة، وهذه الخاصية التي يتميز بها التلفزيون تجعله يصحح مفهوماً دارجاً، وهو أن المستوى الثقافي للأفراد والوحدات الاجتماعية إنما تحدده القدرة على الكتابة أو القراءة أو العجز عنهما، وذلك لأن الأمية الهجائية لم تعد فيصلاً في الحكم بين المثقف والعاقل عن الثقافة، ولم تصبح هذه الأمية الهجائية حائلاً بين الإنسان أياً كانت بيئته وأياً كان سنه وبين التزود بالثقافة، ومن أجل هذا برز إلى الوجود مصطلح جديد هو «الأمية الثقافية» أو «أمية المتعلمين»¹.

أن كل فرد داخل المجتمع لكي يتأقلم مع أفراد هذه القرية الكونية يجب أن يساير تطوراتها الاجتماعية الثقافية وكل فرد موضع عناية الآخرين، وذلك بفضل وسائل الاتصال بالجماهير الحديثة وفي مقدمتها التلفزيون²، هذا ما قاله عالم الاجتماع والإعلامي مارشال ماك لوهانا، أي قبل انتشار القنوات الفضائية.

لقد شهدت المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري العديد من التحولات لكن أهم تحول كان في 1991 أين المؤسسة الوطنية لتلفزة تصبح مؤسسة عمومية ذات طابع تجاري يحدها دفتر المهام الذي يحد واجبات المؤسسة و أهمها المتعلقة بالتعبير عن كل التيارات الفكرية ، و

¹ - عبد العزيز شرف: وسائل الاعلام ومشكلة الثقافة، دار الجيل، بيروت، 1990، ص 27.

² . مارشال مألوهان، كيف نفهم وسائل الاتصال، ترجمة الدكتور خليل صابات، الدكتور محمد محمود الجوهري، الدكتور السيد محمد الحسيني، سعد لبيب، مراجعة وتدقيق خليل صابات، دار النهضة العربية، القاهرة، 1975، ط1، ص1، نشر هذا الكتاب بالاشتراك مع مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر، القاهرة-نيويورك، ص88.

وجهات النظر في ظل احترام مبدأ العدالة في الطرح و الشفافية و الحرية و احترام توجيهات المجلس الأعلى لإعلام و البيانات القادمة من وزارة الاتصال و الثقافة ، أما باقي الدفتر فهو يبين الهوية العامة للقناة المحددة بثلاثية: الأخبار، التربية و التوجيه كما يحدد بث البرامج الوطنية إضافة إلى بعض القوانين المتعلقة ببث الومضات الاشهارية و تحولات في العديد من المفاهيم والقيم.

أن هذه التحولات بمختلف أبعادها أصبحت اليوم تعكس حالة العلاقات القائمة بين الاقتصاد والاتصال من أجهزة ومضامين وخدمات، وبفعل هذا كله تجاوز الإنتاج السمعي بصري والتمويل الثقافي، لتصبح أوسع اتصالا واستهدافا لأوسع الفئات في ظل تطورات امتدت إلى تركيبة الأنماط الثقافية والقيم فأحدثت تغييرات في الوظائف التثقيفية للبرامج الثقافية. وأدق دليل على ذلك ما جاء في تقرير الكونجرس الأمريكي: (يمكننا أن نحقق بعض أهداف سياستنا الخارجية من خلال التعامل مع شعوب الدول الأجنبية بدلاً من التعامل مع حكوماتها، من خلال استخدام أدوات وتقنيات الاتصال الحديثة، حيث يمكن اليوم أن نصل إلى قطاعات كبيرة أو مؤثرة من السكان في هذه البلاد، وأن نقوم بإعلامهم والتأثير في اتجاهاتهم، ويمكن أحياناً أن نعرضهم على سلوك طريق معين).¹

فدراستنا ستعني بالبحث في القيم الثقافية المتضمنة في البرامج الثقافية للقناة الإخبارية الجزائرية A3 و قناة canal Algérie لمؤسسة التلفزيون الجزائري وهي كل من برنامج **شرفات ثقافية** و برنامج **culture l'autre regard** و هي من البرامج الثقافية المعدة بعناية، لها أهدافها الثقافية، كما أن الدراسة تشرح الأهمية التي ينطوي عليها مضمون البرامج الثقافية للتلفزيون بوصفه أبرز الوسائل لإعلامية والثقافية اليوم، ومع التحولات التي طرأت على المشهد السمعي بصري عالميا و عربيا عامة و في الجزائر خاصة ، بل أصبح العامل الأساس في بناء رؤية فكرية شاملة للحياة المعاصرة عبر ابراز الثقافة وإغناء الفكر وتجدد المفاهيم وتحقيق الأثر إذ إن التعامل مع ما هو مسموع ومرئي تتولد عنه علاقات جديدة بمصادر الثقافة والإعلام²،

1. محمد علي الأصغر، مظاهر الغزو الثقافي الأوربي المعاصر للوطن العربي، مجلة البحوث الإعلامية، طرابلس،

1992، ص35.

2. نفس المرجع السابق، ص 200.

وهي علاقة متفاوتة التأثير والتفاعل سلبا وإيجابا لاسيما مع تعميم الملكية الفردية لأجهزة البث والاستقبال وتعدد القنوات الفضائية وانفتاح نوافذ المشاهدة وتنوع ما توفره تقنيات الاتصال الحديثة من معلومات ومضامين ثقافية.

إن البرامج الثقافية التي تستهدف فئات مختلفة من المشاهدين بمختلف أصنافها وفي جميع مراحل إنتاجها وعبر أشكال إبلاغها ليست بمعزل عن هذه التحولات وأبعادها، فهي تدخل في صلب الصراع الإعلامي الثقافي وأنها وثيقة الصلة بالمقومات الأساسية للقيم الثقافية و لهوية المشاهد الجزائري وبناء شخصيته ووعيه وأفق مستقبله، كما أنها إحدى مصادر التنشئة الثقافية نظرا لطول الوقت الذي بات يقضيه المشاهد أمام شاشة التلفزيون، هذا ما يمكننا من القول أننا نعيش عصر الثقافة البصرية والتي من خلالها يكتسب الإنسان ثمانية أعشار معلوماته كما تؤكد ذلك البحوث والدراسات العلمية، أن استخدام الصورة و الصوت في وقت واحد يعمل على تمديد مدة الاحتفاظ بالمعلومات، ما يعزز قدرة التلفزيون على التربية والتوجيه والتنمية والتأثير الواسع.

فدراستنا تحاول أن تكشف طبيعة القيم الثقافية للبرامج الثقافية للقناة الثالثة و Algérie canal، عبر دراسة مضامين عينة من برنامج شرفات ثقافية للقناة الإخبارية الجزائرية وبرنامج culture l'autre regard لقناة canal Algérie وبناءات على هذا جاء اهتمامنا بدراسة القيم الثقافية المتضمنة في البرامج الثقافية.

ومنه نطرح إشكالية دراستنا على النحو التالي:

كيف تروج البرامج الثقافية للتلفزيون الجزائري للقيم الثقافية عبر مضامين حصتي شرفات ثقافية للقناة الإخبارية الثالثة A3 و l'autre regard culture للقناة Canal Algérie

للشبكة البرمجية الاجتماعية لموسم 2024-2025؟

نتفرع عن إشكالية هذه الدراسة مجموعة من التساؤلات نعرضها كالتالي:

• من حيث الموضوع (مدا قيل؟):

1. ما هي موضوعات القيم الثقافية الأكثر توظيفا لإبراز القيم الثقافية في حصة شرفات

ثقافية وحصة culture l'autre regard؟

2. ما هي مصادر القيم الثقافية المتضمنة في حصة شرفات ثقافية وحصة culture l' autre regard؟

3. ما هي أنواع القيم الثقافية في حصة شرفات ثقافية وحصة culture l' autre regard؟

4. ما هي أهداف القيم الثقافية من خلال حصة شرفات ثقافية وحصة culture l' autre regard؟

• من حيث الشكل (كيف قيل؟):

1. ما هي أساليب الاقناع الموظفة لشرح القيم الثقافية في حصة شرفات ثقافية وحصة culture l' autre regard؟

2. ما هي اللغة المستخدمة في حصة شرفات ثقافية وحصة culture l' autre regard؟

1. أسباب اختيار موضوع الدراسة:

لإجراء أي دراسة هناك من الأسباب التي تدفع الباحث إلى البحث عبر أسس علمية ومنهجية للوصول إلى نتائج موضوعية وعلمية، ومن الأسباب التي دفعتنا لدراسة هذا الموضوع ما يلي: الاهتمام الشخصي بالشأن الثقافي، خاصة أن الثقافية أصبحت من المواضيع الهامة في عصرنا الحالي في ظل التطور المتسارع للتكنولوجيات المرئية وسعي الأمم للوصول للاستثناء الثقافي.

زيادة الدراسات حول الثقافة، طبيعتها ووظيفتها وعلاقاتها وأثرها، وأدواتها وأدوارها في المجتمعات وما تفرزه الثقافة من قضايا وموضوعات.

الاهتمام بالجانب الثقافي وبالذات الذي أصبح يلعبه التلفزيون في نشر الثقافات المختلفة. الكم الهائل من الثقافات المنتجة والمعروضة عبر التلفزيون مع الاختلافات العديدة لأنواع البرامج الثقافية التلفزيونية الموجهة للجمهور العام والخاص.

الفضول العلمي لمحاولة فهم طبيعة القيم الثقافية لضمين الحصص الثقافية الناطقة بالعربية والأخرى بالفرنسية لقنوات التلفزيون الجزائري العمومي.

الاهتمام بالبحث في ماهية القيم الثقافية في البرامج الإعلامية الجزائرية ودورها في إيصال الرسالة الإعلامية الثقافية للجمهور الجزائري.

الاهتمام بدراسة المادة الإعلامية الثقافية لقنوات التلفزيون الجزائري ودورها في نشر الوعي والثقافية المحلية للجمهور.

2. أهداف الدراسة:

ان الهدف الرئيسي من الدراسة هو شرح طبيعة القيم الثقافية المتضمنة في البرامج التلفزيونية الناطقة بالفرنسية والفرنسية للتلفزيون الجزائري ويتفرع عن الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الثانوية:

التعريف بالبرامج الثقافية للتلفزيون الجزائري الذي يلعب دور مهم في التنمية الإعلامية الثقافية في ظل التحولات الإعلامية العالمية والداخلية.

تهدف الدراسة لتسليط الضوء على دور حارس البوابة في اعداد برامج ثقافية تخدم القيم الثقافية وعادات وتقاليد المجتمع الجزائري.

رصد القيم الثقافية المتضمنة في البرامج محل الدراسة لكل من قناة الإخبارية A3 وقناة canal Algérie.

الهدف الى تطوير المحتوى الإعلامي الثقافي الجزائري عبر الاعتماد على نتائج الدراسة.

3. مفاهيم الدراسة:

1.4 البرامج الثقافية:

أن البرامج الثقافية حسب الأستاذ عزي عبد الرحمن تندرج ضمن ما يُعرف بـ "النموذج الإعلامي الحضاري".¹ كما أكد الباحث محمد عبد الحميد في كتابه *الاتصال والإعلام الجماهيري* أن البرامج الثقافية تلعب دورًا جوهريًا في نشر الثقافة العامة، وتوفير منصة للحوار بين الثقافات، إضافة إلى كونها وسيلة فعالة للتنشئة الاجتماعية، خاصة في المجتمعات التي تعرف تحولات قيمية متسارعة.²

أما اجرائيا فالبرامج الثقافية في دراستنا هي نوع من المضامين الإعلامية المنتجة وفق أهداف معرفية وتنويرية، تُبث عبر التلفزيون، وتهدف بشكل أساسي إلى نشر الثقافة، تعزيز الوعي،

¹ - عبد الرحمان عزي، *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير*، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2007، ص. 112.

² - محمد عبد الحميد، *الاتصال والإعلام الجماهيري*، القاهرة: عالم الكتب، 2004، ص. 215.

وتوسيع المدارك الفكرية لدى الجمهور. وتتميز هذه البرامج بتركيزها على موضوعات ذات طابع فكري، علمي، فني، أدبي وحضاري، وتُصمم بأسلوب يخاطب العقول ويدفع المتلقين إلى التفكير النقدي والتحليلي، مع الحرص على تبسيط المعارف وتقديمها في قوالب إعلامية جذابة وسهلة الفهم.

2.4. القيم الثقافية:

تُعدّ القيم الثقافية من الركائز الأساسية التي تُشكّل هوية الأفراد والمجتمعات، حيث تُعبّر عن المبادئ والمعايير التي تُوجّه سلوك الأفراد وتُحدّد ما يُعتبر مقبولاً أو مرفوضاً داخل المجتمع. تتنوّع هذه القيم بين الأخلاقية، الاجتماعية، الدينية، الجمالية، والاقتصادية، وتُساهم في تعزيز التماسك الاجتماعي والحفاظ على التراث الثقافي¹.

كما تُعدّ القيم الثقافية مرآةً تعكس رؤية المجتمع للعالم، وتحدد ما يعتبره هذا المجتمع مقبولاً أو مرفوضاً، فاضلاً أو دونياً، مشروعاً أو محرماً. ومن خلال هذه القيم، تُبنى الهويات، وتتشكل الممارسات، وتُبرر السلوكيات. وهي ليست جامدة، بل تعبر عبر الأجيال حاملة في طياتها بصمات التاريخ، وروح المكان، وإرادة التغيير.

أما اجرائياً فالقيم الثقافية في دراستنا هي عنصراً جوهرياً في محتوى البرامج الثقافية التلفزيونية والتي لا تقتصر فقط على تقديم المعرفة أو الترفيه، بل تؤدي دوراً محورياً في ترسيخ القيم الأخلاقية والاجتماعية، مثل احترام التقاليد، وقيم الحوار، والانتماء، والتسامح، من خلال المواضيع التي تتناولها وطريقة معالجتها. وتُعدّ هذه البرامج وسيلة فعّالة لإعادة إنتاج الرموز الثقافية.

4. منهج الدراسة: المنهج التحليلي الوصفي

يُعدّ المنهج العلمي من الركائز الجوهرية في بناء أي بحث أكاديمي، إذ يُمثّل الإطار المنظم الذي يُوجّه الباحث في دراسة الظواهر وتحليلها بصورة منهجية وموضوعية. فالمنهج لا يقتصر على كونه تقنية بحث، بل هو رؤية منهجية تنظم التفكير العلمي، وتحدد المسار المعرفي الذي يجب اتباعه للكشف عن الحقيقة.

¹ - يحيى، تقي الدين، القيم الثقافية المكتسبة من خلال استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي. جامعة قسنطينة 3، ص144.

وقد عرّفه الباحث الكندي **Maurice Angers** أنه: مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة والمنظمة التي يعتمدها الباحث من أجل التوصل إلى نتائج موثوقة ومبررة علمياً.¹

ويؤكد الباحث الجزائري **عبد الحميد بوراوي** أن اختيار المنهج يُعدّ لحظة حاسمة في أي مشروع بحثي، لأنه يُشكّل الوسيلة التي تُمكن الباحث من ترجمة إشكاليته إلى بناء معرفي قابل للتحقق، سواء في ميادين العلوم الاجتماعية أو الإنسانية.²

يُعرّف **المعجم الوسيط**، الصادر عن **مجمع اللغة العربية بالقاهرة**، "المنهج" بأنه "الطريق الواضح، والخطة التي تُتبع في دراسة أو بحث ما"، وهو بذلك يشير إلى المسار المنظم والدقيق الذي يُتبع للوصول إلى غاية معرفية أو حل إشكالية علمية. ولا يقتصر استخدام مصطلح "المنهج" على المجال البحثي فحسب، بل يمتد ليشمل كل معالجة فكرية ممنهجة لأي قضية أو موضوع، ما يجعله مفهوماً مركزياً في الحقل النظرية والعلمية على السواء. ويُستفاد من هذا التعريف أن المنهج يجمع بين وضوح الهدف وتنظيم الوسيلة، وهو ما يضمن فعالية العملية البحثية ويمنحها الصبغة العلمية.³

يتضح إذًا أن المنهج ليس مجرد تسلسل خطي للخطوات، بل إطار معرفي ومنهجي يوجّه الباحث نحو معالجة الإشكاليات المطروحة وفق أسس علمية ومنطقية.

نظرًا للطبيعة التحليلية التي تتسم بها دراستنا، فإن المنهج الأنسب لتحقيق أهداف البحث والوصول إلى النتائج المرجوة هو **المنهج الوصفي**، لما يوفره من أدوات كمية ونوعية تتيح رصد الظاهرة المدروسة وتحليلها بدقة ضمن إطارها الاتصالي والسياقية.

فالمنهج المسحي من أكثر المناهج استخدامًا في بحوث الإعلام والاتصال، خاصة عندما يكون الهدف هو رصد الظواهر وجمع بيانات كمية تصف خصائص مجتمع معين في لحظة زمنية محددة. ويُعرّف هذا المنهج على أنه: "أسلوب علمي يقوم على جمع المعلومات من

¹- Angers, M. (1996). *Initiation à la méthodologie de la recherche en sciences humaines : Voir et comprendre*. Montréal : CEC, p 58.

²- بوراوي عبد الحميد، *مناهج البحث الإعلامي: المقاربات الكمية والكيفية*. الجزائر: دار الهدى، 2005، ص 30.

³- مجمع اللغة العربية، *المعجم الوسيط* (الطبعة الرابعة). القاهرة: دار الدعوة، 2004، ص 975.

عينة ممثلة لمجتمع الدراسة، بهدف وصف واقع أو قياس اتجاهات أو تفضيلات أو خصائص معينة لدى الأفراد أو الجماعات.¹

وتكمن أهمية هذا المنهج في مرونته، حيث يمكن استخدامه لدراسة الأفراد (كجمهور وسيلة إعلامية)، أو المؤسسات (كالقنوات التلفزيونية)، أو حتى الرسائل الإعلامية. كما يُتيح المنهج المسحي إمكانية تعميم النتائج على كامل مجتمع البحث، شريطة أن تكون العينة مختارة بدقة ووفق قواعد منهجية واضحة.

وبحسب ما أورده ريمون كفي ولوك فان كامبنهاوت (2006)، فإن "الاستقصاء بالمسح هو إجراء منهجي يقوم على استجواب عينة مختارة بطريقة منتظمة، بهدف استنتاج نتائج يمكن تعميمها على مجموع المجتمع المدروس".²

5. أدوات الدراسة:

إن أدوات البحث العلمي هي تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث الجمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث، ضمن استخدامه المنهج معين، حيث يرى "نوقان عبيدات وعبد الرحمن عدس ومكايد عبد الحق بأن هذه الأدوات تتمثل في العينة الاستبيان، المقابلة، الملاحظة، أسلوب تحليل المحتوى، أما الباحث موريس أنحرس فحدد أدوات البحث كما يلي: الملاحظة، المقابلة، الاستبيان، تحليل المضمون.³

ومن هنا فإن طبيعة دراستنا فرضت علينا الاستعانة بإحدى هذه الأدوات المنهجية من أجل الإلمام بالموضوع والمتمثلة في:

• أداة تحليل المضمون:

تُعدّ أداة تحليل المضمون من أهم الأدوات المنهجية المستخدمة في بحوث علوم الإعلام والاتصال، حيث تُستخدم لفهم طبيعة الرسائل الإعلامية ومضامينها، وتحديد بنيتها ودلالاتها وفق تصنيف منهجي دقيق. فهي أداة تُستخدم لاستخلاص المعاني الكامنة أو الظاهرة في

¹ - عبد الحميد، محمد، منهج البحث في الإعلام: الأسس والإجراءات والتطبيقات (ط.5). القاهرة: عالم الكتب، 2010، ص 180.

² - Quivy، R.، & Van Campenhoudt، L. (2006). *Manuel de recherche en sciences sociales* (4e éd.). Paris : Dunod, p. 136.

³ - أحمد بن مرسل: مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ، ط1، 2003، ص 202.

الخطابات الإعلامية، سواء كانت مكتوبة، مرئية، أو سمعية. ويُعرف **Berelson (1952)** تحليل المضمون بأنه "أسلوب بحثي منهجي وموضوعي لوصف المحتوى الظاهر للرسائل الاتصالية"، وهو ما يؤكد على ضرورة الانضباط في اختيار وحدات التحليل وفئات التصنيف، حتى تكون النتائج قابلة للفهم والتعميم العلمي¹.

يعرف سمير حسين أداة تحليل المضمون في ضوء استخداماته في مجال الدراسات الإعلامية حيث يقول: تحليل المضمون هو الأسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمه الباحثون في مجالات بحثية متنوعة وعلى الأخص في علم الإعلام لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه الأساسية، طبقاً لتصنيفات الموضوعية التي يجدها الباحث².

وفقاً لما يؤكداه الباحث الفرنسي **Patrick Charaudeau**، فإن تحليل المضمون لا يقتصر على الوصف الكمي للمحتوى، بل يتعداه إلى تحليل الدلالات الثقافية والرمزية المتضمنة في الخطاب الإعلامي، حيث يعتبر أن "تحليل المضمون هو مدخل لفهم طبيعة المعنى الذي تُنتجه وسائل الإعلام من خلال لغتها وخطابها السياقي"³.

ويذهب محمد الوفايي 1989م، إلى وصف تحليل المضمون بأنه (طريقة مقننة، وهي ليست منهجاً كما يسميه البعض، فهو ليس منهج تفكير، وإنما هو وسيلة لجمع البيانات، وأسلوب للملاحظة أو المشاهدة أو تتبع الظاهرة بغرض تحليلها بتعميمات أو الإجابة عن تساؤلات أو جمع معلومات لرصد ظاهرة ما).

أما يوسف تمار يقول: تحليل المضمون هو تقنية بحث منهجية تستعمل في تحليل الرموز اللغوية وغير اللغوية الظاهرة دون الباطنة الساكنة منها والمتحركة، شكلها ومضمونها والتي تشكل في مجملها بناء مضمون صريح وهادف⁴.

¹ -Berelson, B, *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe, IL: Free Press, 1952.

² -رشيد أحمد طعيمه: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، القاهرة، ط1، 2004، ص 70.

³ - Charaudeau, *Le discours d'information médiatique: La construction du miroir social*. Paris: Vuibert, 2005, p105.

⁴ - يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين، ط1، الجزائر، طاكسيج كوم للدراسات و النشر و التوزيع، 2007، ص 11.

فتحليل المضمون هو الطريقة المنهجية التي نستخدمها لكي نصف مضمون الاتصال سواء كان مكتوب، مسموع أو مسموع ومرئي، كما يكون التحليل موضوعياً بطريقة منظمة منهجية، حسب متغيرات الدراسة، التساؤلات وأهداف الدراسة. لذا فتحليل المضمون هو طريقة منظمة وكل مراحلها تتم طبقاً لقواعد واضحة ومتسقة مع بعضها البعض، وثابتة.

كما استخدمت العديد من الدراسات الإعلامية أداة تحليل المضمون للكشف عن طبيعة القيم، والرموز، والتمثيلات التي تروجها القنوات التلفزيونية والصحف والمواقع الإلكترونية. ففي دراسة قامت بها **بن عطاء الله خديجة** حول التحولات القيمية في الإعلام الجزائري، استخدمت أداة تحليل المضمون للكشف عن ازدواجية الخطاب الإعلامي بين التقاليد والحداثة، مما أظهر كيف تُستخدم اللغة والصورة لبناء تمثيلات اجتماعية قد تكون متناقضة أو موجّهة أيديولوجياً. وتقوم أداة تحليل المضمون على مجموعة من العناصر الأساسية، أبرزها: تحديد وحدات التحليل (كلمة، فقرة، مشهد، صورة...)، اختيار فئات التحليل (قيم، رموز، تمثيلات...)، ثم بناء شبكة ترميز (Grille de codage) تُمكن من رصد وتسجيل وتفسير المعطيات بطريقة منهجية. وتُستخدم الأداة إما في تحليل كمي (يعتمد التكرار والنسب) أو كفي (يحلل الدلالة والمعنى ضمن السياق الثقافي أو الخطابية).

وعلى هذا الأساس اعتمدنا في دراستنا على أداة تحليل المضمون بمراحلها الأساسية وهذا ما يتطابق مع اشكالية وتساؤلات الدراسة وهذا عبر تحليل مضامين عينة من البرامج التلفزيونية الثقافية التي تبث على القناة الإخبارية الجزائرية A3 والقناة الناطقة باللغة الفرنسية canal Algérie بالاعتماد على فقط على فئة المضمون (ماذا قيل؟) والتي تخدمنا في التحليلين الكمي والكيفي عبر مرحلة العد والقياس، أو مرحلة التحليل والتفسير التي تخص المعاني والدلالات المرتبطة بوحدات التحليل الخاصة بالدراسة وعليه عمدت الدراسة إلى استخدام التحليل الكمي والكيفي في فهم محتوى القيم الثقافية عبر الحصص الثقافية للتلفزيون الجزائري محل الدراسة.

• التحليل الكمي (Analyse quantitative)

يرتكز التحليل الكمي على القياس والتكرار، حيث تُحوّل المضامين إلى وحدات قابلة للعدّ (مثل عدد مرات ذكر كلمة، أو تكرار قيمة، أو حضور صورة معينة). ويهدف هذا التحليل إلى رصد التوزيع الإحصائي للرسائل الإعلامية داخل عينة مختارة.

• التحليل الكيفي (Analyse qualitative)

أما التحليل الكيفي فيركّز على المعنى والسياق، ويهدف إلى تفكيك الخطاب واستكشاف دلالاته الثقافية أو الرمزية. لا يهتم هذا النوع بعدد التكرارات، بل بكيفية تموضع المعاني، والعلاقات بين الرموز، وتمثيلات القيم داخل الخطاب الإعلامي.

ولتطبيق التحليل الكمي والكيفي مراحل هذا التحليل نعتد على الخطوات التالية:

• تصنيف وتحديد وضبط الفئات:

ترتبط عملية تصنيف الفئات (Classification) وتحديدّها (Categorizing) ارتباطاً بنيوياً ووظيفياً بمفهوم تجزئة المحتوى (Parting)، إذ تمثل هذه العملية المرحلة المفصلية التي يُعاد فيها تشكيل الخطاب الإعلامي ضمن وحدات تحليلية ذات دلالة، تُراعي الإشكالية المطروحة، والأسئلة الفرعية للبحث، فضلاً عن الأهداف العلمية المسطرة. فالفئات لا تُبنى بطريقة اعتباطية أو جاهزة، بل يتم اشتقاقها من التحليل الاستكشافي الأولي للمادة الإعلامية، بما يسمح للباحث بفهم طبيعة المواضيع المتناولة، وتحديد التوجّهات العامة، وأسلوب معالجة القضايا داخل البرامج المدروسة.

وبناءً على هذا التوجه، تتيح عملية التصنيف تفكيك البنية السردية والرمزية للخطاب الإعلامي إلى وحدات قابلة للتحليل، تُقدّم في صورة فئات رئيسية وفرعية، وهو ما يسمح بتحقيق قراءة علمية تتسم بالدقة والموضوعية. وتُشكّل هذه الفئات الإطار الذي يتم من خلاله تنظيم عملية الترميز (Coding) واستخلاص النتائج، مما يجعلها جسراً منهجياً يربط بين المادة الخام والنتائج التفسيرية أو الإحصائية للبحث¹.

¹ Van der Kreeft, P. (2003). *Analyser les contenus médiatiques : Méthodologie et pratique*. Bruxelles : De Boeck.

وفي هذا الإطار، وبالاستناد إلى ما أفرزته القراءة الاستطلاعية للمادة الإعلامية، تم اعتماد منهج تصنيفي يستند على فئات الشكل والمضمون، حيث تحاول كل فئة من الفئات الإجابة عن الأسئلة المطروحة والوصول إلى تحقيق أهداف البحث، وتم على هذا الأساس تنظيم استمارة تحليل المضمون. وذلك حسب فئات الشكل والمضمون المختاري لدراسة القيم الثقافية المتضمنة في الحصص الثقافية للقناة الإخبارية الثالثة الجزائرية وقناة Canal Algérie، وجاءت الفئات التي تخدم بحثنا كالآتي:

• فئات المضمون: ماذا قيل؟

هي "الوحدات أو التصنيفات الموضوعية التي تُستخدم لتصنيف وتفسير المحتوى المدروس، بهدف كشف أنماط معينة أو مضامين محددة بشكل منظم وموضوعي". تنقسم إلى الفئات التالية:

- فئة الموضوع: أبرز المواضيع التي تعكس القيم الثقافية للبرامج الثقافية:
- المواضيع الأساسية: فكرية فلسفية، ثقافية إعلامية، أدبية، تاريخية.
- المواضيع الفرعية: هي المواضيع المتفرعة من كل موضوع أساسي:
- المواضيع الفكرية الفلسفية: الهوية الوطنية-الهوية الثقافية-النخب الفكرية-الهوية الإسلامية- الحرية الفكرية وحرية التعبير-عرض الكتب والروايات ومناقشتها.
- المواضيع الثقافية الإعلامية: تشكل الثقافة-الذاكرة الجماعية-التنوع الثقافي-واقع السينما والمسرح-واقع الفنون الموسيقية والتشكيلية-واقع الأدب.
- المواضيع الأدبية: الرواية والقصة-الشعر المعاصر-النقد الأدبي-الابداع الشعري-التراث والتجديد-المرأة والأدب.
- المواضيع التاريخية: الثورة الجزائرية-المقاومة الثقافية-الأعياد الوطنية-الثقافة الشعبية.
- فئة القيم: هي فئة تحليل تُستخدم لتحديد وتمييز أنواع القيم التي يتضمنها المحتوى الإعلامي أو التربوي أو الثقافي، سواء كانت مُصرّح بها مباشرة أو ضمنية.
- الفئات الرئيسية: القيم الدينية والأخلاقية-الفنية والفكرية-المعرفية والتعليمية.

- الفئات الفرعية:

القيم الدينية والأخلاقية: الصدق-التسامح-الوفاء-العدل-التعاش.

القيم الفنية: التعبير الفني-الابداع-الرموز الفنية-الجمال الفني.

- فئة المصادر: محاولة معرفة مصدر القيم داخل مضامين المادة الإعلامية.

وتم تحديدها في: المعتقد-العادات والأعراف-الاتجاهات.

- فئة الأهداف: هو الهدف من القيم الثقافية داخل المادة الإعلامية والموجهة للجمهور.

وتم تحديدها فيما يلي: توصيل المعرفة والمعلومة الثقافية-تعزيز الهوية الثقافية-

المحافظة على التراث الفكري.

- فئات الشكل: كيف قيل؟

- فئة أساليب الإقناع: تُستخدم لرصد الطرق والأساليب التي يستعملها النص أو

البرنامج لإقناع الجمهور بفكرة أو موقف أو سلوك معين، سواء باستخدام العقل أو

المشاعر أو السلطة أو الأمثلة وغيرها.

الأسلوب العقلي المنطقي-الأسلوب القيمي-أسلوب السلطة أو المرجعية-أسلوب التكرار-

أسلوب الاستفهام البلاغي.

- فئة اللغة المستخدمة: الفصحى-الفرنسية-العامية-مزيج بين الفصحى والفرنسية.

1. لغة القائم بالاتصال. 2. لغة الضيوف.

• وحدات التحليل:

تُصنف وحدات التحليل في الدراسات التي تعتمد تحليل المضمون عادة إلى ما يُعرف بـ **وحدات**

التسجيل (Unités d'enregistrement)، وهي أكثر أشكال الوحدات قابلية للعد والقياس،

ولذلك تُعرف أحياناً أيضاً بـ "وحدات العدّ والقياس" وتشمل هذه الوحدات: الكلمة، العبارة،

الفكرة، الفقرة، الصورة، المشهد... إلخ، حسب طبيعة المادة المدروسة (نص، برنامج، وثيقة،

محتوى سمعي بصري). وتكمن أهمية وحدات التسجيل في كونها تسمح للباحث بتحقيق

الموضوعية والإجرائية، لأنها تُمكن من تحويل المعاني المجردة إلى مؤشرات قابلة للملاحظة

والتكميم. وبهذا يُصبح من الممكن الربط بين الكمّ (عدد التكرارات) والكيف (دلالة الفئات)،

مما يُعزّز من مصداقية نتائج الدراسة وموضوعيتها¹. واعتمدنا في دراستنا على وحدة الفكرة في قياس الفئات.

وغالبا ما تُستخدم وحدة "الفكرة" عند تحليل الخطاب الثقافي أو السياسي أو الإعلامي، لأنها تتيح للباحث رصد المعنى المركزي أو الرسالة الأساسية التي يحملها كل مقطع من الخطاب، ومن ثم تصنيفه ضمن فئة دلالية (كقيمة ثقافية، أسلوب إقناع، أو إطار مرجعي). لذلك، فإنّ "الفكرة" تُعتبر وحدة تحليل تجمع بين الدقة الدلالية والمرونة التطبيقية، وتُسهّل عملية الترميز النوعي للمحتوى.

استخدام "الفكرة" كوحدة تحليل يُساعد الباحث في تجاوز البنية السطحية للنص، والولوج إلى المضامين المفهومية التي تعبّر عن القيم أو الاتجاهات أو المواقف.

- عملية صدق وثبات التحليل:

أ- صدق التحليل:

تتحدد عملية الصدق من خلال التحديد الدقيق للفئات، فضلا عن التنفيذ الواضح الخطوات التحليل وبعد إجرائنا لعملية تحكيم البناء المنهجي وخطواته المستخدمة باعتباره خطة من خطوات الصدق الداخلي الذي يعرف بصدق البناء، قمنا بإجراء العملية اتفاق نتائج دراستنا مع نتائج الدراسات السابقة والمشابهة المعتمد عليها في الدراسة، أو ما يعرف بصدق التوافق، وبعدها القيام بعرض الاستمارة على محكمين ذو كفاءة عالية وإجراء التعديلات اللازمة.

ب- ثبات التحليل:

أما بالنسبة لعملية الثبات فقد استخدمنا عمليتين تمثلنا في مستوى التحليل المبدئي بالنسبة لمضامين عينتنا باعتبارها من أهم الطرق التي ساعدتنا على بناء اشكاليتنا وتساؤلاتنا البحثية، دون أن ننسى عملية المعاودة للتحليل التي تضيفي على عملية التحليل المزيد من الدقة والموضوعية، ولعل أهم مراحل الثبات المستخدمة في أداة تحليل المضمون في دراستنا تمثلت في معامل الثبات الهلوستين، الذي يتأسس من خلال مدى اتفاق الرمز على فئات التحليل ووحداتها المستخدمة انطلاقا من معادلة حسابية. بعد اعدا استمارة تحليل المحتوى تم توزيعها على مجموعة من الأساتذة:

¹ - Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Free Press.

1. أ.د دريس شريف: المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام
 2. أ.د هدير محمد: المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام
 3. د. معيزي أمال: كلية علوم الاعلام والاتصال-جامعة ال جزائر 03-
- فكلما كانت درجة الثبات عالية ثبت التحليل.

قمنا بحساب معامل الثبات:

ن (متوسط الاتفاق)

معامل الثبات =

$1 + (n-1)$ (متوسط الاتفاق)

أ. الباحث

ب. أستاذ دريس

ج. أستاذ هدير

د. أستاذة معيزي

م ث =

$1 + (4-1) (0.88)$

ومنه معامل الثبات هو 0.96 وهي نسبة تثبت ثبات التحليل.

2. مجتمع الدراسة:

يُعدّ مجتمع البحث، من المكونات الأساسية لأي دراسة علمية، حيث يُمثّل الإطار البشري أو الموضوعي الذي يستهدفه الباحث في سياق بحثه العلمي، والذي تُشتقّ منه عيّنة الدراسة عند استخدام منهج المسح أو التحليل. ويُعرف مجتمع البحث على أنه المجموعة الكلية من الأفراد أو الظواهر أو الوحدات التي تتصف بخصائص مشتركة، والتي يسعى الباحث إلى تعميم نتائج دراسته عليها، كما يتميز مجتمع البحث بكونه المصدر الذي يُستقى منه كل من البيانات والملاحظات، وهو ما يستدعي تحديده بدقة وفقاً لطبيعة الموضوع وأهداف البحث¹. يُشترط في تحديد مجتمع البحث أن يكون واضحاً ومحدداً من حيث الزمان والمكان والخصائص

¹ - بن جدو، محمد، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية. دار الهدى، الجزائر، ص 60.

السوسيولوجية أو الموضوعية فمن الأخطاء المنهجية الشائعة هو الغموض أو التعميم في تحديد المجتمع، مما يخلق مشكلات في مرحلة جمع البيانات أو تعميم النتائج. ولهذا، يُوصى بأن يترافق تحديد المجتمع مع توصيف دقيق لخصائصه.¹

في الدراسات التي تعتمد منهج تحليل المضمون، يتخذ مجتمع البحث طبيعة مغايرة عما هو مألوف في البحوث الكمية ذات الطابع المسحي، حيث لا يكون مجتمع الدراسة بشرياً بالضرورة، بل يتكوّن من مواد أو وسائط إعلامية تُشكّل وحدة التحليل الأساسية. ويتعلق الأمر هنا بـ «البرامج التلفزيونية، المقالات الصحفية، الخطب، الوثائق، الإعلانات، الصور، أو حتى المنشورات الرقمية»، التي تُعدّ مصادر للمعنى والمضمون الثقافي أو القيمي المدروس. إن مجتمع البحث في تحليل المضمون لا يُختار اعتباطياً، بل يجب أن يخضع لشروط إجرائية تضمن التمثيل، الصدق، والموضوعية، مثل اختيار كل الحلقات خلال مدة معينة، أو الاعتماد على عينة قصدية تمثّل مختلف أنماط الخطاب.²

ويتمثل مجتمع البحث في البرامج الثقافية للقناة الإخبارية الجزائرية الثالثة والقناة الناطقة بالفرنسية canal Algérie من خلال البرمجة الخاصة بالدخول الاجتماعي لعام 2024.

3. عينة الدراسة:

تمثّل عينة الدراسة (L'échantillon de l'étude) في البحوث الإعلامية جزءاً محدداً من مجتمع البحث يتم اختياره بطريقة علمية ممنهجة ليكون ممثلاً له، بهدف تحليل معطياته واستخلاص نتائج قابلة للتعميم. وتُعتبر عملية اختيار العينة من الخطوات الحاسمة في تصميم البحث، لما لها من تأثير مباشر على مصداقية النتائج ودرجة صدقها الداخلي والخارجي. ويُشير إسماعيل حميدة إلى أن نجاح البحث لا يتحقق فقط من خلال وضوح الإشكالية أو صرامة الأداة، بل أيضاً من خلال اختيار عينة مناسبة تمثل بصدق المجتمع الأصلي، سواء في الدراسات الكمية أو النوعية.³ وتتنوع أساليب اختيار العينة بين الاحتمالية

¹ - قارة عمر، محمد، *مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في العلوم الاجتماعية*. دار الخلدونية، الجزائر، ص 100.

² - Krippendorff, Klaus (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Sage Publications.

³ - إسماعيل حميدة، *مناهج البحث الإعلامي بين النظرية والتطبيق*. الجزائر: دار ومضة، 2014، ص 115.

(كالعينة العشوائية أو الطبقية) و **غير الاحتمالية** (كالعينة القصدية أو العرضية)، ويُحدد ذلك حسب طبيعة المنهج وأهداف الدراسة.

في البحوث الإعلامية التي تعتمد تحليل المضمون، تأخذ العينة شكل مواد إعلامية كبرامج، مقالات، أو إعلانات، ولا تتعلق بأفراد كما هو الحال في المسوح. لذلك، يشدّد عويصي على ضرورة ضبط الخصائص الشكلية والزمنية للمادة المختارة (مدة البث، نوع البرنامج، القناة، لغة المحتوى...) لضمان قابلية التحليل والتفسير. كما يُلفت إلى أن العينة في هذا النوع من البحوث تكون غالبًا **قصدية**، إذ يختار الباحث ما يراه معبرًا عن الظاهرة المدروسة¹.

وفي هذه الدراسة، تم الاعتماد على **إحدى العينات غير الاحتمالية (Non-Probability Sampling)**، وتحديدًا **العينة القصدية**، والتي يُشار إليها أيضًا في الأدبيات المنهجية بمصطلحات مثل **العينة العمدية** أو **العينة الغرضية (Purposive Sample)** وتتميّز هذه العينة بأنّ الباحث يقوم باختيار مفرداتها بشكل مقصود ومباشر، بناءً على معايير تتعلق بموضوع الدراسة وخصوصية الظاهرة المدروسة.

وقد تم اختيار عناصر العينة في هذه الدراسة بطريقة **تحكمية واعية**، نظرًا لتوافر مجموعة من الخصائص التي تميز هذه المفردات عن غيرها. وهذه الخصائص تُعدّ ضرورية لتحقيق أهداف البحث، سواء من حيث **طبيعة البرامج التلفزيونية محل التحليل**، أو من حيث علاقتها **المباشرة بسؤال البحث ومجاله الموضوعي**. وبالتالي، فإن اعتمادنا على هذه العينة القصدية جاء من منطلق **ملاءمتها المنهجية والموضوعية**، أكثر من كونه إجراءً عشوائيًا أو تجريبيًا. وتعرف العينة **القصدية (l'échantillon par choix raisonné)** على أنها واحدة من أهم أنواع العينات غير الاحتمالية، حيث يتم اختيار مفرداتها من طرف الباحث وفق معايير خاصة ترتبط بموضوع الدراسة، وليس عن طريق الصدفة أو السحب العشوائي. ويُشير د. يوسف تمار إلى أن هذه العينة تُستخدم في الحالات التي يكون فيها من غير الممكن تعميم النتائج بشكل إحصائي، لكن الهدف الأساسي منها هو تحقيق أقصى قدر من الفهم والتحليل المعمق **للظاهرة المدروسة**. لذلك يُلجأ إليها في البحوث الكيفية، كتحليل الخطاب أو دراسة المضمون،

¹ - نصر الدين عويصي، البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: دار الهدى، ص 131.

خاصة حين يسعى الباحث إلى التركيز على حالات نموذجية أو فئات محددة ذات علاقة مباشرة بإشكالية البحث.¹

أما عينة دراستنا تمثلت في مجموعة من الحصص الثقافية والتي تكونت من 08 حصص مقسمة على 04 حصص لكل من القناة الإخبارية الجزائرية A3 والقناة الناطقة بالفرنسية Canal Algérie كما تمثلت الحصص في كل من حصة شرفات ثقافية للقناة الإخبارية الجزائرية وحصة culture l'autre regard للقناة الناطقة بالفرنسية Canal Algérie، وهذا عبر الفترة الممتدة من جانفي 2024 الى ديسمبر 2024 أي من النصف الثاني لموسم الشبكة البرمجية الاجتماعية لسنة 2023 الى النصف الأول من الشبكة البرمجية الاجتماعية لسنة 2024.

الجدول 01: العينة القصدية المختارة للدراسة.

اسم الحصة	مدة البث	تاريخ البث	دورية بث الحصة
شرفات ثقافية	19 : 31	2024/01/23	ثلاث حصص في الشهر
	26 : 40	2024/02/23	
	35 : 34	2024/04/16	
	32 : 17	2024/12/09	
Culture l'autre regard	51 : 43	2024/02/04	ثلاث حصص في الشهر
	54 : 05	2024/04/15	
	53 : 42	2024/05/05	
	59 : 38	2024/12/08	

¹ - يوسف تمار، مناهج وتقنيات البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2006، ص 112.

6. الخلفية النظرية للدراسة:

تُعدّ نظرية الغرس الثقافي (Cultivation Theory) من أبرز النظريات التي تناولت العلاقة بين وسائل الإعلام وتشكيل وعي الجمهور، وخصوصاً فيما يتعلق بتأثير التلفزيون على إدراك الأفراد للواقع الاجتماعي. ظهرت هذه النظرية في ستينات وسبعينات القرن الماضي ضمن مشروع "مؤشرات الثقافة" الذي قاده الباحث جورج جيربнер (George Gerbner) ومجموعة من العلماء في الولايات المتحدة الأمريكية، بهدف فهم الكيفية التي يعكس بها التلفزيون الواقع الاجتماعي ويُعيد إنتاجه داخل أذهان المتلقين¹.

تركز هذه النظرية على دراسة المدى الطويل لتأثيرات المحتوى التلفزيوني، خصوصاً ما يتعلق بالعنف والجريمة، حيث خلصت إلى أن الأفراد الذين يتعرضون بشكل مكثف ومطول للتلفزيون، تبدأ لديهم عملية "غرس" تدريجية لقيم وتصورات معينة حول العالم. هذه التصورات لا تنعكس بالضرورة عن الواقع الحقيقي، بل هي نتاج تمثيلات إعلامية، تتم صناعتها بعناية ضمن سياقات ثقافية وإيديولوجية محددة. وبهذا، يصبح المتلقي عرضة لتبني هذه التصورات اللاواقعية، ويبدأ في تفسير ظواهر اجتماعية مختلفة - كالعنف أو العلاقات الاجتماعية أو التهديدات الأمنية - استناداً إلى ما شاهده في التلفزيون، وليس وفق ما يجري فعلياً في محيطه الواقعي.

ويرى جيربнер أن هذا الغرس يتم بطريقة لا شعورية، حيث لا يدرك المتلقي أنه يتبنى قيماً وتصورات مصطنعة، إذ إن تجربته مع التلفزيون تُختزل غالباً في الشعور بالتسلية أو قضاء وقت الفراغ. لكن في العمق، يحدث تشكّل بطيء ومتراكم لرؤية العالم، تنتج عنه اختلالات في الإدراك، كالمبالغة في تقدير حجم الجريمة في المجتمع أو الاعتقاد بأن العالم مكان أكثر خطورة مما هو عليه فعلاً، وهو ما أطلق عليه جيربнер "متلازمة العالم العنيف"².

إن المتلقي، في ظل هذا التأثير المتواصل، لا يعود قادراً على التمييز بين الواقع الحقيقي والواقع التلفزيوني المصنوع، بل يصبح "أسيراً لواقع زائف"، تحكمه أنماط جاهزة من التفكير

¹ - Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). *Living with television : The dynamics of the cultivation process*. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Perspectives on media effects*, p35.

² - Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The "mainstreaming" of America : Violence profile no. 11. *Journal of Communication*, 30, p10.

والسلوك، مما يعمق الفجوة بين إدراكه الشخصي للواقع وبين الواقع الموضوعي. وقد حدّر منظرو هذه المدرسة من العواقب الاجتماعية لهذه الظاهرة، خصوصاً في المجتمعات التي يعتمد فيها الأفراد بشكل كبير على الإعلام كمصدر رئيسي للمعلومات والتمثيلات الثقافية¹.

ظهرت **نظرية الغرس الثقافي** خلال سبعينات القرن العشرين كأحد الاتجاهات البارزة في دراسات تأثيرات وسائل الإعلام، وتركز بشكل خاص على التأثيرات التراكمية للتلفزيون على إدراك الأفراد للعالم من حولهم. تنطلق النظرية من فرضية أساسية مفادها أن **المداومة على مشاهدة التلفزيون لفترات طويلة** تؤدي إلى نشوء اعتقاد راسخ لدى الأفراد بأن الصورة التي يعرضها التلفزيون عن الواقع هي تمثيل دقيق ومطابق للعالم الحقيقي. هذا الاعتقاد لا ينشأ نتيجة تحليل عقلائي أو نقدي للمحتوى، بل من خلال عملية لا شعورية تتغلغل فيها الرسائل الإعلامية إلى وعي المتلقي، فتعيد تشكيل نظرتهم للواقع.

ويُعد الباحث الأمريكي **جورج جربنر (George Gerbner)** من أبرز المنظرين والمؤسسين لهذه النظرية، حيث قاد مجموعة بحثية ضمن مشروع "مؤشرات الثقافة" في جامعة بنسلفانيا، سعت إلى تتبع التأثيرات الاجتماعية والثقافية للتعرض المتكرر للتلفزيون، لا سيما فيما يتعلق بمواضيع العنف، الأدوار الجنسانية، والسلطة. وبحسب جربنر، فإن التلفزيون لا يعلم الناس فقط ما يجب أن يفكروا فيه، بل أيضاً كيف يفكرون فيه، عبر غرس أنماط متكررة من القيم والرموز والتصورات التي تُعيد إنتاج رؤية معينة للعالم، تصبح مع الوقت أشبه بـ «الواقع» بالنسبة للمشاهد.

يطرح **جورج جربنر**، ضمن إطار نظرية الغرس الثقافي، مفهوماً موازياً هو "الإنماء الثقافي"، والذي يمكن النظر إليه بوصفه عملية مستمرة تقوم بها الثقافة في تشكيل وعي الأفراد داخل المجتمع.² ويعرّف جربنر الثقافة على أنها "كلّ مركّب" يشمل الفنون، والعلوم، والعادات، والتقاليد، واللغة، والديانات، والقوانين، والموسيقى، وأنماط السلوك، وغيرها من المكونات الرمزية والاجتماعية التي تُشكل هوية المجتمع وتُوجه أفرادها.

¹ - معط الله، أحمد، أثر وسائل الإعلام على الوعي المجتمعي. مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، ص 310.

² - جربنر، ج.، غروس، ل، العيش مع التلفزيون: ملف العنف. مجلة الاتصال، 1976، ص 175.

ويُعدّ الإنماء الثقافي نوعاً من التعلم غير المقصود أو اللاوعي، يتم دون تخطيط مسبق، وينتج عن التعرض المستمر لوسائل الاتصال والإعلام. فعبر هذه الوسائل، يكتسب الأفراد تصورات عن الواقع الاجتماعي، تُصبح مع الزمن جزءاً من الصورة الذهنية التي يحملونها عن العالم المحيط بهم. وبهذا، فإنّ الإنماء الثقافي لا ينقل الحقائق فقط، بل يُعيد تشكيل الوعي الفردي والاجتماعي، من خلال رسائل إعلامية محمّلة بالرموز والدلالات التي تغرس ببطء في الإدراك الجمعي.

إنّ هذه العملية لا تقتصر على مجرد نقل معلومات، بل تتجاوزها إلى بناء الواقع الاجتماعي داخل أذهان المتلقين، حيث تصبح الصور التي يتعرض لها الفرد عبر الإعلام، بما تحمله من دلالات ثقافية ومعرفية، عناصر أساسية في تكوين تصوّره للعالم، وطريقة تعامله مع الظواهر المحيطة به.

• المفاهيم المرتبطة بنظرية الغرس الثقافي:

• الاتجاه السائد:

يُشير مفهوم "الاتجاه السائد" في إطار نظرية الغرس الثقافي إلى حالة من التجانس الثقافي بين الأفراد الذين يتشاركون في درجة عالية من التعرض لوسائل الإعلام، وخاصة التلفزيون. فكلما ازداد وقت المشاهدة، زادت فرص اكتساب مجموعة من الخصائص الثقافية المشتركة، التي يتم تقديمها من خلال المحتوى التلفزيوني بوصفه قناة ثقافية حديثة، تحمل مضامين رمزية ودلالات اجتماعية.

تُعزز هذه المضامين صوراً نمطية وقيماً وتصورات محددة للعالم الخارجي، بحيث تؤثر بشكل خاص في أولئك الذين يُواظبون على مشاهدة التلفزيون بشكل مكثّف. وبهذا، يصبح التباين في إدراك الواقع الخارجي واضحاً بين من يشاهدون التلفزيون بدرجة منخفضة وبين من يُقبلون عليه بكثافة. إذ يميل الآخرون إلى تبني رؤية موحدة ومتشابهة للعالم، تتشكل من الرسائل المتكررة التي تقدمها الشاشة الصغيرة، وتُصبح بمثابة "حقيقة اجتماعية" في وعيهم.

• مفهوم "الصدى" أو "الرنين":

يُشير مفهوم "الصدى" أو "الرنين" (Resonance) في إطار نظرية الغرس الثقافي إلى التأثيرات المعززة للمشاهدة التلفزيونية، والتي تحدث عندما تتطابق أو تتفاعل المضامين

الإعلامية مع الخبرات الشخصية السابقة التي يمتلكها المتلقي. ففي هذه الحالة، لا يكون تأثير التلفزيون مجرد غرس لمفاهيم جديدة، بل يتعزز عبر استدعاء التجارب الحياتية الكامنة لدى المشاهد، مما يمنح الرسائل الإعلامية قوة تأثير مضاعفة.

يرى جورج جرينر أن هذا النوع من التأثير يكون أكثر وضوحًا لدى الأفراد الذين يعيشون في ظروف غير عادية، كالبثات التي ينتشر فيها العنف أو التوتر، وحيث يكون التعرض للتلفزيون كثيفًا. فعندما يشاهد هؤلاء الأفراد محتوىً إعلاميًا يتضمن عنفًا، فإنهم لا يستقبلونه كشيء بعيد أو رمزي فحسب، بل يتفاعلون معه على نحو شخصي، لأنه يعكس تجاربهم الواقعية، فيعيد تنشيط إدراكهم للعنف ويؤكدده، مما يجعل رؤيتهم للعالم أكثر تشاؤمًا وعدمية، وهو ما يُعرف في أدبيات النظرية بـ «متلازمة العالم العنيف (Mean World Syndrome)».

• افتراضات وأسس نظرية الغرس الثقافي:

تعتمد نظرية الغرس الثقافي على عدد من الفرضيات الأساسية التي تشرح كيف ولماذا يؤثر التلفزيون على إدراك الأفراد للعالم، وهذه الفرضيات هي:

- فرضية الغرس العام (Mainstreaming):

تفترض هذه الفرضية أن المشاهدة الكثيفة للتلفزيون تؤدي إلى توحيد التصورات بين الأفراد من خلفيات اجتماعية وثقافية مختلفة. أي أن التلفزيون يعمل كقوة "توحيدية"، تقلل من الفوارق في الإدراك بين الجماعات المختلفة، وتنتج عن ذلك رؤية مشتركة "سائدة" للعالم، غالبًا ما تكون مشبعة بالعنف، التهديد، والقلق.

- فرضية العالم العنيف (Mean World Syndrome):

ترى هذه الفرضية أن الأشخاص الذين يُشاهدون التلفزيون بكثافة يعتقدون أن العالم أكثر عنفًا وخطورة مما هو عليه في الواقع. هذا التصور ناتج عن الكم الكبير من مشاهد العنف والصراعات التي تُعرض في التلفزيون، والتي تُغذي شعورًا دائمًا بالخوف وعدم الأمان.

- فرضية الغرس التدريجي (Gradual Cultivation):

تنص هذه الفرضية على أن تأثير التلفزيون لا يحدث بشكل مفاجئ، بل هو عملية تراكمية بطيئة تؤدي مع مرور الوقت إلى تغيير في المفاهيم والمعتقدات، دون أن يعي المتلقي ذلك. فالمشاهد يتشبع تدريجيًا برسائل وقيم معينة حتى تصبح جزءًا من إدراكه للواقع.

- فرضية التعرض الكثيف (Heavy Viewing Hypothesis) :

فترض أن الأفراد الذين يقضون وقتاً طويلاً أمام التلفزيون أكثر عرضة لتأثرهم بالمضامين الإعلامية مقارنة بمن يشاهدون التلفزيون بشكل أقل. هؤلاء الكثيفو المشاهدة غالباً ما يتبنون التصورات التي يقدمها التلفزيون على أنها واقع فعلي.

• أسس نظرية الغرس الثقافي:

وسائل الإعلام لا تعكس الواقع، بل تصنعه: تركز النظرية على الفكرة الأساسية أن الإعلام، وخاصة التلفزيون، لا يعكس الواقع الاجتماعي كما هو، بل يُعيد إنتاجه وصياغته ضمن قوالب محددة. هذا "الواقع الرمزي" يتم تقديمه للمشاهدين على أنه حقيقي، ما يؤدي إلى غرس صور ذهنية مغلوطة لديهم عن العالم الخارجي.

عملية الغرس الثقافي لا تحدث على مستوى التفكير الواعي أو النقدي، بل تتم في مستوى لا شعوري، حيث يستقبل المشاهد الرسائل الإعلامية باعتبارها ترفيهًا أو تسلية، بينما هي في الحقيقة تحمل مضامين رمزية تؤثر في فهمه للواقع.

ترى النظرية أن التأثير الإعلامي يمكن أن يكون مشتركاً بين أفراد مختلفين اجتماعياً واقتصادياً، طالما أن تعرضهم للمحتوى التلفزيوني كثيف. وهذا ما يُفسر "الاتجاه السائد" الذي ينشأ بين الجماهير من مختلف الفئات نتيجة الغرس الإعلامي المشترك.

يُعد تحليل المضمون الإعلامي من الأدوات الأساسية لفهم كيفية تحقق عملية الغرس الثقافي عبر وسائل الإعلام، وخاصة التلفزيون. ويؤكد جورج جرينر وزملاؤه أن الأسئلة الاستطلاعية العامة أو السطحية لا تكفي للكشف عن آليات الغرس الثقافي وتأثيراتها بعيدة المدى. وبدلاً من ذلك، يوصون باستخدام أسئلة دقيقة ومنظمة ضمن أدوات المسح الميداني، مثل الاستبيانات، والتي تُصمم بعناية لتعكس المضامين الرمزية المختلفة المتكررة في المواد التلفزيونية.

7. الدراسات السابقة والتعقيب عليها:

هي مرحلة مراجعة واستعراض الدراسات السابقة، التي تمكن الباحث من فهم ما أنجز سابقًا في مجال موضوعه، وتسمح له باستخلاص النتائج والتعميمات التي توصلت إليها تلك الدراسات. كما تُساعده هذه المرحلة في تحديد وصياغة مشكلة بحثه بدقة، ليتمكن من الانطلاق نحو بناء إطار نظري ومنهجي متماسك.

وبالنسبة لموضوع بحثنا، الذي يتناول القيم الثقافية في البرامج الثقافية للتلفزيون الجزائري العمومي، فقد تبين لنا من خلال الاطلاع على ما هو متاح في المكتبات الجامعية الوطنية أن هذا الموضوع لا يزال من المواضيع الحديثة نسبيًا. فغالبية الدراسات التي اطلعنا عليها كانت إما ذات طابع استكشافي عام، أو تناولت الموضوع من زاوية منهجية أو موضوعية مغايرة لما نعالجه نحن. كما أن عددًا من هذه الأدبيات ركز على الجوانب التقنية والإعلامية للبرامج دون التطرق العميق لمساهمة النخبة الثقافية أو البعد القيمي للمضامين المقدمة. لذلك، فإن دراستنا تأتي لسد هذه الثغرة عبر معالجة دقيقة ومعمّقة لهذا الجانب المهم، خاصة في سياق التحولات الثقافية والإعلامية التي يشهدها المجتمع الجزائري والمجال الإعلامي.

• **دراسة شرارة حياة: المعالجة الإعلامية للمضامين الثقافية في القناة الجزائرية الثالثة**
دراسة تحليلية لعينة من البرامج الثقافية من الفترة الممتدة من 2017 إلى غاية 2019.

الإشكالية:

كيفية معالجة قناة الجزائرية الثالثة للمضامين الثقافية النخبوية ضمن برامجها الثقافية (رؤى، قراءات، المنتدى الثقافي) خلال الفترة الزمنية الممتدة بين الموسم العادي 2018/2017 ونصف الموسم العادي 2019/2018؟

أهم النتائج:

يمكن القول أنه على الرغم من الاستخدام الواسع لازالت القنوات الفضائية العربية تواجه تحديات كبيرة سواء من حيث الانتاج أو مضمونه والأهم علاقة هذا المنتج في برامج ثقافية مع المتلقين؛ إلا أننا في حاجة لأن نؤكد بأن علاقة المثقف بالإعلام وبالقضاء العمومي هي علاقة تلازم، فالدور المناط بالمثقفين يقتضي بالدرجة الأولى التورط في الشأن العام، إذ لا مثقف غائب عن النقاش حول القضايا العامة، وهذا التورط في الزمن الحالي سيجد منافذ أفضل وسيفتح المجال

لبروز نمط جديد يطلق عليه عزمي بشارة اسم "المثقف العمومي" Educateur public، وهذا النمط من المثقفين له قدرة كبيرة على بلوغ الفضاء العام من خلال توسل آليات الإعلام الجديد التي يصعب على الأنظمة السياسية مراقبتها، إذا ما وقعت المقارنة بحالة الإعلام التقليدي حيث تتسم العلاقة بين الطرفين بنوع من الإقصاء والمعاداة.

• **دراسة السعدية قرش:** واقع البرامج الثقافية في الفضائيات العربية: دراسة وصفية من منظور عينة من الفاعلين الثقافيين في العالم العربي الدورات البرمجية لسنوات 2015/2016/2017.

الإشكالية:

ما هو واقع البرامج الثقافية في الفضائيات العربية خلال الدورات البرمجية لسنوات الثلاث من 2015 إلى 2017 بمنظور عينة من الفاعلين الثقافيين في الوطن العربي؟
أهم النتائج:

لقد أوضحت نتائج الدراسة أن البرامج الثقافية لا تتصدر اهتمامات القائمين على الفضائيات العربية، لا من حيث الانتاج، ولا من حيث البث بمراعاة تموضعها ضمن الشبكة البرمجية، وجاء ترتيبها متذيلة برامج القنوات الفضائية، إلى جانب عدم انتظام انتاجها وبنها ضمن شبكة البرامج، في الوقت الذي تتقدم فيه البرامج الغنائية وبرامج الدراما والرياضة والسياسة، ناهيك عن عدم امتلاك هذه القنوات الاستراتيجية واضحة في برامجها، كونها تشكل امتدادا لأنظمة وجهات سياسية، أو تمثل مشروعات ربحية، ما يفسر غياب البعد الثقافي في برامجها أو استغلاله الأعراض ضيقة. مع تقدم القنوات الاخبارية في الاهتمام بتقديم برامج ثقافية نوعية تحظى بمتابعة النخبة العربية على اختلاف توجهاتها، إلى جانب تقدم البرامج الفنية وتأخر برامج الثقافة العلمية في البرامج الثقافية العربية، وشكلت المقابلة والمائدة المستديرة أهم قالبين يتم من خلالهما تقديم هذه البرامج، التي تتوجه الجمهور عام ونخبوي، من خلال مضامين ثقافية متوسطة التوعية، ومضامين يطغى فيها الترقية على الثقافة، بعدها قائمون بالاتصال تختلف مؤهلاتهم ودرجة تمكنهم من مجال الاعلام الثقافي التلفزيوني هذه المؤهلات التي تبقى عاملا هاما في نجاح هذا النوع البرمجي، إلى جانب اعتماد نجاحه على اللغة. المستعملة فيه، وكذا مراعاة مختلف جوانب صناعة البرامج الثقافية.

• دراسة نصيرة سحنون: الترفيه في التلفزيون وعلاقته بالقيم الاجتماعية دراسة وصفية تحليلية لعينة من مشاهدي البرامج الترفيهية في التلفزيون الجزائري.

الإشكالية:

هل تلبي البرامج الترفيهية في القنوات الجزائرية العمومية حقيقة احتياجات الجمهور من الترفيه؟ وما هي بالمقابل الاحتياجات والطلبات اللازم إشباعها لهذا الدور وتتناسب مع قيم المجتمع الجزائري؟

اهم النتائج:

المحتويات الترفيهية لم تعكس واقع المشاهدين الجزائريين ولم تستجيب لاحتياجاتهم من الترفيه، لأن أغلبها قائم على التقليد ومستلهم من الأعمال الأجنبية مع أن النتائج بينت أن المشاهدين يميلون إلى متابعة البرامج الترفيهية المنتمية إلى ثقافتهم المحلية ويفضلونها على غيرها من البرامج.

يبقى دور المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري أن تستدرك هذا وتراعي أذواق المشاهدين الجزائريين، وتنتج برامج ترفيهية وفق طرح جديد خاضع للمقاييس المشاهدة، وأن تفتح المجال أمام الطاقات المبدعة للمنتجين والمخرجين المحترفين في إعداد وإنتاج البرامج الترفيهية، لأن المشهد الإعلامي المرئي لم يعد حكرا على القنوات التلفزيونية العمومية، وأن المنافسة مع القنوات الخاصة قائمة بالإضافة إلى المنافسة مع القنوات الأجنبية.

• دراسة بوزيان عبد الغني: استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية التلفزيونية للقناة الأرضية والإشاعات المتحققة منها: دراسة ميدانية

الإشكالية:

ما طبيعة استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية في القناة التلفزيونية الأرضية؟

اهم النتائج:

ثقافة الشباب الجزائري نرى أنه يغلب عليها الجانب الترفيهي وهذا ما دلت عليه نتائج هذه الدراسة، إذا برزت اهتمامات الشباب بمضامين البرامج ذات طابع التسلية والترفيه وإذا ربطنا هذا بما يشير الكثيرون إليه في كون أن أهم مظاهر القرن العشرين وبدايات الواحد والعشرون،

هو المحاولات الدؤوبة لجعل المجتمعات تتحول من ثقافتها الأصلية إلى ثقافة عالمية ذات قيم جديدة، وهو ما يراه البعض يمثل تهديدا للثقافات الوطنية القائمة على هويات ثقافية محددة معتمدة على التجانس الثقافي. كيف لا والمضامين الترفيهية في غالبها تأتي معلبة من خارج ثقافتنا الأصلية وتطبع بأبعاد عالمية مخترقة كل الحدود وموجهة سهامها إلى قلب المجتمع النابض وهو الشباب، وفي هذا المجال بالتحديد تثار مخاوف شتى عن تمديد هذه الثقافة العالمية للخصوصيات الثقافية المرتبطة بالديانات المختلفة، ومن بينها الخصوصية الثقافية العربية الإسلامية.

• **دراسة صفية عوادي:** مضامين البرامج الثقافية في الإذاعة الجزائرية: دراسة تحليلية للبرامج الثقافية بإذاعة ميلة.

الإشكالية:

كيف عالجت إذاعة الجزائر من ميلة مضامين برامجها الثقافية شكلا ومضمونا؟

اهم النتائج:

وفي هذا السياق تعتبر الإذاعة من الوسائل الإعلامية ذات الدور الحساس والهام في إحياء تراث المجتمع وهويته الثقافية وأصالته خاصة ونحن في زمن التكنولوجيا الحديثة التي بسطت وفرضت نفسها على المتلقي ودفعته عن طواعية أو عفوية إلى إتباع عادات وتقاليد وثقافة غريبة عن ثقافتنا الإسلامية العربية"، لذا فالمضامين الثقافية الإذاعية المتمثلة في المحتويات التي تقدم من خلال الراديو بهدف تبسيط موضوع أو فكرة ثقافية في صورة إذاعية فنية تقوم على الإفادة من إمكانيات الفن الإذاعي، وهي تتميز بالتجديد والتبسيط في تقديم ثمرات الفكر والعلم على أوسع نطاق"، كما تسعى للمحافظة على الهوية الثقافية المحلية على كل الأصعدة وتعزيزها لدى الجمهور، فالمضامين الثقافية المحلية تساعد في الإحساس بالانتماء إلى ما هو مشترك بيننا ومعرفة ما نملك حقا من رصيد يجعلنا نقف ونواجه ونتحدث بدون عقدة مع أي آخر كان".

بناء على ما تقدم من دراسات، فإنه لا شك من عمق الاستفادة من هذه الدراسات؛ كون دراستنا تستمد مشروعيتها المعرفية النظرية والمنهجية منها، وكذا النتائج التي المتوصل إليها، ومن خلال قراءتنا يمكننا أن نعطي بعض الملاحظات حولها وتقديم نظرة تحليلية مبنية أساساً على عملية التقييم والمناقشة والتي تشكل نقاطاً رئيسية ينبغي استدراكها في دراستنا هذه وهي:

- أتاحت لنا هذه الدراسات الاستفادة على المستويين المنهجي والمعرفي؛ فمن الناحية المنهجية، أسهمت في التعرف على الإجراءات البحثية المتبعة، ولا سيما ما يتعلق بالمناهج المعتمدة، والأدوات البحثية المستخدمة، وآليات صياغة الإشكالية والتساؤلات البحثية. أما من الناحية المعرفية، فقد وفرت إطاراً غنياً من الأدبيات والنظريات ذات الصلة. وعلى المستوى التطبيقي، ساعدتنا هذه الدراسات في فهم أساليب تحليل المحتوى الإعلامي، والنتائج التي توصلت إليها، فضلاً عن تسليط الضوء على التوجهات البحثية ضمن حقل الدراسات الثقافية ومدى حضورها وتوافرها.

- اعتمدت غالبية الدراسات على منهجية تحليل المحتوى كإطار رئيس في مقاربتها البحثية، فيما تميزت إحدى الدراسات بالاستعانة بأداة الاستبيان، في حين لجأت بعض الدراسات إلى الدمج بين الأدوات، أو أضافت أدوات بحثية أخرى كالمقابلة أو الملاحظة. وتجدر الإشارة إلى وجود تباين زمني ملحوظ في الفترات التي تناولتها عينات بعض الدراسات، الأمر الذي يثير إشكالية تتعلق بإمكانية تعميم النتائج المستخلصة.

- أجمعت الدراسات التي تناولت المضامين الثقافية في التلفزيون على أن وظيفة التثقيف تُعد من أبرز الوظائف التي تضطلع بها وسائل الإعلام، ولا سيما التلفزيون، حيث تسهم في نقل الأفكار وترسيخ القيم التي تعزز من استمرارية الثقافة المجتمعية. وتتنظر هذه الدراسات إلى البرامج الثقافية من منظور الوظيفة التكاملية لوسائل الإعلام، بوصفها أداة لتعزيز تماسك المجتمع والحفاظ على قيمه ومبادئه وصيانتها من التلاشي.

- أسهمت هذه الدراسات في توضيح مفهوم البرنامج الثقافي وتحديد أبعاده، إلى جانب تبيان ماهية القيم الثقافية التي تتجسد من خلاله، والمضامين التي يمكن أن يتناولها

هذا النوع من البرامج. كما أبرزت دور القائم بالاتصال بوصفه فاعلاً محورياً يتحمل مسؤولية صياغة الرسالة الثقافية وتوجيهها، ما يجعل من حضوره عنصراً أساساً في نجاح البرنامج وتحقيق أهدافه التثقيفية.

الجانب النظري

✓ الفصل الأول: الثقافة والاعلام الثقافي.

❖ المبحث الأول: ماهية الثقافة وخصائصها.

1. ماهية الثقافة:

عند الحديث عن الثقافة، نواجه مصطلحًا واسعًا، متعدد الأوجه، يتجاوز التعريفات البسيطة. في دراسات الإعلام، لا يُنظر إلى الثقافة كمجرد مجموعة من العادات أو التقاليد، بل كمنظومة من المعاني المشتركة التي تنتجها المجتمعات وتُعاد صياغتها عبر الوسائط. الثقافة هنا ليست ساكنة، بل متغيرة ومتنازع عليها، وهي تشكل وتُشكّل من خلال الخطاب الإعلامي، والمؤسسات، والتكنولوجيا.

حيث تُعدّ الثقافة من أكثر المفاهيم تعقيدًا وتعددًا في الدراسات الإنسانية والاجتماعية، وقد وصفها ريموند وليامز بأنها "واحدة من أكثر المصطلحات تعقيدًا في اللغة الإنجليزية"¹. وفي كتابه "الثقافة والمجتمع (Culture and Society)"، يرى المفكر البريطاني ريموند وليامز أن الثقافة ليست فقط الإنتاجات الفنية أو الأدبية، بل "طريقة حياة كاملة" تشمل العادات، الممارسات اليومية، القيم، والتصورات التي يتشاركها الناس. ويصف الثقافة بأنها من أكثر الكلمات تعقيدًا في اللغة الإنجليزية، نظرًا لتعدد معانيها وتاريخها الطويل². أما إدوارد تايلور، أحد أبرز رواد الأنثروبولوجيا، فيُعرّف الثقافة بأنها: "ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة والمعتقدات والفن والأخلاق والقانون والعادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان باعتباره عضوًا في المجتمع". في هذا الإطار، تُفهم الثقافة بوصفها كل ما هو مكتسب اجتماعيًا، وليس فطريًا. أي أنها عملية تعلم مستمرة تنتقل عبر الأجيال³.

¹ – Raymond, Williams. (1976). *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. London : Fontana.

² – Raymond Williams, *Culture and Society: 1780–1950*, New York: Columbia University Press, 1983.

³ – Tylor, E. B. (1871). *Primitive culture : Vol. 1. Researches into the development of mythology, philosophy, religion, art, and custom*. London : John Murray.

أما من حيث أبرز التعريفات عن الثقافة من خلال الباحثين في الاعلام نجد عالم الإعلام ستيفورت هول الذي يعرف الثقافة على أنها "إطار من المعاني" أو "مجموعة من الممارسات الدالة" التي يستخدمها الناس لفهم العالم وتنظيم تجربتهم فيه.¹ هذا التعريف يحوّل الثقافة من شيء يُملك إلى شيء يُمارس، ومن حالة ثابتة إلى عملية ديناميكية. في هذا السياق، تصبح وسائل الإعلام وسيلة مركزية لإنتاج المعنى، وبالتالي لصياغة الثقافة ذاتها.

تُركز دراسات الإعلام الثقافية على مفهوم "التمثيل (Représentation)"، أي كيف يتم تمثيل الناس، الأفكار، والهويات في الإعلام. هذا التمثيل ليس بريئاً أو محايداً، بل يُحمّل رسائل أيديولوجية من خلال التكرار والانتقاء، يعزز بعض الصور ويهمّش أخرى. وهكذا يصبح الإعلام أداة للهيمنة الثقافية، كما وصفها أنطونيو غرامشي، أي قدرة طبقة أو مجموعة على فرض رؤيتها للعالم باعتبارها "الطبيعية" أو "المنطقية"، دون استخدام العنف المباشر.² في سياق دراسات الإعلام، يُنظر إلى الثقافة بوصفها مجموعة من المعاني والممارسات التي تنتجها المجتمعات وتُعاد صياغتها عبر الوسائط الإعلامية. فهي ليست مجرد مجموعة من العادات أو التقاليد، بل منظومة ديناميكية تتشكل من خلال التفاعل بين الأفراد والمؤسسات والوسائط والتأثير على الأفراد والجمهير.

غير أن هذا التأثير ليس باتجاه واحد فالجمهور ليس متلقياً سلبياً حيث تُظهر دراسات الاستقبال (Reception Studies) أن الأفراد يفسرون المحتوى الإعلامي بطرق مختلفة، استناداً إلى خلفياتهم الثقافية والاجتماعية. فقد تستهلك مجموعتان نفس المسلسل أو الإعلان، لكن كل واحدة منهما قد تفهمه وتعيد تأويله بطريقة مختلفة. وهذا يعيد التأكيد على أن الثقافة ليست منتجاً نهائياً بل عملية تفاوض مستمرة.

¹ – Hall, S. (1997). *Representation : Cultural representations and signifying practices* London : Sage & The Open University, p11.

² –Gramsci, A. (1971). *Selections from the Prison Notebooks* (Q. Hoare & G. Nowell Smith, Eds. & Trans, New York : International Publishers, p12.

* غرامشي يوضح أن الهيمنة (Hegemony) ليست مجرد سيطرة مادية أو سياسية، بل هي قدرة طبقة اجتماعية على فرض رؤيتها للعالم بوصفها "الطبيعية" أو "المنطقية" أو "المشتركة"، وذلك من خلال المؤسسات الثقافية (كالمدارس، والكنيسة، والإعلام...)، وليس بالعنف المباشر.

الثقافة الإعلامية اليوم أكثر تعقيدًا مما كانت عليه في السابق. مع صعود وسائل التواصل الاجتماعي، لم تعد الثقافة تصاغ فقط من الأعلى إلى الأسفل، من المؤسسات الإعلامية إلى الجمهور، بل باتت عملية تبادلية. المستخدمون اليوم يشاركون في إنتاج المحتوى، سواء عبر التدوين، التعليق، صناعة الفيديوهات، أو حتى الميمات. وهذا الانتقال نحو "ثقافة المشاركة" (Participatory Culture) يفتح المجال أمام فئات كانت مهمشة في السابق لتُعبّر عن نفسها.

كما تُعد الثقافة عبر المضامين في وسائل الإعلام من أهم الأدوات التي تُسهم في تشكيل وعي الأفراد والجماعات، وهي تشمل الرسائل، الصور، الرموز، والقيم التي يتم نقلها عبر مختلف الوسائط، سواء أكانت تلفزيونًا، إذاعة، صحافة، أو منصات رقمية. هذه المضامين لا تنقل الثقافة فحسب، بل تعيد إنتاجها وتشكيلها وفق سياقات اجتماعية واقتصادية وأيديولوجية معينة. فوسائل الإعلام لا تعرض الواقع كما هو، بل تقوم بإعادة تفسيره من خلال إطار ثقافي محدد يعكس أولويات المجتمع أو المؤسسة الإعلامية ذاتها.

حيث تلعب المضامين الثقافية دورًا مزدوجًا: من جهة، تعزز الهوية والانتماء من خلال تأكيد القيم المشتركة وتمثيل الرموز الثقافية المحلية؛ ومن جهة أخرى، قد تركز أنماطًا من الهيمنة والتهميش عبر إقصاء أو تشويه بعض الفئات أو الثقافات الفرعية. في هذا السياق، تصبح المضامين الثقافية أداة لصياغة الرأي العام، وتحديد ما يُعتبر "مقبولًا" أو "طبيعيًا" في المجتمع. ومن ثم، فإن دراسة هذه المضامين تكشف عن البنية العميقة للثقافة السائدة.

2. مصادر الثقافة:

تُعد الثقافة نتاجًا لتفاعل الإنسان مع بيئته عبر الزمن، وتتعدد مصادرها لتشمل الدين، الأسرة، التعليم، اللغة، العادات والتقاليد، إضافة إلى وسائل الإعلام والمؤسسات الاجتماعية. يشير محمد الهادي عفيفي إلى أن الثقافة هي "كل ما صنعه الإنسان في بيئته خلال تاريخه الطويل في مجتمع معين"، وتشمل اللغة، والعادات، والقيم، وآداب السلوك، والمعرفة، والنظم الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتعليمية والقضائية، مما يجعلها تعبيرًا عن الخصوصية التاريخية لأمة من الأمم.¹

¹ - عفيفي، م. الهادي. (2022). الثقافة: مفهومها وخصائصها وعناصرها. مركز يقين للدراسات.

في العصر الحديث، أصبحت وسائل الإعلام من أبرز مصادر الثقافة، حيث تلعب دورًا محوريًا في تشكيل الوعي الجماعي ونقل القيم والمعارف. تؤكد مجلة فرقد الإبداعية أن مصادر الثقافة في هذا العصر تبدأ بالأسرة والبيئة المحيطة، وتمتد إلى المدرسة، ووسائل الإعلام المتعددة مثل المسرح، والإذاعة، والتلفزيون، والسينما، والمتاحف، والمجلات، والصحف، مما يعكس تنوع وتعدد مصادر الثقافة في المجتمعات المعاصرة.

• الدين كمصدر للثقافة:

يُعد الدين أحد الركائز الأساسية التي تُشكل ثقافة الإنسان في المجتمعات العربية، لما له من دور مباشر في تكوين القيم، وتحديد أنماط السلوك، وتفسير الظواهر، وتنظيم العلاقات الاجتماعية. ويذهب كثير من الباحثين إلى أن الدين في المجتمعات الإسلامية لا يُعد مجرد عقيدة أو شعائر، بل هو منظومة فكرية شاملة تؤثر في تشكيل العقل الجمعي والهوية الثقافية، وتحدد تصورات الأفراد عن الحياة والوجود والآخرين.¹

تتجلى تأثيرات الدين كمصدر ثقافي في عدة مستويات. فعلى المستوى الأخلاقي، يُعد الدين الإسلامي المرجع الأول في تحديد القيم الأخلاقية مثل الصدق، والأمانة، والتكافل، واحترام الكبير، وهي قيم مترسخة في المجتمعات العربية منذ قرون. كما أن معظم الأعراف والتقاليد التي تحكم العلاقات الاجتماعية تستند إلى تعاليم دينية، سواء كانت مكتسبة من القرآن الكريم أو من السنة النبوية الشريفة.² وتُظهر الدراسات الميدانية أن الأفراد في المجتمعات المحافظة، عند اتخاذ قراراتهم الشخصية أو العامة، يرجعون إلى المرجعية الدينية كمصدر أولي للمعرفة والتوجيه.

كما أن الدين الإسلامي ساهم في تثبيت اللغة العربية كلغة ثقافية مقدسة، مما منحها مكانة مركزية في الوعي الجمعي، ليس فقط كلغة تواصل وإنما أيضًا كأداة لفهم النصوص المقدسة وممارسة الطقوس الدينية. وقد أدى ذلك إلى ربط الثقافة العربية بالإسلام، بحيث بات من الصعب فصل عناصر كثيرة من الثقافة عن أصولها الدينية.³

¹ - الهويدي، إبراهيم: المدخل إلى الثقافة الإسلامية. جدة: مكتبة الملك فهد، 1998، ص 77.

² - السباعي، مصطفى: هكذا علمتني الحياة. دمشق: دار الفكر، 1997، ص 44.

³ - السباعي مصطفى: نفس المرجع السابق، ص 41.

وعلى المستوى الرمزي، يُشكّل الدين منظومة من الرموز والعادات التي تعطي معنى للحياة اليومية. فالمناسبات الدينية مثل رمضان، وعيد الفطر، وعيد الأضحى، تُعد من أبرز المحطات الثقافية التي تجمع بين البعد التعبدي والبعد الاجتماعي. وتشير الدراسات الاجتماعية إلى أن هذه المناسبات تُمثل فرصاً لإعادة إنتاج الثقافة الدينية وتعزيز الانتماء الجماعي.¹ كما أن المساجد، والمؤسسات الدينية، والدروس والخطب الأسبوعية تُعد وسائل فعالة في بث المفاهيم الثقافية المستمدة من الدين.

لكن في مقابل هذا التأثير العميق للدين، يُثير بعض الباحثين جدلاً حول مدى قدرة الدين على مواكبة التغيرات الثقافية المتسارعة، خاصة في ظل العولمة والانفتاح الإعلامي. ورغم هذا التحدي، يظل الدين بحسب معظم الدراسات أحد أكثر المصادر الثقافية ثباتاً وتأثيراً في بناء الهوية الثقافية في المجتمعات العربية.²

إن اعتبار الدين كمصدر رئيسي للثقافة في المجتمعات العربية ليس مجرد فرضية، بل هو نتيجة لملاحظات واقعية ودراسات تحليلية تُظهر أن كثيراً من العناصر الثقافية في هذه المجتمعات تستمد شرعيتها وفعاليتها من المرجعية الدينية. ولهذا السبب، فإن أي محاولة لفهم الثقافة العربية أو تطويرها دون استيعاب دور الدين فيها ستكون قاصرة أو مبتورة.

• العادات والتقاليد كمصدر للثقافة:

العادات والتقاليد في تُعتبر إحدى الطرق الرئيسية لنقل الثقافة المحلية، حيث تُعبر عن موروث ثقافي غني يمتد لقرون من الزمن. وتشمل العادات التي يتم تداولها في مختلف المناسبات الاجتماعية مثل الأعراس، الأعياد، والمواسم الزراعية، بالإضافة إلى العادات اليومية المرتبطة بنمط الحياة، الطعام، الملابس، واللغة.

أ. العادات الاجتماعية في المجتمع: تعد العادات الاجتماعية من أبرز مجالات الثقافة، حيث تُسهم في تشكيل العلاقات بين الأفراد وتساهم في تعزيز الوحدة المجتمعية. ففي العديد من المجتمعات، تُعتبر العادات المرتبطة بالضيافة والكرم من أساسيات المجتمع، وقد أوضحت العديد من الدراسات العلمية تأثير هذه العادات على التماسك الاجتماعي

¹ - الهاشمي، عبد الكريم: الثقافة الإسلامية: المفهوم والخصائص. الرياض: دار ابن الجوزي، 2004، ص 133.

² - الخطيب، محمد: الدين والمجتمع في العالم العربي. القاهرة: دار الشروق، 2001، ص 120.

والاندماج الثقافي بين الأفراد. وفقاً لدراسة قام بها "عبد الرحمان بسحابة" في كتابه "الهوية الثقافية الجزائرية: العادات والممارسات الاجتماعية"¹، نجد أن الضيافة تعتبر طابعاً ثقافياً يتسم به الجزائريون ويعتبر من أرقى مظاهر التفاعل الاجتماعي.

ب. التقاليد في المناسبات الدينية: تلعب العادات المرتبطة بالشعائر الدينية دوراً هاماً في الحفاظ على الثقافة الجزائرية. في رمضان، على سبيل المثال، هناك العديد من العادات المتعلقة بالصيام، الإفطار، والزيارات العائلية. وتأثير هذه العادات يكون على تعزيز الشعور بالانتماء المجتمعي، واعتبرها وسيلة لنقل القيم الدينية والثقافية من جيل إلى آخر².

ت. العادات في الأعراس والمناسبات الاجتماعية: تُعتبر الأعراس في مناسبة كبيرة تعكس عادات وتقاليد متوارثة. في مناطق مختلفة من البلاد، تتعدد الطقوس المرتبطة بالأعراس، حيث يتواجد تداخل بين العادات العربية والمناطق الأخرى. وقد أظهرت الدراسات العلمية أن العادات في الأعراس ليست فقط تعبيراً عن الفرح، بل هي أيضاً وسيلة لتمثيل الهوية الثقافية، وتعزيز الروابط الاجتماعية بين الأسر كما تأكيد على أهمية هذا الحدث كمنصة لعرض الهوية الثقافية بشكل متكامل³.

• دور العادات في الحفاظ على الهوية الثقافية:

تُعد العادات من مصادر الثقافة، حيث تلعب دوراً محورياً في تعزيز الشعور بالانتماء والولاء للوطن. إن العادات والتقاليد ليست مجرد أنماط سلوكية بل هي جزء لا يتجزأ من الذاكرة الجمعية للشعب الجزائري. تُساعد هذه العادات على تماسك المجتمع وتساهم في نشر ثقافة الاحترام والتعاون بين مختلف الفئات المجتمعية.

¹ - بسحابة، عبد الرحمان. الهوية الثقافية الجزائرية: العادات والممارسات الاجتماعية. الجزائر: دار الثقافة، 2015، ص 45.

² - حداد، صالح. الممارسات الدينية في الجزائر. الجزائر: منشورات جامعة الجزائر، 2018، ص 62.

³ - بن عيسى، فتيحة. دور العادات في بناء الهوية الثقافية خلال الأعراس الجزائرية. الجزائر: دار النشر الجزائري، 2016، ص 30.

• تأثير العادات في الحياة المعاصرة:

مع التحولات الاقتصادية والاجتماعية التي تشهدها الجزائر، بدأت بعض العادات التقليدية في التغيير أو الاندثار، خاصة في المدن الكبرى حيث تتداخل مع أنماط الحياة الحديثة. لكن رغم ذلك، لا يزال هناك العديد من العادات التي تُمارس بشكل يومي، ولا سيما في المناطق الريفية. تشير الدراسات إلى أن الأجيال الجديدة بدأت تتجه نحو إعادة اكتشاف هذه العادات من خلال النشاطات الثقافية مثل المهرجانات، واحتفالات التراث، مما يسهم في الحفاظ على التراث الثقافي الجزائري.

في دراسة لـ «نوال بلال» في مقالها «العادات الثقافية في الجزائر بين الحداثة والتقاليد»، يتم التأكيد على أنه رغم تأثير العولمة والحداثة، فإن العادات الجزائرية لا تزال تلعب دوراً مهماً في الحفاظ على الخصوصية الثقافية للشعب الجزائري.

• الأسرة كمصدر للثقافة:

تُعدّ الأسرة أحد أهم المصادر التي تساهم في نقل الثقافة وتنميتها في المجتمع، حيث تمثل النواة الأولى التي يبدأ فيها الفرد بتشكيل هويته الثقافية. في الجزائر، كما في العديد من الثقافات الأخرى، تعتبر الأسرة أول حلقة في سلسلة التنشئة الاجتماعية، التي من خلالها يتم نقل القيم، العادات، التقاليد، والمعلومات التي تشكل الأساس الثقافي للفرد.

كما أن الأسرة هي المؤسسة الأولى التي ينشأ فيها الفرد ويبدأ بتعلم القيم الثقافية، حيث يتم نقل الثقافة الأبوية من جيل إلى آخر. إن التفاعل اليومي داخل الأسرة يساعد على تربية الفرد على مفاهيم وقيم معينة تتعلق بالدين، اللغة، العادات والتقاليد، والسياسات الاجتماعية.

أ. الأسرة كمؤسسة اجتماعية في نقل الثقافة: أن الأسرة هي أول مؤسسة اجتماعية

تساهم في تشكيل مفهوم الثقافة لدى الفرد فهي المصدر الأول للمعلومات الثقافية التي يتعرض لها الفرد قبل أن يبدأ في التعامل مع المجتمع والمدرسة. أي أن الأسرة، من خلال تفاعلاتها اليومية مع الفرد، تنقل إليه القيم الاجتماعية من خلال التواصل المباشر، سواء كان ذلك عبر الحوارات اليومية أو عبر القصص والعادات المتوارثة¹.

¹ - بن عيسى، محمد البشير. الاتصال الاجتماعي والأسرة: العلاقة بين التنشئة الاجتماعية ووسائل الإعلام. الجزائر: منشورات جامعة الجزائر،

ب. دور الأسرة في تشكيل الهوية الثقافية: يتم تحديد هوية الأفراد الثقافية من خلال الأسلوب الذي يتبعه أفراد الأسرة في تمرير المعارف الثقافية. فاللغة المستخدمة في الأسرة، على سبيل المثال، تُعد أحد العوامل الأساسية التي تحدد طبيعة الثقافة التي يتعرض لها الأفراد. كمثل في الجزائر، حيث تتداخل اللغتين العربية والأمازيغية مع الفرنسية، تساهم الأسرة في تشكيل علاقة الطفل مع هذه اللغات ومن ثم تحديد هويته الثقافية¹.

ت. الأسرة ووسائل الإعلام: تأثير الإعلام على الثقافة الأسرية: لا تقتصر دور الأسرة على نقل الثقافة التقليدية فقط، بل تتداخل الأسرة مع وسائل الإعلام المعاصرة في تشكيل الفهم الثقافي للأفراد حيث أن وسائل الإعلام أصبحت تؤثر بشكل كبير على القيم والمعتقدات الثقافية داخل الأسرة الجزائرية، مما يجعل الأسرة في بعض الأحيان تتعرض لضغوطات لتكييف نفسها مع الثقافات الأجنبية التي يتم عرضها في الإعلام. ورغم ذلك، لا يزال الإعلام المحلي والعائلي يمثل عاملاً مهماً في نقل الثقافات المحلية والعادات المتوارثة من الأجيال السابقة².

ث. دور الأسرة في مواجهة التحديات الثقافية المعاصرة: تواجه الأسرة الجزائرية اليوم العديد من التحديات الثقافية بسبب العولمة وتكنولوجيا المعلومات. فقد أصبح الطفل في الجزائر يتعرض بشكل مكثف لثقافات متعددة عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، مما يضع الأسرة في موضع المسؤولية لتوجيه هذا التعرض بما يتماشى مع القيم الثقافية المحلية.

• التراث الشعبي كمصدر للثقافة الثقافية:

يُعتبر التراث الشعبي جزءاً لا يتجزأ من الهوية الثقافية لأي مجتمع، حيث يعكس القيم والمعتقدات والتقاليد التي تم تمريرها عبر الأجيال. كما يتسم التراث الشعبي بثراء كبير نتيجة للتنوع الثقافي الذي يطبع على عديد المجتمعات. ويُعدّ التراث الشعبي أحد أبرز المصادر التي تساهم في تشكيل الثقافة، من خلال الأنماط التقليدية للموسيقى، الرقص، الحكايات الشعبية، العادات، والمعتقدات الدينية.

¹ - درويش، رشيد. الأسرة والتنشئة الثقافية: دراسة في الاتصال داخل الأسرة الجزائرية. الجزائر: دار النشر الثقافي، 2015، ص 56.

² - شريف، سميرة. الإعلام الأسري: تأثير وسائل الإعلام الحديثة على الأسرة الجزائرية. الجزائر: دار النشر الجامعي، 2019، ص 72.

أ. التراث الشعبي والتقاليد:

التراث الشعبي لا يقتصر فقط على المظاهر التقليدية مثل الملابس والعادات في المناسبات، بل يتعدى ذلك ليشمل أيضًا المعتقدات الشعبية التي تؤثر في الحياة اليومية للشعب الجزائري. حيث أن المعتقدات تشكل الثقافة الشعبية وتساهم في نقل القيم من جيل إلى جيل¹.

ب. الحكايات الشعبية والأساطير:

عدّ الحكايات الشعبية جزءًا أساسيًا من التراث الشعبي، وتعتبر أداة رئيسية لنقل القيم الأخلاقية والعادات من جيل إلى آخر، حيث أن الحكايات التي تتمحور حول الأبطال الشعبيين والأساطير القديمة تُعزز الإحساس بالوطنية والانتماء، فضلًا عن تقديم نماذج من القيم مثل الشجاعة والعدالة التي يُحتذى بها. وتُعد هذه الحكايات وسيلة فعالة في إيصال مبادئ الثقافة المحلية إلى الأجيال الجديدة².

ت. الموسيقى الشعبية والرقصات التقليدية:

تُعتبر الموسيقى الشعبية والرقصات التقليدية من أبرز مكونات التراث الشعبي كما تعكس الهوية الثقافية لكل منطقة، مثلًا الموسيقى الجزائرية مثل "الشعبي"، "الراي"، و"الطرب الأندلسي" تعكس تاريخًا طويلًا من التأثيرات الثقافية المختلفة، وتُعتبر وسيلة هامة للحفاظ على الهوية الجزائرية. كما أن الرقصات التقليدية لها تأثير كبير على نقل ثقافة التفاعل الاجتماعي والتعايش بين أفراد المجتمع³.

ث. التراث الشعبي والمعتقدات الدينية:

يعتبر التراث الشعبي متأثرًا بشكل كبير بالمعتقدات الدينية، حيث تجسد العادات والممارسات الدينية جزءًا أساسيًا من الحياة الثقافية اليومية، مثل الزيارات الدينية في الأعياد والمواسم الدينية وتُعدّ وسيلة لنقل القيم الروحية والثقافية، حيث تساهم هذه العادات في تعزيز الروابط الاجتماعية بين أفراد المجتمع.

¹ - هلال، الطيب. التراث الشعبي الجزائري: أنماط الفولكلور والمعتقدات. الجزائر: دار الثقافة، 2016، ص 58.

² - جليلي، أحمد. الحكاية الشعبية الجزائرية وتأثيرها على الثقافة المحلية. الجزائر: منشورات جامعة الجزائر، 2017، ص 77.

³ - بلعياط، أحمد. الموسيقى الشعبية الجزائرية: تأثير التراث على الثقافة المعاصرة. الجزائر: دار النشر الثقافي، 2018، ص 45.

• القيم كمصدر للثقافة:

تُعد القيم الثقافية من الركائز الأساسية التي تُحدد هوية أي مجتمع وتوجه سلوكيات أفرادها في مختلف جوانب الحياة اليومية حيث تتمتع القيم بمكانة كبيرة في تشكيل التراث القيمي والذي هو جزءًا حيويًا من ثقافته، وهي تسهم بشكل كبير في تكوين الهوية الوطنية وتعزز الروابط الاجتماعية بين الأفراد. إن القيم الثقافية تسلط الضوء على كيفية نقل هذه القيم من جيل إلى آخر، وكيف تؤثر هذه القيم في الممارسات الاجتماعية والعلاقات بين الأفراد.

أ. القيم الأسرية كمصدر للثقافة:

تعد الأسرة هي الوحدة الأساسية التي تنقل القيم الثقافية عبر الأجيال. تظل القيم الأسرية مثل الاحترام، التضامن، والإيثار من العناصر الأساسية التي تشكل العلاقات الاجتماعية، حيث أن الأسرة تعد المصدر الأول للقيم الاجتماعية مثل الطاعة، الاحترام المتبادل، والمسؤولية. هذه القيم تشكل الأساس الذي يقوم عليه تفاعل الأفراد في المجتمع، وتؤثر في كيفية تعاملهم مع الآخرين¹.

ب. القيم الدينية كمصدر للثقافة:

القيم الدينية تمثل عنصرًا حاسمًا في تشكيل الثقافة، حيث يلعب الإسلام دورًا محوريًا في توجيه سلوك الأفراد والمجتمع، فالدين الإسلامي ليس فقط دينًا روحيًا بل يُعتبر أيضًا منظومة قيمية توجه الحياة الاجتماعية، الاقتصادية، والسياسية في المجتمع المسلم. تشمل هذه القيم مثل العدالة، الرحمة، التضامن، والأمانة، والتي تساهم في تشكيل الثقافة الاجتماعية وتعزيز الانتماء إلى الهوية الإسلامية².

¹ - بوزيد، نصر الدين. *القيم الأسرية في المجتمع الجزائري وأثرها على الثقافة المحلية*. الجزائر: دار الثقافة، 2018، ص 34.

² - عبد الله، سامي. *القيم الدينية في الجزائر: تأثيرها على الهوية الثقافية*. الجزائر: منشورات جامعة الجزائر، 2019، ص 56.

ت. القيم الأخلاقية كمصدر للثقافة:

تُعتبر القيم الأخلاقية جزءًا أساسيًا من القيم الثقافية التي تشكل الوعي الاجتماعي وتُسهم في تنظيم العلاقات بين الأفراد داخل المجتمع كما أنها تؤثر على السلوكيات اليومية للأفراد كما تُعدّ من الدعائم الأساسية التي تُحدد طريقة تصرف الأفراد في مختلف المواقف الاجتماعية، وتُسهم في تعزيز التضامن الاجتماعي والنسيج المجتمعي¹.

ث. القيم الاجتماعية والمجتمعية:

في المجتمع توجد مجموعة من القيم التي تتعلق بالعلاقات بين الأفراد والمجتمع ككل، مثل قيمة الاحترام المتبادل، العدالة، والمساواة والتي تساهم في خلق بيئة من التعاون والتضامن بين أفراد المجتمع، مما يعزز من الترابط الاجتماعي ويدعم الاستقرار الاجتماعي².

ج. القيم الثقافية وتعزيز الهوية الوطنية:

القيم الثقافية تلعب دورًا محوريًا في تعزيز الهوية الوطنية، فالحفاظ على القيم الثقافية المحلية يساعد على صون الهوية من التأثيرات الأجنبية والحفاظ على الخصوصية الثقافية من خلال الحفاظ على مبادئ: التضامن الاجتماعي، الوحدة الوطنية، والاحترام المتبادل. أي أن القيم التي تعتمد على العادات والتقاليد المحلية تُسهم في بناء جسر بين الماضي والحاضر، مما يساعد في تعزيز الاستقرار الثقافي والنمو الاجتماعي³.

¹ - بن عبد الله، منى. القيم الأخلاقية في المجتمع الجزائري: تأثيرها على الثقافة الشعبية. الجزائر: دار النشر الجامعي، 2017، ص 78.

² - درويش، كمال. القيم الاجتماعية وتأثيرها على الثقافة الجزائرية. الجزائر: دار الكتاب العربي، 2020، ص 92.

³ - بن يوسف، نور الدين. القيم الثقافية والهوية الوطنية في الجزائر: دراسة تحليلية. الجزائر: منشورات دار الثقافة، 2022، ص 132.

• خصائص الثقافة:

تعد خصائص الثقافة من المواضيع الجوهرية لفهم تأثيراتها المتعددة في حياة الأفراد وكيفية تكيف المجتمعات مع التغيرات المستمرة في البيئة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية. إن الثقافة ليست مجرد موروث ثابت، بل هي مجموعة من المعارف والقيم والمعتقدات التي تتطور مع الزمن، وتعكس الواقع الاجتماعي وتوجهات المجتمعات في فترات مختلفة. من خلال دراسة هذه الخصائص، يمكننا استيعاب كيف تؤثر الثقافة في سلوك الأفراد، وكيف تؤثر التغيرات التي تطرأ على المجتمعات في خصائص هذه الثقافة.

تتعدد خصائص الثقافة، حيث تعدّ الديناميكية والتطور المستمر من أبرز سماتها فالثقافة ليست ثابتة؛ بل هي عملية مستمرة من التفاعل مع الظروف المتغيرة في المجتمع. تتأثر الثقافة بالتحديات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي يواجهها المجتمع، وبالتالي تتعدل القيم والمعتقدات لتواكب هذه التغيرات.

علاوة على ذلك، يعتبر الانتقال بين الأجيال سمة جوهرية أخرى للثقافة. الثقافة تُنقل من جيل إلى آخر عبر آليات متعددة مثل الأسرة، التعليم، ووسائل الإعلام. عبر هذه العملية، يتعلم الأفراد القيم والمبادئ الثقافية التي تحكم سلوكهم وعلاقاتهم مع الآخرين. وهنا تكمن أهمية التنشئة الاجتماعية في الأسرة والمدارس والمؤسسات الأخرى في نقل هذه الثقافة وتعزيزها عبر الأجيال المختلفة.

إحدى الخصائص الأخرى التي تميز الثقافة هي التعددية الثقافية، حيث تختلف أنماط الثقافة بين المجتمعات والأفراد حسب العوامل الاجتماعية، التاريخية والجغرافية. المجتمعات المتنوعة ثقافيًا تواجه تحديات متعددة في كيفية الحفاظ على هويتها الثقافية في ظل التأثيرات الخارجية والداخلية. ومع تنامي وسائل الإعلام ووسائل الاتصال الحديثة، أصبحت الثقافات المختلفة تتقاطع وتتداخل، مما يخلق بيئة من التبادل الثقافي الذي قد يعزز أو يهدد الخصوصية الثقافية.

أ. خاصية التحول والتطور والديناميكية المستمرة للثقافة:

تُعدّ الثقافة من الظواهر الديناميكية التي تتسم بالتحول والتطور المستمر، حيث تتغير باستمرار استجابة للتحديات والمتغيرات التي تواجهها المجتمعات. من أبرز الخصائص التي تميز الثقافة هي قابليتها للتكيف مع الزمن والتغيرات التي تطرأ على البيئة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية. تشير العديد من الدراسات إلى أن الثقافة ليست حالة ثابتة أو موروثاً جامداً، بل هي عملية حية من التفاعل مع الظروف المتغيرة. يوضح محمد عابد الجابري أن الثقافة ليست مجرد مجموعة من العادات والتقاليد الموروثة بل هي أيضاً عملية تطور مستمر تتأثر بشكل مباشر بالتغيرات السياسية والاقتصادية التي تشهدها المجتمعات. يشير الجابري إلى أن الثقافة تتسم بمرونة تجعلها قادرة على التكيف مع مستجدات الواقع المعاصر، وبذلك تتفاعل مع التحديات التي تطرأ على المجتمعات، وتخضع لتحولات دورية تعكس استجابة لها¹.

وفقاً لهذا الطرح، تتحول القيم والمعتقدات الثقافية لتواكب متطلبات العصر وتستجيب للمتغيرات التي تطرأ على المجتمع. وهذا التطور لا يعني بالضرورة إلغاء التراث الثقافي أو التخلص منه، بل يعكس قدرة الثقافة على التكيف والنمو داخل بيئات اجتماعية واقتصادية جديدة، أي أن الثقافة ليست مجرد انغلاق على الماضي، بل هي جسر يربط بين التقليد والحداثة.

حيث يصف المطيري تفاعل المجتمع مع ماضيه وحاضره وكيف أن الثقافة تتطور بشكل مستمر لتلبية احتياجات العصر الراهن. يبين أن التفاعل بين هذه القوى الثقافية لا يعني التمسك بتقاليد الماضي فقط، بل يشمل أيضاً الابتكار والتطوير المستمر في مواجهة التحديات الحديثة².

من خلال هذا الفهم، يمكن القول إن الثقافة هي ظاهرة حية قادرة على التكيف والتفاعل مع الزمن والمستجدات. ولا تقتصر وظيفة الثقافة على الحفاظ على الهوية الجماعية فحسب، بل تشكل أيضاً أداة من أدوات التكيف مع التحولات الاجتماعية والاقتصادية التي

¹ - الجابري، محمد عابد. "الثقافة العربية بين التقليد والتجديد". بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2001، ص 35.

² - المطيري، صالح. "الثقافة والمجتمع". القاهرة: دار الفكر العربي، 2010، ص 89.

تشهدنا المجتمعات، مما يعزز قدرتها على الاستمرارية والنمو في بيئة مليئة بالتحديات المتجددة.

ب. خاصية الثقافة مكتسبة:

تعد خاصية الاكتساب من أبرز الخصائص التي تميز الثقافة، حيث إنها لا تُولد مع الإنسان بالفطرة، بل تُكتسب من خلال التفاعل الاجتماعي والتجربة الحياتية. تشير الدراسات في علم الاجتماع وعلوم الإعلام والاتصال إلى أن الإنسان لا يمكنه امتلاك الثقافة إلا من خلال التعلم، سواء داخل الأسرة أو عبر المؤسسات التعليمية والدينية ووسائل الإعلام. فالثقافة تُلقن وتُنقل عبر الأجيال، مما يجعلها نتاجًا اجتماعيًا خالصًا. في هذا السياق، يؤكد الباحث الجزائري **عبد القادر بشويخي** في كتابه "مدخل إلى علم الاجتماع الثقافي" أن الثقافة "لا تُولد مع الإنسان، وإنما يكتسبها من خلال المعاشة والتفاعل مع الوسط الاجتماعي، بدءًا من الأسرة باعتبارها الخلية الأولى للتنشئة، ثم عبر مختلف مؤسسات المجتمع التي تُساهم في صقل شخصية الفرد وتوجيه سلوكياته".

ويضيف أن عملية الاكتساب تمر عبر مرحلتين: الأولى لا شعورية تتمثل في التفاعل اليومي داخل الأسرة والمجتمع، والثانية شعورية، تتجسد من خلال التعليم النظامي ووسائل الإعلام التي تُعيد إنتاج القيم الثقافية في سياقات معاصرة¹.

ويبرز **صالح بلعيد** في كتابه "الثقافة والهوية في المجتمع الجزائري" أن خاصية الاكتساب ترتبط كذلك بقدرة الثقافة على التكيف، فالفرد لا يكتسب فقط ما هو سائد، بل يمكن أن يتأثر بعناصر ثقافية خارجية، خاصة في ظل التأثير المتزايد للإعلام والعولمة الثقافية. وهذا ما يجعل الثقافة عملية ديناميكية مستمرة، تتشكل وفقًا للخبرات التي يمر بها الفرد داخل محيطه الاجتماعي².

ت. خاصية الثقافة رمزية:

تقوم الثقافة أساسًا على منظومة من الرموز التي تعبر عن المعاني والقيم والمعارف داخل المجتمع. فاللغة، الأزياء، الطقوس، الأعلام، وحتى العادات اليومية، جميعها تحمل دلالات

¹ - بشويخي، عبد القادر، مدخل إلى علم الاجتماع الثقافي. الجزائر: الديوان الوطني للطبوعات الجامعية، 2012. ص. 54.

² - بلعيد، صالح، الثقافة والهوية في المجتمع الجزائري. الجزائر: منشورات دار الهدى، 2015. ص. 102.

رمزية تعكس البناء الثقافي الذي يشكّل وعي الأفراد ويؤطر سلوكهم. وتُشير الدراسات الثقافية إلى أن الثقافة تتجلى في أشكال رمزية متعددة تُكتسب وتُفهم ضمن سياق اجتماعي محدد، وهو ما يجعل الرموز الثقافية ضرورية لفهم الحياة اليومية في المجتمعات.

في هذا الإطار، يُبرز الباحث **عبد الرحمن عزي** في كتابه "النظرية الاجتماعية في علوم الإعلام والاتصال"، أن الثقافة تُبنى على نسق رمزي يعكس الواقع ويشكّله في آنٍ واحد. ويقول: "الرموز ليست مجرد أدوات تعبير، بل هي بنى معرفية تُثقل من خلالها الرؤى الجماعية للعالم، فهي تختزل المعاني داخل شكل محسوس".¹ ويُوضح أن اللغة تمثل أعلى درجات الرمزية في الثقافة، كونها وسيلة لنقل المفاهيم المجردة وتحويل التجربة الإنسانية إلى شكل مشترك يمكن فهمه والتفاعل معه.

ومن جهته، يشير **كمال بومنجل** في كتابه "مدخل إلى الأنثروبولوجيا الثقافية" إلى أن الرموز الثقافية تُستخدم لتنظيم السلوك الاجتماعي والتعبير عن الانتماء والهوية. ويؤكد أن "كل عنصر ثقافي يحمل دلالة رمزية تتجاوز وظيفته الظاهرة، فالثوب التقليدي مثلاً لا يُلبس فقط لغرض التستر، بل ليعبر عن الانتماء لمجموعة ثقافية معينة". وهذا ما يجعل فهم الرموز ضرورياً لفهم السياقات الثقافية التي تنشأ فيها.²

ويلاحظ أن المجتمعات بتعددتها الثقافي واللغوي تعجّ بالرموز التي تعبر عن التنوع والانتماء، سواء من خلال الأزياء، أو الطقوس الدينية، أو حتى المعمار التقليدي الذي يعكس في رمزيته عمقاً ثقافياً وهوية راسخة. ويبرز هذا بشكل جلي في المناسبات الاجتماعية مثل الأعراس، حيث تُستخدم الرموز في الألوان والموسيقى واللباس بشكل يعكس الانتماء الثقافي والهوية الجماعية.

ث. الخصائص الاجتماعية للثقافة:

تعتبر الثقافة جزءاً لا يتجزأ من النسيج الاجتماعي لأي مجتمع، وهي تمثل الأداة التي يتم من خلالها تنظيم الحياة الاجتماعية وتوجيه سلوك الأفراد ضمن إطار القيم والمعايير الجماعية كما تُعدّ الخصائص الاجتماعية للثقافة من أبرز الخصائص التي تساعد على

¹ - عزي، عبد الرحمن، النظرية الاجتماعية في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: دار هومة، 2005. ص 91.

² - بومنجل، كمال، مدخل إلى الأنثروبولوجيا الثقافية. الجزائر: الديوان الوطني للمطبوعات الجامعية، 2012. ص 63.

تشكيل الهوية المجتمعية وتعزيز الوحدة بين الأفراد. فالثقافة ليست مجرد مجموعة من القيم والمعتقدات، بل هي النظام الذي من خلاله يتم تحديد طرق التفاعل بين الأفراد والجماعات داخل المجتمع.

حسب إبراهيم عبد الله في كتابه "الهوية الثقافية في المجتمعات العربية"، يُنظر إلى الثقافة بوصفها "إطارًا مرجعيًا لتنظيم العلاقات بين الأفراد والجماعات، فهي التي تحدد قواعد التفاعل الاجتماعي، بدءًا من العادات اليومية وصولاً إلى القيم العليا التي تحكم سلوك الأفراد في المجتمع". يضيف عبد الله أن الثقافة تؤثر في سلوك الأفراد عبر تجاربهم المشتركة، وهي التي تساهم في تكوين ما يُعرف بالهوية الاجتماعية الجماعية التي تميز أفراد المجتمع عن الآخرين¹.

وفي ذات السياق، يُشير محمد عبد الله في دراسته "التنشئة الاجتماعية وتأثيراتها في الثقافة" إلى أن الثقافة هي التي تُنظم التفاعل الاجتماعي من خلال آليات التنشئة الاجتماعية مثل الأسرة والتعليم ووسائل الإعلام حيث ان "الأسرة تلعب دورًا محوريًا في نقل الثقافة الاجتماعية من جيل إلى آخر، فهي الخلية الأولى التي تنقل القيم والعادات، في حين تُعزز المدرسة ووسائل الإعلام هذه القيم وتوسع دائرة انتشارها". لذا، تعد الثقافة أداة أساسية لتوطيد الروابط الاجتماعية وبناء القيم المشتركة بين أفراد المجتمع².

أما خالد الفقيه في كتابه "الأنثروبولوجيا الثقافية وعلاقتها بالظواهر الاجتماعية" فيؤكد على أن الثقافة الاجتماعية ليست ثابتة، بل هي تتغير بتغير الظروف الاجتماعية والسياسية. يرى الفقيه أن "الظروف الاقتصادية والسياسية تؤثر بشكل مباشر في تطور الثقافة الاجتماعية، حيث يمكن أن تطرأ تغييرات على الممارسات الثقافية نتيجة للتحويلات الكبرى في المجتمع، سواء كانت اقتصادية، أو سياسية، أو حتى تكنولوجية³".

إن الخاصية الاجتماعية للثقافة تنطوي أيضًا على إرساء قيم التعاون والتضامن بين أفراد المجتمع. من خلال الثقافة، يتعلم الأفراد كيف يتفاعلون مع بعضهم البعض، ويكتسبون

¹ - عبد الله، إبراهيم. الهوية الثقافية في المجتمعات العربية. بيروت: دار النهضة العربية، 2010. ص. 42.

² - عبد الله، محمد. التنشئة الاجتماعية وتأثيراتها في الثقافة. القاهرة: دار الفكر العربي، 2015. ص 89.

³ - الفقيه، خالد. الأنثروبولوجيا الثقافية وعلاقتها بالظواهر الاجتماعية. الجزائر: منشورات جامعة الجزائر، 2017. ص 101.

معايير سلوكية تُساعدهم على العيش في بيئة جماعية. هذه القيم التي يتم اكتسابها منذ الصغر تظل جزءًا من الهوية الثقافية للمجتمع، حيث تبقى القيم الاجتماعية ثابتة نسبيًا حتى في مواجهة التغيرات الكبرى.

ج. خاصية التراكمية للثقافة:

تقوم الثقافة على استمرارية تطور وتراكم المعارف والتقاليد والقيم عبر الأجيال. هذه التراكمية تمثل عملية مستمرة من نقل المعرفة والخبرات من جيل إلى آخر، مما يسمح للثقافة بالنمو والتكيف مع التحديات المختلفة. وفقًا لهذه الخاصية، لا تُفقد المعرفة أو العادات التي تعود إلى الماضي، بل يتم إعادة إنتاجها وتعديلها باستمرار، مما يعزز الهوية الثقافية للمجتمعات.

في هذا السياق، يشير بيير بورديو في كتابه "التمثيلات الاجتماعية والثقافية" إلى أن الثقافة تتراكم بشكل تدريجي نتيجة للتفاعل المستمر بين الأفراد والمجتمع. ويقول بورديو: "الثقافة ليست فقط موروثًا يُنقل من جيل إلى جيل، بل هي أيضًا عملية مستمرة من إعادة الإنتاج حيث تُضاف إليها معارف وتجارب جديدة تتلاءم مع التحولات الاجتماعية والاقتصادية".¹

أما مارسيل موس في كتابه "مفاهيم في السوسيولوجيا" فيؤكد أن الثقافة هي نتاج تفاعل طويل الأمد بين الأفراد ومجتمعهم، وأن هذا التفاعل يعزز من تراكم الممارسات الرمزية والعادات الاجتماعية. ويشير موس إلى أن "التمثيلات الرمزية التي يحملها أفراد المجتمع ليست ثابتة، بل هي تراكمات ثقافية تُنتج عبر أزمان متتالية، تظل تتجدد وتتكيف مع مستجدات العصر". بذلك، تصبح الثقافة ككل كائنًا حيًا يتطور بشكل تراكمي، حيث تضاف عناصر جديدة إليها وفقًا لاحتياجات المجتمع في كل فترة زمنية.²

¹ - بورديو، بيير. *التمثيلات الاجتماعية والثقافية*. باريس: منشورات المعهد الفرنسي، 1997. ص. 65.

² - موس، مارسيل. *مفاهيم في السوسيولوجيا*. باريس: منشورات غا ليمار، 2006. ص. 112.

❖ المبحث الثاني: ماهية الاعلام الثقافي.

1. علاقة الاعلام بالثقافة:

أن الإعلام ليس انعكاسًا سلبيًا للثقافة، بل هو فاعل نشط في إنتاجها وتوجيهها. إذ تُستخدم وسائل الإعلام لإعادة إنتاج الموروث الثقافي، وفي ذات الوقت تُسهم في تطويعه وإعادة تشكيله بما يتناسب مع التغيرات الاجتماعية والسياسية والتكنولوجية. وبهذا، فإن العلاقة بين الإعلام والثقافة هي علاقة تفاعلية وديناميكية، تتأثر بالسياق، وتتوثر بدورها في تطور المجتمع. حيث تظهر الأدبيات الإعلامية اهتمامًا بالغًا بالعلاقة المتبادلة بين الإعلام والثقافة، أين يُنظر إلى وسائل الإعلام بوصفها أدوات فاعلة في إنتاج وتشكيل المعاني الثقافية داخل المجتمع. لم يعد الإعلام مجرد وسيط ناقل للمعلومات، بل أضحت يُسهم بفعالية في بناء الهويات الجماعية، وتشكيل الاتجاهات، وصياغة القيم الثقافية السائدة.

يُشير الباحث الأمريكي **James W. Carey** في كتابه الشهير *Communication as Culture: Essays on Media and Society*¹ إلى أن الإعلام هو عملية رمزية بامتياز، حيث تتجلى وظيفته في "خلق المعنى وتبادل الرموز"، مما يجعل منه عنصرًا محوريًا في تشكيل الثقافة وليس مجرد وسيلة لنقلها. يرى كاري أن الاتصال والإعلام يشكلان الثقافة ذاتها من خلال إنتاج المعاني المشتركة التي يتفاعل بها الأفراد داخل المجتمع. أن الإعلام يُسهم في تشكيل ثقافة عالمية عابرة للحدود، من خلال نقل الأفكار والرموز بين المجتمعات. فالعلاقة بين الإعلام والثقافة لم تعد محصورة في النطاق المحلي، بل أصبحت خاضعة لتأثيرات العولمة والوسائط الرقمية التي تُعيد تشكيل المفاهيم الثقافية بطرق جديدة وغير مسبوقه².

¹ - Carey, J. W. (2009). *Communication as Culture : Essays on Media and Society*. Routledge. p. 6

² - Watson, J. (2003). *Media, Communication, and Culture : A Global Approach*. Palgrave Macmillan. p. 30.

أما الاعلام الجزائري لا يختلف في علاقته مع الثقافة هذا ما تأكده مختلف الدراسات الأكاديمية في علوم الاعلام والاتصال الجزائرية حيث أن الإعلام في الجزائر يؤدي دورًا محوريًا في مواجهة التحديات الثقافية التي تفرضها العولمة، لا سيما من خلال البرامج الثقافية، والأعمال الدرامية، والنشرات الإخبارية التي تتضمن مضامين ذات بُعد ثقافي، والتي تُسهم في صون الهوية الوطنية، وتعزيز الإحساس بالانتماء، وإعادة الاعتبار للتراث الشعبي والفنون التقليدية. أن الإعلام الجزائري، خاصة القنوات التلفزيونية العمومية، يُعتبر أداة أساسية في بناء الثقافة الوطنية من خلال تغطية التراث، وتعزيز الهوية الثقافية، وبت القيم الثقافية التي تُعد ركيزة الانتماء الوطني، كما ان هذه القنوات تُسهم في نشر اللغة العربية والأمازيغية، باعتبارهما عنصرين أساسيين من مكونات الثقافة الجزائرية¹.

فلا يُمكن اعتبار الإعلام مجرد مرآة تعكس الواقع الثقافي كما هو، بل يتجاوز دوره ذلك ليُصبح عنصرًا فاعلًا في إنتاج الثقافة وإعادة تشكيلها. فالإعلام، من خلال أدواته وأساليبه، يُعيد تقديم الرموز الثقافية بطريقة جديدة قد تختلف عن سياقها الأصلي، مما يمنحها معاني إضافية تتماشى مع توجهاته التحريرية أو مع متغيرات العصر.

تؤثر وسائل الإعلام بعمق في كيفية تلقي الجمهور للمضامين الثقافية، إذ لا تقتصر وظيفتها على النقل، بل تمتد إلى التأثير والتوجيه والتأطير. وبهذا، يُعد الإعلام في الجزائر جزءًا لا يتجزأ من العملية الثقافية الحديثة، يسهم في صياغة الذوق العام، وتحديد أولويات التفاعل الثقافي داخل المجتمع، مما يجعله فاعلًا مركزيًا في تشكيل الوعي الثقافي الوطني.

إن هذه الأبعاد تؤكد أن الإعلام الجزائري لا يؤدي دورًا وظيفيًا فقط، بل يُساهم في صياغة مضمون الهوية الثقافية الوطنية، سواء عبر دعم اللغة الوطنية والأمازيغية، أو من خلال تغطية الأنشطة الثقافية، وإبراز التنوع الثقافي الذي يميز المجتمع الجزائري. وبهذا المعنى، لا تتفصل الوظيفة الإعلامية عن البعد الثقافي، بل تتشابك معه ضمن مشروع وطني يتطلب وعيًا إعلاميًا ومهنيًا للحفاظ على الموروث الثقافي وصونه².

¹ - مباركي، سليمة). 2016. (دور وسائل الإعلام في تنمية الثقافة الوطنية في الجزائر. أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، ص 112.

² - زروقي، عبد الكريم، وسائل الإعلام والهوية الثقافية في الجزائر: دراسة تحليلية لعينة من الصحف اليومية. مذكرة ماجستير، 2014، جامعة منتوري قسنطينة، ص. 89.

2. الاعلام الثقافي:

الإعلام الثقافي هو أحد فروع الإعلام التي تركز على نشر وتطوير وتوزيع المعلومات والمواد الثقافية التي تعكس هوية المجتمعات، وتشمل الفنون، الأدب، التراث، المعتقدات، والممارسات الاجتماعية. يعتمد الإعلام الثقافي على وسائل الإعلام المختلفة لنقل هذه القيم والمحتويات الثقافية إلى جمهور واسع. في هذا السياق، سنستعرض تعريف الإعلام الثقافي وأهمية دوره في تعزيز الهوية الثقافية.

وفقاً للباحث الجزائري عبد القادر بشويخي في كتابه "مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال"، فإن الإعلام الثقافي هو "مجموعة من الأنشطة الإعلامية التي تهدف إلى نقل المعارف والمعلومات المتعلقة بالثقافة، وتعزيز الهوية الثقافية للأفراد في المجتمع". يعتبر الإعلام الثقافي أداة أساسية في الحفاظ على التراث الثقافي وفي بناء جسر بين الماضي والحاضر، حيث يُسهم في إبراز الفنون التقليدية والمعاصرة، الأدب الشعبي، وتاريخ الأمة¹.

كما أن الاعلام الثقافي يعكس الهوية الاجتماعية للمجتمع، ويُسهم في نشر القيم الثقافية التي تمثل تقاليد ومعتقدات الأمة". الإعلام الثقافي ليس مقتصرًا على التلفزيون والإذاعة فقط، بل يشمل أيضًا الصحافة، الإنترنت، والمهرجانات الثقافية التي تُستخدم لتعريف الأفراد بثقافتهم الخاصة وتعزيز الوعي الثقافي داخل المجتمع².

فمن خلال الإعلام، يُمكن للمجتمع أن يحافظ على إرثه الثقافي، ويُعرّف أفرادَه بتنوع ثقافتهم المحلية والعالمية. كما يُساهم الإعلام الثقافي في تعزيز الانتماء الاجتماعي من خلال توفير منصات للفنانين والمبدعين لعرض أعمالهم، وبالتالي يتيح تعزيز التفاعل الثقافي بين مختلف شرائح المجتمع³.

¹ - بشويخي، عبد القادر، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، الجزائر: دار هومة، 2012، ص 67.

² - بلعيد، صالح، دور الإعلام في بناء الثقافة الوطنية، الجزائر: دار الفكر العربي، 2015، ص 102.

³ - بومنجل، كمال، الإعلام الثقافي وتأثيراته في المجتمعات العربية، الجزائر: منشورات جامعة الجزائر، 2013، ص 58.

والإعلام الثقافي يُعتبر عاملاً مهماً في بناء الهوية الثقافية، الحضارية والاجتماعية، حيث يساهم في تشكيل الوعي الجمعي للأفراد فالإعلام الثقافي يساهم في الحفاظ على التراث الثقافي ويعكس القيم الاجتماعية في عصور مختلفة، من خلال تسليط الضوء على الروائع الأدبية والفنية التي تشكل التاريخ¹.

من جهة أخرى يؤكد ميشيل فوكو في كتابه " وسائل الإعلام وتشكيل الرأي العام " على أن الإعلام الثقافي يجب أن يُنظر إليه كأداة قوة اجتماعية يمكن أن تُستخدم لتشكيل معايير الرأي العام، حيث تتحكم المؤسسات الإعلامية في نشر الأفكار الثقافية، وهو ما يعكس دور الإعلام في توجيه الانتباه إلى بعض القيم الثقافية وتهميش الأخرى².

❖ المبحث الثالث: الاعلام الثقافي وظائفه وأهدافه:

1. وظائف الاعلام الثقافي:

إن للإعلام الثقافي وظائف عديدة تجعله مهما عند التخطيط لمضمون وسائل الإعلام، فلا تقتصر وظيفته على الترفيه أو استهواء غرائز المشاهدين، بل وله وظائف مهمة منها الوظيفة الروحية، حيث يسعى الإعلام الثقافي إلى راب الصدع في المجتمع المعاصر، الذي تغطي فيه المنافع المادية على حياة الناس، وذلك حينما يسعى الإعلام الثقافي إلى إشاعة القيم الجمالية بين الجماهير، وهنا تصبح الفنون في إطار الإعلام الثقافي في الراديو أو التلفزيون أو الصحافة وسيلة من وسائل التطهير النفسي، ومواجهة الأزمات النفسية التي يعاني منها الإنسان المعاصر، والوظيفة الثانية للإعلام الثقافي وظيفة اجتماعية، أو كما يذهب دوركايم وجروس " بالقياس إلى الفن أنه يخلق من مشاهديه والمعجبين به وحدة اجتماعية متماسكة، فهو وسيلة لخلق التضامن بين الناس في الهيئات والمجتمعات³.

¹ - دوركايم، إميل، الإعلام والهوية الثقافية. باريس: منشورات غاليمار، 2011. ص 102.

² - فوكو، ميشيل. وسائل الإعلام وتشكيل الرأي العام. باريس: دار سوي للنشر، 2009، ص 136.

³ - Olivier le Peuff, la culture de l'information en reformation, France Université de Rennes, thèse de Doctorat, Septembre 2009, paris p 05.

أ. وظيفة التثقيف:

يُعتبر الإعلام الثقافي كأداة أساسية في تشكيل الوعي الثقافي، حيث لا يقتصر دوره على نقل المعلومات، بل يمتد ليشمل التثقيف والتربية الثقافية. تُعنى هذه الوظائف بتطوير الحس النقدي وتعزيز الهوية الثقافية، مما يجعل الإعلام الثقافي ركيزة أساسية في بناء مجتمع متماسك وواع. يُعرف التثقيف الإعلامي بأنه تزويد الأفراد بالمهارات اللازمة للتعامل مع وسائل الإعلام بحس نقدي. وفقاً لدراسة مشتركة بين زكريا عكة وفوزي علاوة، يُعتبر هذا النوع من التثقيف ضرورياً لتطوير القدرة على تحليل الرسائل الإعلامية وفهمها بشكل عميق. يُساهم التثقيف الإعلامي في تمكين الأفراد من التمييز بين المعلومات الموثوقة والمضللة، مما يعزز من قدرتهم على اتخاذ قرارات مستنيرة.

ب. نشر الثقافة المحلية وتطويرها:

يُسهّم الإعلام الثقافي في التعريف بالتراث الثقافي المادي واللامادي، من خلال وسائل الإعلام السمعية، البصرية، والمكتوب ويُساعد ذلك في نشر الثقافة على المستويين المحلي والعالمي، مما يعزز من الوعي الثقافي ويحافظ على الهوية الوطنية. ومع ظهور الإعلام الرقمي، سعت الجهات المسؤولة إلى استغلال هذه الوسائل في الترويج للتراث، رغم وجود بعض التحديات مثل عدم تحديث المواقع الأثرية وغياب سياسة تسويقية فعّالة .

ومن خلال تقديم محتوى ثقافي متنوع، يساعد الإعلام على تطوير التفكير النقدي لدى الجمهور أي يُمكن للأفراد، من خلال برامج وثائقية أو نشر مقاطع فنية، أن يتعلموا كيفية تقييم الأعمال الثقافية والفنية، وهو ما يعزز قدرتهم على التفكير النقدي والتمييز بين الأعمال الثقافية الأصلية والمزيفة.

ت. إبراز الإنتاج الفكري والثقافي:

الإعلام يعتبر من أبرز الأدوات التي تساعد على نشر الإنتاج الفكري والثقافي، بما في ذلك الأدب والفكر، من خلال تقديم الكتب والأبحاث والمقالات الفكرية والثقافية التي تؤثر في الجماهير. يساهم الإعلام في إبراز هذا الإنتاج الفكري بشكل موسع، حيث يُمكن الأفراد من الوصول إلى أفكار وأساليب جديدة، ويُحفّز على التفكير النقدي والتفاعل مع قضايا العالم الثقافي والفكري.

عبر الترويج للكتب الفكرية والثقافية من خلال الإعلانات، المراجعات النقدية، الحوارات الفكرية، والبرامج المتخصصة، أين يتمكن الجمهور من التعرف على الأعمال الفكرية التي قد تحتوي على رؤى جديدة في مختلف المجالات مثل الفلسفة، السياسة، الأدب، والعلوم المختلفة. يُظهر الإعلام دورًا حيويًا في جعل هذه الكتب متاحة للجميع.¹

ان خصوصية المجال الثقافي والاحداث والجمهور تدفع بالإعلام الثقافي استخدام أساليب معالجة تتميز بالخصائص التالية:²

التغطية الإخبارية التي تنفذ إلى أعماق الحدث وتقدم الحدث كعملية، وتضعه في سياقه، وتزود المتلقي بكم من الحقائق والمعلومات الخلفية الجوهرية والدالة التي تمكن المتلقي من امتلاك أساس معرفي قوي.

استخدام الأساليب التي تتميز بقدرتها على التفسير والشرح والوصف والتحليل وبالتالي الأساليب المناسبة لتقديم معالجة متوازنة تتيح تقديم مختلف الآراء ووجهات النظر، وتتجنب الرؤية الواحدة.

الحضور الذاتي للإعلامي الثقافي مسألة بالغة الأهمية لأن المادة الإعلامية الثقافية هي رؤية ذاتية لواقع موضوعي بامتياز، فخصوصية الموضوع الثقافي تفرض وضوح وبروز شخصية الصحفي الذي يعالجه إعلامياً.

قوة حضور العناصر الجمالية المتعلقة باللغة وأسلوب الكتابة وطرق التقديم وأساليب الإخراج، مع شرط البقاء ضمن الإطار العام للإبداع الإعلامي، نرى ضرورة وأهمية مقدرة الإعلامي الثقافي على أن يبدع مادته الإعلامية الثقافية بحيث يتوفر فيها قدر مناسب من هذه العناصر الجمالية التي تطلبها خصوصية الموضوع الثقافي وطبيعته وخصوصية المتلقي الثقافي ونوعيته.

¹ - عبد الله، أحمد، الإعلام والثقافة: دراسات في تأثير الإعلام على الثقافة المحلية والعالمية، دار الفكر العربي، ص 78.

² - خضور أديب، دور الإعلام المتخصص في تحسين الوعي العام. مجلة الدراسات الإعلامية، 2020، ص 142-156.

2. أهداف الاعلام الثقافي:

أ. الديمقراطية الثقافية:

تعتبر الديمقراطية الثقافية من المفاهيم الأساسية في المجال الإعلامي والثقافي، حيث ترتبط ارتباطاً وثيقاً بحق الأفراد في الوصول إلى المعلومات الثقافية والمشاركة فيها، بغض النظر عن خلفياتهم الاجتماعية أو الاقتصادية أو الثقافية. يشكل الإعلام الثقافي أداة رئيسية لتحقيق الديمقراطية الثقافية في المجتمع، حيث يساهم في نشر الثقافة، وتعزيز الوعي الثقافي، وتوفير منصات للتعبير عن التنوع الثقافي في البلاد. كما تمثل الديمقراطية الثقافية هدفاً رئيسياً للإعلام الثقافي، خاصة في ظل تعدد الأعراق واللغات والتوجهات الثقافية في البلاد. وكذا نشر قيم الديمقراطية الثقافية، مع تسليط الضوء على التحديات التي تواجه هذا الإعلام في تحقيق هذا الهدف.

الإعلام الثقافي لا يقتصر على نقل الأخبار الثقافية فقط، بل يتعدى ذلك إلى خلق بيئة حوارية تسمح بالتفاعل بين الثقافات المختلفة وتقديم المنابر التي تعكس التنوع الثقافي للبلاد. كما يعتبر الإعلام الثقافي وسيلة لتعزيز الثقافة الوطنية والمحافظة عليها، جنباً إلى جنب مع التفاعل مع الثقافات العالمية.

الدور التوعوي للإعلام الثقافي:

الإعلام الثقافي يُعد من أداة التوعية الأساسية حول القضايا الثقافية من خلاله يتم نشر المعرفة بالثقافات المحلية والعالمية، وتطوير النقاشات حول الهوية الثقافية والحقوق الثقافية في إطار ديمقراطي. الإعلام الثقافي يساهم في تعزيز الديمقراطية الثقافية عبر توفير منصات لتبادل الأفكار بين مختلف فئات المجتمع، مع احترام التنوع الثقافي الموجود¹.

¹ - خضور، أديب، الإعلام الثقافي وتعزيز الديمقراطية الثقافية في الجزائر. مجلة الدراسات الإعلامية، ص 45.

ب. تمكين التنوع الثقافي:

من خلال الإعلام الثقافي، يتمكن الأفراد من التعبير عن أنفسهم بلغاتهم الأم ووفقاً لثقافتهم المختلفة، وهو ما يساهم في تعزيز التعددية الثقافية ويساعد على تفعيل العدالة الثقافية بين جميع فئات المجتمع.

الإعلام الثقافي ومشاركة المواطنين:

تُعتبر مشاركة المواطنين في الأنشطة الثقافية جزءاً من مفهوم الديمقراطية الثقافية. وقد أظهرت الدراسات أن الإعلام الثقافي يوفر للأفراد فضاءً للمشاركة الفعالة في الحياة الثقافية من خلال البرامج المتنوعة مثل المسابقات الثقافية، المهرجانات الثقافية، والحوارات الفكرية التي تهتم بقضايا الثقافة والفكر. تساهم هذه المشاركة في تعزيز الشعور بالانتماء إلى المجتمع وتنمية الوعي الثقافي الذي يعتبر أحد أعمدة الديمقراطية الثقافية.

ت. التعريف بالمنتج الثقافي:

المنتج الثقافي يُعرّف على أنه كل إنتاج فكري وفني يعبر عن مكونات ثقافية معينة، مثل الكتب، الأفلام، المسرحيات، المعارض الفنية، والموسيقى. يهدف الإعلام الثقافي إلى نقل هذه المنتجات الثقافية إلى أكبر عدد ممكن من الأفراد في المجتمع، سواء داخل البلد أو على الصعيد الدولي، بهدف المحافظة على التراث الثقافي وإحياء التقاليد الشعبية، إلى جانب التفاعل مع الثقافات الأخرى.

كما يشمل الإنتاج الثقافي مجموعة من الأنشطة التي تساهم في خلق وتوزيع المحتوى الثقافي. وقد اختلفت الدراسات حول أهمية هذا الإنتاج في تعريف المنتج الثقافي وتوسيع نطاقه أين تعتبر الصناعات الثقافية جزءاً لا يتجزأ من الاقتصاد الثقافي الذي يعكس التنوع الثقافي داخل المجتمعات. وقد ساهمت هذه الصناعات بشكل كبير في نشر وتوزيع الأعمال الثقافية على مستوى عالمي، حيث يساعد الإعلام الثقافي والصناعات الثقافية على تعريف المنتج الثقافي وإيصاله إلى أكبر عدد من المتلقين، سواء في الداخل أو على الصعيد الدولي.

يسعى الإنتاج الثقافي في الإعلام إلى تحقيق عدة أهداف تتعلق بتوسيع نطاق التفاعل الثقافي وتعريف العالم بالمنتجات الثقافية المحلية. من بين الأهداف الرئيسية التي يسعى الإعلام لتحقيقها:

- **نشر الهوية الثقافية:** من خلال تعزيز المنتج الثقافي كالسينما والموسيقى والفن، حيث يتم تصوير القيم كحرية التعبير، المساواة، والعدالة الاجتماعية.
- **تعزيز التفاهم بين الثقافات:** يعتبر المنتج الثقافي وسيلة فعالة للتواصل بين الثقافات المختلفة. من خلال الترويج للمنتجات، يتمكن الجمهور من التعرف على أسلوب الحياة وفهمه بشكل أعمق¹.

ث. توعية الرأي العام:

يعد الإنتاج الثقافي أحد الأدوات المهمة التي تسهم في تنوير الرأي العام وتشكيل الأفكار والآراء داخل المجتمع. في هذا السياق، يعتبر الإعلام من أبرز الوسائل التي تُستخدم لتوجيه وتنظيم الرأي العام، من خلال نشر الأخبار والمعلومات والقصص التي تؤثر في طريقة تفكير الأفراد والمجتمعات. يشمل الإنتاج الثقافي في هذا السياق مجموعة من الفنون مثل الصحافة، السينما، الكتب، وكذلك المحتوى الرقمي، التي تلعب دورًا هامًا في زيادة الوعي حول قضايا اجتماعية وثقافية وسياسية معينة.

يهدف الإنتاج الثقافي إلى توجيه الرأي العام عن طريق نشر المعلومات التي تكون حيوية في تعزيز الثقافة العامة ورفع مستوى الوعي لدى الأفراد في المجتمع. من خلال وسائل الإعلام، يُمكن للمجتمع أن يصبح أكثر مشاركة وفاعلية في القضايا التي تمس حياتهم اليومية، سواء كانت قضايا سياسية، اجتماعية، اقتصادية، أو بيئية.

الإعلام الثقافي، في إطار العلوم الإعلامية، يعد أداة قوية يمكن أن تُستخدم للتأثير في توجيه الرأي العام حول قضايا مختلفة. وفقًا لأطروحات إدجار موران، فإن الإعلام ليس مجرد وسيلة لنقل المعلومات، بل هو أداة لتشكيل الإدراك الجماعي عن الواقع الاجتماعي². يشير موران

¹- Harris, T., & Covington, L. (2019). Cultural products and global distribution : The role of Hollywood. *Journal of Cultural Economics*, 32(2), p115-128.

²- Morin, E. (2008). *La méthode 6 : Éthique*, Seuil, p 142.

إلى أن الإعلام الثقافي يقوم بتقديم نظرة متكاملة للأحداث الاجتماعية والسياسية، ويعرض المعلومات التي تسهم في تشكيل الوعي العام لدى الجمهور. من خلال المنتجات الثقافية مثل الأفلام والبرامج التلفزيونية، يتم توعية الرأي العام بالقضايا الحاسمة التي تؤثر في حياتهم. أن الإعلام له قدرة كبيرة على تشكيل الرأي العام من خلال تسليط الضوء على القضايا الاجتماعية والاقتصادية، مثل الفقر، التفاوت الطبقي، التمييز العرقي. يوفر الإعلام للأفراد الأدوات اللازمة لفهم المشكلات التي تواجه المجتمع، وبالتالي يساهم في تحفيزهم على التفاعل مع هذه القضايا.

من خلال الإنتاج الثقافي في وسائل الإعلام، يسعى الإعلام إلى تقديم المعرفة الثقافية التي يمكن أن تسهم في بناء ثقافة الوعي بين الجمهور، أي الإعلام يساهم في تمكين الرأي العام من المشاركة الفعالة في الحياة الثقافية من خلال تزويده بالمعلومات الضرورية حول القضايا السياسية. الإعلام الثقافي يعمل أيضًا على تعزيز الفهم العام للعمليات الديمقراطية. في دراسات وسائل الإعلام والتحول الاجتماعي، تم التأكيد على أن الإعلام الثقافي يعزز من قدرة الرأي العام على التفاعل مع القضايا السياسية بشكل نقدي، مما يؤدي إلى بناء ثقافة أكثر وعيًا. من خلال المنتجات الثقافية مثل الأفلام الوثائقية والبرامج الحوارية، يتمكن الأفراد من فهم أبعاد القضايا الثقافية بشكل أوسع، مما يساعدهم على تشكيل آراء مستنيرة حول القضايا التي تؤثر في المجتمع.

ج. الدفاع عن الهوية الثقافية:

إن الإعلام الثقافي يشكل أداة هامة في الدفاع عن الهوية الثقافية من خلال إحياء التراث الثقافي ونشر الوعي لدى الأجيال الجديدة. تساهم هذه البرامج في تعزيز الهوية الوطنية من خلال تقديم قيم المجتمع وأصالته، وهو ما يعد ضروريًا في مواجهة التحديات الثقافية الداخلة على المجتمعات.

الإعلام الثقافي عبر القنوات الفضائية قد أصبح وسيلة مهمة لتعزيز الهوية الثقافية. من خلال برامج مثل شرفات ثقافية موضوع دراستنا، يتم تقديم الفنون الشعبية والقصص الشعبية التي تنقل قيمًا ثقافية عميقة للأجيال الجديدة. هذه البرامج تلعب دورًا في إحياء التراث الثقافي والابتعاد عن الانصهار الثقافي الذي قد ينتج عن التأثيرات الأجنبية.

الإعلام الثقافي يتجاوز مجرد تقديم المعلومات الثقافية إلى كونه أداة اجتماعية تساهم في تشكيل الهوية الثقافية. يشير كينث بوير في دراساته حول الإعلام والثقافة إلى أن الإعلام يمكن أن يكون أداة فعالة للدفاع عن الهوية الثقافية، خاصة عندما يكون محكومًا بالمعايير الثقافية المحلية.

وفقًا لبوير، فإن البرامج الثقافية الإعلامية تلعب دورًا كبيرًا في نقل القيم الثقافية إلى الأجيال الجديدة. البرامج مثل الأفلام، المسلسلات التلفزيونية، والبرامج الإذاعية لا تقتصر فقط على نقل ثقافة الشعب بل تساهم في بناء فهم مشترك حول هذه الثقافة داخل المجتمع. البرامج الثقافية التي تركز على التراث الشعبي، القصص التاريخية، والتقاليد الثقافية تساهم في الحفاظ على التراث الثقافي وتوسيع نطاق فهمه، خاصة في الأوقات التي يشهد فيها المجتمع تأثيرات خارجية قد تهدد هذا التراث¹.

3. واقع الإعلام الثقافي في الجزائر:

الإعلام الثقافي في الجزائر يشكل عنصرًا أساسيًا في تعزيز الهوية الوطنية وحماية التراث الثقافي للشعب الجزائري. يشير العديد من الباحثين في مجال الإعلام إلى أن الإعلام الثقافي لا يقتصر على نقل المعلومات الثقافية وحسب، بل يمتد ليكون أداة قوية لتشكيل الوعي الثقافي لدى الأفراد والجماعات داخل المجتمع. في الجزائر، يتجسد دور الإعلام الثقافي في توثيق الثقافة الشعبية، وتقديم صورة حية للتراث والتقاليد التي تميز المجتمع الجزائري عن غيره من المجتمعات.

عند النظر في السياق الثقافي الجزائري، نجد أن الإعلام الثقافي يتأثر بتأثيرات محلية وعالمية. فمن جهة، يعكس الإعلام الثقافي الجزائري التحديات الداخلية، مثل الحاجة إلى الحفاظ على اللغة العربية والأمازيغية كجزء من الهوية الثقافية، بالإضافة إلى الحفاظ على التراث الشعبي الذي يمتد لآلاف السنين. ومن جهة أخرى، تواجه الجزائر تحديات العولمة التي تهدد الهوية الثقافية من خلال فرض ثقافات وأيديولوجيات عالمية قد تؤثر سلبًا على القيم الثقافية المحلية. إن الإعلام الثقافي في الجزائر يعمل كحارس للهوية الوطنية، حيث يُسهم في إحياء التراث الشعبي والعادات والتقاليد التي تميز المجتمع الجزائري. وهذا يشمل كافة الأشكال الإعلامية،

¹ - بوير، كينث: الإعلام والثقافة: دراسات في تأثير الإعلام على الثقافة المحلية والعالمية، دار الفكر العربي. 2007. ص 215.

من التلفزيون والإذاعة، إلى الصحافة والإنترنت، حيث يتم عرض مجموعة واسعة من البرامج الثقافية التي تسلط الضوء على الفنون الشعبية، مثل الموسيقى الأندلسية والرقصات التقليدية، إلى جانب القصص الشعبية التي نقلها الأجداد عبر الأجيال. هذه البرامج لا تعمل فقط على الترفيه، بل تساهم في تعزيز الوعي بالثقافة المحلية، مما يساهم بشكل كبير في الحفاظ على تلك الثقافة للأجيال القادمة.

علاوة على ذلك، يُعتبر الإعلام الثقافي في الجزائر أداة مهمة في نقل القيم الاجتماعية وتعزيز التضامن الاجتماعي من خلال البرامج التي تسلط الضوء على التاريخ الجزائري، وتحديدًا تاريخ الثورة الجزائرية، والتي تُعتبر محورًا رئيسيًا في تكوين الهوية الوطنية. يساهم الإعلام الثقافي في إحياء الذكريات الجماعية المرتبطة بالنضال ضد الاستعمار الفرنسي، وهو ما يعزز من الشعور بالفخر والاعتزاز لدى المواطنين.

ولكن، ورغم هذه الجهود، يواجه الإعلام الثقافي في الجزائر تحديات كبيرة. أبرز هذه التحديات هو الهيمنة الإعلامية الأجنبية التي قد تؤثر سلبًا على الهوية الثقافية من خلال فرض ثقافات وأيديولوجيات قد تتناقض مع القيم الثقافية المحلية. هذا الاندفاع المستمر نحو ثقافة العولمة يجعل من الضروري أن تعمل وسائل الإعلام المحلية على تعزيز التمثيل الثقافي المحلي وتقديم صورة مميزة عن الجزائر في وسائل الإعلام العالمية.

في هذا السياق، يُعد الإعلام الثقافي أداة فاعلة ليس فقط لحماية الهوية الثقافية، بل أيضًا لتعريف العالم بالثقافة الجزائرية الغنية والمتنوعة. فالإعلام الثقافي في الجزائر هو أداة دفاعية وهجومية في آن واحد؛ فإلى جانب دوره في الحفاظ على التراث، يلعب دورًا رئيسيًا في الترويج للثقافة الجزائرية على الصعيدين المحلي والعالمي.

من خلال برامج ثقافية تُعرض على التلفزيون الوطني والإذاعة الجزائرية، يتعرض الجمهور لمجموعة من الموضوعات التي تمس مختلف جوانب الحياة الثقافية في الجزائر. هذه البرامج تمثل فرصة لمشاركة الجمهور في عملية إعادة اكتشاف التراث، كما أنها توفر مساحة للإبداع الثقافي والفني الوطني، وتفتح المجال أمام المواهب الجديدة التي تساهم في تطوير المشهد الثقافي في الجزائر.

بالمجمل، يمكن القول إن الإعلام الثقافي في الجزائر يشكل جسراً بين الماضي والحاضر، ويسهم في تشكيل الهوية الثقافية الوطنية والحفاظ على التراث الثقافي في ظل تحديات العولمة والتأثيرات الثقافية العالمية.

ومن مساهمات الإعلام الثقافي الجزائري في الدفاع عن الهوية¹:

● **إحياء التراث الثقافي:** من خلال البرامج التي تتناول الفنون التقليدية، مثل الرقصات الشعبية، الموسيقى التقليدية، والحرف اليدوية.

● **النقد الثقافي والفكري:** العديد من البرامج الثقافية في الجزائر تسعى إلى معالجة قضايا ثقافية وفكرية من خلال النقاشات والمراجعات الأدبية والفكرية التي تساهم في إثراء الوعي الثقافي.

● **دور الإعلام العام:** وسائل الإعلام الحكومية، مثل التلفزيون الوطني والإذاعة الجزائرية، تسعى من خلال بعض البرامج الثقافية إلى نشر القيم الجزائرية وتعريف الجمهور بجوانب من التراث الثقافي الذي قد لا يكون معروفاً على نطاق واسع.

بحسب القانون الجزائري، تمثل وسائل الإعلام العامة مثل التلفزيون الوطني والإذاعة الجزائرية منصة أساسية للإعلام الثقافي. وتتص القوانين على أن هذه المؤسسات يجب أن تلتزم بتقديم برامج ثقافية تساهم في نقل التراث الثقافي والتعريف بالقيم الوطنية. كما أن قانون الإعلام يفرض على وسائل الإعلام العامة تخصيص مساحة مناسبة للإنتاج الثقافي المحلي وإبراز الهوية الجزائرية.

قانون الإعلام رقم 05-12 الذي تم إقراره في عام 2012 يشكل الإطار التنظيمي الأساسي للإعلام في الجزائر، وهو يشدد على دور الإعلام في تعزيز الهوية الوطنية والذاكرة التاريخية للشعب الجزائري. في إطار هذا القانون، يُعطى الإعلام الثقافي دوراً أساسياً في نقل القيم الثقافية المحلية والحفاظ على التراث الشعبي. ويضع القانون ضوابط تشجع على إنتاج محتوى ثقافي محلي يتناول المواضيع المرتبطة بالثقافة الجزائرية مثل التاريخ، الأدب، الفنون التقليدية، والموسيقى².

¹ - جابري عادل: الاعلام والثقافة في العالم العربي: دراسة حالة الجزائر. دار الفكر العربي، ص. 120.

² - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. قانون الإعلام رقم 05-12. الجريدة الرسمية، العدد 15، 2012.

خلاصة الفصل: ماهية الثقافة والإعلام الثقافي.

يعتبر الإعلام الثقافي أحد الأبعاد الأساسية للإعلام بشكل عام، حيث يعكس ويروج للثقافات المحلية ويعزز الهوية الوطنية. في هذا السياق، يلعب الإعلام الثقافي دورًا محوريًا في عملية إحياء التراث وتعريف الأجيال الجديدة بالقيم والمعتقدات التي تشكل هويتهم الثقافية. في الجزائر، يُعتبر الإعلام الثقافي أداة أساسية للتعريف بالثقافة الجزائرية وحمايتها من تأثيرات العولمة، حيث يقدم الإعلام المحلي برامج موجهة بشكل مباشر نحو الحفاظ على التراث الثقافي المحلي.

الإعلام الثقافي في الجزائر يرتكز على التراث الشعبي والتاريخ الوطني، حيث يسלט الضوء على الأحداث الثقافية والتاريخية التي شكلت المجتمع الجزائري، خاصة من خلال برامج تلفزيونية وإذاعية تتناول الفنون التقليدية مثل الموسيقى الجزائرية، الرقصات الشعبية، والأدب الجزائري. كما يساهم في نشر المعرفة حول الرموز الثقافية والشخصيات الوطنية، ويعزز من الذاكرة الجماعية التي تعد حجر الزاوية في تشكيل الهوية الوطنية.

إحدى الوظائف الرئيسية للإعلام الثقافي هي نقل القيم الثقافية التي تشكل الأساس الذي يبنى عليه المجتمع الجزائري رؤيته للعالم، ما يعزز من الوعي الثقافي لدى المواطنين، خاصة الشباب. وتساهم هذه البرامج في نقل القيم المجتمعية مثل التضامن، الاحترام المتبادل، والحفاظ على البيئة، من خلال البرامج التي تعرض نماذج حية من الحياة اليومية والموروث الثقافي.

ومع التحديات التي تفرضها العولمة والتأثيرات الثقافية الأجنبية، أصبح من الضروري أن يساهم الإعلام الثقافي في الدفاع عن الهوية الثقافية عبر تعزيز القيم الثقافية المحلية والحفاظ على التوازن بين الانفتاح على الثقافات الأخرى وبين المحافظة على الثقافة الوطنية. الإعلام هنا ليس مجرد ناقل للمعلومات، بل هو أداة حيوية للانتقال من الماضي إلى الحاضر مع الحفاظ على التراث الثقافي في مواجهة التحديات الجديدة.

إن الإعلام الثقافي في الجزائر يواجه العديد من التحديات المتعلقة بالتمويل، حيث تواجه العديد من وسائل الإعلام المحلية صعوبات في توفير الدعم الكافي لإنتاج برامج ثقافية ذات جودة عالية. كما أن هناك تحديًا آخر يتعلق بهيمنة الإعلام العالمي ووسائل الإعلام الاجتماعية،

التي قد تؤثر على الهوية الثقافية من خلال تقديم ثقافات أخرى قد لا تتناسب مع القيم الثقافية الجزائرية.

وفي هذا السياق، تتطلب الحاجة إلى تطوير السياسات الإعلامية والمبادرات التي تعزز الإعلام الثقافي المحلي، وخصوصًا من خلال تخصيص مزيد من الموارد لدعم البرامج الثقافية في وسائل الإعلام العامة، مثل التلفزيون والإذاعة الجزائرية. يتطلب ذلك أيضًا إشراك الشباب في عملية الإنتاج الإعلامي الثقافي، وهو ما يسهم في خلق جيل قادر على نقل الهوية الثقافية الجزائرية للعالم.

وفي الختام، يظل الإعلام الثقافي أداة أساسية للدفاع عن الهوية الوطنية وحماية التراث الثقافي في الجزائر. من خلال الإعلام الثقافي، يمكن للمجتمع الجزائري التأكيد على مكانته الثقافية في العالم والحفاظ على تاريخه وتراثه، وفي ذات الوقت التفاعل مع الثقافات العالمية بروح من التوازن والحفاظ على الأصالة.

✓ الفصل الثاني: الصناعات الثقافية والبرامج الثقافية.

❖ المبحث الأول: الصناعات الثقافية والاعلام.

1. ماهية الصناعات الثقافية والمدرسة النقدية:

تشكل الصناعات الثقافية إحدى أبرز تجليات التفاعل العميق بين الثقافة ووسائل الإعلام، إذ أصبح لها وزنٌ معتبرٌ في الحقول البحثية والأكاديمية، ما دفع العديد من الباحثين إلى تخصيص حقل معرفي مستقل يُعنى بفهم آلياتها، وتحليل آثارها على المجتمعات، وعلى عملية إنتاج وتداول الرموز والمعاني الثقافية.

يُظهر تناول هذا المفهوم تبايناً في المقاربات النظرية والتطبيقية التي تبناها الباحثون. فهناك من ينظر إلى الصناعات الثقافية من زاوية ضيقة تقتصر على الرسالة الثقافية، أي التركيز على المحتوى الثقافي الذي يتم نقله عبر وسائل الإعلام المختلفة، سواء كانت مسموعة، مكتوبة أو مرئية. وتندرج تحت هذه النظرة البرمجيات والمضامين مثل الكتب، الأشرطة الصوتية، الأسطوانات، الأفلام، والمجلات والصحف في الصناعة الثقافية¹.

في مقابل التصور النقدي الذي يركّز على مضمون الرسالة الثقافية فقط، برز توجه آخر أكثر شمولاً يوسّع فهم الصناعات الثقافية ليشمل أيضاً الوسائط المادية والتقنية التي تُستخدم في إنتاج وتوزيع المحتوى الثقافي. هذا الاتجاه يرى أن الثقافة لا تُنتج فقط عبر الرموز والمعاني، بل كذلك من خلال أدوات وتقنيات محددة تشكّل جزءاً لا يتجزأ من العملية الثقافية. وتشمل هذه الوسائط السينما، التلفزيون، أجهزة البث الإذاعي، الاستقبال، المسجلات الصوتية، وأجهزة الاستهلاك الإعلامي بمختلف أنواعها².

وفق هذا التصور، تصبح الصناعة الثقافية نسقاً متكاملًا يجمع بين المحتوى الثقافي والوسيط التقني، على اعتبار أن كلا العنصرين يشاركان في تشكيل التجربة الثقافية وتوجيهها. فالوسيط لا يُعد مجرد قناة محايدة، بل له أثر عميق في بنية الرسالة نفسها، وفي كيفية تلقيها، وتأثيرها

¹ - الخنساء تومي، دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجزائري، ص 106.

² - الصادق العلال، العلاقات الثقافية الدولية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 1-، 2006، ص 155.

على الجمهور. لذلك فإن فهم الثقافة المعاصرة يستدعي تحليلاً مزدوجاً يأخذ بعين الاعتبار المنتج الثقافي والبنية التكنولوجية التي تُمكن هذا المنتج من الوجود والتأثير. كما تعد الصناعات الثقافية في الإعلام موضوعاً مركزياً في دراسات الاتصال والثقافة، حيث يتم تحليلها من منظور تأثير الإنتاج الثقافي المنظم صناعياً على الذوق العام، والهوية الثقافية، والمجال العام. يشير هذا المفهوم إلى الأنشطة الثقافية التي تُنتج وتُوزع وفقاً لمنطق السوق، مثل التلفزيون، والسينما، والموسيقى، والنشر، والإعلانات، وتطبيقات الوسائط الجديدة، ويُنظر إليها بوصفها صناعات تُمزج فيها الثقافة بالاقتصاد.

لقد أعاد هذا الطرح رسم ملامح العلاقة بين الثقافة والاقتصاد، وجعل من الصناعة الثقافية ظاهرة شاملة تتغلغل في تفاصيل الحياة اليومية، وتسهم في تشكيل الأذواق، وترسيخ أنماط الاستهلاك الثقافي الموحد. فالمنتج الثقافي لم يعد مجرد تعبير رمزي مستقل، بل صار خاضعاً لمنطق الإنتاج الكمي والتوزيع الجماهيري، حيث يتم التحكم فيه من قبل مؤسسات الإعلام والترفيه الكبرى.

في ظل هذه الرؤية، لم تعد الثقافة وسيلة لتتوير الفرد أو تحريره من البنى القمعية، بل تحولت إلى أداة لتكريس الهيمنة الاجتماعية والسياسية. فالمحتوى الثقافي - سواء كان في السينما، الموسيقى، الإعلانات، أو التلفزيون - يُنتج على نحو متسلسل ومتشابه، مما يُفرغ المضمون من معانيه العميقة ويحوّله إلى نمط استهلاكي. وبهذا، فإن الثقافة التي كانت يوماً ما تتبع من ذات فردية مبدعة، أصبحت الآن منتجاً يخضع لمنطق الإنتاج الضخم، تماماً كأى سلعة في السوق.

ومفهوم "صناعة الثقافة" لم يكن وليد الصدفة، بل جاء في سياق نقدي وفلسفي عميق طرحته مدرسة فرانكفورت، وهي من أبرز المدارس الفكرية التي تناولت العلاقة بين الثقافة، الإعلام، والرأسمالية. وقد سطع هذا المفهوم من خلال أعمال تيودور أدورنو وماكس هوركهايمر، لا سيما في فصلهما الأخير من كتاب *جدل التنوير*، الذي حمل عنوان "صناعة الثقافة: التنوير والخداع الشامل"¹. في هذا السياق، عالج الباحثان الإنتاج الثقافي من منظور نقدي صارم، حيث رأوا أن الثقافة، بدلاً من أن تظل تعبيراً حراً عن الفكر الإنساني، تحولت إلى سلعة يتم

¹ - هوركهايمر، ماكس، وأدورنو، تيودور: *جدل التنوير: شذرات فلسفية* (ترجمة جمال شحيد). دار الحوار، ص 132.

إنتاجها وتوزيعها في إطار نظام السوق الرأسمالي، مما يُفقدّها الكثير من عمقها ودورها التنويري.

يرى "تيودور أدورنو" و"ماكس هوركهايمر"، في سياق مدرسة فرانكفورت، أن الصناعات الثقافية تُخضع الثقافة لمنطق الرأسمالية وتفرغها من مضمونها النقدي، حيث تصبح المنتجات الثقافية سلعة تُنتج بكميات كبيرة، وتُستهلك بصورة نمطية، ما يؤدي إلى تكييف الأفراد مع الوضع القائم بدلاً من تشجيع التفكير النقدي. وهم يؤكدون أن هذا النمط من الإعلام يعمل على إعادة إنتاج الهيمنة الثقافية ويُضعف قدرة الجمهور على المقاومة أو التفكير خارج الأطر السائدة¹. يشبه أدورنو وسائل الإعلام الحديثة بـ«المصانع الثقافية»، التي لا تنتج الإبداع بقدر ما تنتج التطابق الفكري والسلوكي. فهي تُسهّم في تكييف الأفراد مع القيم السائدة بدلاً من إتاحة فرص للتفكير النقدي أو إعادة النظر في الواقع الاجتماعي. فالمنتج الثقافي، من وجهة نظرهما، لم يعد يحمل اختلافاً حقيقياً، بل يبدو متنوعاً في الشكل بينما يظل موحدًا في الجوهر، وهو ما أطلقا عليه اسم "زيف الاختلاف".

في هذا السياق، تصبح السينما التجارية والموسيقى الشعبية - لا سيما في الولايات المتحدة - أدوات لتخدير الوعي الجماهيري، إذ تُقدّم نماذج سطحية، مكررة، وسهلة الهضم، تمنح المتلقي وهم الاختيار والحرية، بينما هي في الواقع تُعيد إنتاج الإيديولوجيا السائدة. وهذه العمليات لا تجري بشكل مباشر أو قسري، بل من خلال الإغراء والترفيه، أي عن طريق تقديم المتعة المعلّبة، التي تمنع التأمل أو التساؤل.

لكن المفارقة الأساسية في طرح مدرسة فرانكفورت تكمن في أنهم لا يرون الجمهور ضحية غافلة بالكامل، بل يلمّحون إلى نوع من الامتثال الذاتي، حيث يشارك الأفراد في تكريس هذه البنية عبر استهلاكهم المتكرر للمنتجات الثقافية السطحية، ما يجعل من الصعب التمييز بين الهيمنة المفروضة والهيمنة المختارة.

¹ - نفس المرجع السابق، ص 140.

2. جدلية الاعلام والصناعات الثقافية:

تُعد وسائل الإعلام في العصر الحديث من الركائز الأساسية في تكوين الثقافة الجماهيرية، حيث أصبحت تُدار بمنطق الصناعة، بما يشمل ذلك من إنتاج منظم، توزيع واسع، وتسويق يهدف إلى تحقيق أقصى درجات الربح والتأثير. ولم تعد وسائل الإعلام تكتفي بنقل الأخبار أو تقديم الترفيه، بل تجاوزت ذلك لتصبح فاعلاً ثقافياً واقتصادياً يمتلك قدرة كبيرة على تشكيل الوعي، وتوجيه السلوك، وإعادة إنتاج الأنماط الاجتماعية والقيم السائدة.

ان وسائل الإعلام في ظل التقدم التكنولوجي والرأسمالية والعولمة تحولت إلى منظومة صناعية ثقافية متكاملة، لا تكتفي بإنتاج المعاني، بل تتدخل كذلك في إدارة التوزيع والتلقي الجماهيري، مما يمنحها قوة رمزية هائلة. وتشير الدراسات إلى أن هذا الشكل من الإنتاج الإعلامي يُخضع المحتوى الإعلامي لمنطق السوق، حيث تُنتج الرسائل الإعلامية بكميات ضخمة، ويُعاد تدويرها وفقاً للطلب الاستهلاكي، ما يخلق نوعاً من "التميط الثقافي"¹ الذي يفقد الرسالة الإعلامية خصوصيتها، ويفرض هيمنة ثقافية ناعمة.

في هذا الإطار، يصبح الإعلام أداة لصناعة "ثقافة جماهيرية" خاضعة للاستهلاك الجماعي، وليس مجرد ناقل لمعارف أو قيم. وتقوم المؤسسات الإعلامية الكبرى بإنتاج محتوى يسعى لإرضاء أذواق جماهيرية واسعة، مما يؤدي إلى تقديم منتجات سطحية سهلة الفهم، ذات طابع ترفيهي، وتبتعد في الغالب عن المضامين الفكرية أو السياسية المعقدة. وهو ما يسميه بعض

^{*} 1 يُقصد بالتميط الثقافي عملية تبسيط وتمثيل ثقافات معينة من خلال قوالب جاهزة وثابتة تُكرس صورة نمطية عن جماعات أو هويات معينة. وتلعب وسائل الإعلام دوراً مركزياً في هذه العملية، حيث تعتمد على تكرار أنماط سردية وصور بصرية معينة تُعيد إنتاج تصورات مختزلة، غالباً ما تكون غير دقيقة أو مُتحيزة. وبدلاً من تقديم التنوع الثقافي في صيغته الحقيقية والمعقدة، تلجأ المؤسسات الإعلامية إلى اختزال هذا التنوع في رموز وشخصيات وأدوار محددة تُقدّم باستمرار عبر الدراما، الإعلانات، أو نشرات الأخبار، مما يُرسخ في أذهان المتلقين تصورات نمطية عن فئات معينة بناءً على العرق، أو الدين، أو الجدر، أو الطبقة.

وتكمن خطورة التمييط الثقافي في كونه لا يعكس الواقع بل يُسهّم في صناعته. إذ يُنتج الإعلام بهذا الشكل نظاماً من التصنيفات الثقافية يحّد من التعددية ويعزز التحيزات والتمييز الاجتماعي. كما يؤدي هذا النمط من التمثيل إلى ترسيخ "الآخر" بوصفه مختلفاً، وغالباً ما يكون سلبياً أو دونياً، مقابل "الذات" النموذجية التي يُعاد إنتاجها بوصفها المعيار. ويشير العديد من النقاد إلى أن هذه العملية تُسهّل السيطرة الرمزية وتعزز الهيمنة الثقافية، خصوصاً حينما تُوظف لخدمة مصالح سياسية أو اقتصادية معينة.

الباحثين بـ "النمطية الإعلامية"، حيث يُعاد تقديم نفس القوالب الإعلامية بصيغ متعددة تكرر الوضع القائم بدلاً من نقده¹.

تُنتج وسائل الإعلام، في ظل نظام الصناعات الثقافية، أكثر من مجرد محتوى ترفيهي أو إخباري؛ فهي تساهم في إنتاج الوعي العام وصياغة التصورات الاجتماعية حول مفاهيم مثل النجاح، الجمال، السلطة، والدور الاجتماعي. ومن خلال إعادة تكرار أنماط معينة من الصور والسرديات، يتم تكريس تصورات نمطية تصبح مقبولة ومرغوبة على نطاق واسع، ما يرسخ أنماط تفكير استهلاكية وقيم رأسمالية تعزز منطق السوق. بهذا المعنى، تتحول وسائل الإعلام إلى وسيط ثقافي فاعل يعيد إنتاج القيم السائدة ويؤطر السلوك الجماعي ضمن أنماط مقبولة ومتحكم بها. من جهة أخرى، تؤدي وسائل الإعلام دورًا أكثر عمقًا في توجيه الرأي العام، ليس فقط من خلال ما يتم عرضه، بل أيضًا من خلال ما يتم تجاهله أو تهميشه، وهي الآلية التي يصفها منظرو الاتصال بـ «صناعة الرضا الإعلامي (Manufacturing Consent)»²، وهو مصطلح طوره نعوم تشومسكي وإدوارد هيرمان. يتم ذلك عبر التحكم في أجندة الموضوعات وتحديد طريقة تغطيتها، وتوظيف اللغة والصورة بما يخدم مصالح القوى السياسية والاقتصادية المهيمنة. وهكذا، تخلق وسائل الإعلام بيئة رمزية توجه الجمهور نحو تقبل النظام القائم، وتحد من قدرته على التفكير النقدي أو مساءلة البنى السلطوية³.

من هذا المنظور، فإن وسائل الإعلام الحديثة، بصيغتها الصناعية، تُعد فاعلاً مركزيًا في إعادة إنتاج الثقافة وتوجيهها، وهي ليست مجرد وسيط محايد، بل تُسهم في هندسة الذوق العام وصياغة القيم الجماعية بما يخدم مصالح السوق وأصحاب رأس المال، مما يثير أسئلة جوهرية حول استقلالية الثقافة وحدود حرية التعبير في ظل سيطرة الإعلام الصناعي.

¹ - يوسف، عبد الرحمن، الصناعات الثقافية والإعلامية: دراسة في اقتصاديات الإعلام والترفيه. القاهرة، 2009، عالم الكتب، ص 86.
² * في كتابه "Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media"، الذي ألفه بالتعاون مع إدوارد هيرمان، يُقدم نعوم تشومسكي تحليلاً نقدياً لكيفية استخدام وسائل الإعلام كأداة لصناعة الرضا الجماهيري. يُبرز الكتاب كيف تقوم المؤسسات الإعلامية، من خلال آليات متعددة، بتشكيل وعي الجمهور بما يتماشى مع مصالح النخب السياسية والاقتصادية، مما يؤدي إلى توجيه الرأي العام نحو قبول السياسات القائمة دون وعي نقدي.

³ - نافع، علي، الإعلام وصناعة الثقافة الجماهيرية. عمان، 2014، دار الحامد، ص 72-73.

وهكذا تحولت وسائل الإعلام في العصر الحديث إلى فاعل مركزي في الصناعة الثقافية، حيث لم تعد الثقافة تُنتج وتُوزع بشكل تقليدي أو تلقائي، بل أصبحت تُدار بمنطق السوق والإنتاج الرأسمالي، ما أدى إلى تحويل المادة الثقافية إلى سلعة تخضع لقوانين العرض والطلب. وبهذا المعنى، فإن الثقافة لم تعد مجرد ممارسة رمزية ذات أبعاد معنوية، بل أصبحت منتجاً إعلامياً قابلاً للتسويق والاستهلاك، تماماً كما تُسوّق المنتجات التجارية الأخرى. وقد أدى هذا التحول إلى نشوء ما يُعرف بـ «الاقتصاد الثقافي»، حيث تُنتج الرموز والدلالات والمعاني داخل قوالب إعلامية تخضع لاعتبارات تجارية وربحية.

في هذا السياق، أصبح جمهور وسائل الإعلام يُنظر إليه بوصفه سوقاً جماهيرية ضخمة، يجب استهدافها واستثمارها. فالإعلام الجماهيري، الذي يتميز بالوصول الواسع والتأثير العميق، لم يعد يكتفي بنقل المحتوى، بل يساهم في توجيه أنماط التلقي الثقافي وتشكيل الذوق العام، من خلال أدوات مثل الإعلان، الترفيه، وصناعة النجوم. وظهرت بذلك أسواق ثقافية جديدة تنتج محاصيل ثقافية "جاهزة"، مصممة لتتناسب مع الأذواق الجماهيرية المعلومة. هذا ما أشار إليه منظرٌ مدرسة فرانكفورت، مثل أدورنو وهوركهايمر، عندما أكدوا أن الإعلام المعاصر يعمل على إنتاج ثقافة استهلاكية تُخدر الوعي وتُعيد إنتاج التبعية الرمزية، بدلاً من تحفيز التفكير النقدي أو الإبداع الثقافي الحر¹.

كما أصبحت وسائل الإعلام مركز الصدارة في المشروعات التي تستخدم في عملية التغلغل، ولعل التلفزيون والانترنت أكبر وسائل الإعلام والاتصال أهمية في تكريس وتفعيل أطروحة الثقافة العالمية الواحدة واللغة العالمية الواحدة فمن خلالها يصنع الخبر وبواسطتها يتم رسم وإعادة رسم السياسة والاقتصاد والثقافة وهو ما يجعلها في قلب رهانات القرن الواحد والعشرين.

¹ - أدورنو، تيودور، وهوركهايمر، ماكس، جدل التنوير: جذرات فلسفية. ترجمة: جورج كتورة. بيروت، 200، دار الطليعة، ص 134-137.

❖ المبحث الثاني: التلفزيون والبرامج الثقافية التلفزيونية:

1. مدخل مفاهيمي عن التلفزيون:

يُعد التلفزيون من أكثر وسائل الإعلام تأثيرًا وانتشارًا في العصر الحديث، نظرًا لما يتمتع به من خصائص فريدة تجعله أداة فعالة في تشكيل الرأي العام والتأثير في الجماهير. فبفضل قدرته على **الدمج بين الصورة، والصوت، والحركة**، يُتيح التلفزيون تجربة إعلامية حسّية متكاملة تُعزز من إيصال الرسالة وترسيخها في ذهن المشاهد¹ كما يتميز التلفزيون بالوصول **الجماهيري الواسع**، إذ يخترق الحدود الجغرافية والشرائح الاجتماعية بسهولة، ويخاطب مختلف الفئات دون الحاجة إلى جهد في التلقي. ومن بين أبرز خصائصه أيضًا **الفورية والآنية**، حيث يمكنه نقل الأحداث مباشرة لحظة وقوعها، مما يُكسبه درجة عالية من **المصداقية والمتابعة الحية** بالإضافة إلى ذلك، يُعد التلفزيون وسيلة ذات **تأثير عاطفي قوي**، حيث تؤثر الصورة المتحركة والموسيقى والمؤثرات البصرية في انفعالات المشاهدين، وهو ما يُسهم في تشكيل مواقفهم وقيمهم واتجاهاتهم. وأخيرًا، وبحكم طبيعته الإنتاجية والتقنية، يُعد التلفزيون أيضًا أداة خاضعة للتوجيه السياسي أو الاقتصادي، ما يجعله جزءًا من أدوات **الهيمنة الرمزية** في المجتمعات الحديثة.²

2. خصائص التلفزيون كوسيلة إعلام جماهيرية:

يُعتبر التلفزيون من أبرز وسائل الإعلام الجماهيرية، لما يتمتع به من خصائص تقنية واتصالية تجعله أداة فعالة في نقل المعلومات وتشكيل الرأي العام. فهو يجمع بين الصوت والصورة والحركة، مما يُمكنه من تقديم محتوى متكامل يؤثر في المتلقي بشكل مباشر. هاته الخصائص التقنية والاتصالية يمكن شرحها في المفاهيم الآتية:

أ. **الدمج بين الصوت والصورة والحركة:** التلفزيون يجمع بين العناصر السمعية والبصرية والحركية، ما يمنحه قدرة عالية على الإيصال والإقناع. فالمعلومة تُعرض بشكل حيّ ومباشر، ما يزيد من فهمها وترسيخها في ذاكرة المتلقي، مقارنة بالوسائل التي تقتصر على عنصر واحد فقط. حيث تُشير الدراسات الإعلامية إلى أن التلفزيون يمتلك

¹ - بن جدو، عبد الحفيظ، وسائل الإعلام والاتصال: المفاهيم والوظائف. دار الهدى، الجزائر، 2012 ص 89.

² - بوخاري، عبد الكريم، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال. دار الفجر، الجزائر، 2010، ص 112 .

خصائص فريدة تجعله أداة فعالة في التأثير على الجمهور. فهو يُعتبر أقرب وسيلة للاتصال المباشر، حيث يُمكنه تكبير الأشياء وتحريكها، مما يُضفي واقعية على المحتوى المقدم. كما يتميز بسرعة نقل الأخبار، خاصة مع ظهور القنوات المتخصصة، مما يُوفر للمشاهدين متابعة الأحداث في وقت حدوثها. بالإضافة إلى ذلك، يُتيح التلفزيون خدمة مجانية، مما يُعزز من انتشاره وتأثيره في المجتمع.¹

ب. **الجاذبية البصرية والسمعية:** يمتلك التلفزيون قدرة عالية على جذب الانتباه من خلال استخدام الصورة المتحركة، والألوان، والمؤثرات الصوتية والموسيقية، مما يجعله من أكثر الوسائط قدرة على شد الجمهور، خاصة لدى الفئات ذات القدرات القرائية المحدودة أو الأطفال. هذه الجاذبية تُستخدم في الإعلانات والبرامج الترفيهية لتكثيف التأثير النفسي والعاطفي.²

ت. **التأثير العاطفي المباشر:** تُتيح الصورة المتحركة مع الصوت إمكانية التأثير في مشاعر المشاهدين بشكل مباشر، سواء عبر الأخبار، أو الدراما، أو البرامج الترفيهية. هذا الأثر العاطفي يسهم في تشكيل المواقف والاتجاهات تجاه قضايا معينة. ويُلاحظ هذا التأثير بوضوح في تغطية الأحداث العنيفة أو الكوارث الطبيعية أو حتى في المسلسلات والبرامج الترفيهية التي تُحمّل رسائل رمزية أو قيمية ضمن سردها. هذا التفاعل العاطفي يسهم في تعزيز التعاطف، أو الرفض، أو التقبل إزاء أشخاص أو مواقف أو أفكار معينة. كما يؤكد الباحثون أن التلفزيون يستثمر هذه الخاصية لبناء اتجاهات جماعية قد تتماشى مع أجندات إعلامية أو أيديولوجية. وقد أشارت دراسة جزائرية إلى أن هذا الأثر العاطفي "يلعب دورًا أساسيًا في شد انتباه الجمهور وترسيخ المحتوى في الذاكرة الوجدانية، مما يجعل التلفزيون وسيلة فاعلة في تشكيل المواقف الاجتماعية والسياسية".

3

¹ - عيادي، أسماء، نشأة التلفزيون وتطوره. جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، 2020، ص 108.

² - صابي، نهاد، التلفزيون الرقمي ومقاييس الجذب الجماهيري في ظل التنافس الفضائي، جامعة ورقلة، 2022، ص 55.

³ - صابي نهاد، نفس المرجع السابق، ص 56.

ث. **القوة الناعمة والتأثير في القيم:** لا يقتصر دور التلفزيون على تقديم الأخبار والترفيه، بل يمتد ليشمل الترويج لقيم ثقافية، سياسية، واستهلاكية معينة، مما يجعله أداة رئيسية في ممارسة ما يُعرف بـ «القوة الناعمة»¹، أي التأثير غير المباشر في اتجاهات الأفراد والدول. فمن خلال برامجه المتنوعة، يُسهم التلفزيون في تشكيل الرأي العام والتأثير على المواقف والاتجاهات، دون الحاجة إلى استخدام القوة أو الإكراه².

ج. **القدرة على الوصول الواسع:** يُعد التلفزيون وسيلة جماهيرية بامتياز، إذ يمتلك القدرة على الوصول إلى شرائح واسعة من الجمهور في وقت متزامن، بغض النظر عن خلفياتهم الثقافية أو التعليمية. هذا الامتداد الجماهيري يمنحه قوة تأثير عالية في تشكيل الاتجاهات والمواقف، ويجعله أداة فعالة في تنفيذ حملات التنقيف، الترويج للمنتجات والخدمات، أو حتى التعبئة السياسية والاجتماعية خلال الفترات الانتخابية أو الأزمات. فالتلفزيون يتيح إنتاج خطاب جذاب قادر على التأثير في سلوك المتلقي بطريقة مباشرة وغير مباشرة، أي أن التلفزيون، بفضل خصائصه التقنية وانتشاره الواسع، يُعد من أكثر الوسائل فاعلية في التأثير على الرأي العام، لكونه يجمع بين الإبهار السمعي والبصري وبين المحتوى الموجّه³.

¹ - القوة الناعمة: يُعتبر التلفزيون من أبرز أدوات القوة الناعمة في العصر الحديث، حيث يتجاوز دوره التقليدي في نقل الأخبار والترفيه إلى التأثير العميق في تشكيل القيم والاتجاهات الثقافية والسياسية والاجتماعية. من خلال برامجه المتنوعة، يُسهم التلفزيون في تعزيز صورة الدولة ونشر ثقافتها وقيمتها، مما يُمكنها من التأثير في الرأي العام المحلي والدولي دون اللجوء إلى القوة الصلبة. وقد أشار الباحث مدحت محمد أبو النصر إلى أن "وسائل الإعلام، وعلى رأسها التلفزيون، تُعد من أهم أدوات القوة الناعمة التي تستخدمها الدول للتأثير في الآخرين وجذبهم نحو ثقافتها وقيمتها"

² - مزياني، سهيلة، الإعلام كأداة من أدوات القوة الناعمة للدولة: دراسة تحليلية، *جلة العلوم السياسية والقانون*، 2021، ص 105.

³ - علي، نبيل، *الثقافة العربية وعصر المعلومات*. سلسلة عالم المعرفة، العدد 265، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2010، ص 144.

ح. **التكرار والتأثير التراكمي**: يُعتبر التكرار أحد أبرز خصائص التلفزيون التي تُسهم في تعزيز التأثير التراكمي للرسائل الإعلامية، سواء كانت إعلانية أو برمجية. فمن خلال إعادة عرض المحتوى عدة مرات خلال فترات زمنية قصيرة، يتم ترسيخ الرسالة في أذهان المشاهدين، مما يؤدي إلى تأثير تراكمي يُصبح بمرور الوقت جزءًا من الوعي الجمعي ويُؤثر في السلوك والتفكير فالتكرار في عرض الرسائل الإعلامية يُسهم في تعزيز التأثير التراكمي، حيث تُصبح الرسائل المتكررة جزءًا من الوعي الجمعي وتُؤثر في السلوك والتفكير.¹

خ. **سهولة الاستهلاك**: يُعتبر التلفزيون وسيلة إعلامية جماهيرية تتميز بقدرتها على إيصال الرسائل بسهولة إلى مختلف فئات الجمهور، دون الحاجة إلى جهد كبير من المشاهد لفهم المحتوى. فهو يجمع بين الصوت والصورة والحركة، مما يُسهل في تبسيط المعلومات وجعلها أكثر جذبًا واستيعابًا، خاصة لدى الفئات ذات المستويات التعليمية المحدودة.

د. **القابلية للتوجيه السياسي والاقتصادي**: بسبب تكاليف إنتاجه العالية واعتماده غالبًا على المؤسسات الكبرى أو الدول، فإن محتواه قد يكون موجّهًا لخدمة مصالح سياسية أو تجارية محددة، ما يجعله أداة للهيمنة الرمزية أيضًا.

ذ. **التنوع البرمجي**: التلفزيون يقدم مجموعة متنوعة من البرامج تشمل الأخبار، الأفلام، المسلسلات، البرامج الوثائقية، التعليمية، الترفيهية، الرياضية، والدينية، مما يمنحه القدرة على مخاطبة شرائح اجتماعية متعددة بمحتوى مخصص لكل منها.²

¹ - غالب كاظم جواد عباس الدعيمي، التلفزيون وصناعة الرأي العام، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص 22.

² - Mamillon, C. (2018). Le rôle de la télévision française dans la transmission de la mémoire collective de la Seconde Guerre mondiale au travers de documentaires. Thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Montréal, p 119.

3. وظائف التلفزيون:

يُعدّ التلفزيون من الوسائل الإعلامية التي حظيت باهتمام خاص في مختلف المجتمعات، نظرًا لقوته التأثيرية الكبيرة في تشكيل الرأي العام والتأثير في الاتجاهات الفكرية والثقافية والسياسية للأفراد في إشارة واضحة إلى قدرة التلفزيون على النفاذ إلى العقول والقلوب، واحتلال مكانة مركزية في الحياة اليومية للأفراد، حيث اختلف الباحثون من مختلف التخصصات، من إعلاميين وسياسيين وعلماء اجتماع، في تحديد الوظائف الأساسية التي يضطلع بها التلفزيون. فبينما يرى البعض أنه أداة للترفيه أو التثقيف، يذهب آخرون إلى اعتباره وسيلة استراتيجية لبث الرسائل الأيديولوجية، أو حتى أداة للهيمنة الثقافية الناعمة. والجدير بالذكر أن التلفزيون يتميز عن غيره من الوسائل الإعلامية بقدرته على الجمع بين الصوت والصورة والحركة، ما يجعله وسيطًا قادرًا على التأثير العاطفي والمعرفي في آنٍ واحد، وهو ما يجعله وسيلة فعالة لنشر التكنولوجيا، والأفكار، والتوجهات الحديثة داخل المجتمعات. ولهذا السبب، فإن أغلب الباحثين في مجال الإعلام يعتبرونه من أبرز أدوات تشكيل الثقافة الجماهيرية، ونشر القيم الاجتماعية، والترويج للأنماط الاستهلاكية. ويمكن تلخيص أهم وظائفه في:

أ. **وظيفة التوجيه والإرشاد:** ترتبط عملية التوجيه والإرشاد بتكوين الاتجاهات وفي نفس الوقت أيضا تتطلب عملية تكوين الاتجاهات الفكرية المرغوبة عند الشباب والأطفال لتنسيق بين المسؤولين في التلفزيون والحكومة والمجتمع خاصة إذا كان المجتمع، يمر بمرحلة إصلاح أو تغيير واسع النطاق ، الأمر الذي يترتب عنه ظهور قيم واتجاهات جديدة فيه، ويستطيع التلفزيون أن يؤدي دورا هاما في إكساب الفرد اتجاهات جديدة أو تعديل أو تغيير اتجاهاته القديمة بما يتلاءم مع طبيعة المجتمع التي تسمى بالاتجاهات المرغوبة ويتوقف ذلك على حسن اختيار مادة إعلامية.¹

¹ - ابراهيم عبده الدسوقي، وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية، دار الدنيا للطباعة والنشر، القاهرة، 2005، ص 117.

ب. الوظيفة الاجتماعية للتلفزيون:

يمثل التلفزيون فضاءً للتفاعل الرمزي بين الأفراد والمجتمع، حيث يُسهم في إعادة إنتاج البنية الاجتماعية من خلال ما يبثه من مضامين ثقافية، وسلوكيات، وقيم، يتم تداولها ضمن البرامج والمسلسلات والنشرات الإخبارية. هذه الوسيلة لا تعمل فقط كناقل للمحتوى، بل كوسيط مؤثر في تطبيع القيم الاجتماعية وتوجيه السلوك الجمعي، من خلال ما يُعرف بعملية "الضبط الاجتماعي"¹* في السياق الجزائري، أكدت الباحثة "نجاه قداش" (2009) في دراستها عن دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، أن هذه الوسيلة تُعتبر "أداة من أدوات الاستمرارية الاجتماعية، حيث تسهم في دعم الروابط الأسرية والمجتمعية، وفي الوقت نفسه تعزز الاندماج الاجتماعي من خلال إتاحتها لرسائل موحدة تُشاهد من طرف شرائح مختلفة من السكان.²

ت. وظيفة الإنتاج الفكري للتلفزيون:

يحتل التلفزيون مكانة محورية ضمن وسائل الإعلام الجماهيرية، نظرًا لما يتمتع به من قدرات عالية في التأثير والإقناع، تجعل منه أداة فعالة في عمليات الإنتاج الفكري والثقافي داخل المجتمعات المعاصرة. فبفضل تنوع برامجه، واتساع نطاق بثه، يُعتبر التلفزيون قناة استراتيجية لنقل المعرفة، وتوجيه التفكير، وصياغة الوعي الجمعي. لا يقتصر دور التلفزيون على الجانب الترفيهي فقط، بل يتعداه ليكون منصة لنشر الفكر بمختلف تجلياته، سواء من خلال البرامج الوثائقية، أو البرامج الحوارية ذات الطابع الفكري، أو حتى من خلال الدراما الاجتماعية والتاريخية التي تتضمن أبعادًا ثقافية وقيمية. إن التلفزيون يقدم للمشاهدين مجموعة واسعة من المفاهيم والمعارف، ويُسهم في توسيع أفق الفهم والإدراك لدى الأفراد، خصوصًا عند طرح قضايا معاصرة تهم الشأن المحلي والعالمية

¹ - الضبط الاجتماعي هو العملية التي يتم من خلالها توجيه سلوك الأفراد ومراقبته في إطار المجتمع، وذلك لضمان التزامهم بالقواعد والقيم والمعايير الاجتماعية. ويُمارس هذا الضبط بوسائل مختلفة، منها ما هو رسمي (القوانين والمؤسسات) ومنها ما هو غير رسمي (كالإعلام، الأسرة، الدين، المدرسة...). وقد أكد عالم الاجتماع الأمريكي "إدوارد روس (Edward Ross)" أن الضبط الاجتماعي لا يتم فقط من خلال القانون، بل يشمل أيضًا العادات، التقاليد، والأفكار الدينية، التي تُشكل قوة ضغط على الأفراد للامتثال للسلوك المقبول. أما في السياق الإعلامي، يلعب التلفزيون دورًا مهمًا كأداة للضبط الاجتماعي غير المباشر، حيث يُقدم نماذج سلوكية وقيمية تؤثر في المشاهدين وتوجههم نحو أنماط سلوك تعتبر مقبولة اجتماعياً. كما يساهم الإعلام في "وصم" بعض السلوكيات الأخرى باعتبارها مرفوضة، ما يُسهم في تقوية الانضباط الذاتي للأفراد.

² - نجاة قداش، دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية. الجزائر: دار هومة للنشر، 2009، ص 112.

مثل: الديمقراطية، المواطنة، الهوية، حقوق الإنسان، التنمية المستدامة، وغيرها. وفي السياق ذاته، يعمل التلفزيون على توفير محتوى معرفي مبسّط يُراعي مستويات الفهم المختلفة لدى الجمهور، مما يجعله وسيلة ناجحة في تعميم الثقافة والفكر داخل المجتمع، خاصة في البيئات التي لا تحظى بتقاليد قوية في القراءة أو الوصول إلى المؤسسات التعليمية. وهذا ما يعزّز من وظيفة التلفزيون كمنتج للفكر الشعبي"، أي ذلك الفكر الذي يتشكل خارج الأطر الأكاديمية الصارمة، ولكنه يكتسب تأثيرًا جماهيريًا كبيرًا نظرًا لطريقة تقديمه السلسة والجذابة. كما أن هذه الوظيفة الفكرية لا تتوقف عند إنتاج المعرفة، بل تمتد لتشمل توجيه النقاشات العمومية، وتحديد القضايا ذات الأولوية في الرأي العام، وهو ما يجعل من التلفزيون أداة مهمة في التوجيه الثقافي وإنتاج الفهم الجماعي المشترك حول الظواهر والقضايا المجتمعية¹.

ث. الوظيفة الإعلامية للتلفزيون:

تُعد الوظيفة الإعلامية من أبرز الوظائف التي يضطلع بها التلفزيون، باعتباره وسيلة جماهيرية واسعة الانتشار تُمكن من نقل الأخبار والمعلومات والأحداث الجارية إلى أكبر عدد ممكن من الأفراد في وقت قصير. فالتلفزيون يلعب دورًا محوريًا في ربط المشاهدين بمجريات الواقع المحلي والدولي، من خلال تغطيته المستمرة للوقائع اليومية، سواء في المجالات السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، أو البيئية، وبذلك يتحول إلى جسر للتواصل بين المواطن والعالم الخارجي.

ج. الوظيفة الاجتماعية للتلفزيون:

يقوم التلفزيون بدور بالغ الأهمية في تحقيق الوظيفة الاجتماعية، وذلك من خلال مساهمته في تكوين الانتماء الجماعي، وتعزيز الهوية الوطنية، وترسيخ القيم المشتركة داخل المجتمع. فهو لا ينقل فقط الأخبار أو الترفيه، بل يعمل أيضًا على تشكيل الأنساق الاجتماعية عبر محتوى يعكس ثقافة المجتمع وتقاليد وأعرافه، ويعيد إنتاجها بصور مرئية تُسهّل تمثلها واستيعابها من طرف الجمهور.

¹ - بوسنة، ناصر، دور التلفزيون في تشكيل الوعي الثقافي للمواطن الجزائري. مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 18، 2014، ص 103.

وقد أشار الباحثون إلى أن التلفزيون يُعد بمثابة مرآة اجتماعية، حيث يعكس صورة المجتمع كما يريد صانعو المحتوى أن تظهر، سواء من خلال المسلسلات الاجتماعية، أو البرامج التفاعلية، أو النقاشات العامة، مما يسهم في ضبط السلوك الاجتماعي عبر ترسيخ المعايير والقيم المقبولة اجتماعياً، وهي الوظيفة التي تُعرف في علم الاجتماع الإعلامي بـ «الضبط الاجتماعي»¹.

ح. الوظيفة التعليمية والتثقيفية:

يُعتبر التلفزيون من الوسائل الفعّالة في نقل المعرفة وتيسير العملية التعليمية والتثقيفية، خاصة في المجتمعات التي تعاني من ضعف في البنية التحتية التربوية أو ارتفاع نسب الأمية. ومن خلال البرامج التعليمية الموجهة، والأفلام الوثائقية، والنشرات التثقيفية، يساهم التلفزيون في توسيع مدارك الجمهور، وتقديم محتوى معرفي مبسط يلائم مختلف الفئات العمرية والمستويات الثقافية.

وقد لعب التلفزيون الجزائري دوراً معتبراً في المجال التعليمي، لا سيما خلال جائحة "كوفيد-19"، حين اعتمدته وزارة التربية كوسيلة بديلة لمتابعة الدروس، ما أعاد التأكيد على قيمته التعليمية في الظروف الطارئة. كما أن برامجه الثقافية والأدبية والفكرية تُعد مصدراً لتعليم غير نظامي يثري الثقافة العامة للمواطن.

التلفزيون يمكن أن يلعب دوراً مهماً في العملية التعليمية، خاصة في ظل التحديات التي تواجه النظام التعليمي التقليدي. فهو يوفر محتوى تعليمياً متنوعاً يمكن أن يصل إلى شرائح واسعة من المجتمع، بما في ذلك المناطق النائية التي قد تفتقر إلى المدارس والمعلمين المؤهلين².

¹ - خليفي، أحمد، سائل الإعلام وتشكيل الوعي الاجتماعي في الجزائر. الجزائر: دار خيال، 2017، ص 98.
² - بن زينة، عبد الكريم، لإعلام والتربية في الجزائر: دراسة في التأثير والتفاعل. الجزائر: دار الهدى، 2015، ص 45.

على الصعيد الدولي، تناولت دراسة لروبرت سوسبييه تجارب استخدام التلفزيون في برامج محو الأمية في الولايات المتحدة وبريطانيا، مشيرة إلى أن التلفزيون يمكن أن يكون أداة فعّالة في تحسين معدلات القراءة والكتابة، خاصة عندما يتم دمجها ضمن استراتيجية تعليمية شاملة¹.

كما أكدت منظمة اليونسكو على أهمية التلفزيون كوسيلة تعليمية، خاصة في الدول النامية، حيث يمكن أن يساهم في تحسين جودة التعليم وتوسيع نطاق الوصول إليه. ففي تقرير لها، أشارت إلى أن التلفزيون يمكن أن يكون أداة فعّالة في تعزيز التعليم الأساسي، خاصة في المناطق التي تعاني من نقص في الموارد التعليمية². ومع تطور التكنولوجيا، أصبح من الممكن دمج التلفزيون مع وسائل تعليمية أخرى، مثل الإنترنت والأجهزة المحمولة، مما يزيد من فعاليته كأداة تعليمية. ففي دراسة أجرتها جامعة محمد الخامس بالرباط، تم التأكيد على أن التلفزيون يمكن أن يساهم في بناء ثقافة علمية لدى الأطفال، خاصة عندما يتم تقديم المحتوى بطريقة تفاعلية وجذابة.

خ. الوظيفة الترفيهية للتلفزيون:

يُعد الترفيه من الوظائف الجوهرية التي يؤديها التلفزيون، وهو ما جعله يحتل مكانة مركزية في الحياة اليومية للأفراد والجماعات على حد سواء. فالتلفزيون، يمتلك قدرة فائقة على خلق عوالم افتراضية تتيح للمشاهد الانفصال عن ضغوط الواقع والانغماس في محتوى يثير المتعة والارتياح. ويشمل هذا المحتوى باقة واسعة من البرامج الترفيهية، مثل المسلسلات الدرامية والكوميديا، والأفلام، وبرامج الألعاب والمسابقات، والعروض الموسيقية، وكلها تهدف إلى إشباع الحاجة النفسية للترفيه والتسلية³.

تؤدي الوظيفة الترفيهية دورًا بالغ الأهمية في رسم ملامح الذوق العام، وتحديد اتجاهات المشاهدة لدى الجمهور، لاسيما مع تطور المنافسة بين القنوات المحلية والأجنبية فالتلفزيون لا يُنظر إليه فقط كأداة إعلامية، بل يُعد في نظر العديد من المشاهدين مصدرًا

¹ – Saucier, R, Télévision et alphabétisation: expériences américaines et britanniques dans une perspective québécoise. *Communication Information*, p 98.

²– UNESCO. (n.d.). *L'impact de la télévision éducative sur les jeunes enfants*.

³– بن زينة، عبد الكريم، الإعلام والتربية في الجزائر: دراسة في التأثير والتفاعل. الجزائر: دار الهدى، 2015، ص 46.

رئيسياً للترفيه والراحة النفسية، خاصة في الفضاء العائلي. كما أن الإقبال الكثيف على المحتوى الترفيهي يعكس الحاجة العميقة للجمهور إلى التسلية في ظل التحديات الاجتماعية والاقتصادية اليومية¹.

2.2. البرامج الثقافية التلفزيونية:

✓ ماهية البرامج الثقافية:

ويمكن تعريف البرامج الثقافية بأنها البرامج ذات الطبيعة الخاصة التي تتوجه أساساً إلى الجمهور بهدف التثقيف العام والخاص، ونقصد بالخاص الذي يتوجه إلى الصفوة من السياسيين أو الأدباء أو العلماء، والبرامج الثقافية تتمثل في طبيعة الانتشار الثقافي من الكبار إلى الصغار في حركة ديناميكية، كما تقوم على نماذج لها قدر من العمومية وعلى تبسيط المعارف، والخبرات تبعاً للقدرات في مراحل النمو المختلفة، وبصورة مختلفة، وبعبارات مختلفة عن تلك التي تستعمل في الحياة اليومية.

كما أن البرامج الثقافية حسب الأستاذ عزي عبد الرحمن تتدرج ضمن ما يُعرف بـ "النموذج الإعلامي الحضاري"²، الذي يُعنى بالحفاظ على القيم الثقافية وتوجيه الذوق العام وتعزيز الانتماء، وذلك في سياق ما سماه بـ «الوظيفة المعنوية للإعلام»³.

كما أكد الباحث محمد عبد الحميد في كتابه *الاتصال والإعلام الجماهيري* أن البرامج الثقافية تلعب دوراً جوهرياً في نشر الثقافة العامة، وتوفير منصة للحوار بين الثقافات، إضافة إلى كونها وسيلة فعالة للتنشئة الاجتماعية، خاصة في المجتمعات التي تعرف تحولات قيمة متسارعة⁴.

¹ - قطار، عبد العزيز، *الإعلام والجمهور في الجزائر: دراسة تحليلية*. الجزائر: دار النشر الجامعي، 2012، ص 86.

- *النموذج الإعلامي الثقافي هو أحد النماذج النظرية التي تنبثق من دراسات علوم الإعلام والاتصال، ويقوم على تصور الإعلام كأداة لنقل وتمثيل الثقافة داخل المجتمع، لا مجرد وسيلة لنقل الأخبار والمعلومات. في هذا الإطار، يُنظر إلى وسائل الإعلام على أنها وسيط فاعل في تشكيل الهوية الثقافية وتعزيز الانتماء الجماعي، من خلال عرض المحتويات التي تعبر عن القيم والتقاليد والرموز الثقافية المحلية. ويتميز هذا النموذج بتركيزه على الأبعاد المعنوية والرمزية للإعلام، بما في ذلك اللغة، الفن، التراث، والهوية، عكس النماذج الاتصالية الأخرى التي تركز غالباً على التأثير السياسي أو التجاري.

بحسب **عبد الرحمان عزي**، يُعتبر النموذج الإعلامي الثقافي نموذجاً "حضارياً"، لأنه يسعى إلى تحقيق التماسك الاجتماعي عبر إبراز المكونات الثقافية المشتركة، ومقاومة التغريب والذوبان في الثقافة العالمية. ويُعد هذا النموذج مناسباً بشكل خاص للمجتمعات الساعية إلى الحفاظ على خصوصيتها الثقافية في ظل العولمة، حيث تلعب البرامج الثقافية دوراً محورياً في بناء الرأي العام المستنير والمثقف، من خلال التفاعل بين الإعلام والجمهور في إطار من القيم والمرجعيات الحضارية.

³ - عبد الرحمان عزي، *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير*، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2007، ص. 112.

⁴ - محمد عبد الحميد، *الاتصال والإعلام الجماهيري*، القاهرة: عالم الكتب، 2004، ص. 215.

وفقًا لما أشار إليه يونس عبد الحميد، فإن هذه البرامج تسعى إلى تسهيل المحتوى الثقافي عبر تبسيط المصطلحات، وتوظيف رموز وعبارات تختلف عن اللغة المستخدمة في الحياة اليومية، ما يجعلها أكثر قربًا من المتلقي. ويُنظر إلى هذه البرامج، في ضوء النموذج الإعلامي الثقافي، كوسيلة لترسيخ الهوية والانتماء، إذ تلعب دورًا في نشر القيم والمعرفة، مستفيدة من الوسائط المتعددة لبث رسائلها التربوية والتنويرية بطريقة جذابة ومناسبة لمختلف مراحل النمو الذهني والاجتماعي.

كما تعرف البرامج الثقافية التلفزيونية على أنها تلك التي تهدف إلى نشر المعرفة الجادة المرتبطة بالمجال الفكري والفني، من خلال تقديم محتويات تتناول الأدب، الفلسفة، الفنون الجميلة، التاريخ، والموسيقى الكلاسيكية. وغالبًا ما تستند هذه البرامج إلى لغة رصينة وخطاب موجّه لفئة من الجمهور تحمل اهتمامات معرفية عميقة وتتدرج ضمن الجهود الإعلامية التي تسعى لتعزيز الوعي العام عبر محتوى يُعطي من شأن الفكر والإبداع البشري¹.

ويشير Scannell & Cardiff إلى أن البرامج الثقافية في التلفزيون البريطاني مثلًا كانت تعتبر بمثابة وسيلة لترسيخ "الثقافة العليا" في المجتمع، عبر دمج مضامين أكاديمية أو شبه أكاديمية في البث العام، لتربية الذوق العام ورفع مستوى الوعي الثقافي. وهذا ما يجعل البرامج الثقافية تختلف عن الأنواع الأخرى من حيث الأهداف، حيث تسعى إلى الإثراء لا الترفيه فقط، وتخضع غالبًا لتخطيط تحريري مدروس لتقديم محتوى يتسم بالعمق والاتساق المفاهيمي². تُعرف البرامج الإعلامية الثقافية إجرائيًا بأنها نوع من المضامين الإعلامية المنتجة وفق أهداف معرفية وتنويرية، تُبث عبر وسائط الإعلام المختلفة (كالإذاعة، التلفزيون، الصحافة، والمنصات الرقمية)، وتهدف بشكل أساسي إلى نشر الثقافة، تعزيز الوعي، وتوسيع المدارك الفكرية لدى الجمهور. وتتميز هذه البرامج بتركيزها على موضوعات ذات طابع فكري، علمي، فني، أدبي، أو حضاري، وتُصمم بأسلوب يخاطب العقول ويدفع المتلقين إلى التفكير النقدي والتحليلي، مع الحرص على تبسيط المعارف وتقديمها في قوالب إعلامية جذابة وسهلة الفهم.

¹ -Gripsrud, J. (1999). *Television and Common Knowledge*. Routledge, p350.

² - Scannell, P., & Cardiff, D. (1991). *A Social History of British Broadcasting: 1922–1939*. Basil Blackwell, p 147.

كما تشتمل البرامج الثقافية على مجموعة من السمات والعناصر التي تميزها عن غيرها من البرامج الإعلامية، من أبرزها: الاعتماد على مصادر معرفية موثوقة، الاستعانة بخبراء ومفكرين وأكاديميين، استخدام أساليب عرض تراعي البعد الجمالي والمعرفي معاً، واستهداف فئات نوعية من الجمهور، غالباً ما تكون من المثقفين أو المهتمين بالثقافة العامة. كما تتميز هذه البرامج بتقديم محتوى يتسم بالعمق، ويرتبط بقضايا الهوية، والتراث، والفكر الإنساني، والمستجدات العلمية، وغالباً ما تتخذ طابع الحوار، التحقيق، التحليل، أو العرض التفسيري. ولا تقتصر البرامج الثقافية على الجانب النخبوي فقط، بل تمتد أيضاً لتخاطب الجمهور العام عبر ما يُعرف بثقافة التبسيط، حيث تُقدّم الموضوعات المعقدة بطريقة مبسطة وشائقة، لتلائم مختلف المستويات التعليمية، وتُسهم في بناء وعي ثقافي عام، يرسخ القيم الجمالية والمعرفية، ويعزز الانتماء للهوية الثقافية، ويشجع على الانفتاح على الثقافات الأخرى في إطار من التفاعل الإيجابي.

بناءً عليه، فإن البرامج الإعلامية الثقافية تمثل أداة استراتيجية في يد المؤسسات الإعلامية، تُمكنها من أداء أدوارها التربوية والمعرفية، وتسهم في التنمية الفكرية للمجتمع، كما تشكل فضاءً حيويًا لتبادل الأفكار والرؤى حول مختلف القضايا الثقافية، مما يمنحها بعداً تفاعلياً يتجاوز حدود البث التقليدي إلى فضاء الحوار والمشاركة المجتمعية.

❖ المبحث الثالث: أنواع وأهداف البرامج الثقافية.

1. أنواع البرامج الثقافية:

يُعد التوازن بين الشكل والمضمون من الركائز الأساسية في نجاح البرامج الثقافية التلفزيونية، إذ لا يمكن لأي برنامج ثقافي أن يؤدي وظيفته التثقيفية والتنويرية ما لم يُقدّم مضمونًا ثريًا بقالب فني جذاب يتناسب مع طبيعة الوسيلة الإعلامية التلفزيونية. فالعلاقة بين الشكل والمضمون في هذا السياق علاقة تكاملية لا يمكن الفصل بين طرفيها، حيث يؤثر كل منهما في الآخر بشكل مباشر. فالمضمون الثقافي في البرامج التلفزيونية يتضمن الأفكار، المعلومات، القيم، والرموز التي يُراد إيصالها إلى الجمهور. وقد يكون هذا المضمون أكاديميًا، تراثيًا، أدبيًا، علميًا أو فنيًا. ولكن ثراء المضمون وحده لا يكفي لضمان فعالية البرنامج، ما لم يُقدّم بأسلوب يراعي طبيعة المتلقّي التلفزيوني، الذي يتفاعل بدرجة كبيرة مع الصورة والإخراج واللغة البصرية.

هنا يأتي دور الشكل التلفزيوني، الذي يشمل عناصر مثل الإخراج، الإضاءة، المونتاج، زوايا التصوير، نوعية الخطاب البصري، وطريقة التقديم (مذيع، تعليق صوتي، حوار، دراما وثائقية). فالشكل ليس مجرد إطار جمالي بل هو أداة جوهرية في بناء المعنى وتوجيه التأثير. فعلى سبيل المثال، يمكن لمعلومة تاريخية جامدة أن تتحول إلى مادة مشوقة إذا ما تم تقديمها ضمن وثائقي بصري مدعم بالمشاهد الأرشيفية والرسوم التوضيحية والصوتيات المناسبة. كما أن اختيار القالب الفني (مجلة تلفزيونية، حوار، وثائقي، دراما قصيرة) يجب أن يتم بما يخدم المضمون لا أن يطغى عليه. فالبرنامج الثقافي الناجح هو الذي يخلق نوعًا من التوازن بين العمق المعرفي والمرونة في العرض، بحيث لا يُشعر المشاهد بالملل أو بالتعالى الثقافي، بل يجذبه ويحفّزه على التفاعل.

من جهة أخرى، هناك تحديات تتعلق بضرورة تبسيط بعض المضامين الثقافية دون الإخلال بجوهرها، وهو ما يتطلب حنكة في صياغة الرسالة الثقافية بأسلوب مفهوم بصريًا، دون أن تفقد دقتها أو قيمتها الفكرية. ولهذا تُعتبر المهارات الإخراجية والإعلامية من المقومات الأساسية لإنجاح البرامج الثقافية، إلى جانب الدراية بالمحتوى الثقافي ذاته.

قامت منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو) بتقديم تصنيف مرجعي مهم للبرامج الثقافية التلفزيونية، بهدف ضبط المفهوم وتحديد مجالاته ضمن الإنتاج الإعلامي، وذلك في إطار دعمها للتعددية الثقافية ونشر القيم الإنسانية والمعرفة عبر وسائل الإعلام. وقد قُسم هذا التصنيف إلى فئتين رئيسيتين¹:

• البرامج الثقافية المنبثقة من التلفزيون نفسه:

ويقصد بها البرامج التي يُنتجها التلفزيون من داخله كمادة ثقافية متكاملة، دون أن تكون مقتبسة أو معاد إنتاجها من مصادر خارجية. وتشمل هذه الفئة:
البرامج الوثائقية والأفلام الثقافية:

تُعرض هذه البرامج عادةً على شكل سلاسل تتكون من عدد محدد من الحلقات (13، 26، أو 52 حلقة)، وتتناول موضوعات متنوعة مثل التاريخ، الأدب، الفنون، العلوم، والمجتمع. وتتميز بعمق المحتوى ودقة المعلومات، إلى جانب الإخراج الجذاب الذي يشجع المشاهد على المتابعة والتفاعل.

• الحلقات الموجهة للجمهور العام:

تهدف هذه البرامج إلى تبسيط الثقافة وجعلها في متناول جميع فئات المجتمع. وتتناول قضايا ثقافية عامة أو معلومات معرفية بأسلوب سهل وواضح، مما يساهم في رفع الوعي العام دون الحاجة إلى خلفية أكاديمية متخصصة لدى المشاهد.

• المجلات الثقافية المتخصصة:

تشبه هذه البرامج المجلات الورقية، لكنها تقدم بصيغة مرئية وتعرض بشكل دوري (أسبوعيًا أو شهريًا). وتحتوي على عدة فقرات مثل: عرض كتب جديدة، لقاءات مع مفكرين، تقارير من ندوات أو معارض. وهي مناسبة لمن يفضل التنوع داخل الحلقة الواحدة.

• البرامج الثقافية المباشرة:

تركز هذه البرامج على تغطية الأحداث الثقافية وقت حدوثها، مثل المؤتمرات، الندوات، العروض المسرحية، أو افتتاح المعارض. وتتميز بتقديم الحدث للجمهور مباشرة أو بعد تسجيله بفترة قصيرة، مما يشعر المشاهد بالمشاركة الفعلية في الحياة الثقافية.

¹ - اليونسكو، البرامج الثقافية في التلفزيون: دراسة للبحث الثقافي في 19 دولة. باريس: منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، 1976.

• البرامج الثقافية المُعدّة خصيصًا للتلفزيون:

وهي برامج يتم تصميمها وإنتاجها من البداية لتخدم غايات تعليمية أو تثقيفية، وتكون موجّهة عادةً لفئات معينة من الجمهور.

• البرامج التثقيفية والتعليمية:

تُعد البرامج التثقيفية والتعليمية من بين أهم أنواع البرامج الثقافية التي يتم إعدادها خصيصًا للتلفزيون، حيث تُبث غالبًا ضمن خطط تعليمية منظمة، سواء كانت رسمية تابعة للمؤسسات التربوية أو غير رسمية في إطار الحملات التوعوية والمبادرات الاجتماعية. وتتناول هذه البرامج موضوعات متنوّعة مثل تعليم اللغات، محو الأمية، التثقيف الصحي والبيئي، إضافة إلى المهارات المهنية والحياتية. ويُراعى في تصميم هذه البرامج أن تُقدّم بأسلوب منهجي متدرّج، يبدأ من الأساسيات وينتقل تدريجيًا نحو المهارات الأعلى، ما يتيح للمشاهد إمكانية التعلّم الذاتي بطريقة مبسطة وشاملة في آنٍ واحد. وتهدف هذه البرامج إلى رفع مستوى الوعي والمعرفة لدى الجمهور، خاصة الفئات التي قد لا تصلها الخدمات التعليمية التقليدية.

• البرامج الموجهة للفئات الخاصة (كالأطفال أو كبار السن):

تُعد البرامج الثقافية الموجهة للفئات الخاصة، كالأطفال وكبار السن، من أبرز أشكال الإعلام الثقافي الذي يراعي الخصوصيات النفسية والاجتماعية والمعرفية لهذه الفئات. فهذه البرامج تُصمّم بأساليب مدروسة تراعي مستوى الفهم، وطبيعة الاهتمامات، وقدرات الاستيعاب لدى كل فئة، مع التركيز على الجوانب التفاعلية والجمالية التي تسهم في جذب الانتباه وتحفيز التفكير. فبرامج الأطفال مثلًا تمزج بين الترفيه والتعليم، وتسعى لغرس القيم الثقافية والوطنية وتنمية مهارات التعبير والاكتشاف لديهم، في حين تُقدّم البرامج الموجهة لكبار السن بطريقة هادئة وثرية معرفيًا، تأخذ بعين الاعتبار الجوانب الصحية والاجتماعية وتُشعرهم بفاعليتهم داخل المجتمع. وتهدف هذه البرامج عمومًا إلى إشراك هذه الفئات في الحياة الثقافية، وتعزيز إحساسهم بالانتماء، وتنمية ذائقتهم المعرفية والجمالية في مختلف مجالات الثقافة.

تتنوع تصنيفات البرامج الثقافية التلفزيونية في الأدبيات الأكاديمية والإعلامية بحسب طبيعة المضمون (معرفي، تخصصي، تعليمي)، الشكل الفني (وثائقي، حوار، مجلة)، والجمهور المستهدف (أطفال، كبار، فئات خاصة). كما تُصنف بحسب مصدر الإنتاج إلى برامج أصلية أو مقتناة. وتهدف هذه التصنيفات إلى تنظيم المحتوى الثقافي وضمان فعاليته في تحقيق الأثر المعرفي والتوعوي.

أ. حسب المضمون:

1. **برامج المعرفة العامة:** تُعنى بتقديم محتوى ثقافي متنوع يغطي مجالات مثل التاريخ، الجغرافيا، الأدب، والفنون، بأسلوب مبسط وسلس يراعي مختلف مستويات الفهم، وهي موجهة أساسًا للجمهور العريض بهدف تعزيز الثقافة العامة ونشر الوعي المجتمعي بأسلوب مشوّق ومفهوم.
2. **البرامج التخصصية:** هي نوع من البرامج الثقافية التي تتناول موضوعات دقيقة ومحددة مثل الأدب، السينما، المسرح، أو الفلسفة، وتُقدّم بلغة تحليلية معمقة تستهدف جمهورًا من المهتمين أو المختصين في المجال، مما يساهم في إثراء النقاش الثقافي وتعميق الفهم في مجالات معرفية متخصصة.
3. **البرامج التوعوية والتوجيهية:** تسعى إلى ترسيخ قيم ثقافية واجتماعية هادفة، مثل الحفاظ على التراث، حماية البيئة، تعزيز الهوية الوطنية، والتشجيع على قيم التعايش والحوار. وتُقدّم هذه البرامج بأساليب مبسطة ومحفّزة لرفع الوعي المجتمعي وتحقيق أثر إيجابي في سلوكيات الأفراد.
4. **البرامج التعليمية:** تهدف إلى نقل معارف ومهارات محددة بطريقة منهجية ومنظمة، وغالبًا ما ترتبط بمضامين تربوية أو تكوينية مثل تعليم اللغات، محو الأمية، أو التدريب على مهارات مهنية. وتُقدّم بأسلوب مبسّط وتدرجي يراعي الفروق الفردية، ما يجعلها أداة فعالة لتعزيز التعلم الذاتي وتوسيع فرص التكوين خارج الأطر التقليدية.

ب. حسب الشكل الفني:

1. **البرامج الوثائقية:** تُعد من أكثر الأشكال تأثيرًا في الإعلام الثقافي، إذ تعتمد على السرد البصري المدعوم بالصور والمقاطع الأرشيفية، وتوظف تقنيات التحقيق والاستقصاء لتقديم معلومات معمّقة بأسلوب سينمائي جذاب أو سردي تحليلي، مما يمنح المشاهد تجربة معرفية غنية وموثوقة.

2. **البرامج الحوارية الثقافية (Talkshows):** تُعنى بفتح فضاءات للنقاش الفكري والفني من خلال استضافة مثقفين، فنانيين، وفاعلين في المجال الثقافي، لمناقشة قضايا آنية أو إشكالات معرفية. وغالبًا ما تُبث هذه البرامج مباشرة أو بتسجيل شبه مباشر، ما يمنحها طابعًا تفاعليًا وحيويًا يعكس تنوّع الآراء وثراء المحتوى الثقافي.

3. **المجلات الثقافية التلفزيونية:** تُقدّم في شكل حلقات مركبة تتضمن فقرات متنوعة مثل تقارير ميدانية، لقاءات مع شخصيات ثقافية، عروض كتب، وتغطية فعاليات أو أحداث فنية. وتمتاز بتنوع محتواها وسرعة إيقاعها، ما يجعلها قادرة على جذب جمهور واسع وتقديم صورة بانورامية عن المشهد الثقافي المحلي والدولي.

4. **البرامج التفاعلية:** تُعد من أبرز أشكال الإعلام الثقافي الحديث، حيث تتيح للمشاهدين فرصة التفاعل والمشاركة المباشرة، سواء من خلال المسابقات الثقافية أو عبر المداخلات الهاتفية والتعليقات الحية. وتهدف هذه البرامج إلى تعزيز التواصل بين الجمهور والمحتوى، مما يساهم في رفع مستوى الاهتمام والانخراط في القضايا الثقافية.

ت. حسب الفئة المستهدفة:

1. **البرامج الموجهة للكبار:** تهتم بتناول موضوعات فكرية وفلسفية ذات طابع معمّق، وتُقدّم بأسلوب تحليلي يستهدف جمهورًا ناضجًا يمتلك استعدادًا للتفاعل مع قضايا ثقافية معقدة. وتشمل هذه البرامج نقاشات حول القيم، الهوية، التحولات الاجتماعية، والإنتاجات الأدبية والفنية، مما يساهم في رفع مستوى الوعي الثقافي لدى فئة الراشدين.

2. **برامج الأطفال واليافعين:** تُصمَّم بأسلوب مبسط ومشوّق يتناسب مع مستوياتهم العمرية والمعرفية، وتهدف إلى تنمية الحس الثقافي لديهم من خلال تقديم محتوى تربوي وترفيهي في آن واحد. كما تسعى هذه البرامج إلى غرس القيم الإيجابية مثل احترام الآخر، حب الوطن، الفضول المعرفي، وتشجيع الإبداع والاكتشاف.

3. **البرامج المخصصة لكبار السن:** تُراعي خصوصيات هذه الفئة من حيث بطء الإيقاع، وضوح اللغة، وملاءمة المواضيع، حيث تركز غالبًا على الذكريات الجماعية، التراث الثقافي، والتقاليد الاجتماعية. وتهدف إلى تعزيز شعورهم بالانتماء والاهتمام، وتحفيز ذاكرتهم الثقافية والاجتماعية، مع الحفاظ على تواصلهم مع محيطهم الثقافي والإعلامي.

ث. حسب مصدر الإنتاج:

1. **البرامج الأصلية:** هي تلك التي تُنتج بالكامل داخل المؤسسة التلفزيونية، انطلاقًا من الفكرة والكتابة إلى التصوير والإخراج. وتُعد هذه البرامج انعكاسًا لهوية القناة ورؤيتها الثقافية، إذ تتيح لها التحكم الكامل في المحتوى والأسلوب، مما يعزز من قدرتها على تقديم مادة إعلامية تتماشى مع خصوصيات المجتمع وثقافته.

2. **البرامج المعاد بثها:** هي مواد إعلامية يتم الحصول عليها من جهات إنتاج خارجية، سواء عبر الشراء أو التبادل، أو تُعاد بثها من أرشيف القناة نفسها أو من قنوات أخرى. وتُستخدم هذه البرامج غالبًا لتغطية النقص في الإنتاج الداخلي أو لتوفير محتوى ثقافي جاهز يلبي اهتمامات الجمهور دون الحاجة لإعادة إنتاجه محليًا.

2. أهداف البرامج الثقافية:

أهداف البرامج الثقافية التلفزيونية لا تقتصر على مجرد عرض معلومات أو تقديم محتوى ترفيهي، بل تتجاوز ذلك لتلعب دورًا محوريًا في تشكيل وعي المجتمع وتعزيز بنيته الفكرية والقيمية. فهي تسعى إلى تحقيق مجموعة من الغايات المتكاملة ذات أبعاد معرفية، اجتماعية، وتنموية، ما يجعلها أداة استراتيجية في الإعلام المعاصر¹.

- **نشر الثقافة والمعرفة** من خلال تبسيط المعلومة وتقديمها بأسلوب جذاب، ما يساعد على توسيع قاعدة الوعي لدى الجمهور وتعميق فهمه لقضايا الفكر والفن والتراث. وثانيًا، تسهم في ترسيخ الهوية الثقافية والوطنية من خلال إبراز الموروث الشعبي والعادات والتقاليد، والتأكيد على الخصوصية الثقافية في ظل العولمة.
- **تعزيز التفكير النقدي والحوار المجتمعي**، إذ تفتح فضاءات للنقاش وتبادل الآراء حول قضايا فكرية وفنية وفلسفية، وهو ما يدعم حرية التعبير ويغذي النقاش العام. كما تسعى إلى تنمية الذوق الفني والجمالي عبر تقديم محتوى راقٍ يرتقي بالحس الإبداعي لدى الجمهور، ويشجع على تذوق الإنتاجات الثقافية بأنواعها².
- **المساهمة في التكوين والتثقيف المستمر**، خاصة من خلال البرامج التعليمية التي تقدم محتويات تساعد على محو الأمية أو تطوير المهارات، وهو ما يجعل الثقافة في متناول الجميع، خارج الأطر المدرسية أو الأكاديمية. كذلك تهدف هذه البرامج إلى تعزيز قيم التعدد والانفتاح الثقافي، من خلال عرض ثقافات متنوعة وتشجيع التبادل والتواصل مع الآخر.
- **تشجيع الإنتاج الثقافي المحلي**، حيث تُعد منصة للتعريف بالمبدعين المحليين والترويج لأعمالهم، مما يدعم الحركة الثقافية الوطنية ويحفز الإبداع في المجتمع. كما أنها تواكب الفعاليات الثقافية والفنية، مما يساهم في تنشيط الحياة الثقافية وربط المواطن بما يجري في محيطه.

¹ - زروقي، عادل، البرامج الثقافية في التلفزيون الجزائري ودورها في تنمية الوعي الثقافي. مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 08، 2016، ص 86.

² - طيب، صابرينة، البرامج الثقافية في القناة الجزائرية: دراسة وصفية تحليلية. مذكرة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2014، ص 80.

• **نشر الثقافة والمعرفة:** يُعد نشر الثقافة والمعرفة من أبرز الأهداف التي تسعى البرامج الثقافية التلفزيونية إلى تحقيقها، حيث تعمل على تعميم المعلومة الثقافية وجعلها في متناول مختلف شرائح المجتمع، من خلال تقديم موضوعات ترتبط بالفكر، الفن، الأدب، والعلم بأسلوب مبسط وجذاب. ويرى *Jean Caune* أن الوسائط السمعية البصرية، وخاصة التلفزيون، تمتلك قدرة هائلة على نقل الرموز والمعاني الثقافية إلى جمهور واسع، مما يجعلها أداة فعالة في بناء الوعي الجماعي وتوسيع دائرة الاهتمام بالثقافة لدى العامة. فالتلفزيون، حسب تحليله، لا ينقل فقط المعلومات، بل يُسهم في إعادة تشكيل التمثلات الثقافية¹ لدى المتلقي، ويُعتبر وسيطاً حيوياً بين النخبة الثقافية والجمهور العريض².

• **ترسيخ الهوية الثقافية وتعزيز الانتماء الوطني:** إذ تعمل البرامج الثقافية التلفزيونية على إبراز القيم الاجتماعية، والتقاليد، والموروثات المحلية التي تُشكّل جوهر الذات الجماعية. ومن خلال تقديم محتوى يعكس خصوصية الثقافة الوطنية ويربطها بالبعد الإنساني العام، تُسهم هذه البرامج في بناء وعي ثقافي يُحصّن الجمهور من الذوبان في ثقافات مستوردة أو نمطية، حين تُصاغ بعناية وتُنْتَج برؤية محلية، تُمكن المتلقي من التعرف على ذاته الثقافية من خلال شاشة التلفزيون، وتعيد الاعتبار للهوية الوطنية في ظل التغيرات المجتمعية والانفتاح الإعلامي. كما تضطلع بدور توعوي يُعيد ربط المواطن بترائه وهويته الرمزية، مما يُعزز من تماسكه الاجتماعي والشعور بالانتماء.

¹ مصطلح التمثلات الثقافية (Représentations culturelles) يُعد من المفاهيم المحورية في علوم الإعلام والاتصال، وعلم الاجتماع الثقافي. يشير إلى الصور الذهنية والتصورات التي يبنيها الأفراد أو الجماعات حول عناصر ثقافية معينة (كالقيم، الهوية، اللغة، الفن، الدين...)، والتي تتأثر بخلفياتهم الاجتماعية والمعرفية، وبما يتلقونه من رسائل إعلامية وتربوية.

التمثلات ليست مجرد "آراء" أو "معارف"، بل هي بُنى ذهنية تؤثر في كيفية إدراك الناس للعالم وفهمهم له، وتتشكل من خلال التجربة اليومية، التربية، الخطاب الإعلامي، والعلاقات الاجتماعية. وتلعب وسائل الإعلام، خاصة التلفزيون، دوراً كبيراً في صياغة هذه التمثلات أو إعادة إنتاجها، إما بتكريس الصور النمطية أو بإحداث تغيير في وعي الأفراد.

² -Caune, J. (1999). *Pour une éducation au média: la télévision et la culture*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

• **تحفيز التفكير النقدي وفتح مجالات الحوار:** حيث لا تقتصر وظيفتها على نقل المعلومة، بل تتجاوز ذلك إلى تشجيع المشاهدين على التحليل والتأمل وتكوين مواقف مستقلة تجاه القضايا المطروحة. لأن التلفزيون يعتمد خطابًا ثقافيًا عقلانيًا تمكّن الجمهور من تجاوز الاستهلاك السلبي للمضامين، نحو تمثيلات أكثر وعيًا ونقدًا. حين يفتح المجال للنقاش والتعددية، يوفر بيئة خصبة لممارسة الفكر، ويحفّز الفرد على إعادة بناء معارفه ومراجعة أفكاره في ضوء ما يُعرض عليه من أطروحات ووجهات نظر¹.

• **تشجيع الإنتاج الثقافي المحلي:** من خلال إتاحة مساحة لعرض أعمال المثقفين والمفكرين والفنانين المحليين، والتعريف بإبداعاتهم على نطاق واسع. فهذا النوع من البرامج يساهم في دعم الحراك الثقافي الداخلي وتعزيز حضور الثقافة الوطنية في الفضاء العام، إذ أن المؤسسات الإعلامية حين تهتم بالمبدعين المحليين وتُخصص لهم منابر للتعبير، فإنها تُسهم في بناء مناخ إبداعي حيوي يربط بين الجمهور وصنّاع الثقافة. كما أن إبراز الإنتاج المحلي يعزز من الثقة بالذات الثقافية ويحفّز على المزيد من الإبداع، في ظل منافسة الإنتاجات المستوردة².

• **تنمية الذوق الفني والجمالي:** من الوظائف الجوهرية التي تضطلع بها البرامج الثقافية التلفزيونية، إذ تسعى إلى الارتقاء بالذائقة العامة من خلال تقديم محتوى راقٍ يعرض أشكالًا متعددة من الإنتاجات الأدبية، الموسيقية، والمسرحية. كما أن الوسائط الإعلامية، لا سيما التلفزيون، تمتلك قدرة على تشكيل الحس الجمالي لدى الجمهور من خلال انتقاء مضامين فنية ذات جودة عالية، تُسهم في تعريف الأفراد بمختلف أنماط التعبير الفني، وتقريبهم من التجارب الإبداعية الراقية. كما تساعد هذه البرامج على تحرير الذوق العام من الابتذال والتسطيح، وتوجيهه نحو قيم الجمال والتنوع الثقافي³.

¹- Meunier, J.-P. (1994). *Médias et éducation critique: Pour une lecture active des médias*. Bruxelles: De Boeck Université .

²- عبد المجيد، ليلي، الإعلام الثقافي: المفاهيم والأسس. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2006، ص 65.

³- عجبنة، علي، ثقافة الإعلام وإعلام الثقافة. بيروت: دار الهادي، 2007، ص 52.

خلاصة الفصل الثاني:

تُعد البرامج الثقافية التلفزيونية أحد أبرز مظهرات الصناعة الثقافية المعاصرة، حيث تتقاطع فيها الأبعاد الإعلامية، الاقتصادية، والتربوية ضمن منطوق الإنتاج الثقافي الجماهيري. فبفضل التقدم التكنولوجي والتحويلات التي مست المنظومات الاتصالية، أصبحت الثقافة لا تُنتج فقط من قبل النخب الفكرية والمؤسسات التقليدية، بل باتت جزءًا من اقتصاد الإعلام الذي يسعى لتسويق المعنى والرمز كسلعة قابلة للاستهلاك والتأثير الجماهيري.

تُظهر الصناعة الثقافية، بمفهومها كما طوّره أدورنو وهوركهايمر، كيف تتحول الثقافة إلى منتج مُمنهج يهدف إلى التأثير في المتلقي أكثر من تثقيفه، وهو ما يجعل البرامج الثقافية اليوم تقع بين التثقيف الحقيقي والتسليع الرمزي. غير أن هذه البرامج، رغم ذلك، لا تزال تحتفظ بإمكانات هائلة في إعادة تشكيل الوعي الثقافي، ونقل المعارف، وتعزيز الهوية الوطنية، خاصة عندما تُنتج برؤية تحترم الخصوصية المحلية وتستثمر في الإبداع الأصيل.

كما تُسهم هذه البرامج في تشجيع الإنتاج الثقافي المحلي، وتنمية الذوق الفني والجمالي، وفتح مساحات للحوار والتفاعل مع قضايا الفكر والفن والمجتمع، مما يجعلها من أدوات البناء الثقافي داخل الفضاء العام. ورغم التحديات المرتبطة بضعف التمويل، وقلة التخصص، وهيمنة البعد الترفيهي في الخطاب الإعلامي، فإن البرامج الثقافية لا تزال تمثل رافعة أساسية في مشروع التنمية الثقافية المستدامة، خاصة في المجتمعات التي تشهد تحولات اجتماعية وتكنولوجية متسارعة.

إن التوفيق بين متطلبات السوق الإعلامي، والرسالة التثقيفية، يبقى التحدي الأبرز أمام صانعي البرامج الثقافية، مما يستدعي دعمًا مؤسسيًا واستراتيجيًا إنتاج تُراعي التوازن بين الجودة والجاذبية.

❖ الفصل الثالث: ماهية القيم والقيم الثقافية.

تمهيد:

في كل مجتمع، تنبع من أعماق التجربة الإنسانية منظومة خفية من المعايير التي ترسم للناس طريقهم في التفكير، والسلوك، والتفاعل. هذه المنظومة التي نُطلق عليها اسم "القيم" ليست مجرد كلمات محفوظة أو شعارات تروّج في الفضاء العام، بل هي نبض داخلي يوجه الأفراد والجماعات في خياراتهم اليومية، كما في مواقفهم المصيرية.

القيم تُعلّم، وتُكتسب، وتُعاد صياغتها باستمرار. فهي تنشأ من رحم الثقافة، لكنها لا تبقى حبيسة الماضي، بل تتفاعل مع الحاضر، وتتغير في ضوء التحولات الاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية. وقد يحدث أحياناً أن يعيش الفرد بين قيم متوارثة وأخرى مكتسبة من عوالم جديدة، مما يخلق في داخله حواراً مستمراً، وربما توتراً، بين الانتماء والتجديد، بين الثبات والتغيير.

تُعدّ القيم الثقافية مرآة تعكس رؤية المجتمع للعالم، وتحدد ما يعتبره هذا المجتمع مقبولاً أو مرفوضاً، فاضلاً أو دونياً، مشروعاً أو محرماً. ومن خلال هذه القيم، تُبنى الهويات، وتتشكل الممارسات، وتُبرر السلوكيات. وهي ليست جامدة، بل تعبر عبر الأجيال حاملة في طياتها بصمات التاريخ، وروح المكان، وإرادة التغيير.

في هذا الفصل، سنحاول أن نُقارب مفهوم القيم من زاوية علمية وإنسانية، نحلل مكوناتها، ونستعرض أهم التصنيفات والنظريات التي تناولتها، ثم نغوص أكثر في القيم الثقافية باعتبارها مرآة للوعي الجمعي ومؤشراً على الديناميكية التي يعرفها أي مجتمع. هدفنا ليس فقط أن نفهم ماهية القيم، بل أيضاً كيف تتحرك وتتفاعل وتُعيد إنتاج ذاتها في سياقات مختلفة.

❖ المبحث الأول: مفهوم القيم وتصنيفاتها.

1. مدخل مفاهيمي عن القيم:

• لغتنا:

تُشتق كلمة "القيم" من الجذر الثلاثي (ق-و-م)، وهو أصل دلالي غني في اللغة العربية، يُشير إلى الثبات والاستقامة و "ما يُعدّ به الشيء ويُقوّم".

قال الله تعالى: ﴿ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ فَلَا تَظْلِمُوا فِيهِنَّ﴾ التوبة: 36.

وقال تعالى: ﴿أَمَرَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ﴾ يوسف: 40.

وقال تعالى: ﴿ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ﴾ الروم: 30.

وقال تعالى: ﴿فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ الْقَيِّمِ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَ يَوْمٌ﴾ الروم: 43.

وقال تعالى: ﴿قِيَمًا لِيُنذِرَ﴾ الكهف: 2.

وقال تعالى: ﴿فِيهَا كُتِبَ قِيَمَةٌ﴾ البينة: 3.

ومعنى القيم في سورة الروم؛ أي: المستقيم الذي لا عوج فيه عن الحق والخير ومحاسن الأخلاق والسلوك؛ أي: فأقم وجهك أيها الإنسان الموضوع في الحياة الدنيا موضع الابتلاء، واجعله موجهاً دوماً للدين القيم وهو الدين الذي اصطفاه الله الرب لعباده؛ ليؤمنوا به وليعملوا بأحكامه وتعاليمه ما داموا في الحياة الدنيا؛ أي: فاجعل وجهك دوماً موجهاً للدين القيم حتى آخر رحلة امتحانك في الحياة الدنيا، من قبل أن يأتي يوم هو يوم الدين الذي لا مرد له، وهو يأتي من الله جل جلاله وعظم سلطانه.

ومما سبق يتضح أن مادة «قَوِّمَ» استعملت في اللغة لعدة معانٍ، منها قيمة الشيء وثمنه. والاستقامة والاعتدال ونظام الأمر وعماده، والثبات والاستمرار.

يبين ابن فارس في معجمه "مقاييس اللغة" أن مادة (ق ومم) تدل في أصلها على معاني الاعتدال والقيام بالشيء على وجه الاستقامة والمسؤولية، وهي معانٍ تنطوي على أبعاد أخلاقية وسلوكية. ومن هذا المنطلق، فإن مفهوم "القيمة" في اللغة العربية يتجاوز المعنى الاقتصادي أو التقديري المجرد، ليشير إلى ما يقوم به الإنسان من أفعال وما يلتزم به من مبادئ في حياته الفردية والاجتماعية. وبناءً عليه، تُفهم القيم في بعدها اللغوي كمعايير تمنح السلوك الإنساني معناه واتجاهه، وتعبّر عما يُقدّر في حياة الأفراد من معانٍ سامية مثل

العدل، والاستقامة، والمسؤولية، والكرامة. فهي ليست مجرد أوصاف لما هو موجود، بل هي مؤشرات لما ينبغي أن يكون عليه الإنسان في علاقته بذاته وبالآخرين¹. في اللغة الفرنسية، تُشتق كلمة "valeur" من اللاتينية "Valère" التي تعني "أن يكون قويًا أو ذا تأثير". في القواميس الفرنسية، تُعرّف "valeur" بأنها: "ما تستحقه الأشياء بناءً على تقدير عادل يمكن إجراؤه عليها". هذا التعريف يُشير إلى التقدير أو الأهمية التي تُمنح لشيء ما، سواء كان ذلك من الناحية الاقتصادية أو المعنوية.

• اصطلاحاً:

منذ العصور اليونانية، ارتبط مفهوم القيم بالفكر الفلسفي الأخلاقي، حيث اعتبر أفلاطون أن القيم مثل الحقيقة والخير والجمال هي مثل عليا قائمة بذاتها، وأن إدراكها هو الغاية الأسمى للعقل الإنساني. ومع تطوّر الفلسفة الغربية، وخصوصاً في الفلسفة الحديثة، ظهر تيار فلسفي يُعرف بـ «فلسفة القيم» أو *Axiologie*²، اهتم بتحليل القيم كمفاهيم مستقلة عن الأشياء المادية. تُعرّف القيم في الفلسفة بأنها **بُنى معنوية مجردة** تُوجّه سلوك الإنسان وتمنحه القدرة على إصدار الأحكام الأخلاقية والجمالية، مثل التمييز بين الخير والشر، أو الجميل والقبيح، والعدل والظلم. وهي بذلك ليست كائنات مادية تُدرك بالحواس، بل مفاهيم عقلية - روحية تُدرك من خلال التأمل والتجربة الإنسانية العميقة. ويُعد الفيلسوف الألماني ماكس شيلر (Max Scheler) من أبرز من تناولوا هذا المفهوم، حيث يرى أن القيم تتمثل "مجموعة من المبادئ والمعايير المجردة التي تحكم سلوك الإنسان وتوجهه نحو ما يراه خيراً أو جمالاً أو عدلاً". ويُبرز شيلر في عمله "Le formalisme en éthique" أن القيم لا تستمد مشروعيتها من

¹ - ابن فارس، أحمد بن فارس بن زكريا، مقاييس اللغة، تحقيق عبد السلام محمد هارون، بيروت: دار الفكر، 1979، ص 74.

² ظهر مصطلح *Axiologie* في أواخر القرن التاسع عشر، وهو مشتق من الكلمة اليونانية *axios* التي تعني «القيمة» و *logos* التي تعني «العلم» أو «الخطاب». ويُشير إلى الفرع الفلسفي الذي يدرس طبيعة القيم وأنواعها ومعاييرها، سواء كانت أخلاقية، جمالية، أو اجتماعية. تأسست الفلسفة القيمية كمجال مستقل مع فلاسفة أمثال فرانتز برنتانو (Franz Brentano)، ماكس شيلر (Max Scheler)، ونيكولاي هارتمان (Nicolai Hartmann)، حيث سعوا إلى تحديد خصائص القيم ومكانتها في الوعي والعالم. يُفرّق شيلر مثلاً بين القيم الحسية (الذلة والألم)، والقيم الحيوية (القوة والضعف)، والقيم الروحية (العدالة، الجمال)، وأخيراً القيم الدينية (القداسة)، معتبراً أن كل قيمة تُدرك بطريقة وجدانية مستقلة عن الخبرة الحسية أو التجريبية

الواقع الخارجي، بل من النية الإنسانية الحرة التي تدرك القيمة بوصفها كائنة لذاتها، لا تابعة للمصلحة أو المنفعة¹.

في علم الاجتماع، تُعد القيم من المفاهيم المركزية التي تفسر التنظيم الاجتماعي وسلوك الأفراد داخل الجماعة. فقد عرّفها عالم الاجتماع الفرنسي إميل دوركايم (Émile Durkheim) بوصفها "تمثيلات جمعية ترشد سلوك الأفراد، وتضمن التماسك الاجتماعي". وهذا يعني أن القيم تعمل كمرجع جماعي يُنظّم السلوك ويمنح الأفراد إحساسًا بالانتماء والتضامن. إذ تُكتسب القيم من خلال عمليات التنشئة الاجتماعية، وتُعاد إنتاجها من جيل إلى آخر، مما يساهم في استقرار النظام الاجتماعي وتماسكه².

أما ريمون بودون (Raymond Boudon)، فقد قدّم طرحًا مغايرًا أكثر تحليليًا، مميّزًا بين "القيمة كمُثل عليا" و"القيمة كوظيفة اجتماعية". ويرى أن القيم لا تُفرض بالضرورة من الخارج، بل هي تعبير عن اختيارات عقلانية تتجذّر في السياق الثقافي الذي ينتمي إليه الأفراد، أي أن القيم نتاج تفاعل بين البُعد الذاتي للعقل وبين البنية الثقافية للمجتمع³.

في السياق السوسولوجي والنفسي الاجتماعي، تتفق التعاريف الحديثة على اعتبار القيم مبادئ معيارية تشكّل الإطار المرجعي الذي تُبنى عليه المواقف، والأحكام، والسلوكيات داخل أي ثقافة معينة. فكما يوضّح عالم النفس الاجتماعي جان ستويتزل (Jean Stoetzel)، القيم هي "مبادئ معيارية تشكّل الإطار المرجعي الذي تستند إليه المواقف والأحكام والسلوكيات داخل ثقافة ما". ومن هذا المنظور، لا تُفهم القيم كاعتقادات فردية معزولة، بل ك«رؤية جماعية ضمنية» يتقاسمها أعضاء المجتمع، ويُعاد إنتاجها باستمرار عبر التعليم والتنشئة والتفاعل اليومي. كما أنّ القيم ليست ثابتة، بل تخضع لتغيّرات مرتبطة بالتحوّلات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي تشهدها المجتمعات⁴.

¹ – Scheler, M. (1955). *Le formalisme en éthique et l'éthique matérielle des valeurs*. Trad. Jean Lacroix. Paris : Gallimard, p45.

²– Durkheim, E. (1988). *Les règles de la méthode sociologique*, Paris : Presses Universitaires de France, 1988, 10ed, p64.

³– Boudon, R. (1969). *L'idéologie et le système de valeurs*, Paris : Presses Universitaires de France, p22.

⁴– Stoetzel, J. (1963). *Psychologie sociale*, Paris : Presses Universitaires de France, p 119.

يتضح من الطرحين الفلسفي والسوسولوجي أن القيم تمثل نقطة التقاء بين الذات والمجتمع، بين الروح والعقل، بين الفرد والثقافة. فبينما ترى الفلسفة القيم كبنى عقلية وروحية تتصل بالمطلق أو بالمثالية الأخلاقية، ينظر علم الاجتماع إلى القيم كبنى مكتسبة تتشكل داخل الثقافة وتُعيد الجماعة إنتاجها. ومن هنا، فإن دراسة القيم تتطلب منهجًا تكامليًا يجمع بين التأمل الفلسفي والتحليل الاجتماعي، لفهم أعمق لما يوجّه الإنسان في أفعاله واختياراته.

2. خصائص القيم:

تتميز القيم بجملة من الخصائص التي تميّزها عن المفاهيم القريبة منها كالمعايير أو الاتجاهات أو الآراء. وقد اهتم كل من الفلاسفة وعلماء الاجتماع والنفس الاجتماعي بتحليل الخصائص الجوهرية للقيم لفهم دورها في توجيه السلوك وتنظيم الحياة الفردية والجماعية ويمكنها حصرها في التقسيم التالي:

• الطابع المعياري *la normativité*:

تُعدّ المعيارية من الخصائص الجوهرية للقيم؛ إذ لا تكتفي القيم بوصف الواقع أو تسجيل ما هو كائن، بل تُعبّر عن توجه نحو ما ينبغي أن يكون. فالقيمة ليست مجرد حقيقة موضوعية أو وصفية، بل هي معيار يُستخدم للحكم على السلوك أو الظواهر من حيث صلاحها أو فسادها، استقامتها أو انحرافها. فعندما نصف "العدل" بأنه قيمة، فإننا لا نصف حالة واقعية بقدر ما نُعلي من شأن مبدأ أخلاقي يرشد الفعل الإنساني ويضبط العلاقات الاجتماعية. من هنا، تصبح القيم أداة توجيه لا غنى عنها في حياة الأفراد والمجتمعات، بما تحمله من معايير تُسهم في بلورة المواقف وتحديد السلوكيات المقبولة والمرفوضة.

وقد أكد عالم النفس الاجتماعي *جان ستويتزل (Jean Stoetzel)* على هذا البعد المعياري للقيم، حين اعتبرها "مبادئ معيارية تُحدّد المواقف والسلوكيات المقبولة داخل ثقافة ما". يُفهم من هذا التعريف أن القيمة ليست فقط رأيًا شخصيًا، بل هي أيضًا محدّد ثقافي واجتماعي يُعبّر عن منظومة جماعية من التفضيلات والتصورات حول الخير والصواب. لذلك، تلعب القيم دورًا تنظيميًا في المجتمعات، حيث تُوجه الفعل الإنساني نحو مثل عليا يتقاسمها الأفراد، وتُحدّد حدود المشروع والممنوع داخل السياق الاجتماعي والثقافي¹.

¹ -Stoetzel, J. (1963). *Psychologie sociale*, Paris : Presses Universitaires de France, p119.

• الطابع الجماعي والثقافي **:Dimension collective et culturelle**

رغم أن إدراك القيم يبدأ غالبًا من التجربة الفردية، إلا أن تشكّلها الحقيقي لا يتم إلا داخل الإطار الاجتماعي والثقافي الذي ينتمي إليه الفرد. فالقيم تُكتسب من خلال عملية التنشئة الاجتماعية التي تبدأ منذ الطفولة، وتمتد عبر مؤسسات المجتمع المختلفة مثل الأسرة، والمدرسة، والدين، والإعلام. وبهذا المعنى، فإن القيمة لا تصبح فعالة أو ذات معنى إلا عندما تُتشارك جماعياً، وتصبح جزءاً من النظام الرمزي والثقافي للمجتمع.

وقد أكد العديد من علماء الاجتماع أن "القيم تمثل معايير جماعية يكتسبها الفرد من مجتمعه، وتحدد له ما هو مرغوب فيه وما يجب تجنبه". أي أن القيم أدوات لضبط السلوك وضمان الانسجام داخل الجماعة، كما أنها تُسهم في ترسيخ التماسك الاجتماعي وتحديد الهوية الثقافية. وبهذا، فإن القيم ليست مجرد تفضيلات شخصية، بل بناء اجتماعي يُعاد إنتاجه باستمرار عبر مؤسسات التنشئة والتثقيف¹.

• الطابع النسبي **:La relativité**

لا تُعد القيم كيانات ثابتة أو مطلقة، بل تتسم بالنسبية والتحوّل المستمر تبعاً لتغير البنى الاجتماعية والثقافية. فهي تتشكل داخل سياق حضاري معيّن وتُعاد إنتاجها باستمرار، مما يجعلها عرضة للتبدّل حينما تتغير الشروط التي أفرزتها. فالقيمة لا تولد من فراغ، بل ترتبط بحاجة المجتمع إلى تنظيم سلوكه، وإلى إعطاء معنى للأفعال والمواقف. من هنا، فإن التحولات السياسية والاقتصادية والثقافية تُعيد تشكيل النسق القيمي بشكل دائم، وقد تؤدي إلى صعود قيم جديدة وانحسار أخرى.

¹ - غيث، محمد عاطف، معجم علم الاجتماع، القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 2001، ص 186.

ويُعد التباين بين المجتمعات في ترتيب القيم وتحديد أولوياتها من أبرز مؤشرات هذه النسبية. فبعض المجتمعات تُعلي من شأن قيم الحرية والاستقلال، فيما تفضل أخرى قيم التضامن والانتماء. فالقيم "ليست انساقاً مغلقة أو جامدة، بل هي صيغ مرنة تتفاعل مع محيطها، وتخضع لعوامل التبدل التاريخي والاجتماعي"¹، فإن التعامل مع القيم بوصفها أنظمة حركية يُعد شرطاً لفهم الدينامية الاجتماعية والثقافية لأي مجتمع.

• التراتبية La hiérarchisation:

لا تتواجد القيم في نسق متساوٍ، بل تخضع لترتيب داخلي دقيق يعكس أولويات الفرد أو الجماعة، وهو ما يُعرف بخاصية "تراتبية القيم". فالقيم لا تحضر بمعزل عن بعضها، بل ضمن بنية متكاملة تتفاوت فيها درجات الأهمية والتفضيل. فالفرد قد يُقدم قيمة الحرية على قيمة الطاعة، أو يضحى بالراحة في سبيل الكرامة، كما أن المجتمع قد يُعلي من شأن العدل حتى ولو تعارض مع التسامح. هذه الخاصية تعني أن المنظومة القيمية للفرد أو الجماعة تتسم بالتنظيم والتفاضل، لا بالعبثية أو التساوي.

وقد طوّر الفيلسوف الألماني ماكس شيلر (Max Scheler) هذا التصور في نظريته عن "بنية القيم المتدرجة"، حيث صنّف القيم إلى مراتب تبدأ من القيم الحسية (المرتبطة باللذة والألم)، ثم القيم الحيوية، فالقيم الروحية (الجمالية والأخلاقية والمعرفية)، وصولاً إلى القيم الدينية التي اعتبرها أعلى درجات القيمة.²

• الطابع السباتي والديناميكي:

تُعد خاصية الثبات النسبي والديناميكية من أبرز السمات التي تميز القيم، إذ تجمع بين طابع الاستقرار والتحول في آن واحد. فمن جهة، تُكتسب القيم عبر التنشئة الاجتماعية والتربوية، مما يجعلها تبدو مستقرة في وعي الأفراد والمجتمع، وتتوارثها الأجيال بوصفها جزءاً من "الذاكرة الثقافية" المشتركة. غير أن هذا الثبات ليس مطلقاً، فالقيم تخضع لتأثيرات التغيير الاجتماعي والتاريخي، مما يجعلها عرضة لإعادة التأويل وإعادة الترتيب وفق المستجدات.

¹ - بلباس، عبد الكريم، سيبيولوجيا القيم: من أجل مقارنة سوسيوثقافية للقيم في المجتمعات المعاصرة، بيروت: المركز الثقافي العربي، 2001،

ص 79.

² - شيلر، نفس المرجع السابق.

فالقِيم القِيم تتغير ببطء لكنها لا تتوقف عن التحول، ويُوازي هذا التصور ما طرحه الباحث الجزائري محمد شوقي الزين في قراءته لتحوّلات القِيم داخل المجتمعات المغاربية، حيث يرى أن "المنظومة القِيمية في المجتمعات التقليدية لا تنهار دفعة واحدة، بل تشهد دينامية تحوّل تُبقي على عناصر منها وتُعيد تشكيل أخرى"، كما تُعدّ القِيم مرآة تعكس التوتر الدائم بين ما يُراد الحفاظ عليه من هوية ثقافية، وما يُفرض من تحوّلات حدثية وعالمية¹.

3. تصنيف القِيم:

يمثّل تصنيف القِيم إحدى الآليات الجوهرية لفهم البنية المعرفية والأخلاقية للمجتمعات. فالقِيم، بوصفها تمثيلات معيارية تنظم السلوك الفردي والجماعي، لا توجد في شكل عشوائي أو غير منظم، بل تخضع لأنساق من الترتيب والتفاضل، تعكس أولويات الأفراد والجماعات والثقافات. من هذا المنطلق، تكتسب مسألة التصنيف أهميتها في الأبحاث السوسولوجية والفلسفية باعتبارها مدخلاً لفهم النسق القيمي وتحوّلاته في ضوء التغيرات الاجتماعية والثقافية. لقد تناولت الدراسات القِيمية تصنيفات متعددة، تتوّعت بحسب المرجعية النظرية والمنهجية. فمنها ما اعتمد على **المجال الوظيفي** (فردية، اجتماعية، دينية)، ومنها ما استند إلى **درجة العمومية** (كونية، ثقافية، فردية)، ومنها ما بُني على **البعد الفلسفي والتدرّج القيمي** كما لدى ماكس شيلر، الذي ميّز بين القِيم الحسية والحيوية والروحية والدينية، مؤسساً بذلك نظرية هرمية للقِيم. كما عُنِيَ الباحثون في السياق العربي والجزائري بتحليل التصنيفات في ضوء التحوّلات القِيمية التي تعيشها المجتمعات الحديثة، حيث ظهرت تصنيفات جديدة تراعي **البعد الدينامي والتفاعلي** للقِيم.

يتيح تصنيف القِيم إمكانية تحليل المواقف والسلوكيات من خلال موقعها ضمن هذا النسق، كما يساعد على الكشف عن التوترات القِيمية داخل المجتمع الواحد، خاصة في سياقات التحوّل أو الصراع بين التقليد والحدث، أو بين المرجعيات المحلية والعالمية. كما يُعدّ التصنيف أداة لفهم **أولويات الفاعلين الاجتماعيين**، وللكشف عن التغيرات في تمثيلاتهم حول مفاهيم الخير، الجمال، الحق، والمنفعة.

¹ - الزين، محمد شوقي، *الفكر العربي وتحوّلات القِيم*. الجزائر: دار القصة للنشر، 2012، ص 147.

• التصنيف الوظيفي للقيم: قراءة في النسق الاجتماعي.

يُعدّ التصنيف الوظيفي للقيم من أكثر المقاربات فعالية في تحليل التكوين الثقافي للمجتمعات، حيث يُنظر إلى القيم من زاوية الأدوار التي تؤديها في توجيه السلوك وضبط العلاقات الاجتماعية حيث تتوزع القيم بحسب المجال الذي تؤثر فيه، وهذا عبر ثلاث فئات أساسية:

أ. القيم الفردية التي تخدم تطلعات الفرد الذاتية كالحرية والإبداع والطموح.

ب. القيم الاجتماعية التي تضمن استقرار العلاقات داخل المجتمع كالتكافل، العدالة، والاحترام.

ت. القيم الدينية أو الروحية التي تمنح للسلوك بعدًا أخلاقيًا ساميًا، مثل الصدق، الرحمة، والتقوى.¹

• تصنيف القيم حسب مجال تأثيرها.

أن القيم لا تشتغل بوصفها وحدات منعزلة، بل ضمن شبكة دلالية متداخلة تؤثر في تمثلات الأفراد وتوجيهاتهم، وتُعيد إنتاج معاني الهوية والانتماء داخل السياقات الثقافية المتغيرة. وتُعدّ دراسة هذا التفاعل بين القيم ومجالات تأثيرها ضرورةً لفهم الديناميكية الاجتماعية والثقافية، خاصة في المجتمعات الجزائرية التي تعيش على وقع تحولات عميقة تمسّ أنساقها القيمية التقليدية. وتم تقسيم القيم كالآتي²:

أ. القيم المعرفية، التي توجه علاقة الإنسان بالعلم والفكر، مثل حبّ الحقيقة والبحث والنقد.

ب. القيم الأخلاقية، التي تضبط السلوك الشخصي والاجتماعي، مثل الصدق والعدالة والنزاهة.

ت. القيم الجمالية، التي ترتبط بالإحساس الفني والتقدير الجمالي.

ث. القيم النفعية، التي تحركها اعتبارات المنفعة والمصلحة.

¹ - بن نعوم، عبد الحميد، مدخل إلى علم الاجتماع الثقافي، الجزائر: دار هومة للنشر والتوزيع، 2014، ص 104.

² - المستاري، جيلالي، تحولات القيم في المجتمع الجزائري المعاصر، الجزائر: منشورات المخبر الجامعي، جامعة تلمسان، 2012، ص 88.

• التصنيف الفلسفي (ماكس شيلر):

في إطار علم القيم (Axiologie) ، قدّم الفيلسوف الألماني ماكس شيلر واحدًا من أشهر التصنيفات الفلسفية للقيم، حيث سعى إلى ترتيبها هرميًا من حيث النبل والعمق والسمو الوجودي. اعتمد شيلر على بُعدين أساسيين في تصنيفه الطابع الروحي للقيمة ومدى دوام أثرها في حياة الإنسان. ويُميز شيلر بين أربع درجات من القيم، بدءًا من القيم الحسية وانتهاءً بالقيم المقدسة، مؤكدًا أن ارتقاء الإنسان الأخلاقي والمعنوي مرتبط بقدرته على الانجذاب نحو القيم العليا.

أ. القيم الحسية: مرتبطة باللذة والألم (الراحة، المتعة).

ب. القيم الحيوية: مثل الشجاعة، الصحة، القوة.

ت. القيم الروحية: معرفية، جمالية، أخلاقية.

ث. القيم الدينية: مثل القداسة، التسامي، الرحمة الإلهية.¹

❖ المبحث الثاني: مفهوم القيم الثقافية.

1. تعريف القيم الثقافية:

تُعدّ القيم الثقافية من المفاهيم الجوهرية في علم الاجتماع الثقافي والأنثروبولوجيا، إذ تشكّل أحد الركائز الأساسية لفهم بنية المجتمع وتفسير سلوك الأفراد والجماعات. فهي ليست مجرد مفاهيم مجردة، بل مكونات رمزية فعّالة تسهم في تنظيم الحياة الاجتماعية وضبط التفاعلات بين الأفراد. ومن هذا المنظور، تُعرف القيم الثقافية على أنها منظومة من المبادئ والمعايير المشتركة التي يتم اكتسابها وتعلّمها من خلال عمليات التنشئة الاجتماعية، سواء عبر الأسرة أو المؤسسة التربوية أو وسائل الإعلام أو الدين، وتمثّل في مجموعها تمثّلات جماعية لما ينبغي أن يكون عليه الواقع، لا لما هو كائن فحسب.

¹ – Scheler, M. (1955). *Le formalisme en éthique et l'éthique matérielle des valeurs*, Paris : Gallimard, p 35-50.

يرى **جيلالي المستاري** أن القيم الثقافية تُعتبر بمنزلة "خريطة ذهنية" يستخدمها الأفراد لتفسير العالم المحيط بهم، وهي التي تتيح لهم الحكم على الأشياء، والأشخاص، والسلوكيات، وفق منظومة رمزية مغروسة في اللاوعي الجمعي.

وتعكس هذه القيم ما يعتبره المجتمع مقبولاً أو مرفوضاً، أخلاقياً أو غير أخلاقياً، سامياً أو منحطاً، وهي بذلك لا تقتصر على توجيه السلوك الفردي، بل تُسهم في بناء تصور جماعي للعالم وللموقع الذي يحتله الإنسان داخله. كما أن القيم الثقافية تحدد الإطار الرمزي الذي تُبنى فيه الأحكام الاجتماعية، وتُرسَم من خلاله حدود الشرعية، والهوية، والانتماء، مما يمنحها بعداً تأسيسياً في بنية الثقافة. فهي تؤثر في أنماط التفكير وأساليب التعبير والتفاعل، وتنعكس بشكل واضح في الممارسات اليومية، والطبوس الاجتماعية، والنظم الرمزية المختلفة التي تُميز كل مجتمع عن غيره¹.

أما **بن نعوم عبد الحميد** فيبرز وظيفة القيم الثقافية في تحقيق التماسك الاجتماعي، ويُؤكّد أن القيم ليست مجرد نوايا أو شعارات، بل "بُنى سلوكية" تتم إعادة إنتاجها باستمرار عبر مؤسسات التنشئة كالعائلة، والمدرسة، والدين، والإعلام. ويضيف أن القيم الثقافية تُعبّر عن هوية المجتمع وتُميزه عن غيره، فهي تعمل كمرشّح يُعيد تشكيل المواقف والسلوكيات بما يتلاءم مع السياق المحلي، حتى وإن تعرّض المجتمع لتأثيرات خارجية².

وإذا كانت القيم الثقافية تبدو ثابتة نسبياً في الظاهر، فإنها تخضع في الواقع لتحولات عميقة تستجيب لتغيرات البنية الاجتماعية والتاريخية والاقتصادية، ما يجعلها مجالاً خصباً للدراسة العلمية المتأنية، لفهم التغيير الثقافي وبنية الهوية الجماعية.

¹ - الزيداني، عبد الرحمن، مدخل إلى علم الاجتماع الثقافي. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2009، ص 112.

² - بن نعوم، عبد الحميد، نفس المرجع السابق، ص 109.

2. تقسيمات القيم الثقافية:

تتعدّد تقسيمات القيم الثقافية بحسب المجال الذي تؤثر فيه أو وفقاً لوظيفتها داخل المجتمع، ما يعكس تعددية أبعادها وتنوع وظائفها في النسق الاجتماعي والثقافي. فقد ذهب العديد من الباحثين إلى تصنيف القيم إلى فئات مترابطة لكنها متميزة، تعكس توازن المجتمع أو اختلاله القيمي. ويمكن تقديم أبرز هذه التقسيمات في ست فئات أساسية¹:

أ. **القيم الفردية**: وهي القيم التي تعبّر عن توجهات الفرد الذاتية ومثله العليا في علاقته بذاته. تشمل مثلاً قيم الطموح، الحرية، الإبداع، والاستقلالية. تُسهم هذه القيم في بناء الهوية الفردية وتعزيز الشعور بالتميز وتحقيق الذات.

ب. **القيم الاجتماعية**: تُنظّم هذه القيم العلاقة بين الأفراد داخل المجتمع، مثل التضامن، الاحترام، المسؤولية، العدل، والانتماء. وهي ضرورية لتحقيق الانسجام والتماسك داخل الجماعة، كما تُرسّخ مفاهيم التعايش والمواطنة.

ت. **القيم الروحية أو الدينية**: تُستمد هذه القيم من المرجعيات الدينية والعقائدية، وتوجّه السلوك الأخلاقي للفرد والجماعة. من أبرز أمثلتها الصدق، الإيمان، الرحمة، التقوى، والإخلاص. وتُعزز هذه القيم البعد الروحي والأخلاقي للهوية الجماعية.

ث. **القيم المعرفية**: ترتبط هذه القيم بعلاقة الإنسان بالمعرفة والعلم، وتشجع التفكير العقلاني والنقدي. من أمثلتها: حب المعرفة، البحث، الموضوعية، والعقلانية. وهي تسهم في بناء نسق معرفي متين يدفع نحو التطور والتقدم.

ج. **القيم الجمالية**: تُعنى هذه القيم بالإحساس بالجمال والتعبير الفني، وتظهر في الذوق، الإتقان، التناغم، والفن. تُثري هذه القيم الحياة الرمزية للمجتمع وتُعبّر عن رؤيته للعالم من منظور جمالي.

ح. **القيم النفعية**: تتعلق بالمنفعة والمصلحة، سواء كانت فردية أو جماعية. من أبرز أمثلتها: الربح، الكفاءة، الجدوى، احترام الوقت. وتُعد من القيم الأساسية في المجتمعات الحديثة التي تركز على الأداء والفعالية.

¹ -Baudrillard, J. (1968). *Le système des objets*. Paris : Gallimard, pp. 134-138.

3. القيم الثقافية كنسق موجه للسلوك داخل الثقافة:

تُعَدّ القيم الثقافية إحدى الركائز الأساسية التي يقوم عليها أي نظام اجتماعي، لما تمتلكه من قدرة فائقة على ضبط السلوك وتوجيهه بما يتسق مع المعايير الجمعية. فالإنسان في تفاعله اليومي لا يتحرك وفق محض ميوله الذاتية، بل وفق شبكة مترابطة من المبادئ التي اكتسبها عبر التنشئة الاجتماعية: في الأسرة، والمدرسة، والمؤسسات الدينية، ووسائل الإعلام. هذه المبادئ تشكّل معاً نسقاً جمعياً لا يُعبر عن اختيارات فردية عرضية، بل عن منظومة معيارية ثابتة نسبياً تحدّد ما هو مقبول وما هو مرفوض، وما يندرج تحت خانة الصواب أو الخطأ. ومن هذا المنظور الفرد يتصرّف في أغلب الأحيان وفق معايير متجذرة في بنية وعيه الجمعية قبل أن يعيها بشكل واعٍ ويتقوّه بها.¹

إن هذه الشبكة الرمزية تعمل كبرنامج إرشادي خفي يوجّه الفعل الاجتماعي ويحدّ من طواعية الرغبة الفردية، إذ تمنح كل سلوك دلالاته المقبولة أو المرفوضة داخل الإطار الثقافي المعني. فعندما تلعب قيمة «الاحترام» دورها داخل مجتمع معين، فإنها لا تحدّ من الكلام أو التصرفات بناءً على قرار شخصي فحسب، بل تُكرّس عبر طقوس يومية: من تحية الصغير للكبير، إلى آداب الجلوس والطعام، إلى تنظيم المجالس العامة. وبالمثل، تُظهر قيمة «العدل» حضورها ليس فقط في القوانين والمؤسسات الرسمية، بل في لغة الناس العادية ومواقفهم من الظلم والتمييز. وهكذا، تصبح القيم الثقافية قوى مهيمنة وُجدت لتُعطي للسلوك البشري إطاره المعنوي والرمزي، فتمنح المجتمعات استمرارية وتماسكاً في مواجهة التحولات والتحديات.

¹ - Lévi-Strauss, C. (1958). *Anthropologie structurale*. Paris : Plon, p. 45.

كما تعمل القيم الثقافية غالبًا في الخفاء، بعيدًا عن الأشكال المعلنة والصريحة للتوجيه السلوكي، فتتجلى بوصفها “خوارزميات”¹ رمزية تضبط تصورات الأفراد للعالم قبل أن يعيها العقل الواعي. فحين يتفاعل الإنسان مع محيطه اليومي، لا يكون في أغلب الأحيان واعيًا بأن ما تحكمه تصرفاته وتحدد توجهاته هو تلك القواعد غير المكتوبة التي اكتسبها منذ نعومة أظافره. وتبيّن مارغريت ميد في دراستها الأنثروبولوجية أن الطفل، خلال مراحلها الأولى من التنشئة الاجتماعية، يتلقف هذه القيم من خلال ملاحظة سلوك الكبار والمحاكاة التلقائية، دون وعي منه بأنها تمثل “مبادئ معيارية” تنظم السلوك.

يتجاوز تأثير القيم الثقافية مسألة التلقين المباشر في الأسرة أو المدرسة، ليشمل البيئة الأوسع: من الطقوس والاحتفالات الدينية إلى البرامج التلفزيونية والأغاني الشعبية. فكل هذه المظاهر تحمل رسائل ضمنية عن **المقبول والمرفوض**، وتكرس عبر التكرار والطقس الجماعي فتترسخ كثوابت في الذهن الجمعي. وبهذا تصبح القيم الثقافية بمثابة “عدسة” يقرأ من خلالها الأفراد أحداث حياتهم وتفاعلاتهم الاجتماعية، فتلون معاييرهم في الحكم على الذات والآخر، وتوجه انتقاداتهم أو مدحهم للأفعال².

على المستوى المعرفي، تساهم هذه القيم في تكوين “الإطار الفكري” الذي ينبثق منه الفكر الاجتماعي؛ إذ لا ينتج الأفراد أحكامًا عن الظواهر وفق معايير موضوعية محضة، بل وفق بنيات ذهنية مُشكّلة سلفًا بقيم الثقافة التي يعيشونها. ومن ثم، يندر أن تتشابه مواقف شخصين نشأ في ثقافتين مختلفتين تجاه نفس الفعل، حتى لو كان المظهر الخارجي للإجراء متطابقًا. فالقيمة الثقافية تعمل كمصفاة معنوية تُثقي الرؤية وتحدد الفروق بين الخير والشر والجميل والقبيح والمقبول والمرفوض.

¹ - تُشبه الخوارزميات في المنصات الرقمية ما تقوم به القيم الثقافية من دور توجيهي خفي للسلوك، إذ تُنشئ “نسقًا معياريًا” يحدّد ما يظهر للمستخدم كـ «محتوى مقبول» أو «مرفوض»، ويدفعه باتجاه ممارسات وتفضيلات معينة دون وعي كامل منه. فهي، مثل القيم الثقافية، تبني إطارًا مرجعيًا للفعل عبر معايير مضمّنة في شفرتها البرمجية: خوارزمية التوصية في شبكات التواصل الاجتماعي، على سبيل المثال، تختار لك الفيديوهات أو المنشورات استنادًا إلى ما تراه ذو «جاذبية» أو «صلاحية» لديك، بناءً على تقييمات سابقة وسلوك جماعي ضخم.

² - Mead, M. (1935). *Sex and Temperament in Three Primitive Societies* (p. 212). New York, William Morrow

تتجلى أهمية إدراك هذا البعد الضمني للقيم حين نعمل على فهم التغيرات الاجتماعية؛ إذ إن القيم الثقافية، رغم بطء تحوّلها، لا تتوقف عن التفاعل مع المتغيرات التاريخية والاقتصادية والتكنولوجية. ولذلك، فإن دراسة التناغم أو التصادم بين الأجيال، أو بين فئات مجتمعية مختلفة، تستدعي تتبع كيفية امتصاص النسق القيمي للمؤثرات الجديدة وهذا يفسر، جزئياً، ظاهرة «الصراع القيمي» بين التقليد والحدثة.

وفي منظور الأنثروبولوجيا الرمزية، تُعتبر القيم الثقافية جزءاً لا ينفصل عن «نظام الرموز» الذي تُنشئه الثقافة لتعطي للأشياء والأشخاص والعلاقات دلالاتها الخاصة، أي أن الثقافة ليست مجموعة من العادات أو القوانين فحسب، بل هي «شبكة معاني» معقدة يحكمها ترتيب رمزي تستمدّه من القيم والمعتقدات المشتركة. وعندما يتصرّف الفرد داخل هذا النسق الرمزي، فهو في حقيقة الأمر يقرأ أفعاله ومعانيها من خلال تلك القيم التي تُحدّد له ما ينبغي أن يكون للأشياء من دلالة، وما يجب أن يتحلّى به البشر من صفات، وكيف تُفسر المواقف والعلاقات الاجتماعية.¹

هذا الإطار التأويلي يجعل القيم الثقافية أكثر من مجرد معايير للسلوك؛ فهي أدوات معرفية تتيح للفرد استخلاص المعنى من تجاربه اليومية وتشكيل رؤيته للعالم. فالقيمة هنا تعمل كرمز يحمل في طياته معطيات تاريخية واجتماعية ودينية وأخلاقية، ويقوم بوظيفة دمجية بين الفعل والدلالة. فعلى سبيل المثال، قيمة «الضيافة» في بعض الثقافات العربية لا تُقاس بكونها سلوكاً كريماً فحسب، بل هي رمز لعلاقة التكافل والشهامة والكرم، تحيل على مفاهيم أوسع من مجرد إكرام الضيف، فتُعيد إنتاج روح الانتماء والعمق الجماعي. ومن ثم، فإن دراسة القيم من هذا المنظور الرمزي تُمكن الباحث من تتبع كيفية بناء الهوية الجماعية عبر الخطابات والطقوس والرموز اليومية التي تلتف حول تلك القيم وتكرّسها.²

¹- Geert, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. New York, NY : Basic Books, p 89.

²- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*, p 91.

4. العلاقة الجدلية بين القيم والثقافة:

ما يفهم اليوم من كلمة "الثقافة" ليس كما مانت تستخدم الكلمة له، فهي قديما دالة على الذكاء والفتانة وعلى الظفر والتمكّن من الشيء، بينما هي الآن تعني العادات والتقاليد والأعراف والعلوم المتصلة بذلك، والحضارة المنبثقة منها، أي طرائق الناس في الحياة بجميع أبعادها. فقد يكون من عادة الناس لبس إزار ورداء، أو بنطلون وقميص، والعادة هي التي تحدد السفر بالخيول والجمال أو السيارات والطائرات، والعادة هي الضابط.

عند التفكير في العلاقة الجدلية بين القيم والثقافة، يبرز سؤال من يتقدّم: هل هي القيم التي تشكّل الثقافة أم الثقافة التي تنسج القيم؟ في الواقع، يمكن تمييز ثلاثة مواقف نظرية أساسية:

- أسبقية الثقافة:

يعتبر إميل دوركايم من أبرز منظري التيار الوظيفي لذين يركّزون على دور الثقافة كمؤسسة عليا تشكّل الإطار الذي تنبثق منه القيم. ففي تحليله للظواهر الاجتماعية، يرى دوركايم أن الثقافة لا تتجسّد فقط في المراسيم والآداب المتداولة، بل تتشكّل عبر مؤسسات أساسية كالدين والتعليم والإعلام التي تشكّل ما أسماه الضمير الجمعي، هذا الضمير الجمعي هو مجال القوى الرمزية التي تحدّد ما يُعتبر مقبولاً أو مرفوضاً في سلوك الأفراد، فتُجبرهم عملياً على استبطان قيم معيّنة وإبعاد قيم أخرى، لا بواسطة قسر مادي، بل عبر الضغط المعنوي للمجتمع بأسره¹. تبدأ عملية تكوين الضمير الجمعي منذ المراحل الأولى من التنشئة: ينقل الدين من خلال الطقوس والعقائد شعوراً مشتركاً بالقداسة نحو قيم كالرحمة والعدالة، ويُعزّز النظام التربوي في المدرسة قيم الانضباط والاجتهاد عبر المناهج والمحفّزات والشعارات المؤسسية. أما الإعلام، فيعمل كقناة يومية لإعادة إنتاج هذه القيم، فتنتقل الأخبار والبرامج نموذجاً لسلوك «المواطن الصالح» أو «المواطن المخالف»، فتغدو هذه النماذج قياسية بالمعنى القيمي. هكذا، تتحوّل القيم من أفكار مجردة إلى نصّ قيمي تتوارثه الأجيال، يختزنه الفرد في لا وعيه ويعيد إنتاجه في أفعاله ومعتقداته.

من هذا المنظور، تصبح الثقافة هي البنية الأم التي يولد فيها «النصّ القيمي»، وتكتسب قيمته ودلالته ضمن هذا السياق الجماعي. فهي ليست مجرد وعاء سلبي، بل نظام حيّ يتبادل

¹ - دوركايم، إميل، قواعد المنهج السوسيولوجي، باريس: المطبوعات الجامعية الفرنسية، الطبعة 10، 1988، ص 64.

فيه مؤسّساته الأدوار لصياغة وتثبيت القيم، فتضمن بذلك استمرارية النسق الاجتماعي واستقراره، حتى مع وقوع بعض التحوّلات التاريخية أو الاقتصادية، إذ تعيد هذه المؤسّسات دوائر ضبط القيم بما يواءم وروح المجتمع ومعتّده.

• أسبقية القيم:

هو تصوّر يختلف جوهرياً عن النظرة السوسولوجية الوظيفية التي ترى في الثقافة الحاضنة الأساسية التي تُنتج القيم، أي أن القيم ليست مجرد انعكاس للواقع الثقافي أو الاجتماعي، بل كينونات معنوية مستقلة، لها وجودها الموضوعي الخاص، وهي غير مرهونة بالبنية الثقافية أو التاريخية. من هذا المنظور، القيم تُدرّك عبر الوجدان والحدس الأخلاقي، لا عبر التنشئة أو الممارسات الاجتماعية فقط.

فالقيم لها قوة فاعلة، ذات قدرة على الارتقاء بالثقافة وتوجيه مسارها نحو الأفضل، خاصة العليا منها مثل القداسة، الجمال، المحبة، الحقيقة وليست فقط ضوابط لما هو مقبول أو غير مقبول، بل هي عناصر يمكنها أن تُغيّر الثقافة ذاتها، وتُطهّرها من بعض تجلياتها المنحطة أو المادية وهي ثابتة من حيث الجوهر، متغيرة من حيث الإدراك والتجلي. أي أن القيمة مثل العدل موجودة كحقيقة روحية، لكن كل ثقافة تُعبّر عنها بشكل مختلف. من هنا، لا يجب الخلط بين "تمثل القيمة" و"القيمة في ذاتها".¹

• التشابك الجدلي:

يذهب تيار ثالث إلى أن العلاقة بين القيم والثقافة ليست مسألة أسبقية مطلقة، بل هي تفاعلية ذات طبيعة دائرية: فالثقافة توطّد القيم عبر التنشئة والطقوس، والقيم في الوقت ذاته تقيّم الثقافة وتعيد تشكيل أنماطها المؤسّساتية. يعبّر عن هذا التفاعل ببيير بورديو من خلال مفهوم الهَبَيْتوس² الذي يرى أنّ القيم المُخزّنة في الممارسات الفردية والجماعية تعيد إنتاج الثقافة، فُتحدّث دوائر مستمرة من التلقين والتغيير

¹ – Scheler, M. (1955). *Le formalisme en éthique et l'éthique matérielle des valeurs* (p. 45). Paris : Gallimard.

² – الهَبَيْتوس هو نسق من الميول والتصورات والقدرات المتجدّرة في الفرد، والتي يكتسبها منذ الطفولة عن طريق التنشئة الاجتماعية، وتُصبح جزءاً من لا وعيه.

إنه ليس مجرد سلوك مكتسب، بل هو بنية داخلية دائمة تؤثر في الطريقة التي يفكر بها الفرد، ويتصرّف، ويتفاعل مع العالم.

• القيم والتحول الاجتماعي:

يُنظر إلى العلاقة بين القيم والتحول الاجتماعي كعلاقة جدلية ومعقدة، تتسم بالتفاعل المستمر بين الثابت والمتغير، بين الموروث القيمي والراهن الاجتماعي المتحول. إذ تشير الأبحاث إلى أن القيم الثقافية، باعتبارها تمثّلات رمزية ومعايير سلوكية، تتأثر بعمق بالتحوّلات البنيوية التي يشهدها المجتمع، سواء كانت اقتصادية، تكنولوجية، تعليمية، أو ديموغرافية، تؤكد الباحثة **خديجة بن عطاء الله** أن "التحوّلات السوسولوجية التي عرفها المجتمع الجزائري في العقود الأخيرة، خاصة بعد الانفتاح الإعلامي والعلمي، أفرزت واقعاً قيمياً متحوّلاً يتّسم بازدواجية في المرجعيات وتذبذب في المواقف بين القيم التقليدية والقيم الحديثة".¹

أي أن النسق القيمي في المجتمعات المعاصرة لم يعد كتلة صلبة أو نظاماً مغلقاً، بل أصبح ميداناً ديناميكياً يعكس التوترات والتحوّلات العميقة التي تطرأ على البنية الاجتماعية. فالازدواجية في المرجعيات تشير إلى وجود تعايش وأحياناً صراع بين منظومتين قيميتين: الأولى تقليدية، مستمدة من التراث الثقافي والديني، تُعلي من شأن الطاعة، الجماعة، والهوية الجمعية؛ والثانية حديثة، مستوردة جزئياً من الفضاء العالمي المعولم، تُرَوِّج لقيم الاستقلالية، التنافس، وتحقيق الذات. أما عبارة "تذبذب في المواقف"، فهي تعبّر عن حالة من عدم الاستقرار القيمي، ناتجة عن صدمة التحول السريع الذي لم يُواكب بإعداد تربوي أو تنشئة ثقافية تتناسب مع المستجدات. هنا، لا يعيش الفرد فقط حالة انقسام بين ما تربّى عليه وما يتلقاه من وسائل الإعلام الجديدة أو شبكات التواصل، بل يجد نفسه أحياناً في حالة قطيعة داخلية بين ما يؤمن به نظرياً وما يمارسه فعلياً.

هذا التحول يطال ليس فقط الشباب، بل أيضاً المؤسسات الاجتماعية التقليدية (كالأسرة والمدرسة والدين) التي كانت في السابق تحظى بشرعية واضحة في إنتاج القيم، لكنها اليوم أصبحت تتقاسم هذا الدور مع قوى جديدة، غالباً غير مرئية أو غير منضبطة، مثل المؤثرين الرقميين، أو السوق الاستهلاكية ذات الطابع العالمي.

أمثلة على الهيبّيتوس: طريقة الجلوس أو الكلام التي نعتبرها "طبيعية" لكن هي ناتجة عن وسطنا الثقافي. ردود الفعل تجاه السلطة، أو المال، أو المدرسة، والتي تختلف حسب خلفياتنا.

¹ - بن عطاء الله، خديجة، التحوّلات القيميّة في المجتمع الجزائري في ظلّ العولمة الثقافية. مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر 2، العدد 26، 2017، ص 97.

ومن الناحية السوسولوجية، هذا الوضع الانتقالي لا يُعد بالضرورة سلبياً، لكنه يتطلب وعياً نقدياً بالتحويلات الجارية، من أجل تجنب ما يُعرف بـ «الفوضى القيمة» أو فقدان البوصلة الأخلاقية والاجتماعية. ولذلك، يُصبح فهم النسق القيمي، وتحولاته، شرطاً أساسياً لفهم سلوك الأفراد، واتجاهات الرأي العام، ومسارات التغيير في المجتمع ككل¹.

• دور العولمة والاعلام في اعادة تشكيل القيم:

يُعدّ الإعلام أحد أبرز الأدوات الاستراتيجية في يد العولمة الثقافية، لما يتمتع به من قدرة على الوصول الجماهيري والتأثير الرمزي العميق في إدراك الأفراد ومواقفهم. فقد أصبح الإعلام، لا سيما في عصر الرقمنة وتكثيف الاتصال عبر الوسائط الجديدة، وسيطاً فاعلاً في نقل وتعميم القيم الكونية، وتطبيع أنماط حياة موحّدة تتجاوز الخصوصيات الثقافية المحلية. وتُشير الدراسات إلى أن الإعلام لا يقدم فقط المعلومات، بل يُعيد إنتاج منظومات رمزية تتضمن قيماً مثل الفردانية، والنزعة الاستهلاكية، والنجاح المادي باعتبارها مؤشرات رئيسية للنجاح الاجتماعي.

ما يضعنا أمام مفهوم "القيم النيو-رأسمالية" والتي تشرحها الدراسات الإعلامية أنها منظومة قيمية حديثة نشأت وتطوّرت ضمن السياق الاقتصادي والسياسي للرأسمالية المعلومة، وتعتمد أساساً على المصلحة الفردية والمنفعة المادية كمعايير مركزية لتقييم الأفعال والسلوكيات. ووسائل الإعلام العالمية، خاصة تلك التي تُنتج وتُهيمن عليها مؤسسات رأسمالية كبرى، تلعب دوراً حيويّاً في تسويق هذا النمط القيمي، من خلال المحتوى الإعلاني، وصور النجاح المرتبطة بالشراء، والمكانة الاجتماعية المبنية على الاستهلاك. فالنجاح في هذه المنظومة يُقاس بامتلاك الماديات: السيارة الفاخرة، المنزل الكبير، السفر، والظهور بمظهر عصري. وبهذا، تُروّج وسائل الإعلام لرؤية تبسيطية للعالم، تُختزل فيها القيم العليا مثل الكرامة أو التضامن إلى معادلات تجارية واستهلاكية².

¹ - الزين، محمد شوقي، الفكر والواقع: دراسات في الفكر الثقافي والاجتماعي. الجزائر: منشورات الاختلاف، 2012، ص 108.

² - شاوي، ليليا، "دور الإعلام الجديد والعولمة في تشكيل وإعادة تشكيل الهوية الثقافية: قراءة تحليلية لواقع الهوية الثقافية في الوطن العربي".

الملقى الوطني الأول: قراءة للتراث والهوية في زمن العولمة، جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة، 2017.

في هذا الإطار، تصبح القيم الثقافية التقليدية، التي تقوم على مفاهيم كالجماعة، الفناعة، والواجب، محاصرة بخطاب إعلامي جديد يُعيد توجيه الطموحات الفردية نحو أهداف مادية وفردية. وتُبين العديد من الدراسات أن وسائل الإعلام، عبر المسلسلات، الإعلانات، والبرامج الواقعية، لا تنتقل فقط أنماط حياة غربية، بل تُعيد تشكيل الخيال القيمي للمشاهد، حيث تغدو الرغبة في الاستهلاك والنجاح الشخصي أهم من الاندماج الاجتماعي أو الانتماء القيمي. وبهذا، تُصبح القيم النيو-رأسمالية ليست فقط عابرة للقارات، بل مؤطر للذات المعاصرة، ومؤثرة في قرارات الأفراد وسلوكياتهم اليومية، دون وعي منهم بأنهم يتبنون منظومة ثقافية غريبة عن أطرهم الأصلية.

ومن جهة أخرى، يرى بعض الباحثين أن الإعلام المعولم يُسهم في إحداث "تآكل بطيء للقيم التقليدية"، لا بسبب هجومية إعلامية مباشرة، بل عبر تكرار عرض أنماط ثقافية جديدة تُصبح مع الوقت أكثر جاذبية وقابلية للتبني من قبل فئات الشباب والناشئة.

تتعرض هذه الازدواجية في تمثيلات الأفراد، خاصة لدى فئة الشباب، الذين يعيشون حالة من "الانقسام الرمزي" بين ما يُلقن لهم داخل الأسرة أو المدرسة أو المسجد، من قيم دينية وتقليدية، وبين ما يُقدّم لهم على المنصات الرقمية من نماذج حياتية ليبرالية تُعلي من شأن الفردانية، الاستقلالية، والنجاح الشخصي المادي. هذا التناقض لا يعني بالضرورة انهيار المنظومة القيمية، بقدر ما يكشف عن دخولها في مرحلة تفاوض رمزي بين المرجعيات المختلفة، حيث يسعى الفرد لإعادة تركيب هويته القيمية في ظل تعدد التأثيرات. وهذا ما يجعل من الإعلام الرقمي فاعلاً محورياً في إعادة تشكيل الثقافة، لا بوصفه ناقلاً للمعلومة فقط، بل كمهندس خفي للتمثيلات والقيم الجديدة¹.

فالعولمة الإعلامية تُعد من أبرز مظاهر التغير الثقافي المعاصر، إذ تسهم بشكل مباشر في إعادة صياغة الأنماط القيمية والهويات الثقافية على المستوى العالمي. لقد أصبحت وسائل الإعلام — لا سيما الرقمية منها — الناقل الأساسي للرموز، الصور، والقيم المرتبطة بنمط الحياة الغربي والنيو-رأسمالي. وبهذا المعنى، فإن العولمة الإعلامية لا تكتفي بتوسيع التبادل

¹ - بوشوشة، حمزة، العولمة والهوية الثقافية: دراسة تحليلية في التفاعل بين المحلي والعالمي. مجلة دراسات إعلامية، جامعة باتنة، العدد 15،

الثقافي، بل تُسهم في فرض نموذج ثقافي مهيم يُروِّج لمفاهيم مثل الفردانية، الاستهلاك، النجاح المادي، والمنافسة. وهذا النموذج، وإن بدا جذابًا لشريحة واسعة من الفئات الاجتماعية، إلا أنه يُهدد في العمق تماسك النسيج القيمي التقليدي داخل العديد من المجتمعات، خاصة تلك التي لا تزال تحتفظ بمرجعياتها الروحية أو القيمة الأصيلة.

فهناك تأثيرًا عميقًا للعولمة الإعلامية على البناء القيمي للأفراد، خاصة في المجتمعات التي تواجه تحولات اجتماعية وثقافية سريعة. مصطلح "الاغتراب القيمي" يُشير إلى حالة من الانفصال الداخلي التي يعيشها الفرد حين يجد نفسه محاصرًا بين قيم متناقضة: من جهة، القيم المحلية المتجذرة في الثقافة والتقاليد؛ ومن جهة أخرى، القيم الكونية التي تُروِّج عبر وسائل الإعلام، والتي غالبًا ما تحمل طابعًا استهلاكيًا وماديًا.

في ظل هذا التعدد، يُصبح من الصعب على الفرد، خاصة الشباب، تحديد المرجعية الأخلاقية أو الثقافية التي يجب أن يُنظّم وفقها سلوكه ومواقفه. هذا ما يجعل الاغتراب القيمي ليس فقط حالة نفسية، بل أيضًا أزمة في الهوية الثقافية والانتماء، حيث يشعر الفرد أنه لا ينتمي تمامًا إلى النسق القيمي المحلي، لكنه في الوقت نفسه غير مندمج كليًا في القيم الوافدة¹.

تشير عبارة "إعادة تشكيل الهويات الجماعية وإعادة ترتيب سلم القيم في المجتمعات" إلى واحدة من أبرز نتائج التأثير العميق للعولمة الإعلامية والتحولات الاجتماعية على النسيج الثقافي للمجتمعات، خصوصًا في السياقات التي تشهد انفتاحًا سريعًا على القيم العالمية دون وجود آليات داخلية متينة لاحتواء هذا التغيير.

فالهويات الجماعية لا تتكوّن فقط من اللغة والانتماء الجغرافي، بل من القيم المشتركة والتمثيلات الثقافية التي توحد الأفراد داخل جماعة واحدة. عندما تدخل القيم العالمية - خصوصًا تلك المرتبطة بالنيو-رأسمالية، والفردانية، والاستهلاك - فإنها تُحدث خلخلة في التصورات الجماعية حول ما هو "صحيح"، وما هو "جيد"، وما الذي يُفترض أن يكون". هذه التحولات تؤدي إلى إعادة بناء صورة الجماعة عن نفسها، وقد تخلق هويات هجينة أو هويات مشتتة لا تنتمي كليًا إلى الأصل ولا تنبئ تمامًا الوافد.

¹ - لعور، ن، التغييرات القيميّة لدى الشباب الجامعي في ظل العولمة الإعلامية. مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد بوضياف، العدد

كما أن كل مجتمع يملك ما يمكن تسميته بـ «التراتبية القيمية»، أي أنه يُعلي من شأن بعض القيم (كالعدل، التضامن، التقوى...) ويضع أخرى في مراتب دنيا. لكن مع دخول تأثيرات العولمة ووسائل الإعلام الحديثة، يحدث نوع من إعادة ترتيب داخلي لهذا السُّلم: تُصعد بعض القيم المادية أو الفردية (كالنجاح الشخصي، الحرية الفردية، الثراء) إلى المراتب العليا.

وثُقِّصى أو تُضعف بعض القيم التقليدية أو الجماعية (كالطاعة، التقوى، الزهد)¹. وهذا التغيير لا يتم دائماً بوعي، بل هو نتيجة تراكم رسائل إعلامية وصور رمزية مكررة تُعيد تشكيل العقل الجمعي بطريقة تدريجية.

• الهويات الجماعية وإعادة تشكيل سلم القيم في ظل التحولات الرمزية الكبرى:

في ظل ما يُعرف بالتحولات الرمزية الكبرى الناتجة عن العولمة والرقمة والتدفقات الإعلامية العابرة للحدود، لم تعد الهويات الجماعية كيانات مغلقة أو متجانسة، بل تحوّلت إلى سرديات متبدّلة يعاد تشكيلها باستمرار. فالهوية لم تعد تُفهم باعتبارها "جوهرًا ثابتًا"، بل "مشروعًا ثقافيًا" يتكوّن ويتغيّر بتغيّر البنى الرمزية والاجتماعية التي يعيش فيها الفرد والجماعة. فإن "الهويات لم تعد معطيات منتهية الصلاحية أو مغلقة على نفسها، بل تحوّلت إلى سرديات مرنة تُعاد صياغتها من خلال شبكات المعنى المتجددة التي تفرضها العولمة والوسائط المتعددة. في هذا السياق، يُلاحظ أن التفاعل مع وسائط الإعلام الرقمية بما تحمله من أنماط قيمية، ورموز، وسرديات ثقافية أدّى إلى تعدد المرجعيات داخل البنية الثقافية الواحدة، بحيث بات الفرد يحمل تمثّلات متداخلة، أحيانًا متناقضة، بين الانتماء التقليدي (الأسري والديني) وبين رموز الحداثة والعالمية².

¹ - قوي، ب، التحولات القيمية في المجتمع الجزائري المعاصر: قراءة في تأثير الإعلام الجديد. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ورقلة، العدد 25، 2016، ص 120.

² - بوصوف، عبد العالي، الهويات المركبة في العالم المعولم: دراسة في أزمة الانتماء والتعددية الثقافية. الجزائر: منشورات جامعة الجزائر 2، 2017.

هذا التحول في مفهوم الهوية يُوازيه أيضًا إعادة ترتيب في سلم القيم، إذ لم يعد من السهل التمييز الصارم بين القيم "الأصلية" و"الدخيلة"، كما أن الفضاء الرقمي ساهم في تسريع التفاعل القيمي والتنازع بين المرجعيات. فالقيم لم تعد تُنقل فقط عبر الأسرة أو المدرسة، بل أصبحت تُبث وتُناقش في منصات الإعلام، مما يؤدي إلى تشظي المرجعيات، وتحول الأفراد من مستهلكين للثقافة إلى فاعلين في إنتاجها وإعادة تشكيلها¹.

وهكذا، نجد أن مسألة الهوية لم تعد فقط مسألة "من نحن؟" بل أصبحت أيضًا "كيف نُعيد تعريف أنفسنا في عالم متحوّل؟" حيث لم تعد الهويات ثابتة، بل ديناميكية، تتشكل وتُعاد بناؤها من خلال الشبكات الرمزية التي تنتجها الثقافة والإعلام والعولمة. دلالات هذا التحول²:

الهويات لم تعد "جوهرًا"، بل "مشروعًا": أي أن الأفراد والجماعات أصبحوا يصوغون هويتهم من خلال الخيارات والتجارب، وليس فقط من خلال الوراثة الثقافية. فالهوية المعاصرة تميل إلى التعدّد، وهي أكثر مرونة وقابلية للتكيف من النماذج التقليدية الجامدة. ويظهر ذلك جليًا في المجتمعات التي تعيش تحولات حضارية وثقافية عميقة، حيث يتكوّن الفرد أحيانًا من هويات فرعية (دينية، لغوية، جنادرية، رقمية...) تتداخل أحيانًا وتتعارض أحيانًا أخرى³.

❖ **تعدد المرجعيات:** إذ لم يعد الانتماء الأحادي كافيًا لفهم الهوية. الفرد الجزائري أو العربي مثلاً قد يحمل رموزًا من الإسلام، والأمازيغية، والحدّاثة الغربية، والعولمة الرقمية... كلها في آنٍ واحد.

¹ -Léboeuf, G. (2003). *Les identités culturelles à l'épreuve de la mondialisation*. Paris : Presses Universitaires de France

2- Léboeuf, G. (2003). *Les identités culturelles à l'épreuve de la mondialisation*. Presses Universitaires de France

³ - خضير، زينب، الهويات في زمن العولمة: من الانتماء إلى التشظي. بيروت: دار رؤية للنشر والتوزيع. 2020، ص120.

لقد أصبحت الهوية اليوم أكثر تعقيدًا وتعددًا، وهي ما يُطلق عليه في الأدبيات السوسولوجية مفهوم الهوية الهجينة (**Identité hybride**) ، أي الهوية التي تتكوّن من عناصر متعددة ومتناقضة أحيانًا، نتيجة التفاعل المستمر بين المحلي والعالمي. فالهوية المعاصرة لم تعد تعتمد فقط على الانتماءات الثابتة، بل أصبحت تُبنى في تقاطع الانتماءات الثقافية والدينية والجغرافية المختلفة، في زمن تشظ فيه المرجعيات الكبرى.¹

❖ **التشظي والهجنة**: وهي مفاهيم تشير إلى أن الهوية لم تعد صافية، بل هجينة، تتكوّن من طبقات متراكبة ومتداخلة، أحيانًا متناقضة. الهوية ليست جوهرًا، بل سرًا مستمرًا، يُعاد بناؤه في كل مرة، حسب السياقات والمواقع، وهو ما يجعل من **الهجنة والتشظي** سمة أساسية لهوية الإنسان المعاصر.²

¹– Schnapper, D. (2007). *La communauté des citoyens : Sur l'idée moderne de nation* (5e éd.). Paris : Gallimard

² – Hall, S. (1996). *Questions of Cultural Identity*. London : SAGE Publications.

الإطار التطبيقي

للدراسة

تمهيد:

✓ الفصل الرابع:

❖ المبحث الأول: التحليل الكمي والكيفي لحصة شرفات ثقافية.

البطاقة الفنية للقناة الإخبارية الثالثة.

البطاقة الفنية لحصة شرفات ثقافية.

التحليل الكمي والكيفي لفئة الموضوع.

عرض وتحليل الجداول.

التحليل الكمي والكيفي لفئة القيم.

عرض وتحليل الجداول.

التحليل الكمي والكيفي لفئة المصادر.

عرض وتحليل الجداول.

التحليل الكمي والكيفي لفئة الاهداف.

عرض وتحليل الجداول.

التحليل الكمي والكيفي لفئة أساليب الاقناع.

عرض وتحليل الجداول.

التحليل الكمي والكيفي لفئة اللغة المستخدمة.

عرض وتحليل الجداول.

تمهيد:

❖ المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي لحصة culture l'autre regard.

البطاقة الفنية للقناة canal Algérie.

البطاقة الفنية لحصة culture l'autre regard.

التحليل الكمي والكيفي لفئة الموضوع.

عرض وتحليل الجداول.

التحليل الكمي والكيفي لفئة القيم.

عرض وتحليل الجداول.

التحليل الكمي والكيفي لفئة المصادر.

عرض وتحليل الجداول.

التحليل الكمي والكيفي لفئة الاهداف.

عرض وتحليل الجداول.

التحليل الكمي والكيفي لفئة أساليب الاقناع.

عرض وتحليل الجداول.

التحليل الكمي والكيفي لفئة اللغة المستخدمة.

عرض وتحليل الجداول.

❖ المبحث الثالث: التحليل المقارن الكمي والكيفي لحصة شرفات ثقافية وحصة culture

.l'autre regard

التحليل الكمي والكيفي لفئة الموضوع.

عرض وتحليل الجداول.

التحليل الكمي والكيفي لفئة القيم.

عرض وتحليل الجداول.

التحليل الكمي والكيفي لفئة المصادر.

عرض وتحليل الجداول.

التحليل الكمي والكيفي لفئة الاهداف.

عرض وتحليل الجداول.

التحليل الكمي والكيفي لفئة أساليب الاقناع.

عرض وتحليل الجداول.

التحليل الكمي والكيفي لفئة اللغة المستخدمة.

عرض وتحليل الجداول.

تمهيد:

بعد استعراض الجوانب النظرية للدراسة، سوف نتطرق فيما يأتي إلى استعراض الجزء التطبيقي للدراسة من خلال عملية التحليل الكمي والكيفي لكل البيانات المجمعة في هذه المرحلة البحثية والمتعلقة في تفسير القيم الثقافية المتضمنة في البرامج الثقافية للقناة الإخبارية الثالثة قناة canal Algérie التابعتان لمؤسسة التلفزيون الجزائري، إذ قمنا بتحليل الفئات المستخدمة في هذه الدراسة، والتي اتضحت في كل من فئات الشكل والمحتوى وتمثلت في فئة المواضيع، فئة القيم، فئة الوظيفة، فئة المصدر، فئة الأساليب الإقناعية، فئة اللغة المستعملة، وبعد عملية عرض الجداول الكمية التي نعرض فيها المعطيات البيانية الخاصة بكل فئة من فئات التحليل المستخدمة قمنا بتحليل تلك المعطيات انطلاقاً من قراءتها ثم تقديم ملاحظات عليها، تفسيرها وتأويلها تبعاً للسياق الذي وجدت فيه وإطارها الزمني والمكاني، و هذا بالإسقاط النظري و بالاعتماد على المعارف المقدمة في الإطار النظري للدراسة و الدراسات السابقة، وأخيراً الخروج باستنتاجات شاملة لجميع الفئات انتهت بتقديم سلسلة من النتائج والتوصيات.

❖ المبحث الأول: التحليل الكمي والكيفي لحصة شرفات ثقافية.

البطاقة الفنية للقناة الإخبارية الثالثة:

بموجب المرسوم التنفيذي رقم 01-123 الصادر بتاريخ 4 يوليو 2001، والمتعلق بإعادة هيكلة المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري، تقرر إنشاء قناة تلفزيونية جديدة ناطقة باللغة العربية، تحت مسمى "القناة الثالثة" A3، تكون تابعة للمؤسسة وتخضع لقوانين الإعلام العمومي، بهدف:

تدعيم العرض الإعلامي العمومي.

الاستجابة لتطلعات الجالية الجزائرية بالخارج.

تثمين الثقافة الوطنية واللغة العربية.

تطوير محتوى شبابي وثقافي يتماشى مع العصر.

دخلت القناة حيز البث يوم 5 يوليو 2001، مع جدول بث أولي يركز على نشرات الأخبار، البرامج الثقافية، وبرامج شبابية وفنية.

تطور الشبكة البرمجية لقناة A3 الجزائرية منذ تأسيسها عام 2001 إلى اليوم:
المرحلة الأولى: التأسيس والانطلاقة 2001-2005:

الطابع العام: قناة موجهة للشباب والجالية الجزائرية في الوطن العربي.
نوعية البرامج:

نشرات أخبار مبسطة وعصرية (مقارنة بالقناة الأرضية).

برامج شبابية موسيقية وفنية مثل:

أجيال: حصة شبابية تناقش اهتمامات الشباب.

صباح الخير: برنامج صباحي متنوع.

حديث الصباح: لقاءات فكرية خفيفة.

بث أفلام ومسلسلات عربية مدبلجة وجزائرية.

تغطية رياضية خفيفة (أخبار رياضية وأهداف المباريات).

اللغة: العربية الفصحى واللهجة الجزائرية الخفيفة أحياناً.

المرحلة الثانية: التوسع وتأکید الهوية 2005-2010:

الطابع العام: محاولة إرساء طابع ثقافي-شبابي واضح.
إضافات جديدة:

دخول برامج وثائقية موجهة للشباب.

برامج حوارية فكرية مع شباب جزائريين.

تركيز على "موضة العصر" (مثل البرامج المتعلقة بالإنترنت والاتصالات).

تطوير فقرة الأخبار الرياضية بشكل مستقل (برامج قصيرة داخل الشبكة).

مسلسلات عربية وأجنبية مترجمة ودبلجة محسنة.

ملاحظة: بقيت A3 قناة مكملة للأرضية ولم تصل بعد إلى طابع قناة مستقلة كاملة.

المرحلة الثالثة: بداية التخصص والإنتاج الذاتي 2010-2016:

تحول كبير:

زيادة البرامج المنتجة محليًا بنسبة 60%.

برامج فنية وموسيقية حديثة لدعم الفنانين الجزائريين الشباب.

برامج تحقيقات اجتماعية خفيفة.

البرامج الإخبارية: نشرات إخبارية أكثر تخصصًا: أخبار دولية. أخبار ثقافية. أخبار رياضية مفصلة.

بث مباشر أكثر: إدخال بث مباشر لبعض المناسبات الوطنية والرياضية والثقافية.

المرحلة الرابعة: التجديد والمنافسة 2016-2020:

التحول الرقمي: مواكبة الانتقال نحو الإعلام الرقمي.

تجديد الشبكة البرمجية بشكل موسمي.

برامج حوارية سياسية خفيفة تستضيف شبان ومختصين.

برامج توعوية (الصحة، البيئة، التكنولوجيا).

مواكبة الأحداث الكبرى (الألعاب الأولمبية، الانتخابات، إلخ).

بدء تجربة بعض البرامج ذات الطابع التفاعلي عبر الإنترنت (مشاركة المشاهدين بالآراء مباشرة).

المرحلة الخامسة: المرحلة الحديثة 2020 الى اليوم:

العصر الرقمي والبث عالي الجودة.HD

الشبكة البرمجية اليوم تركز على:

برامج ثقافية شبابية بالدرجة الأولى.

أخبار عالمية وعربية يومية مختصرة ومكثفة.

مسابقات ومواهب شبابية.

برامج وثائقية قصيرة عن الجزائر والثقافة الجزائرية.

دعم البث عبر الإنترنت والمنصات الرقمية.

البطاقة الفنية لحصة شرفات ثقافية:

اسم البرنامج: شرفات ثقافية

نوع البرنامج: برنامج ثقافي فني.

القناة: القناة الثالثة الجزائرية (A3) ، التابعة للمؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري.

اللغة: اللغة العربية الفصحى (بأسلوب سلس وبسيط).

البرنامج:

فكرة

"شرفات ثقافية" عبارة عن نافذة مفتوحة على العالم الثقافي الجزائري والعربي والدولي، تسلط

الضوء على:

أبرز الإصدارات الأدبية (روايات، دواوين شعرية، دراسات أكاديمية).

الشخصيات الثقافية والفنية الجزائرية والعربية.

الأحداث الثقافية الكبرى (معارض الكتب، المهرجانات السينمائية، اللقاءات الفكرية...).

تقديم تحليلات ونقاشات حول مواضيع ثقافية راهنة.

الطابع:

أسلوب راقٍ وهادئ.

ضيوف الحصة غالبًا كتاب، شعراء، باحثون، فنانون.

مساحة لعرض الإبداع الجزائري، مع التركيز أحياناً على قضايا الهوية الثقافية واللغة والفكر.
مدة الحصة: تقريباً 26 إلى 30 دقيقة.

وتيرة البث: من حصة إلى ثلاث حصص في الشهر.

وقت البث: 22:45

مع إعادة عرض في أوقات أخرى ضمن شبكة البرامج الثقافية للقناة.

أسلوب التقديم:

حوارات مباشرة أو تقارير ميدانية من معارض وفعاليات.

مقاطع موسيقية خلفية هادئة تناسب الجو الثقافي.

تقديم ملخصات عن الكتب والإصدارات بأسلوب سهل الوصول للجمهور العادي والمهتمين

على حد سواء.

❖ جدول رقم 01: المواضيع الرئيسية للقيم الثقافية من خلال مضمون حصة شرفات

ثقافية.

النسبة %	التكرار	المواضيع الرئيسية
26.80%	164	مواضيع فكرية فلسفية
34.32%	210	مواضيع ثقافية إعلامية
25%	153	مواضيع أدبية
13.88%	85	مواضيع تاريخية
100%	612	المجموع

تشير البيانات الواردة في الجدول أعلاه إلى تصنيف الموضوعات الرئيسية المتناولة ضمن مضامين حصة شرفات ثقافية التي تبثها القناة الجزائرية الثالثة، وذلك في سياق السعي للإجابة عن التساؤل الأول من تساؤلات الدراسة، والذي يتمحور حول: **ما هي موضوعات القيم الثقافية الأكثر توظيفاً لإبراز القيم الثقافية في حصة شرفات ثقافية؟** وتُظهر هذه البيانات أن توزيع الموضوعات يعكس توجّهاً تحريرياً محدداً في اختيار المضامين. يتبين من خلال المعطيات أن هناك تركيز على المواضيع الثقافية الإعلامية تليها المواضيع الفكرية والفلسفية، ثم الأدبية، وأخيراً التاريخية. ويستند هذا التوزيع إلى مجموعة من الاعتبارات التحريرية والفكرية التي تحكم إنتاج المضمون الثقافي في القنوات العمومية. اين استحوذت المواضيع الثقافية الإعلامية على نسبة 34.31%، وهي النسبة الأعلى للمواضيع الرئيسية ويعكس هذا الحضور المكثف لمواضيع الشأن الثقافي الراهن توجّهاً واضحاً

نحو إبراز الحركة الثقافية الوطنية، من خلال التغطيات الإعلامية المتواصلة لمختلف الأنشطة والمبادرات ذات الطابع الفني والمعرفي. وتشمل هذه الأنشطة تغطية الفعاليات الكبرى مثل المعارض الدولية للكتاب، والصالونات الثقافية، والأسابيع الثقافية الجهوية، إضافة إلى المهرجانات المسرحية والموسيقية التي تحتفي بالتراث الوطني والفنون الحديثة على حد سواء. كما يهتم برنامج شرفات ثقافية بمتابعة الإنتاجات السينمائية الجزائرية، من خلال تقديم عروض لأفلام محلية ومناقشة محتواها مع مخرجيها ونقاد السينما، إلى جانب الترويج للعروض المسرحية الجديدة والتعريف بالأعمال المسرحية المتميزة. وتشكل الحوارات مع الكُتاب، الفنانين، والمتقنين جانبًا مهمًا من هذه التغطيات، حيث يُسح المجال لهؤلاء الفاعلين لتقديم رؤاهم حول القضايا الثقافية الراهنة وتحديات المشهد الإبداعي. ويأتي هذا التركيز في إطار محاولة الإعلام العمومي مواكبة النشاط الثقافي في البلاد، وتعزيز حضوره في الوعي الجماعي بوصفه مكونًا حيويًا من مكونات الهوية الوطنية. وقد أشار سعيد بنكراد إلى أن "الإعلام الثقافي في الزمن المعولم يتجه إلى تبسيط المحتوى وتكييفه مع متطلبات الاستهلاك السريع"، مما يفسر اللجوء إلى هذا النوع من المواضيع ذات الطابع الحركي وال جذاب¹.

أما بنسبة معتبرة بلغت 26.79% تأتي المواضيع الفكرية والفلسفية كمؤشر على محاولة قناة الجزائرية الإخبارية على تأطير القيم الثقافية ضمن مرجعيات عقلانية ونقدية. كما يعكس هذا النوع من المواضيع اهتمامًا بالتكوين الفكري للمشاهد من خلال استضافة مفكرين، أساتذة جامعيين، أو من خلال معالجات تحليلية لقضايا وجودية ومعرفية.

وأكد إبراهيم براهيم أن "الإعلام العمومي في الجزائر يسعى، رغم التحديات، إلى تحقيق توازن بين البعد التثقيفي والترفيهي، خاصة في برامج الفكرية". وتُعد هذه الفئة من المواضيع ضرورية لترسيخ قيم الحوار، النقد، والانفتاح المعرفي، وهي جزء من وظيفة الإعلام العمومي كمؤسسة تربوية غير مباشرة².

فيما بلغت نسبة المواضيع الأدبية 25%، وهي نسبة تدل على اهتمام معتبر بالأدب كرافعة للهوية الثقافية. يتجلى تناول المواضيع الأدبية في البرامج الثقافية من خلال اهتمام ملحوظ

¹ - بنكراد، سعيد، السيميائيات وتحليل الخطاب. الدار البيضاء: دار توبقال، 2006، ص. 112.

² - براهيم، إبراهيم، الإعلام العمومي الجزائري ورهان الخدمة العمومية. مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة بسكرة، العدد 8، 2012، ص. 98.

بالإبداع الأدبي المحلي والعالمي على حد سواء. ففي الجانب المحلي، يتم تسليط الضوء على الأعمال الشعرية والنثرية التي تعبر عن خصوصية التجربة الجزائرية، سواء من حيث اللغة أو المضمون أو التوجهات الفكرية، مع استضافة أدباء ونقاد لمناقشة إسهاماتهم وإبراز قضايا الأدب الجزائري الحديث والمعاصر. أما على الصعيد العالمي، فتسعى هذه البرامج إلى توسيع أفق المتلقي من خلال تقديم قراءات لأعمال روائية وشعرية ذات شهرة دولية، ومقارنة بعض التجارب العالمية بالتجربة الأدبية المحلية، مما يُعزز من وعي الجمهور بالثقافة الأدبية العابرة للحدود. كما تُطرح قضايا النقد الأدبي من زوايا متعددة، تشمل استعراض المدارس النقدية الغربية وتأثيرها على النقد العربي، وتُخصص مساحات لعرض تاريخ الأدب الجزائري في تفاعله مع السياقات الإقليمية والدولية، بما يسهم في ترسيخ وعي ثقافي متعدد الأبعاد يعكس الانفتاح على الآخر دون التفريط في الخصوصية الوطنية.

ويرى عبد الله العروي أن "اللغة الأدبية هي الحامل الرمزي للهوية، ومن خلالها تُستعاد القيم وتُصاغ الذاكرة"، وهو ما يعكسه الحضور اللافت للأدب ضمن البرامج الثقافية، خاصة في بلد كالجزائر يُعد غنيا بالتجارب الأدبية المكتوبة والشفوية¹.

بالمقابل، احتلت المواضيع التاريخية المرتبة الأخيرة بنسبة 13.87%. وهذا الحضور المحدود هو من خلال استحضار المحطات التاريخية المهمة وإدماج البُعد التاريخي في حصة شرفيات ثقافية لا يكتفي بإحياء الذاكرة، بل يفتح المجال أمام قراءة نقدية للتجربة الوطنية في أبعادها المختلفة.

وهذه النسبة القليلة أكدها الباحث محمد الأمين بلغيث حول أن "وسائل الإعلام الجزائرية لم تستطع بعد أن تُوظف التاريخ ضمن سياقات إعلامية جاذبة، قادرة على دمجها في الحاضر"²، مما يُفسر هذا الضعف النسبي في تناول التاريخ. ويُعد هذا تحديًا مفتوحًا أمام القنوات العمومية لتجديد آليات طرح المواضيع التاريخية وإخراجها من القوالب الوثائقية التقليدية.

¹ - العروي، عبد الله، مفهوم الثقافة. بيروت: المركز الثقافي العربي، 1996، ص 44.

² - بلغيث، محمد الأمين، الذاكرة الجماعية والإعلام. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2012، ص 129.

❖ جدول رقم 02: المواضيع الفرعية للمواضيع الفكرية الفلسفية.

النسبة %	التكرار	مواضيع فكرية فلسفية
19.15%	41	الهوية الوطنية
26.16%	56	الهوية الثقافية
16.35%	35	النخب الفكرية
7.05%	15	الهوية الإسلامية
10.28%	22	الحرية الفكرية وحرية التعبير
21.02%	45	عرض الكتب ومناقشتها
100%	214	المجموع

يعكس الجدول المعروض توزيعاً دقيقاً للمواضيع الفرعية التي تندرج ضمن الإطار العام للمواضيع الفكرية الفلسفية في حصة "شرفات ثقافية"، التي تبثها القناة الجزائرية الإخبارية، وذلك في إطار تحليل أبعاد القيم الثقافية المتضمنة في مضامين هذه الحصة. وقد تم تصنيف هذه المواضيع إلى ست فئات رئيسية تمثل محاور فكرية متعددة، بلغ مجموع تكراراتها 214 وحدة، بما يعكس ثراء وتنوع الطرح المعتمد. وتُظهر نسب التكرار تفاوتاً دالاً، ما يدل على وجود استراتيجية تحريرية تعتمد التركيز على بعض الموضوعات أكثر من غيرها، وفقاً لأولويات ثقافية وإعلامية معينة. هذا التوزيع لا يأتي بشكل اعتباطي، بل يُعبّر عن رؤية متأنية في معالجة القيم الثقافية من خلال منظور فلسفي وفكري، يوازن بين الهوية، الحرية، الفكر النقدي، ودور النخب، مع إبراز أهمية النقاش الثقافي المستند إلى الإنتاج المعرفي والنقاش العقلاني. يشير التوزيع الكمي إلى أن موضوع الهوية الثقافية يأتي في مقدمة المواضيع بنسبة 26.16%، تليه الهوية الوطنية بنسبة 19.15%، ثم عرض الكتب ومناقشتها بنسبة 21.02%. وتشير هذه الأرقام إلى هيمنة الخطاب الهوياتي في شكله الثقافي والوطني على

المضامين الفكرية للحصة، وهو ما يعكس مركزية سؤال الهوية في المشهد الإعلامي والثقافي الجزائري، خاصة في ظل التحولات الاجتماعية والثقافية المعاصرة.

من جهة أخرى، تم تخصيص 16.35% من المضامين لموضوع النخب الفكرية، ما يدل على اهتمام البرنامج بدور الفاعلين الثقافيين في تشكيل الخطاب العام، بينما تم تناول الحرية الفكرية وحرية التعبير بنسبة 10.28%، والهوية الإسلامية بنسبة 7.05%، مما يُظهر محدودية نسبية في طرح القضايا الدينية مقارنة بباقي المواضيع.

إن تقدم موضوع الهوية الثقافية يعكس حاجة تأكيد الخصوصية الثقافية والانتماء الحضاري، خاصة في ظل التأثيرات المتزايدة للعولمة وتحديات طمس التعددية الرمزية لأن الثقافة ليست فقط تراكمًا معرفيًا بل مشروعًا للتمكين الرمزي وبناء الذات الجماعية. وتُعد مناقشة الهوية الثقافية في هذا السياق بمثابة مقاومة رمزية لمحاولات "التمائل الثقافي"¹.

وفي السياق ذاته، يرى بورديو أن الفعل الثقافي لا يمكن فصله عن الحقل الاجتماعي الذي ينتجه، فالهويات تُبنى عبر الممارسات الرمزية التي تتجلى في اللغة، الفن، والتعليم، وهي في حالة صراع دائم مع قوى الهيمنة التي تسعى إلى فرض نماذج موحدة.² من هذا المنطلق، يكتسب التركيز على الهوية الثقافية في البرامج الإعلامية، مثل حصة "شرفات ثقافية"، طابعًا مقاومًا، يسعى إلى استعادة الذات الثقافية الوطنية في ظل التحديات العابرة للحدود.

كما أن الهوية الثقافية لا تُبنى فقط عبر المعطى التاريخي أو التراثي، بل أيضًا من خلال التمثيلات الإعلامية التي تُعيد تشكيل صورة الذات في الخيال الجمعي. فالخطاب الإعلامي الثقافي، عندما يُنتج بشكل نقدي وتعددّي، يتيح للمجتمع فرصة تأمل ذاته وتحديد موقعه في

¹ - التماثل الثقافي (Cultural Homogenization) هو مفهوم يشير إلى توحيد أو تقييد التنوع الثقافي، بحيث تبدأ الثقافات المختلفة في فقدان خصوصياتها وتتشابه بشكل متزايد مع بعضها البعض، غالبًا نتيجة تأثير العولمة، وهيمنة ثقافة أو نموذج ثقافي معين في العادة، الثقافة الغربية أو الأمريكية على باقي الثقافات.

² - بورديو، بيير، *الهيمنة الرمزية*. ترجمة: أحمد حسان. بيروت: المنظمة العربية للترجمة،

1991، ص55.

السياق الحضاري المعاصر. بهذا المعنى، لا تعد معالجة الهوية مجرد استرجاع للماضي، بل ممارسة حية لإعادة إنتاج الذاكرة وتوجيه المستقبل الثقافي.

أما بنسبة 19.15% لموضوع **الهوية الوطنية**، فيُظهر تركيزًا واضحًا من قبل البرنامج على أحد المكونات الجوهرية للثقافة الجزائرية. فالهوية الوطنية ليست مجرد عنصر رمزي، بل هي بنية متكاملة تُستدعى في الخطاب الإعلامي بهدف تثبيت الشعور بالانتماء المشترك، وتحفيز التلاحم الاجتماعي. هذا التوجه يتوافق مع ما ذهب إليه بلغيث في تحليله لوظيفة الإعلام في ترسيخ الذاكرة الجماعية، حيث يرى أن الوسائط الإعلامية تلعب دورًا محوريًا في بناء وعي جماعي موحد يستند إلى السرديات الوطنية الجامعة¹.

وتأتي مناقشة هذا البعد الهوياتي عبر استحضار رموز الكفاح الوطني، التاريخ التحرري، والمقومات الحضارية للجزائر، وهو ما يشكل محاولة واعية لإعادة توظيف التاريخ في سياق ثقافي معاصر لأن التاريخ لا يُستدعى فقط لتوثيق الماضي، بل يُعاد إنتاجه بوصفه أحد روافد الوعي الجماعي، مما يضفي على الخطاب الإعلامي بُعدًا تأويليًا يتجاوز التوثيق نحو بناء دلالات جديدة تخدم حاضر الأمة وهويتها المتجددة. كم أن للإعلام وظيفة في ترسيخ الذاكرة الجماعية وبناء الوعي الوطني.

من جهة أخرى، يُعتبر تركيز البرنامج على **عرض الكتب ومناقشتها** مؤشرًا إيجابيًا على سعيه لإعادة الاعتبار للفكر والمعرفة كأدوات لترسيخ القيم الثقافية. وكما يوضح هابرماس في نظريته حول الفضاء العمومي، فإن الحوار العقلاني وتداول الأفكار يشكلان ركيزة لأي ثقافة ديمقراطية ويظهر هذا المفهوم جليًا في حصة "شرفات ثقافية"، التي تُكرّس جزءًا هامًا من محتواها لعرض الكتب، مناقشتها، وإجراء حوارات فكرية مع مثقفين وأكاديميين، بما يخلق فضاءً للتداول العمومي حول القيم الثقافية. بهذا، لا تكون الحصة مجرد وسيلة إعلامية، بل منصة تداول رمزي تُعيد تأهيل الثقافة بوصفها مشروعًا جماعيًا ديمقراطيًا. وتُظهر طبيعة المضامين المعروضة في البرنامج التزامًا - وإن جزئيًا - بشرط "التداول العقلاني" الذي يشير إليه

¹ - بلغيث، محمد الأمين، الذاكرة الجماعية والإعلام. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2010، ص 129.

هابرماس، حيث يتم تقديم قضايا فكرية مثل الهوية، الحرية، والفكر النقدي من منظور تحليلي ومنهجي، يُشجع المتلقي على التفكير والتفاعل. غير أن نجاح هذا النموذج يظل مرهوناً بمدى توفر شروط الحوار المفتوح وتعددية الآراء، وهي شروط تحدّها أحياناً طبيعة البنية الإعلامية الرسمية. ومع ذلك، تُعد محاولات البرامج الثقافية مثل "شرفات ثقافية" خطوة نحو تجسيد تصور هابرماس حول الفضاء العمومي، عبر دعم قيم المشاركة الفكرية والتداول الحر للمضامين الثقافية.

أما موضوع **النخب الفكرية**، فرغم أنه لا يحتل النسبة الأكبر، إلا أنه يدل على محاولة لربط القيم الثقافية بفاعليها في الميدان الفكري، وهو ما يؤكد أهمية المثقف العضوي في صناعة المعنى وإعادة توجيه الخطاب العام، كما يشير غرامشي في "دفاتر السجن"¹ إلى مفهوم "المثقف العضوي" الذي لا يقتصر دوره على الإنتاج المعرفي المجرد، بل تموضع داخل البنية الاجتماعية كفاعل تاريخي يسعى إلى تغيير الواقع من خلال الارتباط العضوي بطبقة اجتماعية معينة.

وتأتي استضافة هؤلاء الفاعلين في البرنامج كمظهر من مظاهر الاعتراف بدور النخبة في الوساطة بين الثقافة الرسمية والجمهور العام، وهو ما يُعيد الاعتبار للمثقف بوصفه فاعلاً اجتماعياً لا مجرد محلل أكاديمي. ويعزز هذا الطرح مقارنة غرامشي لدور الثقافة في الصراع الاجتماعي، حيث تُعد ساحة لتثبيت أو مقاومة الهيمنة الرمزية. بذلك، يصبح حضور النخبة في الحصة تجسيداً لاستراتيجية إعلامية تهدف إلى منح الثقافة موقعاً مركزياً في صياغة الوعي الوطني.

في المقابل، فإن نسبة تناول **الحرية الفكرية وحرية التعبير** تعكس حذراً نسبياً في مقارنة هذه القضايا داخل الإعلام العمومي، نظراً لحساسيتها السياسية والاجتماعية. ومع ذلك، فإن إدراج هذه المواضيع ولو بنسبة متوسطة يُعد خطوة في اتجاه الانفتاح على التنوع الفكري.

أما **الهوية الإسلامية**، فرغم أهميتها في البنية الثقافية الجزائرية، فقد جاءت في المرتبة الأخيرة. وقد يُفهم هذا التراجع في ضوء سعي البرنامج إلى الحفاظ على طابع ثقافي عام غير مؤدلج،

¹ - Gramsci, Antonio. (1971). *Selections from the Prison Notebooks*. New York : International Publishers, p05.

مع تقادي الحساسيات المرتبطة بالنقاشات الدينية في الفضاء الإعلامي، وهو ما تؤكدته دراسات مثل دراسة براهيمي حول الخط التحريري في الإعلام العمومي.

❖ الجدول رقم 03: المواضيع الفرعية للمواضيع الثقافية الإعلامية.

النسبة %	التكرار	المواضيع الثقافية الاعلامية
18.78%	55	تشكل الثقافة
10.92%	32	الذاكرة الجماعية
27.30%	80	التنوع الثقافي
9.22%	27	واقع السينما والمسرح
11.60%	34	واقع الموسيقى والفنون التشكيلية
22.18%	65	واقع الأدب
100%	293	المجموع

يعكس الجدول أعلاه تنوعاً واضحاً في تناول المواضيع الثقافية داخل حصة "شرفات ثقافية"، بإجمالي 293 تكراراً موزعاً على ستة محاور أساسية، تتراوح نسبها بين 9.22% و 27.30%. ويتصدر موضوع "التنوع الثقافي" القائمة بنسبة 27.30%، يليه "واقع الأدب" بنسبة 22.18%، ثم "تشكل الثقافة" بنسبة 18.78%، في المقابل، تأتي مواضيع مثل "واقع السينما والمسرح" 9.22% و"الذاكرة الجماعية" 10.92% في المراتب الأخيرة، أما موضوع "واقع الموسيقى والفنون التشكيلية" فقد حصل على 11.60% من التكرارات.

يُعدّ تصدّر موضوع التنوع الثقافي للمواضيع الفرعية في حصة "شرفات ثقافية" (بنسبة 27.30%) مؤشراً دالاً على التوجّه التحريري للبرنامج نحو ترسيخ خطاب ثقافي تعددي يعكس واقع المجتمع الجزائري المتنوع لغويًا، جغرافيًا، ورمزيًا. لا يُفهم هذا الحضور المكثف للتنوع الثقافي كمجرد استجابة تقنية لتعدد المكونات الاجتماعية، بل كاختيار رمزي يُقصد به إعادة توزيع الاعتراف داخل الفضاء الإعلامي. وقد أشار كلود ليفي-شترأوس في *La pensée*

¹ *sauvage* إلى أن التنوع الثقافي ليس عبئاً على المجتمعات بل هو ثروة إنسانية يجب حمايتها، لأنه يُشكل شرطاً أساسياً لتقدم البشرية عبر التفاعل الخلاق بين الثقافات. وضمن هذا المنظور، يصبح تناول "شرفات ثقافية" لموضوع التنوع بمثابة مقاومة رمزية لمحاولات التماثل الثقافي، وسعيًا لتعزيز التعايش والانفتاح على الاختلاف داخل الهوية الوطنية. إن هذا الطرح لا يكتفي بتقديم التنوع كواقع، بل كقيمة في حد ذاتها، تُشكل قاعدة لبناء حوار ثقافي ومجتمعي دائم.

يحتل موضوع واقع الأدب المرتبة الثانية من حيث التكرار بنسبة 22.18%، وهو ما يعكس اهتمامًا ملحوظًا لدى البرنامج بالمجال الإبداعي المكتوب كأداة للتعبير الرمزي والفكري عن قضايا الذات والمجتمع. لا يُعد هذا الاهتمام مجرد تتبع لأعمال روائية أو شعرية فحسب، بل هو قراءة في التفاعلات الثقافية الكامنة داخل النصوص الأدبية، باعتبارها مرآة لتحويلات المجتمع وأزماته وهويته المتعددة. وفي هذا السياق، يرى ميخائيل باختين أن الأدب، خاصة الرواية، يمثل حقلًا لـ «تعدد الأصوات»²، أي تعددية وجهات النظر داخل النص الواحد، مما يجعله فضاءً خصبًا لتداول الخطابات الاجتماعية والثقافية. ومن هذا المنطلق، فإن الحضور القوي للأدب في حصة "شرفات ثقافية" لا يُنظر إليه بوصفه مجرد اهتمام جمالي، بل كاستراتيجية رمزية لتحفيز الحوار الثقافي وتعزيز الانتماء المشترك من خلال التفاعل مع منتج رمزي يعبر عن الجماعة ويعيد تشكيل وعيها.

يشير تصدّر موضوع تشكل الثقافة بنسبة 18.78% إلى وعي البرنامج بأهمية تناول الثقافة لا بوصفها معطًى جاهزًا أو قالبًا نمطيًا، بل كسيرورة ديناميكية تتشكل عبر التجربة والتفاعل الاجتماعي. هذا الطرح ينسجم مع الرؤية الأنثروبولوجية التي ترى أن الثقافة ليست شيئًا نملكه، بل "نسيج من المعاني" تتسجه المجتمعات عبر رموزها وسلوكياتها وتصوراتها اليومية. ومن هذا المنطلق، فإن تناول الحصة لموضوع تشكل الثقافة يُعد ممارسة تحليلية تُمكن من تفكيك الطبقات الرمزية التي تُبنى من خلالها الهوية والمعنى. يُظهر البرنامج من خلال هذه المعالجة

¹ - Lévi-Strauss, Claude. (1962). *La pensée sauvage*. Paris : Plon, p. 57.

² - Bakhtin, Mikhail. (1981). *The Dialogic Imagination : Four Essays*. Austin : University of Texas Press, p. 259.

اهتمامًا بالنظر إلى الثقافة كبنية دلالية مركبة، بما يتماشى مع التحولات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية في الجزائر. إن الانخراط في تحليل تشكّل الثقافة بهذه الطريقة يُمثل، في جوهره، مساهمة معرفية في نقد الخطابات السائدة وإعادة توجيه النقاشات حول ما يُنتج المجتمع من معانٍ ودلالات رمزية.

أما موضوع **الذاكرة الجماعية**، الذي شكّل نحو 10.92% من المضامين، فيدل على إدراك واضح لدى البرنامج بأهمية هذه الذاكرة كعنصر مركزي في تشكيل الهوية الجماعية وتعزيز الشعور بالانتماء الوطني. إن الذاكرة الجماعية لا تقتصر على استرجاع الماضي، بل تتجلى كمنظومة رمزية حية تعيد بناء الحاضر وتؤثر في تصور المستقبل. وفي هذا السياق، يشير بلغيث محمد الأمين إلى أن الإعلام العمومي يؤدي وظيفة محورية في "إعادة إنتاج الذاكرة الجماعية" من خلال استحضار رموز النضال، الأحداث التاريخية، والشخصيات الوطنية التي شكلت الوعي التاريخي للمجتمع. هذا الحضور الإعلامي للذاكرة لا يُعد مجرد تذكير، بل هو فعل رمزي يُعيد رسم حدود الهوية الجماعية ويُحصنها ضد محاولات التفكيك أو الطمس، خصوصًا في المجتمعات التي شهدت صراعات استعمارية وتعيش اليوم تحديات العولمة الثقافية.¹ لذلك، فإن تخصيص الحصة لمساحات تُعنى بالذاكرة الجماعية يُعد توجهًا واعيًا لإحياء الموروث الوطني وربطه بالراهن بطريقة نقدية تفاعلية.

أما موضوع **واقع الموسيقى والفنون التشكيلية**، الذي حاز على نسبة 11.60%، فيعكس محاولة البرنامج لفتح أفق أوسع للمضامين الثقافية يتجاوز التركيز التقليدي على الأدب أو التاريخ. إن إبراز هذه الفنون ضمن الخطاب الإعلامي يُعد خطوة باتجاه الاعتراف بالتعبيرات الجمالية كوسائل فعّالة في ترسيخ القيم الثقافية وتعزيز التنوع الرمزي للمجتمع لأن الخطاب البصري والسمعي يُكوّن جزءًا لا يتجزأ من المعنى الثقافي، ويُسهم في تشكيل الوعي الجماعي عبر دلالاته الرمزية من هذا المنظور، يصبح إدماج الموسيقى والفنون التشكيلية في البرامج الثقافية ممارسة تأويلية تتجاوز الترفيه لتُكرّس وظائف معرفية، نقدية وجمالية. كما أن هذا التوجه يُعد بمثابة مقاومة لتهميش الفنون غير الأدبية في الإعلام التقليدي، ويؤكد على أنّ

¹ - بلغيث، محمد الأمين، نفس المرجع السابق، ص 78.

الثقافة لا تُختزل في النصوص فقط، بل تشمل أيضًا التعبيرات البصرية والصوتية التي تعكس روح العصر وتحاكي تحولات المجتمع.

رغم الأهمية البارزة التي تحظى بها السينما والمسرح كوسيطين ثقافيين مركزيين في بناء الهوية وتعزيز التواصل المجتمعي، فإن النسبة المتدنية المسجلة (9.22%) في تحليل مضمون برنامج "شرفات ثقافية" توحى بوجود إشكالات في التغطية الإعلامية أو في الإنتاج الثقافي لهذين المجالين. هذا القصور قد يعود إلى عدة عوامل، من بينها ضعف التنسيق بين الإعلام العمومي والمؤسسات الثقافية المعنية، وهو ما أشار إليه إبراهيم براهيمى إلى أن الإعلام العمومي يعاني أحيانًا من ضعف التنسيق مع المؤسسات الثقافية، إن هذا التهميش الجزئي للسينما والمسرح قد يُعتبر إغفالًا لمجالات فنية تؤدي دورًا محوريًا في نقل القيم الثقافية من خلال الأداء الحي والإبداع البصري، مما يعكس ضرورة إعادة النظر في طريقة تناول هذه الفنون عبر وسائل الإعلام الثقافية¹.

❖ الجدول رقم 04: المواضيع الفرعية للمواضيع الأدبية.

النسبة %	التكرار	المواضيع الأدبية
14.37%	24	الرواية والقصة
21.34%	35	الشعر المعاصر
24.39%	40	النقد الأدبي
12.21%	20	الابداع الشعري
20.18%	33	التراث والتجديد
7.40%	12	المرأة والأدب
100%	164	المجموع

يحتل النقد الأدبي المرتبة الأولى بنسبة 24.39%، يليه الشعر المعاصر بنسبة 21.34%، ثم التراث والتجديد بنسبة 20.18%، ما يعكس تركيزًا على المقاربات التحليلية والمسائلات

¹ - إبراهيم براهيمى، نفس المرجع السابق، ص 112.

النقدية للموروث الأدبي المعاصر. كما أن الرواية والقصة تحتلان نسبة متوسطة تبلغ 14.37%، في حين أن الإبداع الشعري يأتي بنسبة 12.21%، والمرأة والأدب بنسبة 7.40% فقط.

يُبرز تصدر النقد الأدبي اهتمام البرنامج بالبعد التحليلي في الخطاب الثقافي، وهو ما يعكس توجهًا نحو بناء فكر نقدي يعيد مساءلة النصوص الأدبية ويُنتج معاني جديدة. وقد أشار باختين (1981) إلى أن النصوص الأدبية إلى أن النصوص الأدبية تمثل فضاءً حوارياً متعدد الأصوات (*polyphonic space*)¹، تُعيد من خلاله المجتمعات تشكيل خطابها الثقافي. ومن هذا المنطلق، فإن النقد الأدبي لا يُكتفى فيه بتحليل الجماليات أو البنية اللغوية للنص، بل يُنظر إليه كوسيلة لكشف التفاعلات الرمزية والتوترات الاجتماعية الكامنة في العمق الثقافي للنصوص.

يُعدّ الحضور البارز لموضوع الشعر المعاصر في برنامج "شرفات ثقافية" دلالة على وعي ثقافي بمكانة هذا النوع الأدبي في التعبير عن التحولات النفسية والاجتماعية التي يعيشها الفرد الجزائري، خاصة في ظل التغيرات السياسية والثقافية واللغوية المعاصرة. فالشعر لم يُعدّ فقط وسيلة لتوثيق الانفعالات أو تمجيد البطولات، بل أصبح فضاءً لتجريب لغوي وجمالي جديد، يُعبّر عن قلق الهوية، والتحويلات الرمزية في المجتمع.

وقد أكد عبد الملك مرتاض أن الشعر المعاصر في الجزائر "يتكئ على تراث عريق لكنه لا يكرر أشكاله الجاهزة، بل يسعى إلى صوغ لغة شعرية جديدة تعبّر عن الإنسان الجزائري وهمومه الراهنة"² ويعكس هذا التوجّه نزوعاً نحو تحديث الأشكال الشعرية بما يتماشى مع

¹ - مصطلح "polyphonic space" الذي استخدمه ميخائيل باختين يُترجم إلى العربية بـ "الفضاء التعددي الصوت" أو "الفضاء المتعدد الأصوات"، وهو مفهوم مركزي في نظريته حول الرواية، خاصة في تحليله لروايات دوستوفسكي.

يشير الفضاء التعددي الصوت إلى أن النص الأدبي، وخصوصاً الرواية، لا يعكس صوتاً واحداً (صوت المؤلف أو السلطة الإيديولوجية)، بل يُتيح تعددية في وجهات النظر، وتفاعلاً بين أصوات مختلفة ومستقلة داخل العمل الأدبي. هذه الأصوات ليست مجرد شخصيات، بل تمثل مواقف فكرية واجتماعية متباينة تتفاعل في إطار النص بشكل متساوٍ تقريباً، دون أن تهيمن إحداها بالضرورة.

² - مرتاض، عبد الملك، في تحليل الخطاب الشعري. الجزائر: دار القصة، 2004، ص 28.

الحساسيات الجمالية الحديثة، مع الاحتفاظ بالبعد الوجداني والثقافي المتجذر في الوعي الجمعي.

في السياق نفسه، يُظهر تناول موضوع التراث والتجديد في البرنامج توجهًا معرفيًا وثقافيًا يقوم على إعادة قراءة الموروث من زاوية معاصرة، تتجاوز التمجيد السطحي أو الاستنساخ، نحو مساءلته وإعادة تأويله بما يخدم الراهن الثقافي. إن هذا التفاعل مع التراث لا يتم من منطلق الانفصال أو القطيعة، بل من موقع الحوار التاريخي، الذي يسمح بتثبيت عناصر الهوية الثقافية، مع الانفتاح على معايير التجديد والابتكار.

ويشير عبد الله العروي إلى أن "التراث ليس كتلة جامدة، بل هو مخزون رمزي يُستدعى كل مرة عبر سياقات جديدة، بحسب ما تفضيه الحاجات الحضارية للمجتمع".¹ ومن هذا المنظور، فإن تناول الإعلام لمسألة التراث لا يهدف فقط إلى الحفاظ عليه، بل إلى تفعيله كمورد للمعنى في الحاضر، وتحويله إلى أداة نقدية تُستخدم في النقاشات الفكرية حول الهوية والتحديث.

أما موضوع المرأة والأدب، الذي لم تتجاوز نسبته 7.40%، فيُظهر محدودية تناول الجندي في الخطاب الأدبي للبرنامج، وهو ما يطرح تساؤلات حول مدى إدماج الكتابات النسوية والأصوات الأدبية النسائية في المشهد الثقافي المعروف. فرغم الحضور المتزايد للكاتبات الجزائريات في مجالات السرد والشعر والنقد، فإن التمثيل الإعلامي لا يزال دون المستوى الذي يعكس هذا التنامي، مما يشير إلى فجوة في الرؤية الثقافية الجنديرية.

وتشير الباحثة الجزائرية زهور ونيسي إلى أن "المرأة المبدعة كثيرًا ما تجد نفسها في موقع دفاع عن شرعية وجودها في الحقل الأدبي"²، معتبرة أن المؤسسات الثقافية والإعلامية مطالبة بإعادة بناء مقاربتها تجاه المنتج النسوي، ليس فقط كمساحة تعبيرية، بل كففاعل رمزي يعيد صياغة الذاكرة الثقافية من منظور مختلف ومن هذا المنطلق، فإن الحضور الضعيف للمرأة

¹ - العروي، عبد الله، مفهوم الثقافة. بيروت: المركز الثقافي العربي، 1996، ص 72.

² - ونيسي، زهور، الكتابة النسوية في الجزائر: قضايا وتمثيلات. الجزائر: دار القصة، 2005، ص 118.

في الخطاب الأدبي المعروض في البرنامج يُعد نقطة ضعف منهجية ينبغي تجاوزها عبر سياسات تحريرية أكثر شمولاً وعدالة ثقافية.

❖ الجدول رقم 05: المواضيع الفرعية للمواضيع التاريخية.

النسبة %	التكرار	المواضيع التاريخية
22.55%	55	الثورة
24.59%	60	المقاومة الثقافية
31.55%	77	الأعياد الوطنية
21.31%	52	الثقافة الشعبية
100%	244	المجموع

يعكس الجدول توزيعاً دقيقاً للمواضيع التاريخية الفرعية ضمن حصة شرفات ثقافية، والتي تتناول القيم الثقافية من خلال مرجعية تاريخية متنوعة. من خلال المعطيات الكمية، يتصدر موضوع الأعياد الوطنية القائمة بنسبة 31.55%، متبوعاً بالمقاومة الثقافية بنسبة 24.59%، ثم الثورة بنسبة 22.55%، وأخيراً الثقافة الشعبية بنسبة 21.31%.

يشير التكرار العالي لموضوع الأعياد الوطنية إلى وعي البرنامج بأهمية الاحتفال بالذاكرة الجماعية باعتبارها أداة رمزية لترسيخ الانتماء وتعزيز الروح الوطنية. فالأعياد الوطنية ليست مجرد مناسبات بل تعبير عن استمرارية تاريخية تربط الماضي بالحاضر. وكما يبرز بيير نورا فكرة الطقوس الوطنية كمواقع رمزية تتجاوز كونها مجرد مناسبات للاحتفال أو التذكر، بل هي تجسيد حي للهوية الجمعية والذاكرة التاريخية للمجتمعات. يُعتبر هذا التحليل عنصراً مهماً لفهم كيف يمكن للطقوس أن تكون أداة مركزية في الحفاظ على الذاكرة الجماعية وبناء الهوية الوطنية. وفقاً لنورا، تُعد الطقوس الوطنية "أماكن" مرجعية، حيث تتجمع الذاكرة الجمعية وتُعاد

صياغتها مع مرور الوقت، وتعمل كوسيط لنقل المعاني الثقافية والتاريخية بين الأجيال¹. لذا، فإن هذا التركيز في الحصة يُسهم في إعادة إنتاج المعاني الجماعية التي تُشكّل الوعي القومي. احتلت **المقاومة الثقافية** نسبة معتبرة (24.59%)، ما يُبرز اهتمامًا خاصًا بإبراز الأبعاد الرمزية للمقاومة الثقافية، والتي لم تكن فقط عسكرية، بل أيضًا لغوية وهوياتية. في هذا السياق، يؤكد المفكر عبد الله العروي أن المقاومة الثقافية "هي تمرد على النفي الرمزي، وليست فقط مواجهة للمحتل"² وهو ما يجعل التطرق إليها في الحصة نوعًا من الاعتراف بالهوية الثقافية كرافعة للنضال الوطني.

رغم أن الثورة الجزائرية تُعدّ إحدى الركائز الأساسية في تشكيل الوعي التاريخي والوطني، إلا أن حضورها ضمن البرنامج لم يتصدر باقي المواضيع، إذ جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 22.55% من مجموع التكرارات. ويعكس هذا الترتيب توجهًا ثقافيًا يتجاوز النظرة التقليدية للثورة كحدث عسكري محض، نحو مقارنة جديدة ترى فيها فضاءً دلاليًا مركبًا، يُجسد من خلاله المجتمع الجزائري تفاعلاته العميقة مع قضايا المصيرية. فالخطاب الذي يقدمه البرنامج يسعى إلى إدماج الثورة ضمن سردية ثقافية رمزية، تُبرز ليس فقط أبعادها السياسية، بل أيضًا آثارها في الوجدان الجمعي، والخيال الأدبي، والممارسة الثقافية، مما يجعلها نقطة التقاء بين الذاكرة التاريخية والهوية الرمزية.

يشكل تمثيل الثورة في الإعلام الثقافي أكثر من مجرد استعادة وقائع تاريخية؛ إنه عملية إعادة تشكيل رمزي للبطولة الجماعية تُسهم في ترسيخ منظومة القيم الثقافية الوطنية. فحين تُعرض الثورة بوصفها فعلاً جماعيًا نابغًا من إرادة شعبية، فإنها تُستحضر كمثال للقيم الجوهرية مثل الحرية، التضحية، الكرامة، والوفاء للذاكرة، وهي قيم لا تزال تشكل المرجعية الأخلاقية والسياسية للمجتمع الجزائري المعاصر.

في هذا السياق، يُعدّ التناول الثقافي للثورة آلية تربط الماضي بالحاضر، وتحوّل الحدث التاريخي إلى رمزٍ حي يُغذي الهوية الجماعية ويعزز الانتماء. كما يتيح هذا التناول للثقافة الإعلامية أن تُعيد إنتاج المعاني الرمزية للثورة بما يتلاءم مع التحديات الراهنة، دون الوقوع

¹ - Nora, P. (1984). *Les lieux de mémoire* (Vol. 1). Paris : Gallimard, p. 19.

² - العروي، عبد الله، مفهوم الثقافة. بيروت: المركز الثقافي العربي، 1996، ص 67.

في التمجيد الفارغ أو التكرار النمطي، بل من خلال إبراز الثورة كمخزون قيمي قادر على الإلهام وإعادة البناء الرمزي للمجتمع.

تحضر **الثقافة الشعبية** بنسبة 21.31%، وهو ما يمكن اعتباره تمثيلاً نوعياً لـ «التاريخ غير الرسمي» الذي لا يُكتب بالضرورة في الكتب، بل يُروى ويتناقل شفهيًا، ويعيش في الطقوس والممارسات اليومية. إن هذا الحضور في برنامج "شرفات ثقافية" يُشير إلى وعي تحريري بأهمية الأصوات المهمّشة في تشكيل الذاكرة الجمعية. فالثقافة الشعبية، كما يوضح ميشال دو سيرتو¹ هي تعبير عن "استراتيجيات الحياة اليومية" التي تمارسها الجماعات في مواجهة السلطة الرمزية للمؤسسات الرسمية، ما يجعلها حاملة لتمثلات اجتماعية عميقة تعكس توازنات الهوية والانتماء.

وفي السياق الجزائري، فإن استحضار الأمثال الشعبية، الغناء الفلكلوري، الحكايات، والمعتقدات المحلية في الإعلام الثقافي لا يؤدي فقط وظيفة توثيقية، بل يحمل بعدًا تأويليًا يُعيد الاعتبار للرموز الجماعية التي كثيرًا ما تم تهميشها في الخطابات النخبوية. بهذا الشكل، يتحول الاهتمام بالثقافة الشعبية إلى مقارنة قيمية تُعزز من فهم التنوع الرمزي داخل المجتمع وتمنح البرنامج طابعًا أكثر شمولية وتفاعلية.

❖ الجدول رقم 06: القيم الرئيسية للقيم الثقافية عبر مضمون حصة شرفات ثقافية.

النسبة %	التكرار	القيم الرئيسية
19.71%	110	القيم الدينية والأخلاقية
42.12%	235	القيم الفنية والفكرية
38.17%	213	القيم المعرفية التعليمية
100%	558	المجموع

يعكس الجدول توزيعًا دقيقًا لأنواع القيم الثقافية المتكررة ضمن حصة شرفات ثقافية، حيث تُوظّف هذه القيم في بناء خطاب ثقافي متنوع يجمع بين البعد الفني، المعرفي، والأخلاقي.

¹ – Certeau, Michel de. (1984). *The Practice of Everyday Life*. Trans. Steven Rendall. Berkeley : University of California Press, p. 96.

وفقًا للمعطيات الكمية، تتصدر القيم الفنية والفكرية القائمة بنسبة %42.12، متبوعة بالقيم المعرفية التعليمية بنسبة %38.17، بينما تأتي القيم الدينية والأخلاقية في المرتبة الثالثة بنسبة %19.71.

تُظهر النتائج الإحصائية أن القيم الفنية والفكرية تحتل المرتبة الأولى ضمن حصة شرفات ثقافية بنسبة %42.12، وهي نسبة دالة من حيث الكثافة والدلالة. فهذا الحضور المكثف يعكس توجهًا واضحًا من القائمين على البرنامج نحو بناء خطاب ثقافي قائم على التذوق الجمالي، والانخراط في نقاشات فكرية وأدبية، بما يجعل من هذه القيم محورًا لتشكيل الوعي الثقافي لدى الجمهور. ويلاحظ من خلال تحليل مضامين الحصة أن الفنون بمختلف أشكالها (من أدب، وشعر، ونقد، ومسرح، وموسيقى) ليست مجرد مواد للعرض، بل تشكل أدوات حوار حضاري تُمكن من مساءلة الواقع وتفكيك التمثلات السائدة.

إن تركيز البرنامج على هذه القيم يعكس الطابع النقدي للحصة، حيث يُنظر إلى الإنتاج الثقافي بوصفه مجالًا لإنتاج المعنى لا مجرد استهلاك رمزي. وتتجلى في هذا التوجه ملامح من نظرية بيار بورديو، الذي أشار في كتابه *التميز: نقد اجتماعي للحكم إلى أن* "الذوق ليس فطريًا، بل هو بناء اجتماعي يعكس بنى التراتب الرمزي في المجتمع"، ما يعني أن الانشغال بالفن والفكر لا يُعد ترفًا نخبويًا، بل أداة مركزية في بلورة الرأسمال الرمزي للفرد والمجتمع على حد سواء.

يتأكد من خلال هذه المقاربة أن البرنامج يساهم في إعادة تشكيل الوعي الثقافي على أسس فكرية وجمالية، بحيث تُقدّم الفنون والفكر كجزء لا يتجزأ من القيم المؤسسة للهوية الثقافية. وهذا ما يجعل القيم الفنية والفكرية ليست مجرد محتوى إعلامي، بل وسيلة لتمكين الجمهور من أدوات نقدية تسمح له بإعادة النظر في معايير الذوق، والحقيقة، والمعنى، مما يُضفي بعدًا تفاعليًا بين المتلقي والمادة الثقافية المعروضة.

يتجسد هذا التفاعل في طريقة طرح المواضيع الأدبية والفنية من منظور يدمج الجماليات بالتحليل الاجتماعي، مما يُنتج بنية ثقافية متوازنة بين الترفيه والتنوير. وعليه، فإن هذه النسبة المرتفعة تُشير إلى وعي عميق من قبل البرنامج بأهمية الفعل الإبداعي كقيمة ثقافية، وهو ما

يُرسخ الثقافة بوصفها فاعلاً في إنتاج التماسك الاجتماعي وإعادة بناء الذاكرة الجمالية والرمزية للأمة.

تأتي القيم المعرفية والتعليمية في المرتبة الثانية ضمن المضامين الثقافية التي تطرحها حصة شرفات ثقافية، بنسبة 38.17%، وهي نسبة معتبرة تُظهر وعياً مؤسسياً بأهمية المعرفة كأداة مركزية في بناء الإنسان والمجتمع. يُشير هذا التركيز إلى أن البرنامج لا يكتفي بتقديم الثقافة كموروث أو ترف جمالي، بل يتعامل معها كمسار تعليمي مستمر، يهدف إلى رفع الوعي العام وتعزيز الرأسمال المعرفي لدى الجمهور، وذلك من خلال النقاشات العلمية، الإضاءات التاريخية، التحليلات الفكرية، والمداخلات الأكاديمية التي تسعى إلى إنتاج خطاب ثقافي عقلائي ومنفتح.

إن هذا الحضور الكثيف للقيم المعرفية يُترجم رؤية ثقافية تعتبر الإعلام الثقافي وسيطاً للتعلّم غير النظامي، يكمل دور المدرسة والجامعة، وينخرط في مشروع تنويري طويل الأمد. ووفقاً لهذه الرؤية، تصبح الحصة فضاءً يُمكن من إنتاج المعنى من خلال تمكين الجمهور من أدوات التفكير والتحليل، وهو ما يتماشى مع ما يؤكدّه باولو فريري في تعليم المقهورين، حين يرى أن "الوعي الناقد هو الخطوة الأولى نحو التحرر الحقيقي"، ما يعني أن تعزيز المعرفة ليس فقط فعلاً معلوماتياً، بل فعل تحرري بامتياز.

وتتطوي هذه القيم على أبعاد متعددة؛ فهي لا تقتصر على نقل المعلومات، بل تشمل توسيع أفق التفكير، تدريب الجمهور على التفكير النقدي، وربط المفاهيم الثقافية بسياقاتها الاجتماعية والتاريخية. ومن هنا، فإن الحصة تُساهم في بناء هوية معرفية تقوم على الحوار والانفتاح، حيث لا تُقدّم المعرفة بوصفها حزمة جاهزة، بل كعملية تفاعلية قائمة على الشك المنهجي والتأمل الثقافي.

ويُفهم من هذه النسبة أن حصة شرفات ثقافية تتجاوز الأدوار التقليدية للإعلام، لتؤدي وظيفة تربوية تنويرية تسعى إلى إعادة تشكيل العلاقة بين المواطن والثقافة من خلال أدوات التفكير المنظم، والتحليل المقارن، والتفكيك المفاهيمي. وهو ما يُفضي إلى خلق بيئة معرفية محفزة،

تُجابه التبسيط والتسطيح، وتُعزز من مكانة العقل النقدي في مواجهة النزعات الشعبوية أو الأحادية في الفهم.

بهذا المعنى، فإن القيم المعرفية والتعليمية ليست مجرد محور ضمن البرنامج، بل تمثل ركيزة فلسفية في بناء خطابه الثقافي، بوصفها تُشكل الرافعة الأساسية لإنتاج المعنى وتثبيت القيم الثقافية في الوعي العام.

تُشكل **القيم الدينية والأخلاقية** نسبة **19.71%** من إجمالي المضامين التي تقدمها حصة **شرفات ثقافية**، وهو حضور مهم يُبرز الوعي بأهمية البعد القيمي في تكوين الشخصية الثقافية للمجتمع الجزائري. فالثقافة، في هذا السياق، ليست فقط تراكمًا رمزيًا أو تعبيرًا فنيًا، بل هي أيضًا مجال لتكريس المعايير الأخلاقية والمعتقدات التي تُسهم في ضبط السلوك الجماعي وبناء الانتماء.

هذا التركيز على القيم الأخلاقية والدينية يُظهر سعي البرنامج إلى تقديم خطاب ثقافي متوازن، لا يكتفي بإبراز الحداثة الفكرية والفنية، بل يعيد ربط الثقافة بجذورها الرمزية والمعنوية، من خلال استحضار مفاهيم مثل **الصدق، الإخلاص، التسامح، احترام الآخر، والعمل الجماعي**. وتُشير النسبة المسجلة إلى أن البرنامج لا يُسقط القيم الدينية من منظوره الثقافي، بل يُعيد إدماجها كجزء من العمق الحضاري للمجتمع، دون الوقوع في الوعظ أو الخطاب الديني التقليدي. فهذه القيم تُطرح ضمن سياقات فكرية وفنية تُظهر حضور البعد الروحي في الحياة الثقافية، مما يعكس توازنًا بين الأصالة والحداثة، بين الموروث والمعيش.

كما أن ربط هذه القيم بالمضامين الثقافية يجعل من الدين والأخلاق إطارًا مرجعيًا لفهم الإنتاج الفني والأدبي. فغالبًا ما تُستدعى القيم الإسلامية في الشعر، وفي الرواية، وفي النقاشات حول الهوية الوطنية أو الذاكرة التاريخية، ما يجعلها حاضرة كبنية رمزية مؤسّسة للوعي الثقافي.

وفي ضوء هذا التحليل، يمكن اعتبار **حضور القيم الدينية والأخلاقية** بمثابة مؤشر على الطابع "الوسيط"¹ للثقافة كما يصوره إدغار موران²، أي أنها تقع عند تقاطع المعنى والجمال والمعايير، حيث تساهم في إعادة بناء الإنسان لا من خلال المعلومة فقط، بل عبر الاستتارة القيمية أيضًا.

♦ الجدول رقم 07: القيم الفرعية للقيم الدينية والأخلاقية.

النسبة %	التكرار	القيم الدينية والأخلاقية
16.66%	36	الصدق
13.88%	30	التسامح
20.84%	45	الوفاء
18.52%	40	العدل
30.10%	65	التعايش
100%	216	المجموع

يعكس الجدول توزيعًا دقيقًا للقيم الدينية والأخلاقية في حصة شرفات ثقافية، والتي تُمثل أحد المحاور الرئيسية في تناول القيم الثقافية. يظهر من خلال المعطيات الكمية أن **التعايش** يحتل المرتبة الأولى بنسبة 30.10%، يليه **الوفاء** بنسبة 20.84%، ثم **العدل** بنسبة 18.52%، ويليه **الصدق** بنسبة 16.66%، وأخيرًا **التسامح** بنسبة 13.88%. هذا التوزيع يعكس الأبعاد المتعددة التي يوليها البرنامج اهتمامًا في إطار القيم الأخلاقية والدينية.

نجد أن **التعايش** يحظى بالنصيب الأكبر من الاهتمام، حيث يحتل المرتبة الأولى بنسبة 30.10%. تعكس هذه النسبة اهتمام البرنامج بالقيمة الأساسية التي تكمن في تعزيز روح التعايش بين مختلف الأطياف الثقافية والدينية في المجتمع، خاصة في ظل التنوع الموجود

¹ - إدغار موران، في إطار تحليله للثقافة ضمن "نظرية المعرفة المعقدة"، يصف الثقافة بأنها ليست مجرد مكون من مكونات المجتمع، بل هي "وسيط" يربط بين الأفراد والمجتمعات، ويمنحها معنى مشتركًا. فالثقافة وفقًا لمفهومه، هي عملية ديناميكية ومعقدة تُنتج المعنى من خلال التفاعل بين مختلف المجالات الفكرية، الاجتماعية، والروحية. موران يرى أن الثقافة تتشكل في سياقات متشابهة تدمج مختلف المكونات (الفكرية، الجمالية، الأخلاقية، الروحية) لتؤثر في الأفراد وتنظم سلوكهم ومعتقداتهم في شكل بنية معرفية وعاطفية مشتركة.

² - موران، إدغار، *الطريقة: الإنسان والنظام*. ترجمة عادل زكريا. بيروت: دار الطليعة، 2005، ص 145.

في الجزائر. يشير هذا التوجه إلى إدراك عميق لأهمية السلم الأهلي في فترة ما بعد الاستقلال، حيث تسعى الجزائر إلى بناء مجتمع يشجع على القبول المتبادل والتعايش بين كافة مكوناته الثقافية والدينية.

تُعد قيمة **الوفاء**، التي جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 20.84%، من القيم الجوهرية التي تُسهم في تعزيز الثقة والروابط الاجتماعية بين الأفراد داخل المجتمع. تُعتبر الوفاء بمثابة تجسيد للولاء الشخصي والجماعي، وهي قيمة دينية وأخلاقية تؤكد على أهمية الالتزام بالعلاقات الاجتماعية، سواء في الأسرة أو المجتمع. يعكس هذا التوجه أيضًا استمرار القيمة في الحفاظ على موروث اجتماعي جزائري يتسم بالولاء والصدق في العلاقات الإنسانية.

أما **العدل**، الذي احتل المرتبة الثالثة بنسبة 18.52%، فهو قيمة مركزية في الفكر الديني والاجتماعي في الجزائر، ويُعتبر حجر الزاوية لبناء مجتمع متساوٍ وعادل. العدل، باعتباره قيمة أخلاقية، يشير إلى أهمية تحقيق المساواة بين الأفراد، وهو ما يتطلب تقوية البنى المؤسسية والقانونية التي تُعزز حقوق الأفراد وتحد من أي شكل من أشكال الظلم. يظل العدل قيمة محورية في بناء الدولة الوطنية الحديثة، وهو ما ينعكس في اهتمام البرنامج بإبرازه كأحد الموضوعات الرئيسية.

فيما يتعلق بـ **الصدق**، الذي جاء في المرتبة الرابعة بنسبة 16.66%، فإنه يُعد حجر الأساس في العلاقات الإنسانية، حيث يُظهر التزام الأفراد بالشفافية والنزاهة. يعكس الصدق مبدأً أخلاقيًا ضروريًا للحفاظ على مصداقية الحوار الاجتماعي، ويُعتبر من القيم التي تعزز الثقة بين الأفراد والمجتمع ككل. على الرغم من انخفاض نسبته مقارنة بالقيم الأخرى، إلا أن الصدق لا يزال يشكل قيمة أساسية في النقاشات الدينية والأخلاقية، خاصة في سياق الإعلام الثقافي الذي يُسهم في تعزيز هذه المبادئ عبر قنواته المختلفة.

أخيرًا، تأتي **قيمة التسامح** في المرتبة الخامسة بنسبة 13.88%. ورغم أنها القيمة الأقل حضورًا مقارنة بقيم القيم، فإن التسامح يُعتبر من القيم الأساسية في بناء ثقافة الحوار والقبول بالآخر في المجتمع الجزائري. يعكس هذا التناول اهتمامًا ملحوظًا ببناء المجتمع الذي يتسم

بالقبول والاحترام المتبادل بين مختلف المكونات الثقافية والدينية، وهو ما يتوافق مع التصور العام لمجتمع الجزائر المتنوع ثقافيًا ودينيًا.

التركيز على **التعايش** كقيمة رئيسية يعكس السعي نحو بناء ثقافة مشتركة بين كافة الفئات الاجتماعية في الجزائر، ما يشير إلى إدراك البرنامج لأهمية الحفاظ على السلم الاجتماعي داخل مجتمع متعدد. في هذا السياق، يمكن ربط ذلك مع ما أشار إليه إدوارد سعيد في حديثه عن "بناء ثقافة تتسم بالقبول المتبادل"، حيث تكون الفضاءات الثقافية بمثابة قنوات لبناء التفاهم المشترك.

أما **الوفاء والعدل**، فهما يعكسان جانبًا أخلاقيًا يمثل الأسس التي يقوم عليها المجتمع الجزائري في تمسكه بالقيم العائلية والاجتماعية. **الوفاء** كقيمة تسهم في بناء هويات ثقافية مستقرة، بينما **العدل** يُعد ضرورة لتقوية الأطر القانونية والاجتماعية التي تضمن حقوق الأفراد والمساواة بينهم.

ورغم أن **الصدق والتسامح** جاءا في مراتب أقل، فإنهما يعكسان جوهر الأخلاق الاجتماعية. **الصدق** يسهم في بناء الثقة بين الأفراد، بينما **التسامح** يعزز العلاقات الإنسانية ويُسهّم في بناء مجتمع متماسك وقادر على قبول الاختلافات الثقافية والدينية.

❖ الجدول رقم 08: القيم الفرعية للقيم الفنية والفكرية.

النسبة %	التكرار	القيم الفنية والفكرية
27.11%	48	التعبير الفني
35.03%	62	الابداع
22.04%	39	الرموز الفنية
15.82%	28	الجمال الفني
100%	177	المجموع

يعكس الجدول توزيعًا دقيقًا للقيم الفنية والفكرية في حصة "شرفات ثقافية"، ويظهر بوضوح الاهتمام البارز بالقيم المتعلقة بالإبداع الفني والفكر النقدي، حيث يتصدر الإبداع في المرتبة الأولى بنسبة **35.03%**. هذه النسبة تشير إلى أن البرنامج يولي أهمية كبيرة لعملية الإبداع الفني باعتبارها عنصرًا أساسيًا في بناء الهوية الثقافية المتجددة. فالإبداع في هذا السياق لا يقتصر على الجانب الفني الجمالي بل يمتد ليشمل عمليات التغيير والتجديد الثقافي التي تساهم في تطوير المجتمع من خلال إثراء القيم والممارسات الاجتماعية.

يرتبط هذا التوجه بشكل وثيق مع ما يراه **عبد الملك مرتاض** في دراساته حول الشعر والفكر الأدبي في الجزائر، حيث يُشير إلى أن الإبداع هو وسيلة للتعبير عن الوجدان الشعبي وإعادة تشكيل الذاكرة الثقافية من خلال الصيغ الجديدة التي تناسب التحولات المعاصرة. فالإبداع في هذا السياق لا يقتصر على الفنون الأدبية فقط، بل يتعداها ليشمل جميع أشكال التعبير الفني والفكري التي تساهم في تشكيل الرأي العام وتوجيهه نحو تجديد الفهم الثقافي.

بالإضافة إلى ذلك، يُمكن ربط هذا التركيز على الإبداع بمفهوم "الرأسمال الثقافي" الذي أشار إليه **بيير بورديو**، حيث يُعتبر الإبداع الفني أحد أشكال **الرأسمال الثقافي** الذي يُمكن الأفراد والمجتمعات من التعبير عن هويتهم ومكانتهم داخل المجال الثقافي والاجتماعي. وبالتالي، يصبح الإبداع ليس فقط مصدرًا للتمتع الجمالي، بل أداة لبناء الروابط الاجتماعية من خلال تفاعلات ثقافية تُسهم في تحفيز الوعي الاجتماعي والنقدي.

يمكن أيضًا الربط بين الإبداع الثقافي وإعادة تشكيل الهوية الوطنية بعد الاستعمار، حيث يُعد الإبداع الفني وسيلة لاسترجاع الذاكرة الجماعية وإعادة بناء التصورات الاجتماعية التي تعكس التنوع الثقافي في المجتمع الجزائري. كما يُشير **عبد الله العروي** في دراساته حول الثقافة أن الإبداع هو عملية إعادة بناء للنظام الثقافي من خلال فكر نقدي يستوعب التحولات التاريخية والاجتماعية للمجتمعات، وهو ما يظهر جليًا في المحتوى الثقافي للبرنامج.

يأتي **التعبير الفني** في حصة "شرفات ثقافية" في المرتبة الثانية بنسبة **27.11%**، مما يعكس تركيزًا كبيرًا من البرنامج على تقديم الفنون كوسيلة أساسية للتعبير عن القيم الثقافية والجمالية في المجتمع الجزائري. تُظهر هذه النسبة أن البرنامج يدرك تمامًا أهمية الفنون في تصوير الواقع الاجتماعي، ومناقشة القضايا الثقافية والجمالية المتنوعة. يُعتبر التعبير الفني، بما

يحتويه من أشكال متعددة كالرسم، النحت، السينما، والموسيقى، أحد الأدوات الحيوية التي تُساعد في نقل الرسائل الثقافية وتشكيل الوعي الجماعي داخل المجتمع.

ويمكن ربط ذلك أيضًا بتراث **الخطاب الثقافي في الجزائر** الذي يسعى إلى الحفاظ على الهوية الوطنية من خلال التعبير الفني. فقد لعب الفن دورًا محوريًا في تعزيز الذاكرة الجماعية، والتفاعل مع القضايا الاجتماعية، والتوثيق للمراحل السياسية الهامة في تاريخ الجزائر، مثل فترة الاستعمار والمقاومة الوطنية. وفي هذا السياق، تؤكد العديد من الدراسات الثقافية في الجزائر على أن الفنون لا تُعتبر مجرد أنشطة ترفيهية أو جمالية، بل هي **مكوّن أساسي في بناء الهوية الثقافية الوطنية.**

بالإضافة إلى ذلك، يعتبر **التعبير الفني** أداة هامة في مناقشة القيم الاجتماعية التي تتراوح بين الأصالة والمعاصرة. وفقًا للدراسات التي أُجريت حول الثقافة الجزائرية، فإن الفنون قد ساهمت بشكل كبير في نقل التقاليد والممارسات الثقافية إلى الأجيال الجديدة، مع مراعاة التحديات التي تطرأ على **الهوية الثقافية المعاصرة** في مواجهة العولمة والتغيرات الثقافية السريعة. وهذا ينسجم مع **عبد الملك مرتاض** الذي يُشير في أعماله إلى أن الفنون تمثل وسيلة فعالة للتمسك بالقيم الثقافية المحلية، كما تتيح للأفراد فرصة التعبير عن هويتهم من خلال الفنون، الأمر الذي يعكس **التمثيل الرمزي** لأبعاد مختلفة من الحياة الاجتماعية الجزائرية.

التعبير الفني، بمفهومه الواسع، يشمل مجموعة متنوعة من الأشكال الفنية مثل الرسم، النحت، السينما، والموسيقى، والتي تمثل طرقًا فاعلة لإيصال المعاني الرمزية والثقافية. وبالنظر إلى السياق الثقافي الجزائري، يعتبر التعبير الفني وسيلة رئيسية لنقل الهوية الثقافية ومقاربة القضايا الاجتماعية من منظور فني يُسهم في تفعيل الذاكرة الجماعية وتحفيز الحوار حول القيم الثقافية المشتركة.

في هذا السياق، يُعتبر **التعبير الفني** في برنامج "شرفات ثقافية" أداة لتحفيز الفهم الأعمق للمجتمع، كما يعزز ثقافة المشاركة والنقد من خلال تفعيل النقاشات حول القيم الفنية والفكرية. يُظهر البرنامج بذلك فهمًا متقدمًا لدور الفنون في تعزيز القيم الثقافية الوطنية، ويُعد التعبير الفني أحد المكونات الأساسية لتشكيل الهوية الثقافية الجماعية، في الوقت الذي يساهم في تطوير الأبعاد الإبداعية التي تجسد جماليات المجتمع الجزائري.

تأتي الرموز الفنية في المرتبة الثالثة بنسبة 22.04%. وهذا يبرز دور الرموز الفنية كعناصر ثقافية غنية بالمعاني التي تساهم في تشكيل الوعي الثقافي. إن الرموز الفنية تتجاوز كونها مجرد عناصر بصرية أو سمعية، بل هي دلالات ثقافية تشكل الذاكرة الجماعية وتعكس القيم الاجتماعية والدينية. هذه النسبة تشير إلى أن البرنامج يولي أهمية خاصة لتوظيف الرموز الفنية في السياق الثقافي والفكري، مما يعزز من قدرة الفن على تجسيد القيم الثقافية. وأخيراً، يأتي **الجمال الفني** في المرتبة الرابعة بنسبة 15.82%. ورغم أن هذه النسبة تمثل أقل حضور بين باقي القيم الفنية والفكرية، إلا أن **الجمال الفني** يُعد قيمة مركزية في أي ثقافة فنية. يشير التركيز على **الجمال الفني** إلى الاهتمام بالقيم الجمالية باعتبارها جانباً ضرورياً في تحديد ذوق المجتمع والارتقاء بحساسيته الجمالية. كما أن **الجمال الفني** يلعب دوراً في تعزيز روح الابتكار والتجديد في التعبيرات الفنية التي تتماشى مع متطلبات العصر.

❖ الجدول رقم 09: مصادر القيم في مضمون حصة شرفات ثقافية.

النسبة %	التكرار	مصادر القيم
31.76%	94	القيم والمعتقد
27.02%	80	القيم والعادات
41.22%	122	القيم والاتجاهات
100%	296	المجموع

يعكس الجدول توزيعاً دقيقاً لمصادر القيم الثقافية في حصة "شرفات ثقافية"، حيث يظهر التركيز على مختلف العوامل التي تسهم في تشكيل القيم الثقافية. من خلال التحليل الكمي للجدول، نجد أن **القيم والاتجاهات** تأتي في المرتبة الأولى بنسبة 41.22%， مما يدل على أن البرنامج يولي اهتماماً كبيراً للاتجاهات السائدة في المجتمع وكيفية تأثيرها على القيم الثقافية. ثم تأتي **القيم والمعتقد** بنسبة 31.76%， مما يعكس التأكيد على الأبعاد الدينية

والروحية في بناء القيم الثقافية، وأخيراً تأتي **القيم والعادات** بنسبة **27.02%**، وهي تبرز العلاقة بين التقاليد والعادات الشعبية التي تشكل جزءاً أساسياً من الذاكرة الثقافية الجمعية. احتلال **القيم والاتجاهات** المرتبة الأولى بنسبة **41.22%** في حصة "شرفات ثقافية" يعكس أهمية فهم العلاقة بين الاتجاهات الاجتماعية والأيدولوجية الثقافية وتأطير القيم الثقافية في المجتمع الجزائري. هذه النسبة الكبيرة تشير إلى أن البرنامج يعكس اهتماماً واضحاً بالتحويلات الاجتماعية والسياسية وتأثيرها على القيم الثقافية السائدة. الاتجاهات الاجتماعية، والتي تشمل التصورات الثقافية والنزعات الفكرية السائدة في المجتمع، تُعتبر حجر الزاوية لفهم كيفية تشكيل القيم الثقافية وتوجيه الأفراد في المجتمع.

الاهتمام بـ **الاتجاهات الاجتماعية والسياسية** يُظهر ارتباطاً وثيقاً بين **التحويلات الاجتماعية والقيم الثقافية**. فعلى سبيل المثال، مع تطور المجتمع الجزائري بعد الاستقلال، تزايد الاهتمام بقضايا الهوية الوطنية، والتفاعل مع الأزمات الاجتماعية والسياسية، ما يساهم في تشكيل قيم اجتماعية جديدة. هذا التأثير المتبادل بين الاتجاهات الاجتماعية والقيم الثقافية يعكس التغيرات التي تطرأ على **الهوية الثقافية** في سياق التحويلات الاجتماعية والسياسية، وهو ما يتماشى مع الإشارة التي قدمها إدغار موران في كتابه "العقلية المعقدة"، حيث يرى أن الاتجاهات الاجتماعية لا تنشأ في فراغ، بل هي متأثرة بعوامل ثقافية وسياقية متنوعة.

مفهوم **الاتجاهات الاجتماعية** في هذا السياق يتضمن الانشغالات الفكرية والفلسفية التي تؤثر في تشكيل القيم الثقافية، حيث يُعتبر الفكر السياسي والفلسفي جزءاً من عملية تطور القيم التي يعبر عنها المجتمع. إضافة إلى ذلك، يرتبط تحديد **القيم الثقافية** بتفاعل المجتمع مع قضاياها المصيرية سواء كانت حقوق الإنسان، أو العدالة الاجتماعية، أو الديمقراطية. كما أن الاتجاهات الاجتماعية في المجتمعات الحديثة تتأثر بالقضايا الكبرى مثل **العدالة الاجتماعية والتمكين السياسي**، ما يساهم في تشكيل الوعي الثقافي لدى الأفراد.

إلى جانب ذلك، يمكن الإشارة إلى أن الاتجاهات الاجتماعية ليست محكومة فقط بتفاعلات داخلية، بل تتأثر أيضاً بالتحويلات **العالمية** التي يشهدها العالم العربي والإسلامي، حيث تعمل القيم السياسية والاجتماعية على تحديد أولويات المجتمعات وكيفية مواجهتها للتحديات الداخلية والخارجية. يُعد هذا التوجه مهماً في فهم كيفية تطور المجتمعات العربية وتأثيرها في المجال

الثقافي، إذ تسهم هذه الاتجاهات في تحديد الإطار الذي تتحرك فيه القيم الثقافية وتؤثر على القرارات السياسية والاجتماعية.

عند النظر إلى هذه الاتجاهات على مستوى أوسع، يُمكن ربطها مع المفهوم الذي طرحه بيير بورديو في دراسته للثقافة، والذي أكد أن **الرأسمال الرمزي** يشكل أساسًا في فهم القوى التي تتحكم في بناء القيم الثقافية والاتجاهات الاجتماعية. بناءً على هذا، يمكن القول إن القيم الثقافية في المجتمع الجزائري ليست مجرد انعكاسات للماضي، بل هي متأثرة بشكل كبير بالتحولات الاجتماعية المستمرة والاتجاهات الفكرية التي تنشأ نتيجة للظروف السياسية والاقتصادية.

من خلال هذا التوزيع والنسبة المئوية المرتفعة لـ **القيم والاتجاهات**، يتضح أن البرنامج الثقافي "شرفات ثقافية" يسعى إلى توجيه انتباه الجمهور إلى التأثير الكبير لهذه الاتجاهات على الثقافة الجزائرية. هذا التوجه يعكس اهتمامات المجتمع بالتحولات السياسية والاجتماعية ويظهر الدور المركزي الذي تلعبه هذه الاتجاهات في تشكيل القيم الثقافية وتعريف هوية المجتمع الجزائري الحديثة.

تحتل **القيم والمعتقد** المرتبة الثانية بنسبة **31.76%**، مما يعكس الدور البارز الذي تلعبه المعتقدات الدينية في تشكيل القيم الثقافية للمجتمع الجزائري. في هذا السياق، يُعتبر المعتقد الديني من العناصر الأساسية التي تساهم في بناء الهيكل القيمي الثقافي للمجتمع، حيث يؤثر بشكل كبير على تصورات الأفراد حول الأخلاق، السلوك الاجتماعي، والهوية الثقافية. يُعزى هذا التأثير إلى أن الدين يشكل جزءًا لا يتجزأ من الذاكرة الجماعية والثقافية للمجتمع الجزائري، ويعمل كمرشد رئيسي في توجيه السلوكيات الفردية والجماعية.

ارتباط المعتقدات الدينية بالقيم الثقافية يمكن ربطه إلى أن الدين لا يقتصر فقط على الطقوس الشعائرية، بل يمتد ليشمل مكونات أساسية في تشكيل منظومة القيم الأخلاقية كيث أن المعتقدات الدينية تُعتبر بمثابة مرجعية أساسية تُسهم في تشكيل مفاهيم العدالة، الصدق، والوفاء داخل المجتمع، إلى جانب تعزيز روح الانتماء الجماعي عبر تشارك تلك المعتقدات. بالإضافة إلى ذلك، تُعد المعتقدات الدينية من المصادر الأولى التي تحدد التوجهات الاجتماعية والثقافية، وتؤثر بشكل مباشر على الفهم الفردي والجماعي للعالم.

وفي سياق أوسع، يمكن ربط هذا الاهتمام بالقيم الدينية مع مفهوم **الذاكرة الجمعية**¹، حيث أن الدين يُعتبر عنصراً محورياً في تشكيل هذه الذاكرة التي تُحافظ على استمرارية التقاليد والرموز الثقافية عبر الأجيال. فالمعتقدات الدينية تعمل على تثبيت تلك القيم عبر الأجيال وتساعد في إعادة تعريف هويات الأفراد والجماعات.

إجمالاً، يشير هذا التحليل إلى أن **القيم والمعتقد** تشكل محوراً مركزياً في الثقافة الجزائرية، ويُعتبر الدين والمعتقدات الدينية مصدراً أساسياً في بناء وتوجيه القيم الثقافية التي تحدد سمات المجتمع وتوجهاته.

تحتل **القيم والعادات** المرتبة الثالثة بنسبة 27.02%، مما يعكس الدور الكبير الذي تلعبه التقاليد والعادات الشعبية في تكوين الثقافة العامة للأفراد. العادات والتقاليد تُعتبر بمثابة الرابط الذي يربط الأفراد بتاريخهم الجماعي، ويعزز من شعورهم بالانتماء إلى مجتمعهم. في هذا السياق، تلعب العادات دوراً محورياً في الحفاظ على الاستمرارية الثقافية والنقل الاجتماعي للقيم والأعراف التي تشكل جوهر هوية الجماعة.

يشير **أميل دوركايم** في كتابه **"قواعد المنهج السوسيولوجي"**² إلى أن العادات والتقاليد ليست مجرد ممارسات فردية، بل هي جزء أساسي من الوعي الجمعي الذي يساعد الأفراد في تشكيل روابط اجتماعية قوية. وفقاً لدوركايم، تساهم العادات في بناء الاستقرار الاجتماعي من خلال تعزيز القيم المشتركة بين الأفراد، مما يساعد على إيجاد التوازن بين الفرد والمجتمع. العادات تعمل كأداة لضبط السلوك الاجتماعي، بحيث يلتزم الأفراد بتقاليد الجماعة التي يعونها كجزء من هويتهم الثقافية المشتركة.

¹ - **الذاكرة الجمعية** هي عبارة عن مجموعة من الذكريات والمفاهيم الثقافية التي يتم مشاركتها بين أفراد مجموعة معينة، سواء كانت هذه المجموعة عرقية أو قومية أو دينية. هي تمثل كيف يتذكر الأفراد ماضيهم المشترك، وكيف يؤثر ذلك في تكوين هويتهم الثقافية والجماعية. هذا النوع من الذاكرة غالباً ما يُحفظ ويُحتفظ به عبر الطقوس الثقافية والدينية والتعليمية، وهو يتداخل مع الوعي التاريخي للمجتمع.

² - Durkheim, É. (1912). *Les Règles de la méthode sociologique*. Paris : Félix Alcan, p 113.

❖ الجدول رقم 10: أهداف القيم في مضمون حصة شرفات ثقافية.

أهداف القيم	التكرار	النسبة %
توصيل المعرفة والمعلومات	45	23.32%
تعزيز الهوية الثقافية	78	40.41%
المحافظة على التراث الفكري والثقافي	70	36.27%
المجموع	193	100%

يتضمن جدول توزيع أهداف القيم الثقافية في برنامج "شرفات ثقافية" ثلاث فئات رئيسية هي :
توصيل المعرفة والمعلومات 23.32%، تعزيز الهوية الثقافية 40.41%، والمحافظة على
التراث الفكري والثقافي 36.27%.

تحتل تعزيز الهوية الثقافية المرتبة الأولى بنسبة 40.41%، وهي النسبة الأعلى بين الأهداف المذكورة. هذا التوزيع يشير إلى أن البرنامج يُركّز على تعزيز القيم الثقافية بالهوية الثقافية الوطنية كهدف محوري في جميع محتوياته الثقافية. تعزيز الهوية الثقافية يعني تمكين الأفراد والمجتمع من فهم جذورهم الثقافية والمشاركة في تطوير ثقافتهم ضمن السياق المحلي والعالمي المعاصر.

في هذا السياق، يتناغم هدف البرنامج مع مفهوم الثقافة الوسطية¹ الذي تناوله إدغار موران في دراساته الثقافية. في كتابه "الإنسان والمجتمع"، يرى موران أن الإعلام الثقافي هو أداة مهمة في بناء الهوية الثقافية وتشكيل الوعي الجمعي في المجتمعات الحديثة. فالإعلام، كما يوضح موران، يعمل على ربط الأفراد بماضيهم الثقافي وتاريخهم، ويُسهم في فهم الحاضر من خلال التأمل في الماضي. وبذلك، يُعتبر الإعلام الثقافي بمثابة جسر بين الماضي والحاضر، حيث يتيح للأفراد فهم تجارب أجدادهم وآمالهم في مواجهة التحديات الحاضرة والمستقبلية.

¹ - الثقافة الوسيطية تتعلق بتلك الظواهر الثقافية التي يتم نقلها عبر وسائط إعلامية وتنقلها بشكل يُسهم في تشكيل الوعي الجمعي وخلق هوية ثقافية جديدة. وهذا المفهوم يعكس الدور الحيوي الذي تلعبه وسائل الإعلام في بناء الثقافة، ليس فقط كوسيط ناقل للمعلومات، ولكن كعنصر فاعل في إنتاج المعنى الثقافي وتعزيزه داخل المجتمعات.

حيث إن الهوية الثقافية ليست ثابتة أو جامدة، بل تتشكل من خلال التفاعل المستمر مع التحولات الاجتماعية الحديثة. وهذا التفاعل يظهر بشكل واضح في الطريقة التي يتناول بها البرنامج المواضيع الثقافية، حيث يعكس التغيرات الحاصلة في المجتمع وتطور الوعي الثقافي لدى الأفراد.

إن الاهتمام بالهوية الثقافية، يشير إلى أن هذه الهوية هي عملية تراكمية تشمل الحفاظ على التراث، إعادة التأصيل والتفاعل مع العالم المعاصر. عبر هذا التفاعل، يُمكن للهوية الثقافية أن تنمو وتتكيف مع تحديات العصر الحالي، مع الحفاظ في ذات الوقت على الخصائص الفريدة التي تميز المجتمع الجزائري.

احتل هدف المحافظة على التراث الفكري والثقافي المرتبة الثانية بنسبة 36.27%، ما يوضح أهمية ترسيخ القيم الثقافية والحفاظ على التراث الثقافي في خطابات البرنامج. يُظهر هذا التركيز على التراث مدى تقدير المجتمع الجزائري لأصالته وحفاظه على مكوناته الثقافية والفكرية التي تشكل الذاكرة الجماعية للأمة.

تشير هذه النسبة إلى الدور البارز الذي تلعبه البرامج الثقافية مثل "شرفات ثقافية" في نقل المعرفة التقليدية وتعليم الأجيال الجديدة عن ثقافتهم وتاريخهم. ويمكننا الاستناد هنا إلى إرنست هيلر الذي تناول الذاكرة الجمعية وارتباطها بالتراث الثقافي، حيث يرى أن التراث الفكري لا يقتصر على كونها ممارسات قديمة، بل هي عبارة عن ذاكرة حية يتم نقلها بين الأجيال.

يعتبر التراث الفكري والثقافي جزءًا لا يتجزأ من الهوية الثقافية، فحافظته يعزز ارتباط الأفراد بتاريخهم، ويساهم في تثبيت القيم الثقافية التي تحدد نمط التفكير والتصرفات في المجتمع. لهذا، يُعتبر حفظ التراث من خلال وسائل الإعلام مثل البرنامج الثقافي بمثابة حماية للذاكرة الوطنية، ويُسهم في تجنب محو أو نسيان هذه الثقافة في ظل العولمة والتحولات الاجتماعية.

في المرتبة الثالثة تأتي **توصيل المعرفة والمعلومات** بنسبة **23.32%**، مما يعكس أهمية **التعليم والتثقيف** ضمن أهداف البرنامج. هذه النسبة تدل على أن **تقديم المعرفة** لأفراد المجتمع يشكل جزءًا من الأهداف الأساسية للبرنامج، ما يشير إلى حرصه على **توعية الجمهور** بالأحداث الثقافية والفكرية، والتعريف بالمفاهيم الثقافية المعاصرة.

يتضح من هذه النسبة أن توصيل المعرفة لا يقتصر على المجال الأكاديمي التقليدي، بل يتم توسيعه ليشمل المجال الثقافي والفني. **المعرفة الثقافية** تتجاوز المعلومات الأكاديمية لتشمل **المعرفة بالهوية الثقافية**، والتاريخ الجماعي، والفنون التعبيرية. يشير هذا إلى دور البرنامج في تعزيز **المعرفة الجماعية** حول قضايا الثقافة والفن، وبالتالي تأهيل الأفراد للانخراط الفعّال في نقاشات ثقافية معاصرة.

قد يمكن ربط هذا الهدف بمفهوم **الرأس المال الثقافي** الذي تناوله **بيير بورديو** في دراسته، حيث يرى أن **المعرفة الثقافية** تعد عنصرًا أساسيًا في بناء **الطبقات الاجتماعية** وفي تشكيل **الهوية الفردية والجماعية**. توصيل المعرفة الثقافية يمكن أن يُسهم في **ديمقراطية الثقافة**، حيث يتيح للجميع الوصول إلى المعلومات والموارد التي تعزز فهمهم الثقافي.

❖ الجدول رقم 11: أساليب الإقناع في حصة شرفات ثقافية.

النسبة %	التكرار	أساليب الإقناع
25.93%	63	الأسلوب العقلي
27.57%	67	الأسلوب القيمي
12.34%	30	أسلوب السلطة أو المرجعية
24.28%	59	أسلوب التكرار
9.88%	24	أسلوب الاستفهام البلاغي
100%	243	المجموع

يتضمن جدول توزيع أساليب الإقناع في برنامج "شرفات ثقافية" خمس فئات رئيسية هي :
الأسلوب القيمي بنسبة 27.57%، الأسلوب العقلي المنطقي بنسبة 25.93%، أسلوب التكرار بنسبة 24.28%، أسلوب السلطة أو المرجعية بنسبة 12.34%، وأسلوب الاستفهام البلاغي بنسبة 9.88%. تُظهر هذه النسب تنوعاً واضحاً في آليات الإقناع المعتمدة داخل الحصة، حيث يُسجّل اعتماد قوي على الرموز الثقافية والمنطق العقلي كأداتين مركزيتين في بناء الخطاب، إلى جانب توظيف آليات مساندة كالتكرار والاستعانة بالمرجعيات الفكرية، مما يعكس حرص البرنامج على إيصال الرسالة الثقافية بأساليب متكاملة تمزج بين التأثير العاطفي والإقناع العقلي.

الأسلوب القيمي، بوصفه الأكثر توظيفاً في حصة "شرفات ثقافية" بنسبة بلغت 27.57%، يُمكن فهمه وتحليله بشكل دقيق من خلال عدّة مداخل نظرية مستمدة من علوم الاجتماع الثقافي ونظرية الاتصال الرمزي.

وفقاً لما يؤكدّه بيير بورديو (Bourdieu) ، فإن الرموز الثقافية لا تُقدّم في الخطاب الإعلامي على نحو محايد، بل تُبنى بوصفها "أسمالاً رمزياً" يتم توظيفه لإعادة إنتاج الانتماء الاجتماعي وتثبيت الهوية الجماعية. في هذا الإطار، يصبح استحضار الرموز الثقافية (كاللباس، اللغة، الأمثال، الموسيقى) بمثابة أداة لإعادة إنتاج الذاكرة الجماعية ولإعادة ترميز العلاقة بين الفرد والمجتمع من خلال منظومة ثقافية مألوفة ومشاركة.

كما تشير نظرية الهوية الاجتماعية عند هنري تاجفيل (Henri Tajfel)¹ إلى أن الأفراد يبنون جزءاً كبيراً من هويتهم انطلاقاً من انتمائهم إلى مجموعات ثقافية، وهو ما يفسر قوة

¹ - نظرية الهوية الاجتماعية عند هنري تاجفيل (Henri Tajfel) تُعدّ من أبرز الإسهامات في فهم العلاقة بين الفرد والمجموعة، وكيف تؤثر الانتماءات الجماعية في تشكيل الهوية والسلوك. وقد طوّرت هذه النظرية في سبعينيات القرن العشرين بالتعاون مع جون ترن (John Turner)، ضمن ما يُعرف الآن باسم مدرسة الهوية الاجتماعية في علم النفس الاجتماعي. المفاهيم الأساسية في نظرية الهوية الاجتماعية:

- الانتماء الجماعي (Group Membership): يفترض تاجفيل أن الأفراد لا يعرفون أنفسهم فقط كأشخاص مستقلين، بل أيضاً من خلال الانتماء إلى جماعات مثل الجماعة الدينية، اللغوية، الثقافية، أو الوطنية.
- الهوية الاجتماعية (Social Identity): هي الجزء من مفهوم الذات الذي ينبع من الوعي بالانتماء إلى مجموعة اجتماعية معينة، مقترناً بقيمة وأهمية هذا الانتماء. فالانتماء الثقافي، مثلاً، لا يكون مجرد تصنيف، بل يرتبط بتقدير الذات والمكانة داخل المجتمع.

تأثير الرموز الثقافية في الخطاب الإعلامي: إذ تؤدي إلى تعزيز الإحساس بالانتماء والتماهي الجماعي، وتُعيد ربط المتلقي بثقافته الأصلية، خاصة في سياقات التغيير الاجتماعي أو الهيمنة الثقافية الخارجية.

من جهة أخرى، وفي ضوء مقاربات كليفورد غيرتز (Clifford Geertz)، يمكن القول إن الخطاب القيمي هو خطاب "سميك" (Thick Description)؛ أي أنه لا يكتفي بإبلاغ معلومات، بل يُحمّل الرموز بمعان مركبة تلامس وجدان المتلقي، وتُعيد تشكيل تصوّره لذاته ضمن شبكة من الدلالات التاريخية والاجتماعية.

بالتالي، فإنّ هيمنة الأسلوب القيمي في "شرفات ثقافية" ليست محض اختيار جمالي أو فني، بل تعبّر عن استراتيجية تواصلية واعية تراهن على الوجدان الجمعي لتمير مضامين ثقافية ترتبط بالهوية، التراث، والذاكرة. كما أنّها تُعزّز "الاعتراف الثقافي" بوصفه مطلبًا أساسيًا في المجتمعات المتعددة والباحثة عن تماسك رمزي.

يأتي الأسلوب العقلي بنسبة 25.93% ويُعدّ من أكثر الأساليب استخدامًا في الإعلام الثقافي، ويُستند فيه إلى المعلومات الدقيقة والبيانات الإحصائية والتحليل العلمي بهدف تعزيز مصداقية الرسالة الثقافية. هذا الأسلوب يعتمد على تقديم أدلة ملموسة وتحليلات موضوعية تدعم الفكرة المقدمة، مما يجعل الرسالة أكثر قبولًا لدى المتلقي الباحث عن المنطق والبراهين. من خلال هذا الأسلوب، يخاطب الإعلام العقل والمنطق، حيث تُقدّم معلومات موثوقة قائمة على حقائق علمية، مما يعزز من السلطة الإقناعية في الخطاب الثقافي.

-
- التحامل والتمايز (Ingroup vs. Outgroup) بمجرد أن يُصنّف الأفراد داخل مجموعات، فإنهم يميلون إلى المبالغة في الفروق بين مجموعتهم (Ingroup) والمجموعات الأخرى (Outgroups)، ما يؤدي إلى تعزيز الشعور بالتمايز والتميز، وأحيانًا إلى نشوء التحيزات.
 - التمييز الإيجابي للمجموعة الداخلية (Ingroup Favoritism) الأفراد يميلون إلى رفع قيمة مجموعتهم مقارنة بالآخرين، ليس فقط لحمايتهم، بل أيضًا من أجل تعزيز تقدير الذات. ومن هنا تنشأ الحاجة لإبراز الرموز والاختلافات الثقافية كآليات دفاعية ضد الذوبان أو التهميش.

وفقًا لنظرية التوازن المعرفي التي قدمها فريتس هيبيرغ¹ (Fritz Heider) ، يعد الاستناد إلى المعلومات الدقيقة والأدلة العلمية وسيلة لتحقيق التوازن المعرفي بين الفرد والمجموعة. فالفرد يميل إلى تفضيل الرسائل التي تُقدّم له بُرّهانات علمية ومنطقية تدعمه في اتخاذ المواقف والتوجهات الفكرية. عندما يتلقى الجمهور معلومات مدعومة بإحصائيات دقيقة أو تحليل علمي منطقي، يشعرون بتأكيد صحتها، مما يؤدي إلى زيادة قبول الرسالة. هذا الأسلوب يُعتبر من أساليب الإقناع المؤثرة التي تضمن وصول الفكرة الثقافية بشكل قوي وفعال.

من خلال هذا الأسلوب، لا يُقدّم الإعلام الثقافي مجرد معلومات سطحية، بل يتم التركيز على التحليل العميق للأفكار والمواضيع الثقافية مما يُسهم في توسيع آفاق الفهم لدى الجمهور. التحليل العلمي والأدلة الموثوقة يُساعدان في تقوية الرسالة الثقافية، ويُعززان من المصداقية والثقة التي يضعها المتلقون في البرنامج الثقافي المعني. هذا التحليل الموضوعي يُعتبر أحد الأساليب الفعّالة في التأثير العميق على الجمهور الثقافي، خاصة لأولئك الذين يتطلعون إلى تحليل منطقي ودقيق للموضوعات الثقافية.

توظيف الأسلوب العقلي المنطقي يمكن أن يُعدّ استراتيجية فعّالة لبناء السلطة الإقناعية في الإعلام الثقافي، إذ يُحسن من قدرة الجمهور على استيعاب الرسالة الثقافية بشكل نقدي وعميق. من خلال توظيفه في البرامج الثقافية، يُمكن للرسالة أن تُحقق تأثيرًا أكبر ويزداد الوعي الثقافي لدى الجمهور.

¹ - تُعتبر نظرية التوازن المعرفي ذات أهمية خاصة في مجال الإعلام والتواصل الثقافي، حيث تساعد في فهم كيفية تأثير المحتوى الإعلامي على المواقف الثقافية والآراء الاجتماعية. في سياق البرامج الثقافية، تُستخدم هذه النظرية لتفسير كيف يمكن تقديم المعلومات أو القيم الثقافية بطريقة تُحافظ على التوازن بين المواقف الثقافية المختلفة للجمهور. على سبيل المثال، عندما يُستند إلى معلومات موثوقة أو مؤسسات مرجعية ذات مصداقية، يُصبح من الأسهل تحقيق التوازن المعرفي بين الآراء المتباينة، مما يُسهم في تعزيز قبول الرسالة الثقافية. في الإعلام الثقافي، يسعى القائمون على البرامج إلى موازنة الرسائل الثقافية بشكل لا يتسبب في إثارة التناقض أو التوتر لدى المتلقي. فمثلاً، تقديم حقائق علمية مدعومة بالإحصائيات يُعزز من مصداقية الرسالة ويساعد في توفيق مواقف الجمهور مع الأفكار الثقافية المروجة، مما يؤدي إلى حالة من التوازن المعرفي.

نظرية التوازن المعرفي تساعد الإعلاميين على فهم كيف يمكن استخدام التفاعل بين الفرد والمجموعة لتحقيق قبول أوسع للرسائل الثقافية، وكذلك على تعزيز الانتماء الاجتماعي للجمهور عندما تكون الرسائل متوافقة مع قيمه الثقافية.

بالنظر إلى أسلوب التكرار الذي يحتل المرتبة الثالثة في برنامج "شرفات ثقافية" بنسبة **24.28%**، يمكن تفسير حضوره القوي ضمن البنية الاقناعية للخطاب الثقافي من خلال عدّة مداخل نظرية، أهمها ما يرتبط بعلم الاجتماع الرمزي، وعلم النفس المعرفي، إلى جانب الوظائف الاتصالية للإعلام.

من منظور علم النفس المعرفي، يؤكد باحثون مثل **إبنجهاوس (Ebbinghaus)** أن التكرار هو آلية مركزية في ترسيخ المعلومات في الذاكرة طويلة الأمد، حيث يؤدي تكرار المعلومة أو الرمز إلى زيادة احتمالات تذكره وتثبيته. وبالتالي، فإن اعتماد البرامج الثقافية على التكرار ليس مجرد اجترار، بل استراتيجية تعليمية-إعلامية تهدف إلى تعزيز الاستيعاب وإعادة إنتاج المعنى عبر توارد الرسائل في أشكال وأساليب مختلفة.

من ناحية أخرى، وفي ضوء نظرية الفعل التواصلي عند **يورغن هابرماس**، فإن التكرار يُوظف لإعادة إنتاج التفاهم الجمعي بين المتكلم والمتلقي، أي لضمان أن الرسائل الثقافية لا تمرّ فقط عبر البعد الجمالي، بل يتم استيعابها كقيم مُشتركة ضمن الفضاء العمومي.

أما في ضوء المقاربة الرمزية، كما في أعمال **إرفينغ غوفمان (Erving Goffman)** و**إميل دوركايم (Émile Durkheim)**، فإن التكرار يُمكن أن يُفهم بوصفه طقساً رمزياً جماعياً، يُعيد التأكيد على القيم والمعاني التي يريد المجتمع تثبيتها. فكما أن الطقوس الدينية تُعيد نفس الحركات والكلمات بهدف ترسيخ الإيمان، فإن التكرار في الحصص الثقافية يُمارس دوراً مشابهاً من خلال إعادة العبارات، الصور، أو المواضيع ذات الصلة بالهوية الثقافية.

في السياقات التي تواجه فيها الهويات الثقافية المحلية ضغوطاً من الثقافة المهيمنة أو المعولمة، يصبح التكرار أداة مقاومة رمزية. إذ أن العودة المتكررة إلى عناصر الثقافة المحلية تُشكّل نوعاً من التأكيد على "وجود جماعي مهدّد"، يتم استحضاره لحمايته من التآكل. وبذلك، فإن التكرار يخدم غرضاً أعمق من التواصل: إنه فعل رمزي يُقاوم النسيان ويدافع عن الكينونة الثقافية.

يحتل أسلوب السلطة أو المرجعية المرتبة الرابعة من حيث التكرار في الحصص الثقافية السمعية البصرية، بنسبة 12.34%، وهو ما يُشير إلى توظيف محدود ولكنه مدروس لهذا الأسلوب في الخطاب الإعلامي الثقافي. يقوم هذا النمط الإقناعي على استحضر آراء وشهادات شخصيات مرجعية تحظى بشرعية علمية أو فكرية أو فنية في الوسط الثقافي، بهدف تعزيز مصداقية الرسائل المطروحة.

وتبعًا لما تشير إليه نظرية النفوذ الاجتماعي المشروع لـ ستانلي ميلغرام (Milgram, 1974)¹، فإن المتلقي يكون أكثر ميلًا لتصديق الرسائل عندما تصدر عن مصادر يُنظر إليها كـ «سلطات معرفية»، أي ذات شرعية رمزية. في هذا السياق، تُستخدم الشخصيات المرجعية كـ «وسطاء شرعيين للمعرفة»، وتُسهم مداخلاتهم في توجيه تأويل الجمهور للرموز أو المفاهيم الثقافية، لا سيما في المواضيع ذات البعد الجدلي أو الرمزي العميق. غير أن النسبة المتوسطة (12.34%) تكشف عن توجه معتدل في استعمال هذا الأسلوب، بما يعكس حرص منتجي البرامج على عدم فرض السلطة الرمزية بشكل مباشر أو متكرر، للحفاظ على الطابع الحوارى المفتوح للخطاب الثقافي، وتفادي السقوط في التلقين أو السلطوية الفكرية. ويُفسّر هذا الخيار أيضًا في ضوء ما قدمه بيير بورديو في تحليله لـ "سلطة الخطاب الرمزي"، حيث يكون حضور المرجعيات مؤثرًا فقط إذا لم يتحوّل إلى أداة هيمنة معرفية. في المجمل، فإن الاستخدام المحسوب لهذا الأسلوب ضمن الحصص الثقافية يساهم في تعزيز مصداقية المحتوى دون الإضرار بتفاعل الجمهور أو استقلاليته الإدراكية، وهو ما يعكس توجّهًا متوازنًا في هندسة الخطاب الثقافي بين الاستناد إلى الشرعية المعرفية والانفتاح على المشاركة الجماهيرية.

¹ - تُشير هذه النظرية إلى أن الأفراد يميلون إلى طاعة الأوامر أو تصديق الآراء عندما تصدر عن شخصيات أو مؤسسات يُنظر إليها على أنها ذات شرعية قانونية أو أخلاقية أو معرفية. أي أن القبول لا ينبع فقط من قوة الحجة، بل من المكانة الاجتماعية أو الرمزية لمن يصدر عنها الرأي أو المعلومة.

في السياق الإعلامي والثقافي، فإن هذا النفوذ يتجلى من خلال استحضر شخصيات ذات رمزية ثقافية أو أكاديمية (مثل المفكرين، الفنانين، الأكاديميين) ممن يُفترض أن لديهم شرعية الحديث في الشأن الثقافي. ووفقًا للنظرية، فإن المتلقي يتفاعل مع الرسالة بدرجة أعلى من القبول والافتناع عندما يكون المصدر موثوقًا وذو سلطة معترف بها.

يُعد أسلوب الاستفهام البلاغي الأقل استخدامًا في الحصص الثقافية السمعية البصرية، حيث يمثل 9.88% فقط من مجموع الوسائل الإقناعية المعتمدة. ورغم انخفاض النسبة مقارنة بالأساليب الأخرى، إلا أن قيمته الخطابية لا تقاس بالكم بل بوظيفته النوعية في الخطاب، نظرًا لطبيعته التأملية التحريضية التي تُشرك المتلقي في بناء المعنى.

يعتمد هذا الأسلوب على طرح أسئلة لا يُنتظر منها جواب صريح، بل يُقصد بها إثارة التفكير، وتحفيز المتلقي على التفاعل الذهني مع القضايا الثقافية المطروحة. ووفقًا لما تؤكدته نظرية الوظيفة الحجاجية للاستفهام في تحليل الخطاب (Amossy, 2000)، فإن الاستفهام البلاغي لا يؤدي فقط دورًا لغويًا، بل يُعد من أدوات التوجيه الأيديولوجي الناعم، حيث يدفع المتلقي إلى تبني موقف أو رأي من خلال دفعه للتساؤل الذاتي.

رغم هذه القيمة التفاعلية، فإن ضعف نسبة التوظيف (أقل من 10%) قد يعود إلى صعوبة توظيف هذا الأسلوب في الوسائط السمعية البصرية التي تميل إلى الإيقاع السريع والإجابات المباشرة، كما أن هذا النوع من الخطاب يتطلب جمهورًا ناضجًا ثقافيًا، ومهيأً للتأمل والحوار الداخلي، وهي شروط قد لا تتوفر دائمًا في الفضاء الإعلامي العام.

كما يشير يورن هابرماس في نظريته حول الفعل التواصلي (Habermas, 1984)، فإن الاستفهام التأملي يُعد من ركائز الحوار العقلاني الديمقراطي، حيث لا يُملى المعنى على المتلقي، بل يُستفز لاكتشافه بنفسه. وهذا ما يمنح الاستفهام البلاغي دورًا محوريًا - وإن كان خافتًا - في تعزيز التلقي النشط للثقافة.

من هنا، يمكن القول إن ضعف الحضور الكمي لهذا الأسلوب لا ينفي قيمته النوعية في الخطاب الثقافي، بل يشير إلى كونه أداة نخبوية نسبيًا، تُستخدم عند الحاجة إلى إحداث رجّة فكرية أو تسليط الضوء على مفارقات ثقافية أو قيمية تتطلب التأمل بدل الحسم.

❖ الجدول رقم 12: اللغة المستخدمة عند القائم بالاتصال والضيوف في حصة شرفات

ثقافية.

المجموع		الضيوف		القائم بالاتصال		توزيع اللغة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	نوع اللغة
%59.19	502	%59.88	282	%58.36	220	العربية الفصحى
%4.35	37	%2.54	12	%6.63	25	الفرنسية
%11.46	97	%13.81	65	%8.49	32	العامية
%25	212	%23.77	112	%26.52	100	مزيج بين الفصحى والعامية
%100	848	%100	471	%100	377	المجموع

تُظهر البيانات الإحصائية الخاصة باستخدام اللغة في برنامج "شرفات ثقافية" أن اللغة العربية الفصحى تهيمن على الخطاب الإعلامي بنسبة إجمالية تقدر بـ %59.19 من مجموع التكرارات، سواء من قبل القائمين بالاتصال (%58.36) أو الضيوف (%59.88). هذا الحضور البارز للفصحى في برنامج ناطق بالعامية يترجم ازدواجية لغوية واعية، إذ يتم توظيف الفصحى كلغة معيارية لبناء خطاب ثقافي ذي طابع أكاديمي ورصين، يعزز من شرعية المحتوى ويضفي عليه طابعًا مؤسسيًا، خاصّة في المقاطع التي تتطلب توثيقًا أو تحليلًا معرفيًا معمقًا.

رغم أن البرنامج يُبث عبر قناة ناطقة بالعامية الجزائرية، فإن الاستخدام المكثف للفصحى يعكس رغبة تحريرية في تأطير النقاش الثقافي ضمن لغة رمزية موحدة تُحمّل الرسائل طابعاً رسمياً وتُسهّل استقبالها من قبل جمهور متعدد اللهجات. كما يؤكد ذلك وجود هوية لغوية هجينة تحاول المزوجة بين وظيفة الإعلام (التي تميل نحو التبسيط) ووظيفة التثقيف (التي تحتاج للغة دقيقة).

أما المزيج بين الفصحى والعامية، والذي يشكل 25% من مجموع الخطاب، فيُعدّ تعبيراً عن محاولة البرنامج جسر الفجوة بين الفصاحة الرسمية والتواصل الشعبي، لا سيّما في لحظات السرد، الأمثلة، والتعليقات الحية. هذا المزج يعكس ديناميكية لغوية تُعبّر عن طبيعة الجمهور المستهدف، والذي يتوزع بين فئات مثقفة وأخرى تتابع من باب الاهتمام بالتراث والتقاليد. العامية الجزائرية، بدورها، حضرت بنسبة 11.46%، مع نسبة أعلى في خطاب الضيوف (13.81%)، وهو ما يعكس عفوية التدخلات وانفتاح البرنامج على التجربة الفردية والشفوية، خاصة عندما يتعلق الأمر برواية قصص ثقافية أو شهادات ذات طابع شخصي. العامية هنا لا تُستخدم كأداة للتسلية، بل كوسيط ثقافي يُعيد ربط المشاهد بجذوره الاجتماعية ويُضفي على الخطاب طابعاً وجدانياً وشعبياً.

أما استخدام اللغة الفرنسية، فقد انخفض إلى نسبة هامشية (4.35%)، ما يعكس تراجع وظيفي لهذه اللغة داخل الفضاء الثقافي الوطني، على الأقل في هذه الحصة. وتوظف الفرنسية غالباً عند الإشارة إلى مرجعيات أكاديمية، أسماء فنية، أو مصطلحات غير مترجمة، دون أن تؤدي دوراً مركزياً في بناء المعنى العام.

من خلال هذه المعطيات، يتضح أن برنامج "شرفات ثقافية" يُمارس اختياراً لغوياً مقصوداً يوازن بين الشرعية الثقافية للفصحى، الحيوية الشعبية للعامية، والتكليف التواصلية عبر المزج بينهما، في إطار يحافظ على هوية وطنية متعددة الطبقات وذات حساسية لغوية دقيقة.

❖ المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي لحصة culture l'autre regard.

البطاقة الفنية للقناة Canal Algérie:

أنشئت قناة Canal Algérie بقرار داخلي ضمن إعادة تنظيم المؤسسة الوطنية للتلفزيون بموجب التعليمات الحكومية سنة 1993، ودخلت حيز البث الرسمي في 1 أوت 1994. ملخص القرار الإداري لإنشائها:

إحداث قناة جديدة ضمن الباقة العمومية موجهة بالدرجة الأولى للفرنكوفونيين.

بث برامج اجتماعية وثقافية وفنية وإخبارية بالفرنسية.

ضمان تواصل دائم مع الجالية الجزائرية المقيمة بالخارج.

الترويج لصورة الجزائر في الخارج ومواكبة التطورات العالمية إعلامياً.

السياق التاريخي:

في بداية التسعينات، دخلت الجزائر مرحلة تحديات سياسية وأمنية (العشرية السوداء)، بالتزامن مع انفتاح إعلامي نسبي.

كانت هناك حاجة لإنشاء قناة موجهة للناطقين بالفرنسية، خصوصاً نحو الجالية الجزائرية المقيمة بأوروبا وأمريكا الشمالية.

كما كان الهدف تقديم صورة حديثة ومتوازنة عن الجزائر إلى الخارج، باللغة الأكثر تداولاً (الفرنسية).

تطور قناة Canal Algérie من 1994 الى اليوم:

المرحلة الأولى: مرحلة الانطلاقة 1994-1999:

التاريخ الرسمي للبث: 1 أوت 1994.

الهدف الأساسي: مخاطبة الجالية الجزائرية الناطقة بالفرنسية بالخارج.

البرمجة:

نشرات أخبار بالفرنسية.

مسلسلات وأفلام ناطقة بالفرنسية.

برامج ثقافية وفنية موجهة للعائلات الجزائرية في أوروبا وأمريكا الشمالية.

البث: عبر القمر الصناعي عبر القمر hotbird.

ملاحظة: كان التركيز على تقديم "الجزائر الحديثة" للعالم الخارجي في ظل ظروف صعبة داخل البلاد (العشرية السوداء).

المرحلة الثانية: مرحلة التثبيت والتوسع 2008-2000:

تحسين جودة البث: إدخال تقنيات بث رقمية بدلاً من التناظرية.
تغطية أكبر للجاليات في أوروبا، كندا، وبعض الدول الإفريقية.
البرامج الجديدة:

برامج حوارية سياسية واجتماعية مثل "Questions d'Actu".
برامج توثيقية عن الثقافة الجزائرية والتقاليد.

تعزيز التغطية الرياضية الدولية، خاصة مباريات المنتخب الجزائري.
الأخبار: نشرات إخبارية رئيسية ومواكبة الأحداث الجزائرية والعالمية.

ملاحظة: أصبحت القناة تمثل الجزائر الرسمية إعلامياً أمام المجتمع الدولي الناطق بالفرنسية.

المرحلة الثالثة: مرحلة الاحترافية والانتقال الرقمي 2015-2009:

إدخال نظام البث عالي الجودة (HD) في بعض الفترات.
زيادة الإنتاج الذاتي:

برامج محلية جزائرية من إنتاج ENTV وليس فقط إعادة بث.

إطلاق برامج ثقافية مثل "Destination Algérie" و"وثائقيات عن مناطق الجزائر".
الانفتاح الإعلامي:

تغطية أفضل للأحداث الاقتصادية والثقافية الكبرى في الجزائر.
تغطية المهرجانات السينمائية والفنية العالمية بمشاركة جزائرية.

ملاحظة: بدأت Canal Algérie تدخل في منافسة غير مباشرة مع القنوات الفرنسية والإقليمية الأخرى.

المرحلة الرابعة: مرحلة التجديد والانفتاح 2020-2016:

إعادة هيكلة البرامج:

بث برامج حوارية أكثر تنوعاً مع استضافة ضيوف من الجزائر والخارج.
برامج مخصصة للشباب الجزائري في الخارج (تعزيز الشعور بالانتماء).

البث متعدد المنصات:

دعم البث عبر الإنترنت Streaming مباشر عبر الموقع الرسمي.

نشر مقاطع فيديو عبر يوتيوب ومنصات التواصل الاجتماعي.

تنوع المحتوى:

مسلسلات جزائرية مدبلجة بالفرنسية.

برامج مخصصة لعرض السياحة الجزائرية والأحداث الكبرى.

المرحلة الخامسة: المرحلة الحديثة 2021 الى اليوم:

بث مستمر عالي الجودة HD على معظم الأقمار الصناعية.

التوجه الرقمي: اعتماد استراتيجيات تواصل عبر الشبكات الاجتماعية.

مضامين جديدة:

برامج حوارية سياسية واجتماعية مع تركيز على تواصل الجزائر مع الجالية.

نشرات إخبارية مختصرة وسريعة للجيل الجديد.

تغطية الأحداث الوطنية الكبرى (الانتخابات، الاحتفالات الرسمية، المهرجانات الدولية).

مواكبة الأحداث العالمية: بتغطيات مباشرة ومواكبة إخبارية للمواضيع الدولية الساخنة.

تحديث الهوية البصرية: شعار جديد وهوية لونية أكثر حداثة لجذب الجمهور الشاب.

البطاقة الفنية لحصة culture l'autre regard لقناة Canal Algérie:

الاسم: L'Autre Regard، Culture (بالعربية: الثقافة، نظرة أخرى)

نوع البرنامج: برنامج ثقافي فكري.

اللغة: اللغة الفرنسية.

القناة: Canal Algérie القناة الموجهة للناطقين بالفرنسية، ضمن المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري.

الفكرة والمضمون:

برنامج ثقافي تحليلي يتناول مختلف القضايا الثقافية برؤية نقدية مغايرة للطرح التقليدي، حيث يحاول أن يقدم:

قراءات وتحليلات مختلفة وغير سطحية للأحداث والظواهر الثقافية.

مقابلات معمقة مع فنانيين، كتاب، مفكرين، وأكاديميين من الجزائر والعالم الفرنكوفوني.

تغطية الأحداث الثقافية الكبرى: معارض الكتب، عروض مسرحية، مهرجانات سينمائية وفنية.

ملفات خاصة حول مواضيع ثقافية معاصرة (الهوية، التراث، الحداثة، الفنون البصرية، السينما).

طابع البرنامج:

جادّ وأكاديمي نسبياً.

يخاطب جمهور المثقفين والطلبة والمهتمين بالشأن الثقافي.

يُعتمد على أسلوب حوارى عميق بعيد عن السطحية.

مدة الحصة: تقريباً 55 دقيقة.

توقيت البث: 22:30.

أهداف البرنامج:

تقديم نظرة نقدية جديدة على الثقافة الجزائرية والعالمية.

تحفيز النقاش الثقافي في الوسط الفرنكوفوني داخل الجزائر وخارجها.

تسليط الضوء على الإبداع الجزائري الذي غالباً لا يأخذ حقه من التغطية الإعلامية.

تعزير مكانة Canal Algérie كقناة ثقافية ودبلوماسية ناعمة للجزائر.

❖ جدول رقم 13: المواضيع الرئيسية للقيم الثقافية من خلال مضمون حصة culture

.l'autre regard

النسبة %	التكرار	المواضيع الرئيسية
28.36%	354	مواضيع فكرية فلسفية
29.49%	368	مواضيع ثقافية إعلامية
22.12%	276	مواضيع أدبية
20.03%	250	مواضيع تاريخية
100%	1248	المجموع

يُظهر التحليل الكمي لتوزيع المواضيع في برنامج "Culture: L'autre regard" على قناة Canal Algérie أن المواضيع الثقافية الإعلامية تحتل الصدارة بنسبة 29.49%، متبوعة بالمواضيع الفكرية والفلسفية بنسبة 28.36%، ثم المواضيع الأدبية بـ 22.12%، وأخيراً المواضيع التاريخية بنسبة 20.03%. تعكس هذه النسب ميلاً واضحاً لدى البرنامج نحو تغطية الثقافة المعاصرة بمختلف تعبيراتها، مع اهتمام موازٍ بالمضامين ذات البُعد التأملي والفلسفي، ما يُبرز الطابع النخبوي والتثقيفي للحصة.

في المقابل، يُسجل حضور معتبر للأدب والتاريخ، ما يدل على حرص البرنامج على تحقيق توازن بين الثقافة الحية والبعد التراثي والفكري. بهذا، يُسهم البرنامج في ترسيخ قيم ثقافية متعدّدة، تتراوح بين الحداثة والانفتاح من جهة، والذاكرة والهوية من جهة أخرى، ضمن رؤية شاملة تُخاطب جمهوراً نخبوياً ومهتماً بالشأن الثقافي الراقى.

تُعدّ المواضيع الثقافية والإعلامية الأكثر حضوراً في برنامج "Culture: L'autre regard"، حيث سجلت نسبة 29.49% من مجموع المواضيع المطروحة، وهو ما يكشف عن توجه تحريري واضح نحو تسليط الضوء على الإنتاج الثقافي المعاصر وتطوّراته داخل السياق

الجزائري والفرنكفوني عمومًا. تتضمن هذه المواضيع تغطية المعارض الفنية، المهرجانات الثقافية، النقاشات الإعلامية حول الفنون، بالإضافة إلى متابعة الحركة الأدبية والفكرية الجديدة. هذا التركيز لا يمكن اعتباره عرضيًا، بل يعكس تصورًا حديثًا للثقافة بوصفها ظاهرة حيّة وديناميكية، وهو ما يجعل البرنامج ينخرط فعليًا في إعادة إنتاج الثقافة وتمثيلها إعلاميًا، وفق مقاربة تتبنى مفاهيم التعدد والانفتاح والتفاعل مع الحداثة.¹

كما يتماشى هذا الطرح مع ما يشير إليه "بيير بورديو" حول العلاقة بين الحقل الإعلامي والحقل الثقافي، حيث يرى أن الإعلام حين ينخرط في تغطية الإنتاج الثقافي النخبوي، فإنه لا يكتفي بدور النقل، بل يشارك في شرعنة هذا الإنتاج وتكريسه كقيمة اجتماعية.² من هذا المنطلق، يتضح أن البرنامج لا ينقل الثقافة كمعطى جاهز، بل يساهم في بناء القيمة الرمزية لها، وذلك عبر عرضها ضمن أطر تنظيمية ومفاهيمية تُضفي عليها مشروعية فكرية وفنية. علاوة على ذلك، فإن هذا النوع من المواضيع يُجسد ما يُعرف في أدبيات الاتصال الثقافي بـ «التمثيل المتعدد للهوية الثقافية»، أي تقديم الثقافة ليس كمجال تراثي فقط، بل كمنصة للإبداع المعاصر والتجديد الرمزي. هذا ما يجعل البرنامج يُسهم في ترسيخ قيمة الانفتاح الثقافي كأحدى القيم المركزية في الحقل الثقافي، لا سيما داخل الإعلام العمومي، الذي ما يزال يوجه برامجه لجمهور نخبوي مهتم بالتحليل والتفكيك والمساءلة الرمزية، وليس بالاستهلاك السريع للمعرفة.

من خلال هذه الرؤية، يصبح من الممكن اعتبار المواضيع الثقافية الإعلامية في هذا البرنامج أداة فاعلة لترسيخ قيم المشاركة الثقافية، الانخراط في الشأن العام الثقافي، والانفتاح على الحداثة الفنية والفكرية، ما يضع البرنامج ضمن التقاليد الإعلامية النخبوية ذات الطابع التثقيفي، لا الترفيهي. وهو ما يتقاطع مع مبدأ الخدمة العمومية في الإعلام الثقافي.³

¹ Bourdieu, P. (1992). *Les règles de l'art : genèse et structure du champ littéraire*. Paris : Seuil

² Chambat, P. (1994). *Les technologies de l'information et de la communication dans les pratiques culturelles*. Paris : Ministère de la Culture

³ Hennion, A. (2001). *Les amateurs, ou comment rester fidèle à ce que l'on aime ?* In La revue du MAUSS, 17(1), p36.

تُشكل المواضيع الفكرية والفلسفية نسبة معتبرة من محتوى برنامج *"Culture: L'autre regard"*، إذ بلغت **28.36%** من إجمالي التكرارات، ما يضعها في المرتبة الثانية بعد المواضيع الثقافية الإعلامية. يعكس هذا الحضور الكثيف لهذه النوعية من المواضيع توجُّهاً تحريريًا نحو **العمق المعرفي والتحليل التأملي**، بما يؤكد الطابع النخبوي للبرنامج وانخراطه في **فضاء النقاش الثقافي ذي البعد الفلسفي والأخلاقي**. وتشمل هذه المواضيع أطروحات تتعلّق بالحرية، العقل، الحداثة، الدين، الجمال، والتنوير، مما يدل على رغبة واضحة في تحفيز المتلقي على **إعمال العقل والتفكير النقدي**، لا على الاستهلاك السلبي للمضامين.

من منظور نظري، تتقاطع هذه المقاربة مع ما أشار إليه يورغن هابرماس، في نظريته حول الفعل التواصلي¹ (*Theory of Communicative Action*)، حيث اعتبر أن التواصل الثقافي العقلاني هو أساس بناء الفضاء العمومي القائم على التفاهم لا التسلُّط. وبالتالي، فإن تقديم مواضيع فكرية بهذا العمق يُعبّر عن انخراط البرنامج في **خطاب عقلاني يهدف إلى إثارة النقاش العام حول القيم الكبرى التي تشكّل المجتمع**، وهو ما يُعدّ ممارسة ثقافية بامتياز.

إضافة إلى ذلك، فإن البرامج التي تعتمد على المواضيع الفلسفية تؤدي وظيفة مهمة في الإعلام الثقافي، تتجاوز البعد المعرفي إلى **بُعد القيم والمواقف**. إذ تُسهم في ترسيخ قيم الحوار، العقل، والتساؤل الفلسفي المستمر، وهي قيم ترتبط بالتصورات الحداثيّة للثقافة التي تتأسس على **الشك المنهجي والتأمل العميق في الظواهر الاجتماعية والوجودية** ويمكن اعتبار هذا النوع من المواضيع تجسيدًا عمليًا لما يُعرف بـ **«ثقافة التفكير»² (Thinking Culture)** التي تشجع على تنمية ملكات العقل النقدي لدى الجمهور.

¹ في ضوء هذا التصور، يمكن القول إن بعض الحصص الثقافية مثل *Culture: L'autre regard* تُمثل، في شكلها المثالي، فضاءات فعل تواصلي؛ إذ تستضيف فاعلين ثقافيين من خلفيات فكرية وفنية متعددة، وتمنحهم الفرصة للتعبير والتفاعل في إطار حوار عقلاني. هذا الانفتاح على النقاش الحر، خاصة حول القضايا الفلسفية والأدبية والفكرية التي تتكرر بكثافة في البرنامج، يُجسد فعلاً تواصليًا بالمعنى الهابرماسي، ويُعزز وظيفة الثقافة كأداة تفاهم جماعي لا كسلعة معرفية فقط.

² مصطلح **"ثقافة التفكير (Thinking Culture)"** يُشير إلى البيئة أو المنظومة الاجتماعية التي تُشجع على التفكير النقدي، التساؤل، والبحث المستمر عن المعنى والمعرفة بدلاً من الاكتفاء بالتلقين أو الامتثال للمعايير الجاهزة. وهي ثقافة تُثبّن التحليل والتفسير والفهم العميق للظواهر، وتشجع على التفاعل مع المعلومات بشكل نشط، لا مجرد استقبالها بشكل سلبي.

في السياق الإعلامي والثقافي، تبرز "ثقافة التفكير" كقيمة مركزية تسعى بعض البرامج إلى ترسيخها، من خلال تقديم مضامين تُحفز العقل وتدعو إلى النقاش المفتوح وطرح الأسئلة الجوهرية حول قضايا الهوية، القيم، الإبداع، والواقع

وبالتالي، فإن المواضيع الفكرية والفلسفية في هذا السياق لا تقتصر على إثراء المحتوى الثقافي، بل تعمل على إعادة بناء العلاقة بين الإعلام والثقافة كفعلين معرفيين ومجتمعيين، وهو ما يتماشى مع أهداف الإعلام العمومي في البلدان ذات التقاليد الثقافية الفرنكوفونية النخبوية، مثل الجزائر.

تشكل المواضيع الأدبية نسبة 22.12% من إجمالي المواضيع المطروحة في برنامج *"Culture: L'autre regard"*، ما يضعها في المرتبة الثالثة من حيث التكرار. ويُعد هذا الحضور الأدبي المكثف دلالة على محورية الأدب في التمثيلات الثقافية للهوية والمعنى داخل الحقل الإعلامي الفرنكوفوني. إذ تشمل المواضيع الأدبية التي يتناولها البرنامج تقديم كتب جديدة، استضافة كتّاب ومبدعين، مناقشة قضايا تتعلق بالسرد، الشعر، الترجمة، والكتابة النسوية، مما يجعل البرنامج فضاءً لتكريس الأدب كمجال حيوي لبناء المعنى وتمثيل الواقع. الأدب بوصفه حقلًا مستقلًا نسبيًا يخضع لمنطق خاص به داخل "الفضاء الثقافي"، حيث يُشكّل الأدب مجالًا لإنتاج الرأسمال الرمزي، ويُستخدم كمؤشر على الذوق الثقافي والتموضع الاجتماعي للنخب. في هذا السياق، يضطلع البرنامج بدور الوسيط بين الكاتب، النص، والجمهور، مع الحرص على تقديم الأدب لا كمجرد تسلية أو منتج ثقافي، بل كممارسة فكرية وشكل من أشكال المقاومة الرمزية.

من الناحية السوسولوجية، يعكس هذا الحضور القوي للأدب قيمة مركزية في الخطاب الثقافي الفرنسي والجزائري الفرنكوفوني، وهي قيمة الكلمة المكتوبة بوصفها أداة لتحرير الفكر وترسيخ الذاكرة الجماعية، أي أن الخطاب الأدبي في الحصوص الثقافية يؤدي وظيفة رمزية تتجاوز الإبداع إلى إعادة تشكيل الذاكرة الثقافية المشتركة.

الاجتماعي. فهي ليست فقط طريقة في عرض المواضيع، بل موقف فلسفي ضمني يجعل من الثقافة أداة لفهم الذات والآخر والعالم، وليس مجرد ترف معرفي أو ترويج للرموز.

من هذا المنظور، يمكن القول إن المواضيع الأدبية ليست مجرد محتوى في البرنامج، بل تمثل آلية لإعادة توزيع الرمزية الثقافية، وتقوية الصلة بين المثقف والجمهور، وفق تصور يرى أن الثقافة، وخاصة الأدب، هي شكل من أشكال الفعل الاجتماعي والفكري داخل المجال العمومي.

احتلت المواضيع التاريخية نسبة **20.03%** من إجمالي المضامين الثقافية المطروحة في برنامج *"Culture: L'autre regard"*، مما يمنحها موقعاً معتبراً ضمن أولويات الخطاب الثقافي الذي يعتمده البرنامج. هذا التوجه يُبرز أن التاريخ ليس مجرد مادة سردية تروى، بل بنية ثقافية أساسية لإعادة تشكيل الوعي الجماعي وتعزيز علاقة المجتمع بماضيه. فالبرامج الثقافية التي تولي اهتماماً منتظماً للقضايا التاريخية تؤدي وظيفة مزدوجة: من جهة، تُعيد بعث الذاكرة الجماعية من خلال استحضار أحداث، شخصيات، ونزاعات مؤثرة، ومن جهة أخرى، تُعيد تأويل الماضي وفق منظور نقدي حديث يعيد رسم حدود الهوية الوطنية.

في هذا السياق، يتقاطع المحتوى التاريخي مع ما وصفه بول كونرتون بـ «الذاكرة الثقافية»، وهي شكل من أشكال الحفظ الرمزي للماضي، تتم ممارسته عبر الطقوس، الخطابات، والسرديات الرسمية وغير الرسمية. هذا البُعد يكتسي أهمية خاصة في الحالة الجزائرية، حيث لا تزال العلاقة مع الماضي الاستعماري، وكذلك مع محطات الهوية الوطنية، موضوعاً للنقاش والجدل. وهنا يؤدي البرنامج دوراً ثقافياً استراتيجياً، عبر خلق مساحات للنقاش حول التاريخ من خلال منظور متعدد الأصوات يدمج الباحثين، المؤرخين، والمثقفين في حوار مفتوح حول الذاكرة.

علاوة على ذلك، يُسهم تناول المواضيع التاريخية في ترسيخ قيمة الاستمرارية الثقافية، التي تعتبر، حسب يان أسمان¹، ركيزة أساسية لبناء "هوية ثقافية مستدامة"، قادرة على نقل الرموز والتمثيلات من جيل إلى آخر. هذه الاستمرارية لا تتحقق إلا من خلال ربط الماضي بالحاضر، وهو ما يتجلى في كيفية تقديم البرنامج للمواضيع التاريخية لا كأحداث منتهية، بل كمراجع لفهم الحاضر وتفسير التحولات الاجتماعية والثقافية.

¹ – Assmann. J. (2011). *Cultural Memory and Early Civilization : Writing, Remembrance, and Political Imagination*. Cambridge : Cambridge University Press, p10.

من جهة أخرى، يعكس هذا الحضور النسبي للتاريخ في البرنامج توجهاً نحو ما يُعرف في الدراسات الثقافية بـ "السياسة الرمزية للذاكرة"، أي توظيف الماضي من أجل التأثير في الحاضر وصناعة خطاب ثقافي يُعيد ترتيب الأولويات والرموز.

❖ جدول رقم 14: المواضيع الفرعية للمواضيع الفكرية الفلسفية.

النسبة %	التكرار	مواضيع فكرية فلسفية
7.70%	90	الهوية الوطنية
27.35%	320	الهوية الثقافية
17.10%	200	النخب الفكرية
5.55%	65	الهوية الإسلامية
18.80%	220	الحرية الفكرية وحرية التعبير
23.50%	275	عرض الكتب ومناقشتها
100%	1170	المجموع

يُظهر التحليل الكمي لمضامين المواضيع الفكرية والفلسفية في برنامج توجهاً واضحاً نحو تعزيز قيم الهوية والانفتاح الفكري، إذ جاءت **الهوية الثقافية** في الصدارة بنسبة **27.35%**، ما يعكس اهتمام البرنامج بتأصيل الانتماء الرمزي في بيئة متعددة المرجعيات. تليها **مواضيع عرض الكتب ومناقشتها** بنسبة **23.50%**، ما يدل على التزام واضح بنشر المعرفة النقدية والتشجيع على القراءة بوصفها ممارسة ثقافية أساسية. كما تسجل **الحرية الفكرية وحرية التعبير** نسبة مهمة تُقدّر بـ **18.80%**، مما يُبرز توجهاً تحريراً يدعم الحوار والتفكير المستقل. أما **النخب الفكرية** فتُمثل **17.10%** من المواضيع، وهو ما يدل على اعتماد البرنامج على مرجعيات معرفية لمنح الخطاب عمقاً ومشروعية. وفي المقابل، تأتي **الهوية الوطنية** بنسبة **7.70%** و**الهوية الإسلامية** بنسبة **5.55%**، ما يشير إلى تناول محدود لهذه المواضيع مقارنة بباقي القضايا، وهو ما قد يُفسّر برغبة البرنامج في معالجة المسائل الثقافية من زاوية كونية وحدائية بدل الانغلاق في الهويات الفرعية أو الدينية. هذا التوزيع الكمي يُعبر عن

خطاب ثقافي نخبوي ومنفتح، يُعلي من شأن العقل والرمز والتنوع في إطار احترام حرية التعبير والتعدد الفكري.

تأتي الهوية الثقافية في صدارة المواضيع الفكرية والفلسفية التي يعالجها برنامج *Culture*: *L'autre regard* بنسبة 27.35%، ما يدل على اهتمام محوري بمساءلة الذات الجماعية وبناء تصورات مشتركة حول الانتماء والتمايز. يظهر هذا التوجه من خلال طرح مواضيع تتعلق بالرموز الثقافية، التراث، التقاليد، والتفاعل مع الآخر، مما يعكس سعي البرنامج إلى تعزيز الوعي بالهوية بوصفها إطارًا مرجعيًا لفهم الذات والعالم. لا تقتصر هذه المعالجة على طرح مباشر، بل تنفتح على أبعاد رمزية وتاريخية تضع الثقافة في صلب النقاش العام. هذا التركيز ينسجم مع ما يطرحه يان أسمان في مفهومه حول "الذاكرة الثقافية"¹، التي تُبنى من خلال سرديات مستدامة تُستدعى مرارًا لتقوية الشعور بالانتماء الجماعي. بحسب أسمان، تعمل الذاكرة الثقافية على ترسيخ هوية جماعية عبر الزمن من خلال رموز، نصوص، وممارسات متكررة تنتقل عبر الأجيال. وبهذا، يُسهم البرنامج في بناء خطاب ثقافي يُعزز من وحدة الذاكرة المشتركة، ويمنح الهوية بعدًا ديناميكيًا يجمع بين الماضي والحاضر في سياق تواصلية نقدي.

تُشكل مواضيع عرض الكتب ومناقشتها نسبة معتبرة من الخطاب الثقافي إذ بلغت 23.50%، ما يبرز توجهًا تحريريًا يجعل من الثقافة أداةً للمعرفة المعمقة لا مجرد استهلاك سطحي للرموز أو المناسبات. يُمكن قراءة هذا التوجه ضمن ما يُعرف بـ «ثقافة التفكير»، أي الانخراط الواعي في الفعل الثقافي بوصفه فعلًا نقديًا وتفسيريًا، لا ترفًا أو تكرارًا نمطيًا. فحين يتم تخصيص حيز معتبر من البرنامج لمناقشة الكتب، فإن ذلك يعكس سعيًا إلى تثبيت القراءة كنمط تواصلية يحرض على طرح الأسئلة بدل تقديم الأجوبة الجاهزة.

¹ – Assmann, J. (1995). Collective Memory and Cultural Identity. *New German Critique*, (65), p130.

يرى الباحث **علي أسعد وطفة** أن "الثقافة التي لا تُفَعّل العقل وتُحَفِّز النقد، تتحول إلى أداة خضوع وتلقين"¹، مؤكداً أن الثقافة الحقيقية هي التي تُمارس بوصفها فكراً حياً. ويذهب المفكر **محمد عابد الجابري** إلى اعتبار القراءة أداة لتحرير الوعي من سلطة التقليد، مشيراً إلى أن الفعل الثقافي لا يكتمل إلا حين يتحول إلى مساءلة مستمرة للمعنى.² في هذا السياق، يظهر البرنامج وكأنه يطمح إلى تأسيس فضاء تواصلية نقدي، يضع الجمهور في قلب الفعل الثقافي، ويُخرجه من موقع المتفرج إلى موقع الفاعل الواعي.

أما **مواضيع الحرية الفكرية وحرية التعبير**، التي تشكّل 18.80% من العينة، فتدل على اهتمام البرنامج بتعزيز أحد أهم القيم الليبرالية في الخطاب الثقافي الفرنسي، ما يعكس بيئة إعلامية تُشجع على النقاش والانفتاح.

من جهة أخرى، تشير نسبة **17.10%** الخاصة **بالنخب الفكرية** إلى حرص البرنامج على منح الكلمة لفاعلين معرفيين ذوي رأسمال رمزي مرتفع، مما يعزز من بعده النخبوي. أما **الهوية الوطنية والهوية الإسلامية**، بنسب 7.70% و5.55% على التوالي، فتسجل حضوراً أقل نسبياً، وهو ما يمكن تفسيره بانخراط البرنامج في مقاربة حدائثة وعلمانية إلى حد كبير للثقافة، تركز على الفردانية والمواطنة أكثر من الانتماءات الدينية أو القومية. هذه المؤشرات الكمية تُظهر أن البرنامج يندرج ضمن ما يسميه **Habermas** بـ«المجال العمومي العقلاني»، حيث تتاح الفرصة لنقاش القضايا الفكرية بعمق وتعدد، في بيئة تُحترم فيها التعددية والاختلاف.

¹ - الجابري، محمد عابد، *بنية العقل العربي*. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1990، ص 256.

² - وطفة، علي أسعد، *ثقافة التلقين وثقافة التفكير: من أجل تعليم يحفّز العقل ويحرر الوعي*. دمشق: دار الفكر، 2004، ص 26.

❖ الجدول رقم 15: المواضيع الفرعية للمواضيع الثقافية الإعلامية.

النسبة %	التكرار	المواضيع الثقافية الاعلامية
19.11%	220	تشكل الثقافة
14.76%	170	الذاكرة الجماعية
25.72%	296	التنوع الثقافي
6.52%	75	واقع السينما والمسرح
9.74%	112	واقع الموسيقى والفنون التشكيلية
24.15%	278	واقع الأدب
100%	1151	المجموع

يشير التحليل الكمي للمواضيع الثقافية الإعلامية في برنامج *Culture: L'autre regard* إلى توزيع متنوع يعكس الاهتمام بالجوانب المختلفة لفكرة القيم الثقافية. حيث تصدر التنوع الثقافي بنسبة 25.72%، مما يدل على تركيز البرنامج على التعددية الثقافية والانفتاح على اختلاف الهويات الثقافية، وهو ما يعكس توجهاً نحو تعزيز فكرة الاندماج الثقافي واحترام التنوع. تلتها مواضيع الأدب بنسبة 24.15%، مما يشير إلى أهمية الأدب كأداة تعبيرية وفكرية في البرنامج، ويُظهر التزاماً بتسليط الضوء على الإنتاج الأدبي وتحليله في سياقات ثقافية واجتماعية. بينما جاءت مواضيع تشكيل الثقافة في المرتبة الثالثة بنسبة 19.11%، ما يعكس انشغالاً بالأسس النظرية لبناء الثقافة عبر الممارسات الإعلامية، وهو ما يتماشى مع فكرة الهوية الثقافية وبناء سرديات الجماعة. أما بقية المواضيع مثل الذاكرة الجماعية (14.76%)، واقع الموسيقى والفنون التشكيلية (9.74%)، وواقع السينما والمسرح (6.52%)، فنُظهر توازناً بين التوجه نحو الثقافة التقليدية والتأمل في ممارسات الفنون المعاصرة، مع إيلاء اهتمام خاص بمناقشة ممارسات الفن والإنتاج الثقافي بشكل عام.

يشير تصدر **التنوع الثقافي** بنسبة **25.72%** إلى أن برنامج *Culture: L'autre regard* يتبنى خطابًا يعكس انفتاحًا فكريًا على تعددية الهويات الثقافية، بما يتماشى مع التوجهات العالمية الحديثة التي تُعلي من قيمة التنوع باعتباره عنصرًا أساسيًا في بناء المجتمعات المعاصرة. في السياق العربي، يُمكن فهم هذه المقاربة من خلال **نظرية الثقافة الجمعية** التي يرى فيها إدوارد سعيد أن الثقافة تشكل وعاءً للذاكرة الجماعية، وتحقيق التعددية الثقافية يعزز من عملية بناء **الهوية الثقافية** في مجتمعات تتسم بالاختلاف¹. هذه النظرة تتماشى مع القيم الثقافية التي تحترم التنوع داخل المجتمعات المتعددة، والتي ترفض فكرة "صهر الهويات" بل تروج لفكرة **التعايش الثقافي**، وهو ما يسهم في إرساء ثقافة انفتاحية تحترم خصوصيات الأفراد والجماعات دون تهميش أي منهم.

من جهة أخرى، يمكن ربط هذا التوجه بمفهوم **الاندماج الثقافي**² الذي يشير إلى ضرورة الانفتاح على الآخر ضمن إطار من احترام التعدد الثقافي والاحتفاظ بالهوية الثقافية. كما يعزز هذا التوجه من الانسجام بين **الذاكرة الثقافية** والحديث عن التعددية بوصفها إطارًا لفهم العصر الحالي، حيث تكون الثقافات المتنوعة مصدرًا للإثراء لا للصراع. هذه القيم الثقافية تتجسد في الخطاب الإعلامي للبرنامج الذي يسعى إلى معالجة مواضيع ترتبط بتعدد الأبعاد الثقافية، وتقديمها للجمهور بطريقة نقدية ومعرفية، ما يساهم في توسيع الفهم الجماعي لمفهوم الهوية في العالم المعاصر.

¹ سعيد، إدوارد، *الاستشراق*. بيروت: دار الثقافة، 1993، ص 75.

² **الاندماج الثقافي** هو مفهوم يعكس كيفية تحقيق التوازن بين الحفاظ على الهوية الثقافية الخاصة بالأفراد والجماعات، وبين الانفتاح على الثقافات الأخرى في سياق التعايش المشترك في مجتمع متنوع. يعتبر الاندماج الثقافي عملية اجتماعية معقدة تتطلب من الأفراد والجماعات الثقافية أن يتفاعلوا بشكل إيجابي مع بعضهم البعض في إطار من الاحترام المتبادل، دون أن يعني ذلك الذوبان الكامل في ثقافة الأغلبية أو التنازل عن الخصوصيات الثقافية. **في السياق العربي**، يرتبط مفهوم الاندماج الثقافي بفكرة التعايش بين مختلف المكونات الاجتماعية والثقافية في المنطقة، والتي غالبًا ما تشمل تنوعًا لغويًا، دينيًا، وإثنيًا. في هذا السياق، يشير **الاندماج الثقافي** إلى طريقة بناء جسور من التفاهم والاحترام بين هذه المكونات المتنوعة، مما يعزز من فكرة المواطنة المشتركة التي تقوم على مبادئ **المساواة والعدالة**.

تشير نسبة **24.15%** المخصصة لمواضيع **واقع الأدب** إلى دور الأدب البارز في البرنامج كأداة ثقافية هامة لتحليل التغيرات الاجتماعية والرمزية في المجتمع. يمثل الأدب أحد الروافد الأساسية في التعبير الثقافي، وهو لا يقتصر على كونه مجرد فن، بل يشكل **نقدًا ثقافيًا** وحوارًا بين الماضي والحاضر في إطار المجتمع. هذا الاهتمام بالأدب يربط الثقافة بالإنتاج الرمزي للنخبة المثقفة التي تساهم في تشكيل الأفكار والقيم السائدة.

يعتبر الأدب والكتابة **الإبداعية** من أعمق وسائل تحليل التحولات الثقافية والاجتماعية، حيث يعكس الأدب تحولات الذهنية الجمعية والتغيرات في القيم والأيدولوجيات. وفي السياق العربي، حيث يُعد الأدب أحد الوسائل الرئيسية للتعبير عن الوعي الجمعي، يُمكن ملاحظة كيف يعكس الأدب القضايا الاجتماعية والسياسية المعاصرة، بل ويتنبأ أحيانًا بالتحولات المستقبلية. على سبيل المثال، **الكتابات المعاصرة** تتعامل مع قضايا الهوية، التغيير الاجتماعي، والهجرة، بما يعكس التحديات الثقافية التي يواجهها الأفراد والمجتمعات.

من جهة أخرى، يمكن ربط هذه الاهتمامات بمفهوم **الأدب كمؤشر ثقافي**، الذي يعتقد **محمد عابد الجابري**¹ أنه لا يعكس فقط مفاهيم ووعي النخبة، بل يرتبط بشكل وثيق بتشكيل الهوية الثقافية في العالم العربي، خاصة في أوقات التحولات الاجتماعية والسياسية الكبرى. وفي هذا السياق، يعكس الأدب في برنامج *Culture: L'autre regard* الجهود المستمرة لتسليط الضوء على الثقافة الأدبية بوصفها أداة لفهم المجتمعات والمساهمة في **نقد الواقع الاجتماعي والسياسي**.

تشير نسبة **19.11%** المخصصة لموضوع **تشكل الثقافة** في برنامج *Culture: L'autre regard* إلى **الحضور القوي** لهذا البعد التأسيسي ضمن الخطاب الثقافي الذي يتبناه البرنامج. هذا التركيز يعكس انشغالاً واضحاً بأسئلة **الهوية الثقافية** وبكيفية تشكيلها وتطورها في ظل التفاعل المستمر بين التراث والحداثة، وبين **الثقافة الرسمية والثقافات الهامشية**.

إن تشكل الثقافة ليس عملية ثابتة أو تلقائية، بل هو نتيجة دينامية معقدة تتداخل فيها **المؤثرات الاجتماعية، والسياسية، والإعلامية**. وفي هذا السياق، تؤدي الوسائط الإعلامية دوراً محورياً في إعادة إنتاج الرموز والمعاني الثقافية، كما تساهم في بلورة تصور جماعي حول ما يُعتبر

¹ - الجابري، محمد عابد، *بنية العقل العربي*. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1990، ص 89.

"ثقافياً" في الوعي الجمعي. وفقاً لما أشار إليه **علي أسعد وطفة**¹ فإن الثقافة تُبنى في فضاء اجتماعي تواصلية، وتنتقل عبر اللغة، والتربية، والإعلام، مما يجعل من الخطاب الثقافي أداة رئيسية في تشكل الوعي العام والهوية الثقافية.

أن الثقافة تتكون من تراكمات رمزية ومعرفية تنتقل عبر الأجيال، لكنها أيضاً تخضع لتأثيرات السلطة والمعرفة والتمثيلات الاجتماعية، وهو ما يجعل تشكلها دائماً رهيناً بآليات الصراع الرمزي داخل الحقل الثقافي. وبالتالي، فإن تناول البرنامج لهذا الموضوع يؤكد انخراطه في عملية نقد ثقافي تستهدف مساءلة الأطر التي تتشكل داخلها الهوية، والقيم، والمعاني. وعليه، فإن الحضور الملحوظ لموضوع تشكل الثقافة في البرنامج يُعد مؤشراً على وعي تحريري بأهمية رصد وتحليل التحولات القيمية والرمزية، في مجتمع يشهد تفاعلات متعددة بين الخصوصية الثقافية المحلية والعولمة، وبين المرجعية الوطنية والتعددية الهوياتية.

تحمل المواضيع مثل الذاكرة الجماعية %14.76، وواقع الموسيقى والفنون التشكيلية %9.74، وواقع السينما والمسرح %6.52 دلالات عميقة على انفتاح برنامج *Culture: L'autre regard* على الثقافة الحية بوصفها مساحة لإعادة إنتاج الرموز، وإحياء الذاكرة، ومساءلة العلاقة بين الإبداع والهوية. فالتركيز على هذه المواضيع لا ينبع من بعد استعراضي أو ترفيهي، بل من رغبة تحريرية في تثبيت البُعد الرمزي للثقافة داخل الحقل الإعلامي، وتفعيل قدرتها على إعادة تشكيل الوعي الجماعي.

فيما يتعلق بـ الذاكرة الجماعية، فإن حضورها في الخطاب يعكس تصوراً ثقافياً يرى في الذاكرة عاملاً مركزياً في تشكيل الهوية والانتماء، وهي رؤية تلتقي مع ما قدمه في نظريته حول الذاكرة الثقافية، حيث يؤكد أن المجتمعات لا تبني ذاتها إلا عبر سرديات جمعية مؤسسة على تذكار انتقائي للوقائع والرموز. بذلك، يتحول الإعلام الثقافي إلى وسيط يُعيد تمثيل الماضي بصورة معاصرة، تؤسس لهوية متجددة ومنفتحة.

أما مواضيع الموسيقى والفنون التشكيلية، والسينما والمسرح، فإن حضورها، رغم محدودية نسبها نسبياً، يدل على وعي بأهمية التعبير الفني كأحد أوجه الثقافة المعاصرة، وبكونها أدوات رمزية لتمثيل القيم والتحولات. غير أن ضعف النسبة نسبياً يوحي بعدم تموقع هذه الفنون

¹ - وطفة، علي أسعد، ثقافة التلقين وثقافة التفكير: من أجل تعليم يحفز العقل ويحرر الوعي. دمشق: دار الفكر، 2005، ص32.

ضمن أولويات الخطاب الثقافي، مما يعكس ميلاً نحو النقاشات الرمزية والنخبوية أكثر من الانشغال بالصناعة الثقافية والترفيهية.

بالتالي، فإن ما يميز هذا البرنامج هو أنه لا يعالج الثقافة كمجال استهلاكي أو مجرد مضمون جمالي، بل كفضاء حيوي لإنتاج الرموز، المعاني، والذاكرة، في انسجام مع ما يسميه بورديو بـ *الحقل الثقافي* الذي يُنتج المعنى ويعيد إنتاج السلطة الرمزية داخل المجتمع¹.

❖ الجدول رقم 16: المواضيع الفرعية للمواضيع الأدبية.

النسبة %	التكرار	المواضيع الأدبية
23.03%	285	الرواية والقصة
20.52%	254	الشعر المعاصر
15.75%	195	النقد الأدبي
14.21%	176	الابداع الشعري
11.96%	148	التراث والتجديد
14.53%	180	المرأة والأدب
100%	1238	المجموع

يعكس التوزيع الكمي للمواضيع الأدبية في برنامج *Culture: L'autre regard* توجهاً نحو مقاربة الثقافة من زاوية أدبية متعددة الأبعاد، حيث جاءت الرواية والقصة في الصدارة بنسبة **23.03%**، ما يدل على اعتبار السرد أداة محورية في تمثيل الواقع الثقافي والاجتماعي، وإحدى الوسائل الفعالة لنقل القيم الرمزية والهوية. تليها **مواضيع الشعر المعاصر** (%**20.52**)، ما يبرز الاهتمام بالكلمة الشعرية كوسيط تعبيرى حي يعكس التحولات الاجتماعية والانفعالات الجماعية، إلى جانب **النقد الأدبي** (%**15.75**) (الذي يضيف على الخطاب الثقافي بعداً تحليلياً يعزز من قيمة التفكير والتأمل. كما تسجل **المرأة والأدب**

¹ - بورديو، بيير، *أسئلة في علم الاجتماع*. ترجمة: محمد سبيلا. بيروت: دار توبقال، 1993، ص 320.

(%14.53 (والإبداع الشعري%) 14.21 (نسبًا معتبرة، ما يشير إلى حساسية البرنامج تجاه قضايا النوع الاجتماعي من جهة، وتجاه التعبير الفردي الحر من جهة أخرى. في حين تشكل قضايا التراث والتجديد %11.96 مساحة للتفاوض الرمزي بين الماضي والحاضر، وتجسيدًا لقيمة التوازن الثقافي التي تحرص على الاستمرارية دون الجمود. هذا التوزيع يعكس بصورة عامة انخراط البرنامج في بناء خطاب ثقافي أدبي متنوع، يُعبّر عن القيم الثقافية في أبعادها الجمالية، الرمزية، والهوياتية.

يأتي تركيز برنامج *Culture: L'autre regard* على الرواية والقصة بنسبة %23.03 ليعكس وعيًا ثقافيًا عميقًا بأهمية السرد كأداة لتشكيل الوعي الجماعي وبناء الذاكرة الثقافية. فالرواية، بوصفها شكلًا تعبيريًا طويل النفس، تتجاوز مجرد الحكى إلى مساءلة الواقع وتمثيله، عبر شخصيات وأحداث تُحاكي الحياة اليومية وتكشف عن التوترات الاجتماعية، والصراعات الرمزية، والتحويلات القيمة التي تعيشها المجتمعات المعاصرة. بهذا المعنى، لا تقتصر الرواية على البُعد الجمالي أو التخيلي، بل تتحول إلى مساحة للتأمل النقدي في القيم والهويات، وإلى وسيط بين التاريخ والذات.

في السياق الإعلامي والثقافي الذي يتحرك فيه البرنامج، تصبح الرواية وسيلة لاستكشاف القيم الثقافية الهوياتية، إذ تعمل على مساءلة العلاقة بين الفرد والمجتمع، والذات والآخر، كما تسعى إلى إعادة بناء الصلات الرمزية مع الذاكرة المشتركة. حيث أن النصوص السردية تُسهم في تثبيت معالم الهوية الجماعية من خلال تمثيل أحداث وتصورات تُبقي الجماعة على اتصال مستمر بماضيها الرمزي. فالسرد، في هذا الإطار، ليس مجرد نقل لحكاية، بل هو آلية لإعادة تشكيل القيم والتصورات والرموز التي تحدد موقع الفرد ضمن الجماعة الثقافية.

من جهة أخرى، فإن هذا الحضور القوي للرواية في الخطاب الإعلامي الثقافي الفرنسي، وخاصة في قناة *Canal Algérie*، يعكس تأثيرًا بالفكر النقدي الذي يمنح للرواية دورًا في مقاومة السرديات الرسمية، وفتح المجال أمام تعدد الأصوات والهويات. وهو ما يتماشى مع الطابع المتنوع للهوية الفرنسية الجزائرية، التي تتقاطع فيها تجارب ما بعد الاستعمار، والهجرة، والتعدد الثقافي. فالرواية تسمح باستعادة أصوات المهمشين، وتقديم وجهات نظر بديلة، مما

يساهم في تعزيز قيمة الاعتراف¹ (Recognition) كإحدى القيم الثقافية الأساسية في المجتمعات التعددية.

في الإعلام الثقافي، تُترجم قيمة الاعتراف من خلال منح المساحة التعبيرية للأقليات، الاحتفاء بالتنوع، وتقديم تمثيلات غير نمطية للهويات الفرعية. البرامج التي تستضيف أصواتاً متعددة، تُبرز لغات ولهجات مختلفة، وتتناول أعمالاً أدبية أو فنية من خارج التيار المهيمن، هي برامج تساهم في ترسيخ هذه القيمة. الاعتراف هنا لا يعني فقط الإظهار، بل التقدير والموازنة في التمثيل الرمزي، بحيث يشعر كل فاعل ثقافي أن صوته مرئي ومسموع وله مكانة.

وعليه، فإن اختيار البرنامج لتسليط الضوء على الرواية ليس خياراً جمالياً فحسب، بل هو خيار ثقافي-قيمي بامتياز، يعكس إيماناً بأهمية السرد كأداة لتأمل الذات الجماعية، وتفكيك العلاقات الاجتماعية، وتثبيت القيم الرمزية التي تمنح المعنى للاستمرارية الثقافية.

تبرز مواضيع الشعر المعاصر % 20.52 والإبداع الشعري % 14.21 داخل برنامج *Culture: L'autre regard* بوصفها مساحات دلالية عميقة تعبر عن الوجدان الجمعي والهويات المتعددة. يُوظف الشعر في البرنامج ليس فقط كفن لغوي أو شكل جمالي، بل كوسيط ثقافي قادر على نقل القيم الرمزية والانفعالية، خاصة تلك المرتبطة بالانتماء، المقاومة، والاحتفاء بالذات الفردية والجماعية.

الشعر، في هذا السياق، يُعد من أبرز أشكال التعبير عن القيم الثقافية غير العقلانية، أي تلك التي تتجاوز التفسير البراغماتي أو العقلاني للواقع، وتنفذ إلى عمق الشعور الجمعي والرمزي. إنه أداة لإعادة تشكيل الوعي الثقافي، عبر استحضار صور الهوية، الذاكرة، والانتماء

¹ - قيمة الاعتراف (Recognition) تُعد من القيم الثقافية المحورية في المجتمعات المتعددة، حيث تتعلق بحصول الأفراد أو الجماعات على التقدير الاجتماعي والاعتراف بهوياتهم، ثقافتهم، وخبراتهم الرمزية. في السياق الإعلامي والثقافي، تأخذ هذه القيمة أبعاداً عميقة، لا سيما حين يتعلق الأمر بجماعات تعرضت للتمييز، أو ثقافات غير مهيمنة تسعى لفرض حضورها في المجال العمومي. وفقاً للفيلسوف الكندي شارل تايلور (Charles Taylor) في كتابه (1994) *Multiculturalism and the Politics of Recognition*، فإن غياب الاعتراف يُعتبر شكلاً من أشكال الظلم الثقافي، لأنه يُقصي الأفراد أو الجماعات من حقهم في التعبير عن نواتهم بطريقة حرة ومتكافئة. ومن هنا، يصبح الاعتراف ليس فقط حاجة نفسية، بل شرطاً من شروط العدالة الاجتماعية والثقافية. إذ أن الأفراد لا يبجلون هويتهم فقط من خلال تأمل داخلي، بل من خلال التفاعل مع نظرة الآخر إليهم. وبالتالي، فإن غياب الاعتراف يُضعف الثقة بالذات، ويُقوض القدرة على الاندماج في الفضاء العمومي.

المكاني واللغوي. كما أن حضور الشعر المعاصر يفسح المجال أمام إعادة تأويل الرموز الثقافية القديمة، أو ابتكار رموز جديدة تعبر عن تحولات المجتمع.

من وجهة نظر تحليلية، يتقاطع هذا التوظيف مع ما يسميه يان أسمان بـ «الذاكرة الثقافية»، أي التمثلات الجماعية التي تتراكم عبر النصوص والرموز، وتعيد إنتاج الهوية داخل الزمن الاجتماعي. الشعر هنا يعمل كوسيط ضمن هذا المخزون الرمزي، محافظاً على استمرارية السرد الثقافي، خاصة حين يتعلق الأمر بالذاكرة، النضال، أو الهوية.

من ناحية أخرى، يُمكن ربط حضور الشعر بقيمة الاعتراف إذ يُعتبر منح الشعراء - كصوت رمزي - مساحة للتعبير في البرنامج، شكلاً من أشكال التقدير الاجتماعي والتمثيل الثقافي العادل. فالشاعر لا يُمنح فقط منصة للقراءة، بل يُعترف به كفاعل ثقافي ومُنتج للمعنى داخل الفضاء العمومي. وعليه، فإن هذا الاهتمام بالشعر المعاصر والإبداع الشعري لا يعكس فقط توجّهاً نحو الأدب، بل يُترجم توجّهاً أعمق نحو الاستثمار في الرأسمال الرمزي، وإدماج التعبير الوجداني ضمن المشهد الثقافي العام.

يشير حضور النقد الأدبي 15.75% في برنامج *Culture: L'autre regard* إلى توجه واضح نحو تعميق الفهم الثقافي، عبر تأصيل ما يُعرف بـ «ثقافة التحليل»، وهي ثقافة لا تكتفي بعرض المحتوى الأدبي أو الاحتفاء به جمالياً، بل تسعى إلى تفكيكه، مساءلته، وربطه بالبنى الاجتماعية والرمزية المحيطة به. هذه المقاربة تُعدّ جوهرًا من القيم العقلانية (Rational Values) التي يرى يورغن هابرماس أنها تؤسس لمجال عمومي نقدي، يُتيح للثقافة أن تؤدي دورًا في النقاش الديمقراطي والمعرفة التأملية. من خلال هذا المنظور، يصبح النقد الأدبي وسيلة لإنتاج خطاب عقلائي مشترك يُعيد تحديد المعايير الثقافية والاجتماعية. أما بخصوص حضور قضايا المرأة والأدب 14.53%، فهو يعبر عن انفتاح البرنامج على قضايا النوع الاجتماعي (Gender Issues)، وتحديدًا تمثيلات المرأة في الحقل الثقافي، سواء ككاتبة، أو كموضوع نصي. هذا الحضور يعكس التزامًا رمزيًا بقيمة المساواة.

يُلاحظ أن البرنامج يولي اهتمامًا أكبر للإنتاج الأدبي المعاصر والحديث على حساب التراث الكلاسيكي أو التقليدي، ما يُفسّر التركيز الأكبر على مواضيع مثل الرواية والنقد الأدبي. فالبرنامج يميل إلى تعزيز الحضور الثقافي الحي والراهن، مما يُساهم في بناء سردية ثقافية معاصرة تتجاوز الموروث وتواكب التحولات الأدبية والجمالية الحديثة. كما يُعزى أيضًا إلى أن التراث يُعالج غالبًا من زاوية النقد والتأويل، لا من خلال تثبيته كقيمة ثابتة. هذه النظرة النقدية تجعل من التراث والتجديد موضوعًا لا يستهلكه العرض الإعلامي بسهولة، بل يتطلب إشراكًا فكريًا وتحليليًا عميقًا.

كما تُعتبر قناة Canal Algérie ناطقة بالفرنسية، وهو ما يُؤثر على طبيعة الخطاب الثقافي الذي تقدمه، حيث يميل إلى الانفتاح على قيم الحداثة والتعدد الثقافي، ويُركّز بشكل أكبر على الإنتاج الثقافي المعاصر الذي يعكس التفاعلات الاجتماعية والرمزية في الوقت الراهن. من هنا، يظل التراث حاضرًا، لكنه ليس المحور الأساسي الذي يُبنى عليه الخطاب الإعلامي، بل يُستخدم في إطار "التفاوض الرمزي" بين الماضي والحاضر، وفق ما تقتضيه متطلبات الإنتاج الثقافي المعاصر.

إن النسبة الأقل التي حصل عليها موضوع التراث والتجديد تعكس كيف يتم تقديم هذا المفهوم في سياق خطابي يعنى بالتحليل النقدي أكثر من العرض التقليدي، مما يجعل المساحة المخصصة له في البرنامج تتناسب مع نوعية التناول الثقافي الذي يعتمده، والذي يضع التجديد والتحديث في قلب الجدل الثقافي.

❖ الجدول رقم 17: المواضيع الفرعية للمواضيع التاريخية.

النسبة %	التكرار	المواضيع التاريخية
24.20%	107	الثورة
13.13%	58	المقاومة الثقافية
34.85%	154	الأعياد الوطنية
27.82%	123	الثقافة الشعبية
100%	442	المجموع

يكشف التوزيع الكمي للمواضيع التاريخية في برنامج *Culture: L'autre regard* عن هيمنة واضحة لموضوع **الأعياد الوطنية** بنسبة 34.85%، مما يعكس توظيفًا مقصودًا للذاكرة الجماعية والرموز السيادية في بناء الانتماء الوطني وتعزيز الهوية التاريخية. يلي ذلك موضوع **الثقافة الشعبية** بنسبة 27.82%، في دلالة على اهتمام البرنامج بإبراز المكونات التراثية غير الرسمية التي تشكل الوعي الجمعي، وتُعيد الاعتبار للموروث المحلي كرافد من روافد الثقافة الوطنية.

أما **الثورة** فقد حظيت بنسبة 24.20%، ما يشير إلى الحضور القوي للسرديات الكبرى المرتبطة بالنضال والتحرر، والتي تُستثمر في ترسيخ القيم السيادية والبطولية. في حين جاءت **المقاومة الثقافية** بنسبة 13.13%، وهي أدنى نسبة، ما قد يعكس صعوبة تجسيد هذا المفهوم في المحتوى الإعلامي، رغم أهميته الرمزية في تأكيد البعد الدفاعي للهوية الثقافية. يبرز من خلال هذه النسب التفاوت في تمثيل الذاكرة التاريخية داخل البرنامج، مع ميل واضح نحو الرموز الجماعية والتجارب الجامعة على حساب التجليات الرمزية المقاومة.

تُعتبر **الأعياد الوطنية** في البرنامج واحدة من أبرز المواضيع التي يتم التركيز عليها بنسبة 34.85%، ما يعكس التزام البرنامج بإبراز اللحظات المفصلية في تاريخ الأمة، والتي كانت لها تأثيرات عميقة في تشكيل الهوية الوطنية. في سياق الجزائر، تكتسب الأعياد الوطنية أهمية خاصة، باعتبارها جزءًا من **الذاكرة الثقافية** الوطنية التي تحيي ذكرى الثورة التحريرية، مثل **عيد الاستقلال** في 5 جويلية، و**يوم الشهيد** في 18 فيفري، وكذلك **عيد ثورة 1 نوفمبر**.

في هذه الأعياد، يتم استحضار مواقف البطولة والتضحية التي قام بها الشعب الجزائري في مواجهة الاستعمار الفرنسي، وهو ما يعيد بناء الرابط بين الأفراد والمجتمع، حيث يُدكر الجميع بالتاريخ المشترك والأهداف الوطنية العليا. كما تُعتبر هذه الأعياد الوطنية منصات قوية لتعزيز **الذاكرة الجماعية** التي تُشكّل عبر السرديات التاريخية المشتركة من خلال ذلك، تساهم الأعياد الوطنية في تعزيز القيم الوطنية المشتركة، مثل **الحرية، الاستقلال، والوحدة الوطنية**، وتعمق إحساس الأفراد بالانتماء والولاء لبلدهم.

تُعتبر الثورة في البرنامج من أبرز المواضيع التي تمثل نسبة 24.20% من التغطية، ما يعكس التأكيد على أهمية الأحداث التاريخية الكبرى في تشكيل الوعي الوطني والهوية الجماعية للأمة. في السياق الجزائري، تكتسب الثورة التحريرية مكانة محورية باعتبارها لحظة فارقة في التاريخ الوطني، تمثل نضال الشعب ضد الاستعمار الفرنسي. وعليه، لا تُعرض الثورة فقط كحدث تاريخي، بل تُستثمر لتأكيد مجموعة من القيم الكبرى مثل الحرية، الكرامة، والنضال من أجل السيادة الوطنية.

الثورة، في هذا السياق، تُعدّ جزءًا من السرد الثقافي الوطني الذي يعزز من مفهوم الذاكرة الثقافية، حيث يعيد الإعلام الثقافي استحضار هذا الحدث في أذهان الأفراد من خلال الذاكرة الجماعية هذا السرد التاريخي يساعد على ربط الأفراد بالجماعة عبر قيم مشتركة تم تجسيدها من خلال التضحيات والنضال.

عبر تذكير الجمهور بالثورة، يُحفز الإعلام على استحضار روح المقاومة والصمود في مواجهة الاستعمار، ما يساهم في تعزيز الانتماء الوطني. كما أن هذه الرواية التاريخية تُمكن الأفراد من الشعور بالترابط مع ماضي مليء بالتحوّلات، مما يعزز في الوقت ذاته الهوية الثقافية الجزائرية ويُسهّم في تجديدها في أذهان الأجيال الجديدة. وبالتالي، تعد الثورة بمثابة حجر الزاوية الذي يستند إليه الخطاب الثقافي في تأكيد القيم الثقافية الوطنية، مثل السيادة الوطنية والمقاومة الشعبية.

المقاومة الثقافية تمثل أقل الموضوعات حضورًا في البرنامج، حيث بلغت نسبتها **13.13%** مقارنةً بالمواضيع الأخرى. هذا الترتيب يعكس التركيز الأقل على هذا الموضوع، إلا أنه مع ذلك يعكس بُعدًا مهمًا في الخطاب الثقافي، حيث يُعتبر **المقاومة الثقافية** شكلًا من أشكال التصدي لمحاولات طمس الهوية الثقافية أو محو الذاكرة الجماعية. ففي هذا السياق، تعد **المقاومة الثقافية** جزءًا من السرد الثقافي الذي يعزز من القيم الثقافية والهوياتية للأمة ضد قوى التغيير والتغريب.

تستند **المقاومة الثقافية** إلى الدفاع عن التراث الثقافي والحفاظ عليه في وجه محاولات اختراقه أو تشويهه من قبل عناصر خارجية أو مفاهيم دخيلة قد تفرغ الثقافة من معانيها الأصلية. وبالرغم من أن هذه النسبة قد تبدو ضئيلة مقارنةً بالمواضيع الأخرى، فإنها تؤكد أهمية الدفاع الثقافي باعتباره جزءًا أساسيًا من بناء الهوية المستدامة، ويسهم في مقاومة محاولات الذوبان الثقافي التي قد تؤدي إلى فقدان الارتباط بالجذور الثقافية والتاريخية.

تتوزع هذه المواضيع حول القيم الثقافية المختلفة، مثل الهوية الوطنية، الذاكرة الجماعية، والانتماء الجماعي. تتماشى هذه المواضيع مع ما يُسمى بـ "القيم الهويةانية" التي تعتمد على السرديات الثقافية التي تُساهم في تكوين الهوية الجمعية. كما أن الاهتمام بالتاريخ الثوري يعكس القيمة الوطنية التي تُعزز من الإحساس بالوحدة الوطنية والكرامة الوطنية. بينما الثقافة الشعبية تعكس القيمة المحلية والقيم المرتبطة بالتراث، في حين تُظهر الثورة والمقاومة الثقافية أهمية القيم الدفاعية التي ترتبط بالحفاظ على الهوية ضد المحاولات الخارجية.

❖ الجدول رقم 18: القيم الرئيسية للقيم الثقافية عبر مضمون حصة culture l'autre regard.

النسبة %	التكرار	القيم الرئيسية
28.29%	290	القيم الدينية والأخلاقية
36.58%	375	القيم الفنية والفكرية
35.13%	360	القيم المعرفية التعليمية
100%	1025	المجموع

التحليل الكمي للجدول يظهر توزيعًا متوازنًا للقيم الثقافية في البرنامج، حيث تأتي **القيم الفنية والفكرية** في المقدمة بنسبة **36.58%**، مما يشير إلى التركيز الكبير على الجانب الإبداعي والفكري في الخطاب الثقافي، وهو ما يعكس أهمية الفن والفكر كأدوات للتعبير الثقافي والتحليل النقدي. تليها **القيم المعرفية التعليمية** بنسبة **35.13%**، مما يدل على اهتمام البرنامج بنقل المعرفة وتعزيز التعليم الثقافي بين الجمهور، وهو ما يسهم في بناء الوعي الثقافي والهوية

المجتمعية. أما القيم الدينية والأخلاقية فقد احتلت %28.29، ما يعكس حضوراً قوياً للأبعاد الدينية والأخلاقية في الخطاب، مبرزاً القيم التي ترتبط بالهوية الدينية للأمة وتعزيز المبادئ الأخلاقية في التعامل الاجتماعي. تُظهر هذه النسب توزيعاً شاملاً ومتوازناً في التركيز على مختلف جوانب القيم الثقافية التي يسعى البرنامج إلى تعزيزها، مما يعكس تنوعاً في الخطاب الثقافي المرتبط بالهوية والفكر والتعليم.

تظهر هذه القيم الثقافية من خلال التوزيع الكمي في **Culture: L'autre regard** كعناصر أساسية تشكل خطاب البرنامج الثقافي، مما يعكس الأبعاد المختلفة التي يسعى البرنامج إلى تعزيزها عبر محتواه. حيث تُقدّم القيم الدينية والأخلاقية كقوة توحد المجتمع من خلال احترام الهوية التقليدية، وتُعتبر القيم الفنية والفكرية محركاً رئيسياً للتطوير الثقافي والتفاعل الفكري، بينما تسهم القيم المعرفية التعليمية في تشكيل الجيل الجديد على أسس ثقافية ومعرفية متنوعة. وبذلك، يسهم البرنامج في بناء المجتمع عبر تعزيز هذه القيم التي تشكل جوهر الثقافة الجزائرية وتساهم في تحديد معالم الهوية الثقافية في العصر الحديث.

تصدر القيم الفنية والفكرية بنسبة %36.58، مما يبرز الاهتمام الكبير بالجانب الإبداعي والفكري. يعد هذا النوع من القيم أساسياً في بناء الخطاب الثقافي للمجتمع، حيث يرتبط بشكل وثيق مع التعبير الفني والفكري كوسيلة لتطوير الفكر وتعزيز الوعي الثقافي. في **Culture: L'autre regard**، يظهر الاهتمام البالغ في الفنون المختلفة، سواء الأدب أو الموسيقى أو الفنون التشكيلية. يعكس ذلك رغبة البرنامج في ترويج الثقافة الفنية كوسيلة لتحفيز التأمل النقدي والتعبير عن الهوية الثقافية. الفن والفكر يقدمان لنا إطاراً لفهم المجتمع وعلاقاته، ويستخدمان كأداة فعّالة للتفاعل مع الحاضر، كما يؤكد العديد من المفكرين الذين يربطون الفنون بقيم الهوية الفردية والجماعية **Jürgen Habermas**. في نظرية الفعل التواصلي¹ يربط بين الثقافة والفكر كأداة لبناء حوار ثقافي يعزز من فهم الأفراد لثقافتهم الخاصة. هذه

¹ - الفعل التواصلي، كما يراه هابرماس، هو الفعل الذي يتم بين الأفراد بهدف الوصول إلى تفاهم مشترك حول موضوع معين. هذا الفهم التواصلي يعتمد على الحوار الذي يشترط وجود الصدق، الصراحة، والاحترام المتبادل بين المتواصلين. في هذا السياق، يسعى الأفراد من خلال التفاعل التواصلي إلى بناء فهم مشترك وتحديد معاني وأهداف مشتركة.

القيم تتسجم مع التوجه الذي يعتمد على الثقافة الحية ويشجع على الحوار الفكري والتبادل الثقافي بين مختلف الأطياف.

أما القيم المعرفية التعليمية فتأتي في المرتبة الثانية بنسبة **35.13%**، مما يعكس تركيزاً على دور الثقافة في نقل المعرفة والتعليم. هذه القيم تعد أساسية في عملية بناء الوعي الثقافي للأفراد، حيث يعزز البرنامج من أهمية التعليم كوسيلة لنقل المعرفة الثقافية والفكرية، وهو ما يساعد في تشكيل الأجيال القادمة. في هذا السياق، تتجلى العلاقة بين التعليم والفكر من خلال تقديم محتوى يعرض معارف ثقافية متنوعة، سواء من خلال الكتاب أو الفنون أو الفلسفة. يرتبط هذا مع ثقافة التفكير (Thinking Culture) حيث يتم تزويد الجمهور بالأدوات المعرفية التي تمكنهم من التفكير النقدي حول قضايا ثقافية معاصرة، وبالتالي تساهم في تطوير فهم عميق للثقافة المحلية والعالمية. كما أن هذه القيم تعزز من تأثير التربية الثقافية في توجيه الأفراد نحو الاستفادة من الثقافة كأداة تعليمية تُنمي التفكير النقدي وتساهم في تحقيق التنوع الثقافي.

أما القيم الدينية والأخلاقية فتأتي في المرتبة الأخيرة بنسبة **28.29%**، مما يدل على أن البرنامج يهتم بالقيم التي تتعلق بالهوية الدينية والأخلاقية. يمكن ربط هذا بالتركيز على القيم التي تحترم التقاليد والعادات المجتمعية، وتعزز من المفاهيم الدينية المتعلقة بالسلام والتعايش. في سياق القيم الثقافية، يعتبر الدين من العوامل الأساسية في بناء الهوية الجماعية للمجتمعات، وخاصة في السياق الجزائري الذي تتداخل فيه القيم الإسلامية مع بنية الثقافة المحلية. تشير هذه النسبة إلى أن البرنامج يولي أهمية لهذه القيم في تعزيز الهوية الوطنية من خلال تقديم محتوى يعكس المبادئ الدينية والأخلاقية في الحياة اليومية، مما يساهم في نشر رسالة احترام التقاليد والتمسك بالقيم التي ترتبط بالدين والأخلاق في المجتمع. من الناحية الثقافية، يعكس البرنامج أهمية الذاكرة الثقافية التي يعتمد عليها المجتمع في الحفاظ على مبادئه الدينية، كما يعزز القيم الأخلاقية مثل التضامن والاحترام المتبادل بين الأفراد، وهو ما يعكس التوجه الثقافي الفرنكوفوني الذي يدمج التقاليد في الخطاب الثقافي المعاصر.

❖ الجدول رقم 19: القيم الفرعية للقيم الدينية والأخلاقية.

النسبة %	التكرار	القيم الدينية والأخلاقية
19.79%	220	الصدق
21.67%	241	التسامح
17.81%	198	الوفاء
17.98%	200	العدل
22.75%	253	التعايش
100%	1112	المجموع

يظهر بوضوح التزام البرنامج بتسليط الضوء على مجموعة من القيم الدينية والأخلاقية التي تعكس مواقف إيجابية تجاه التعدد الثقافي والاندماج الاجتماعي. القيم مثل التسامح (21.67%) والتعايش (22.75%) تتجسد بشكل جلي في الحصص التي تناقش قضايا الهوية الثقافية والانفتاح على الآخر.

يُبرز البرنامج أهمية قبول الثقافات المختلفة وفهم التنوع باعتباره ركيزة أساسية لبناء مجتمع متماسك. كما يتعامل مع هذه القيم في إطار ثقافي يعزز من الحوار بين الأفراد ويشجع على احترام الاختلافات. من جانب آخر، القيم مثل الصدق (19.79%) والوفاء (17.81%) تظهر بشكل متكرر في الحصص التي تركز على العلاقات الإنسانية التي تقوم على النزاهة والاحترام المتبادل، وهو ما يعكس الاهتمام بإرساء أسس من الثقة في المجتمع. البرنامج يعزز هذه القيم عبر مناقشة قضايا اجتماعية تعكس أهمية بناء مجتمع يرتكز على المبادئ الأخلاقية. أما العدل (17.98%)، فإنه يُطرح كقيمة محورية من خلال النقاشات التي تتعلق بالعدالة الاجتماعية والمساواة بين الأفراد، سواء من خلال قضايا حقوق الإنسان أو في تناول التحديات الثقافية. البرنامج يساهم بذلك في بناء إطار ثقافي يعزز من حقوق الأفراد ويشجع على تحقيق العدالة في المجتمع. بذلك، يعد البرنامج أكثر من مجرد برنامج ثقافي، فهو منصة إعلامية تساهم في نشر وتثبيت القيم الإنسانية الأساسية التي تهدف إلى تعزيز ثقافة التقاهم والعدالة والمساواة في المجتمع.

في مضمون برنامج *Culture: L'autre regard*، يظهر التسامح ليس فقط كمفهوم نظري، بل كقيمة تُمارَس إعلامياً من خلال طبيعة المواضيع المطروحة وتتوّع الضيوف المشاركين. فالحصة تسعى إلى إبراز وجهات نظر متعددة حول قضايا ثقافية وفكرية، وتمنح مساحة حقيقية للصوت المختلف، سواء كان ذلك من حيث الخلفية الدينية، العرقية، أو حتى الفكرية. في هذا السياق، تتجسد القيم الثقافية للتعدد والانفتاح في كل حلقة تقريباً، حيث يتم تقديم الآخر بوصفه شريكاً في بناء الخطاب، لا موضوعاً للحكم أو الإقصاء.

من خلال استضافة مفكرين، فنانيين، وممثلين عن ثقافات متعددة، يُكرّس البرنامج تصوراً ثقافياً ينسجم مع ما يسميه هابرماس بالفعل التواصلي، أي ذلك النوع من التفاعل القائم على الاعتراف المتبادل والعقلانية التواصلية. فالاختلاف لا يُعرض كمصدر للتهديد، بل كفرصة لفهم أعمق، وهو ما يُعزز قيم الاندماج الثقافي غير الإقصائي. بهذا، يصبح التسامح في البرنامج ليس فقط شعاراً، بل ممارسة ضمنية تُعيد تشكيل تمثيلات الجمهور عن الهوية والثقافة، وتُسهم في ترسيخ خطاب ثقافي إنساني قائم على القبول والتنوع.

يُعد التعايش من القيم الثقافية الأعمق والأكثر تجذراً في الخطاب الإعلامي لبرنامج *Culture: L'autre regard*، إذ لا يكتفي البرنامج بعرض أفكار مختلفة، بل يسعى إلى تطبيع الاختلاف وجعله جزءاً من الحياة الثقافية اليومية. فالتعايش، بخلاف التسامح الذي يُفترض فيه نوع من التغاضي أو القبول السلبي، هو تفاعل إيجابي ومباشر مع الآخر، بما يحمله من خلفيات وتجارب وهويات.

وفي ضوء ما يقدمه جيربندر في نظرية الغرس، فإن تكرار صور التعددية والانفتاح في وسائل الإعلام يُساهم بفعالية في "زرع" تصورات جديدة لدى الجمهور حول طبيعة المجتمع والعلاقات الممكنة بين أفرادهم. وفي حالة هذا البرنامج، يُصبح التعايش نموذجاً إعلامياً بديلاً يعكس مجتمعاً فرنسياً متنوعاً، ويقترح نماذج للتفاعل الثقافي تتجاوز الثنائيات الضيقة مثل: نحن/هم، أصلي/وافد، أو تقليدي/حديث.

ومن خلال اللقاءات والنقاشات، تُمنح شرعية رمزية لكل من ينتمي إلى نسيج المجتمع، بغض النظر عن خلفيته، مما يعزز قيم الاعتراف والاندماج ويُعيد صياغة صورة "الآخر" في تمثيلات

الجمهور، ليس كعنصر غريب، بل كشريك في بناء المشهد الثقافي. هكذا يساهم البرنامج في بناء ثقافة إعلامية تُعلي من شأن العيش المشترك وتدعم التصور الإيجابي للتعدد.

العدل في المضمون الثقافي لا يُختزل في معناه القانوني أو الأخلاقي المجرد، بل يتحول إلى قيمة ثقافية بنيوية تؤثر في كيفية تمثيل الهويات، وتوزيع الرمزية، وصياغة الخطابات في الحقل الإعلامي والثقافي. فالثقافة، باعتبارها فضاء رمزيًا يُعاد فيه تشكيل العلاقات الاجتماعية والرمزية، تُعدّ ميدانًا مركزيًا لتحقيق العدل على مستوى الاعتراف والتمثيل والإنصاف، كما طرحه أكسيل هونيث¹ في نظريته حول الاعتراف.

في هذا الإطار، تُصبح العدالة مرادفًا لإتاحة الفرصة لجميع الفاعلين الثقافيين للتعبير عن ذواتهم، دون تهميش أو إقصاء. ويعني ذلك احترام تعدد الأصوات والرؤى والتجارب، بما يضمن حضور ثقافات "الهامش" بنفس شرعية ثقافات "المركز". كما أن توزيع الحضور الإعلامي، وتوازن الخطاب بين الأجيال، الطبقات، والمكونات الثقافية المختلفة، هو مظهر من مظاهر تحقق العدل داخل الثقافة.

الصدق لا يُفهم فقط كفضيلة أخلاقية فردية، بل يُعدّ من الركائز الأساسية في الخطاب الإعلامي والثقافي، لما له من دور محوري في بناء الثقة بين المتلقي والرسالة الإعلامية. كما يؤكد يورغن هابرماس في نظرية الفعل التواصلي فإن التفاهم العقلاني لا يمكن أن يتم إلا بوجود نية تواصلية صادقة، تجعل من الصدق مبدأً جوهريًا في كل حوار ثقافي يسعى لتحقيق المعنى المشترك.

¹ - أكسيل هونيث (Axel Honneth)، أحد أبرز مفكري مدرسة فرانكفورت الجيل الثالث، طوّر نظرية الاعتراف (Theory of Recognition) بوصفها أساسًا أخلاقيًا للعلاقات الاجتماعية، حيث يرى أن الاعتراف ليس مجرد مجاملة أو قبول اجتماعي، بل حاجة إنسانية جوهرية تُبنى عليها الهوية الفردية والكرامة الشخصية.

في كتابه "الصراع من أجل الاعتراف" (1995)، يُميز هونيث بين ثلاثة أشكال من الاعتراف الضرورية لتكوين الذات:

- الاعتراف العاطفي: (Emotional recognition) ويتم داخل الأسرة أو العلاقات الحميمة، وهو ما يُنمّي الثقة بالنفس.
- الاعتراف القانوني: (Legal recognition) عبر الاعتراف بالفرد كمواطن له حقوق، مما يعزز احترام الذات.
- الاعتراف الاجتماعي: (Social esteem) عبر تقدير القدرات والمساهمات الثقافية أو المهنية، مما يُنتج شعورًا بالقيمة الاجتماعية.

يرتبط هذا التصور بالثقافة والإعلام بشكل مباشر، إذ يرى هونيث أن غياب الاعتراف أو تشويهه يُنتج التهميش والاعتزاز، بينما الفضاءات الثقافية التي تُكرّس للاعتراف بالاختلاف، وقيمة الآخر، تُساهم في بناء مجتمع ديمقراطي تعددي.

في برنامج *Culture: L'autre regard*، تتجلى قيمة الصدق في شفافية الطرح والمصادقية في تناول المواضيع، حيث يتم عرض قضايا ثقافية واجتماعية بطريقة تحترم عقل المشاهد، دون تزييف أو تبسيط مفرط. كما يتجلى الصدق في طبيعة الأسئلة المطروحة على الضيوف، وفي السعي لتقديم سرديات واقعية نابغة من التجربة، لا من التتميط أو الخطاب الرسمي. الصدق هنا هو الضامن لشرعية الخطاب الثقافي، وهو ما يمنح البرنامج مصداقية معرفية وأخلاقية، ويعزز من مكانته كوسيط بين الثقافة والمجتمع. كما أن التكرار النسبي (19.79%) يعكس اهتماماً ملموساً بهذه القيمة، مما يدل على أنها عنصر بنيوي في الخطاب لا مجرد مظهر عرضي.

الوفاء، في السياق الثقافي، لا يقتصر على بعد أخلاقي فردي، بل يمتد إلى كونه قيمة رمزية تعبر عن علاقة الجماعة بماضيها، وتشبثها برموزها الثقافية والوجدانية. وهو ما يتناغم مع ما يطرحه بول ريكور في أعماله حول الذاكرة والهوية، حيث يُعتبر الوفاء للذاكرة والتاريخ المشترك شرطاً لبناء سردية جماعية متماسكة.

في برنامج *Culture: L'autre regard*، تظهر هذه القيمة من خلال الاحتراف بالشخصيات الثقافية الوطنية والمحلية، استذكار المحطات التاريخية المهمة، وتثمين الموروث الثقافي، سواء في الأدب أو الموسيقى أو الفنون. هذا الحضور المتكرر للوفاء، بنسبة (17.81%)، يعكس رغبة البرنامج في ربط الحاضر بالماضي، والتأكيد على الاستمرارية الرمزية بين الأجيال، في مواجهة محاولات القطيعة أو التغريب.

❖ الجدول رقم 20: القيم الفرعية للقيم الفنية والفكرية.

النسبة %	التكرار	القيم الفنية والفكرية
25.36%	193	التعبير الفني
22.08%	168	الابداع
26.54%	202	الرموز الفنية
26.02%	198	الجمال الفني
100%	761	المجموع

يُظهر التحليل الكمي للجدول الخاص بالقيم الفنية والفكرية في برنامج *Culture: L'autre* *regard* توزيعًا متوازنًا بين مكونات هذه القيم، مما يدلّ على مقارنة شمولية للفعل الثقافي. تتصدر الرموز الفنية بنسبة (26.54%)، تليها الجمال الفني بنسبة (26.02%)، ما يعكس تركيز البرنامج على البعد الرمزي والجمالي للإنتاج الثقافي. فالرموز الفنية تُستخدم بوصفها وسائط تعبيرية تُحمّل دلالات تتجاوز المعنى المباشر، مما يُرسّخ تمثيلات ثقافية غنية ومتعددة الطبقات، بينما يُشكل الجمال الفني إطارًا تأسيسيًا يُعزز من تذوق الفنون وتقديرها كقيمة قائمة بذاتها.

من جهة أخرى، يُظهر كل من التعبير الفني (25.36%) والإبداع (22.08%) مكانة مركزية في خطاب البرنامج، حيث يُمنح الفاعلون الثقافيون مساحات للتعبير الذاتي والإبداع الحر، ما ينسجم مع التصورات الحديثة للثقافة بوصفها ميدانًا لإنتاج المعنى وتوسيع الأفق الجمالي. يشير هذا التوازن في النسب إلى أن البرنامج لا يكتفي بتقديم الثقافة كنتاج جاهز، بل ينخرط في تفعيل القيم الفكرية التي تُنمّي الذائقة وتُشجّع على الابتكار، مما يُسهم في تعزيز الهوية الجمالية للمجتمع ويُفعل دوره في إعادة تشكيل الوعي الثقافي عبر وسائط الإعلام.

تُعد الرموز الفنية من أبرز أدوات التعبير الثقافي التي توظفها البرامج الإعلامية لإيصال معانٍ تتجاوز حدود اللغة المباشرة، وقد جاء حضورها في برنامج *Culture: L'autre* *regard* بنسبة 26.54%، ما يجعلها في صدارة القيم الفنية والفكرية التي يركّز عليها البرنامج. يعكس هذا الحضور الكثيف إدراكًا عميقًا لوظيفة الرموز كوسائط متعددة الأبعاد، قادرة على تجسيد الهوية الثقافية وترسيخ الذاكرة الجماعية. فالرمز، سواء كان لونيًا أو بصريًا أو لغويًا، لا يُقدّم كعنصر جمالي فحسب، بل كدالّ ثقافي مشحون بالدلالات، يحمل في طياته سرديات جماعية، وخطابات غير مباشرة حول الانتماء، والهوية، والتاريخ.

في سياق الحصص التي يعرضها البرنامج، غالبًا ما تُستحضر الرموز الفنية من خلال تحليل أعمال تشكيلية، أو مناقشة أدائيات مسرحية وسينمائية تحمل أبعادًا رمزية. هذه الرموز تُقرأ داخل الفضاء السمعي البصري بوصفها أدوات لتفسير الواقع، لا مجرد زينة فنية. فعلى سبيل المثال، تُستخدم عناصر مثل اللباس التقليدي، أو الخط العربي، أو الألوان المستمدة من التراث، لتوليد معانٍ عن الأصالة، والخصوصية الثقافية، ومواجهة الذوبان في الثقافة الكونية.

في هذا السياق، نجد تقاطعًا واضحًا مع ما طرحه ميشيل فوكو¹، الذي يرى أن الرموز ليست مجرد أدوات تمثيل، بل تُسهم فعليًا في إنتاج السلطة والمعنى داخل المجتمعات. فهي تُستخدم لإعادة تشكيل التصورات الاجتماعية، و"ضبط" الوعي الجماعي، من خلال استحضارها في سياقات دلالية تُعيد توجيه الفهم العام للثقافة والتاريخ. بهذا المعنى، يُسهم البرنامج في إنتاج ما يمكن تسميته بـ «المعنى الرمزي الموجّه»، الذي يُؤسس لقيم ثقافية مُضمرة مثل الاعتراف بالذات الثقافية، والتعدد، والذاكرة.

ومن زاوية القيم الثقافية، فإن استحضار الرموز الفنية يترجم حضور قيمة الهوية، عبر جعل الفن حاملًا للذاكرة التاريخية والخصوصية الجمعية، ويُعيد تشكيل قيمة الانتماء من خلال تعزيز الشعور بوجود روابط رمزية مشتركة بين أفراد المجتمع. كما أن الرموز تُسهم في إبراز قيمة الاستمرارية الثقافية²، عبر التأكيد على الجذور الرمزية الممتدة، حتى في ظلّ التحولات المعاصرة.

الجمال الفني بنسبة 26.02%، يُعدّ من أبرز القيم الثقافية التي يروج لها برنامج *Culture: L'autre regard*، ليس بوصفه مجرد متعة بصرية أو حسية، بل كقيمة ذات بعد إنساني وفكري تتدرج ضمن مفاهيم الذوق، التقدير، وإعادة ترتيب العالم وفق رؤية فنية. في هذا السياق، يُقارب البرنامج الجمال من منظور شمولي، حيث يظهر في تحليل الأعمال التشكيلية، الهندسة المعمارية، الموسيقى، والأزياء، ما يعكس تصورًا ممتدًا للجمال كمكوّن أساسي في بناء الثقافة اليومية.

¹ – Michel Foucault (1971). *L'ordre du discours*. Paris : Gallimard.

² – يشير يان أسمان في مفهومه لـ «الذاكرة الثقافية» (Assmann, 2011) إلى أن المجتمعات لا تحافظ على هويتها فقط من خلال ما تتذكره، بل عبر ما تُعيد تمثيله بانتظام في الفضاء العام (الاحتفالات، الفن، الإعلام، الأدب). وبالتالي، فإن الاستمرارية الثقافية ليست مجرد احتفاظ بالقديم، بل إعادة إنتاجه في أشكال رمزية جديدة تتماشى مع الحاضر.

يرتبط مفهوم الجمال، كما عند بودريار وببير بورديو¹ بمسألة الذوق الفني بوصفها مشروطة بالبنية الاجتماعية والثقافية. والبرنامج يُترجم هذه الفكرة من خلال تقديم الجمال كفضاء مفتوح للتأمل والاختلاف، يتجاوز المعيار الغربي التقليدي ليشمل الجماليات المستمدة من السياقات الثقافية غير المركزية (مثل الفنون الجزائرية والإفريقية والعربية). بذلك، يُسهم البرنامج في إعادة توزيع "رأسمال الذوق" داخل الفضاء العمومي، بحيث لا يُختزل الجمال في النمطية أو الكلاسيكية، بل يتوسع ليشمل التعبيرات الشعبية، الحرفية، وحتى الطقسية.

من زاوية القيم الثقافية، يمثل الجمال الفني داخل البرنامج وسيلة لتعزيز قيمة التقدير²، أي قدرة الفرد على التفاعل مع الثقافة ليس من موقع المستهلك السلبي، بل من موقع المتلقي الواعي الذي يتفاعل مع الرسائل الجمالية ويُعيد تأويلها. كما يُكرّس البرنامج قيمة التعدد من خلال إبراز الجمال في الاختلاف، لا في النمط، مؤكداً أن الثقافة الحقيقية لا تنمو إلا حين تتفتح على حساسية جمالية غير إقصائية.

أما في مضمون الحصوص، فيتجلى الجمال الفني في الحوارات مع فنانيين ومبدعين، وفي استعراض الأعمال التي تطرح سؤال الجمال لا كقيمة شكلية، بل كقوة تحويلية تُعيد تشكيل علاقة الإنسان بالبيئة، والمكان، والذات. وبذلك، يصبح الجمال داخل البرنامج ممارسة ثقافية حية، تُكرّس التفكير في الفن بوصفه حقاً ثقافياً، وأداة لتوسيع الأفق الإنساني.

يُعد التعبير الفني، الذي يمثل نسبة 25.36% من القيم الفنية والفكرية في برنامج *Culture: L'autre regard*، من القيم المحورية التي يؤسس عليها البرنامج رؤيته للثقافة. فالتعبير الفني لا يُقدّم كمجرد وسيلة للترفيه أو الزينة الجمالية، بل كفعل تواصلية يعكس الذات ويترجم التجربة الإنسانية، وهو ما يتقاطع مع نظرية "الفعل التواصلية" عند يورغن هابرماس حيث

¹ - يرى بودريار (Baudrillard) أن الجمال المعاصر، خصوصاً في الإعلام والثقافة البصرية، انفصل عن الواقع وأصبح خاضعاً لمنطق "التمثيل الزائف" أو ما يسميه "التمثيلات (Simulacra)" في هذا الإطار، لم يعد الجمال يعكس شيئاً حقيقياً، بل أصبح صورة لصورة، ونسخة بلا أصل. بورديو، في كتابه "التمييز: النقد الاجتماعي للحكم الذوقي (La Distinction, 1979)"، يربط الجمال بالبنية الاجتماعية، معتبراً أن ما يُعتبر "جميلاً" ليس محايداً بل يعكس رأسملاً ثقافياً. الأذواق الجمالية تُشكّل وفقاً للموقع الطبقي والاجتماعي، وهي وسيلة للتمييز الاجتماعي.

² - قيمة التقدير تُعد من القيم الثقافية الجوهرية التي تعمل على الاعتراف بالجهد الإبداعي والمعرفي للآخرين، وتعكس استعداد المجتمع للاعتراف بمساهمة أفراد في إثراء الحياة الثقافية والفكرية. في السياق الإعلامي، وخاصة في برنامج *Culture: L'autre regard*، تتجلى هذه القيمة بوضوح من خلال آليات متعددة كإبراز مسارات الفنانين والمفكرين، تسليط الضوء على تجاربهم، وتقديم قراءات نقدية منصفة لأعمالهم.

يُعتبر الفن شكلاً من أشكال التواصل الرمزي الذي يُمكن الأفراد من التعبير عن رؤاهم ومواقفهم إزاء الواقع.

كما أن التعبير الفني في البرنامج يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمفهوم الهوية الثقافية، حيث يُستثمر لإعادة تقديم الذات الجمعية، لا فقط بلغة مؤسساتية، بل بلغة رمزية وجدانية. فالثقافة، في هذا السياق، لا تقدم كفاعل فردي فقط، بل كناطق باسم تجربة جماعية، يُبلورها عبر أدوات الفن ويمنحها صوتاً في الفضاء العمومي.

وفقاً لفكر بول ريكور فإن التعبير الفني هو شكل من "السرد الرمزي" الذي يُمكن من تأويل العالم وإعادة صياغته، وهذا ما ينقله البرنامج بوضوح، إذ يمنح مساحة واسعة للغة الرمزية، للصورة، للصوت، وللحركة، كتعبيرات عن قضايا كبرى مثل الحرية، الذاكرة، الجندر، والاستعمار. ومن هنا، يصبح التعبير الفني قيمة ثقافية أساسية تدمج بين الذات والآخر، بين الفرد والمجتمع، وبين الماضي والحاضر، في مشروع إعلامي يتجاوز التقديم التقليدي للفن نحو إعادة بناء الخطاب الثقافي من خلال الفن ذاته.

يُشكل الإبداع، الذي يمثل نسبة 22.08% من مجموع القيم الفنية والفكرية في برنامج *Culture: L'autre regard*، أحد المحاور الأساسية التي يركز عليها البرنامج في تقديم رؤيته الثقافية. فالإبداع، كما يتجلى في مضامين الحصة، لا يُختزل في الإنجاز الفني أو الإنتاج الجمالي، بل يُقدّم بوصفه فعلاً ثقافياً يتحدى الثابت ويفتح المجال أمام إعادة التفكير في الواقع، والهويات، والأنساق الاجتماعية. وهو بذلك يتجاوز الأطر التقليدية إلى فضاء تتداخل فيه الذات بالخيال، والتجربة بالاختلاف.

من خلال استضافة فنانيين، كتّاب، ومثقفين يُحدثون قطيعة مع الأشكال التقليدية، يعكس البرنامج إدراكاً عميقاً للإبداع كأداة لإنتاج المعنى وتوسيع أفق التفكير. فالإبداع هنا لا يشتغل داخل حدود الذوق فقط، بل ضمن نطاق المقاومة الثقافية وتحرير المخيلة، ما يُمكنه من أداء دور مزدوج: نقدي من جهة، وبنوي من جهة أخرى، في تشكيل القيم الثقافية. من حيث أن التكرار المستمر لتجارب إبداعية بديلة يغرس في الوعي الجمعي استعداداً لتقبل المختلف والجديد، وكسر نماذج الهيمنة الثقافية.

كما يُظهر مضمون الحصاص أن الإبداع يُمنح وظيفة تمثيلية، حيث يمثل تعبيراً عن الجماعة، لا فقط بوصفه فعلاً فردياً. إذ يعكس حالة من الانتماء والتحول، ويُستخدم لإعادة صياغة سرديات المجتمع حول ذاته، كما هو الحال في الأعمال التي توثق تجارب المهاجرين، أو التي تُعالج الذاكرة الاستعمارية، أو تلك التي تُعيد قراءة الحكاية الجماعية عبر أشكال فنية جديدة.

من هذا المنظور، يظهر *Culture: L'autre regard* كفضاء إعلامي يثمن الإبداع بوصفه قيمة ثقافية عليا، تدمج بين الحرية والتجديد، وتُشكّل أساساً لحوار ثقافي عابر للحدود والتمثيلات الجاهزة.

❖ الجدول رقم 21: مصادر القيم في مضمون حصة *l'autre regard*.

النسبة %	التكرار	مصادر القيم
28.88%	175	القيم والمعتقد
36.63%	222	القيم والعادات
34.49%	209	القيم والاتجاهات
100%	606	المجموع

يُظهر التحليل الكمي للجدول الخاص بمصادر القيم في برنامج *Culture: L'autre regard* أن محور القيم والعادات يحتل النسبة الأكبر بنسبة 36.63%، متبوعاً ب القيم والاتجاهات بنسبة 34.49%، ثم القيم والمعتقد بنسبة 28.88% هذا التوزيع يعكس تنوعاً في المنابع التي يستند إليها الخطاب الثقافي داخل البرنامج، مما يدل على مقارنة شمولية للثقافة باعتبارها بناءً مركباً ناتجاً عن تفاعل بين أنظمة رمزية متعددة تشمل المعتقد، والعرف، والاتجاهات الحديثة.

يمثل محور القيم والعادات أكبر مصدر للقيم الثقافية في برنامج *Culture: L'autre regard*، حيث يشكل 36.63% من المفردات المتعلقة بالقيم. هذا المحور يشير إلى الدور المركزي الذي تلعبه العادات في تشكيل الوعي الثقافي، ويعكس الاهتمام بالتمثيلات اليومية

للثقافة. يُعتبر هذا البُعد ذو أهمية بالغة في فهم كيف تُنقل القيم عبر الأجيال من خلال ممارسات ثقافية قد تكون غير ظاهرة في الخطاب الرسمي، ولكنها تشكل في جوهرها الإطار الذي يتناغم فيه الأفراد والمجتمعات.

تعتبر الأنثروبولوجيا الثقافية، مثلما قدمها كليفورد غيرتز، أن العادات تعمل كنظام رمزي يُمكن الأفراد من فهم مكانتهم في العالم وتنظيم سلوكياتهم. بناءً على هذا، يمكن أن نرى في البرنامج كيف تُقدم العادات كمكون رئيسي للهوية الثقافية، حيث يشمل ذلك العادات الاجتماعية اليومية، مثل الطعام، والملابس، والاحتفالات الاجتماعية، وهي تجسد الطريقة التي تشكل بها المجتمعات هوياتها.

من خلال نظرية الهابيتوس¹ التي طرحها بيير بورديو، يمكن فهم العادات كأنماط سلوكية موجهة تعمل في خلفية تفكير الأفراد، حيث تُكتسب العادات من خلال التفاعل الاجتماعي المستمر وتصبح جزءًا من تكوين الهوية الشخصية والجماعية. وبالتالي، يتبنى البرنامج "Culture: L'autre regard" فكرة أن الثقافة لا تُعاش فقط عبر الأفكار أو المعتقدات،

ولكن أيضًا عبر الأفعال اليومية والعادات المتجذرة التي تُترجم إلى ممارسات ثقافية حية.

يُظهر الجدول أن القيم والاتجاهات تشكل 34.49% من إجمالي التكرارات في برنامج "Culture: L'autre regard"، مما يعكس أهمية التوجهات الحديثة والمعاصرة في الخطاب الثقافي المقدم. يشمل هذا المحور القيم المرتبطة بتوجهات اجتماعية مثل الاستدامة، والحرية الفردية، والمساواة، وغيرها من القيم التي أصبحت محورية في النقاشات المعاصرة.

نظرية القيم ما بعد المادية² التي طرحها إنجلهارت تتيح تفسيرًا مهمًا لهذا التحول في القيم. وفقًا لهذه النظرية، في المجتمعات التي تشهد استقرارًا اقتصاديًا، يتجه الأفراد إلى تفضيل القيم

¹ - الهابيتوس هو مجموعة من التوجهات المعرفية والعاطفية والجسدية التي تُكتسب من خلال التفاعل الاجتماعي المستمر. يشمل هذا المفهوم العادات، القيم، المعتقدات، والنزعات التي تطبع الفرد منذ نشأته وتوجه سلوكياته وأفعاله في المجتمع. بعبارة أخرى، الهابيتوس هو إطار مرجعي ثقافي يتم من خلاله فهم وتفسير العالم، وهو يتكون من خلال تكرار المواقف والخبرات الاجتماعية منذ الطفولة، ويؤثر بشكل كبير على كيفية تصرف الأفراد في المجتمع.

بورديو يرى أن الهابيتوس لا يشمل فقط التوجهات الفكرية، بل أيضًا استجابات جسدية وعاطفية تُنقل من جيل إلى جيل عبر التفاعل الاجتماعي. وبالتالي، لا تُعتبر هذه الأنماط من السلوك ثابتة أو فطرية، بل هي نتاج التفاعل المستمر مع البيئة الثقافية والاجتماعية المحيطة.

² - نظرية القيم ما بعد المادية هي مفهوم طوره رونالد إنجلهارت (Ronald Inglehart)، أحد كبار علماء السوسيولوجيا الأمريكيين، في إطار دراسته للأنماط الثقافية والمجتمعية في المجتمعات المتقدمة. تشير هذه النظرية إلى التغيرات في القيم السائدة داخل المجتمعات، خاصة مع تطور

التي تعزز الرفاه النفسي والمشاركة الثقافية على حساب القيم المادية مثل الرغبة في الأمان المادي. يتجلى هذا التحول في برنامج "Culture: L'autre regard" من خلال التركيز على قضايا مثل التعددية الثقافية، والحفاظ على البيئة، والمساواة بين الجنسين، والتي تمثل اهتمامًا بالقيم التي تعزز الحرية الفردية والرفاه الاجتماعي.

إضافة إلى ذلك، تساهم **نظرية الغرس** التي وضعها **جيربندر** في فهم كيفية تأثير هذه الاتجاهات الحديثة على الجمهور. وفقًا لهذه النظرية، يمكن للبرامج الثقافية أن تساهم في غرس هذه القيم في وعي الجمهور من خلال تسليط الضوء على قضايا معاصرة ومناقشتها من خلال ضيوف يمثلون خلفيات ثقافية واجتماعية متنوعة. يعزز هذا البرنامج من إدراك المشاهدين للقيم المعاصرة باعتبارها جزءًا من الفضاء الثقافي الذي يعيشه الفرد.

أقل النسب كانت من نصيب **القيم والمعتقد** بنسبة 28.88%. تشير هذه النسبة إلى أهمية المعتقدات الدينية والثقافية في تقديم القيم في برنامج "Culture: L'autre regard" بالرغم من أن هذه النسبة أقل مقارنة بالقيم الأخرى، إلا أن المعتقدات تبقى جزءًا محوريًا في تعريف الثقافة وعلاقتها بالعالم.

ترتبط **القيم والمعتقدات** بالقيم التي تساهم في بناء الهوية الثقافية والاجتماعية، حيث تُحدد المعتقدات الدينية والروحية إطارًا مهمًا للممارسات الثقافية والاجتماعية. يشير **أكسيل هونيث** في نظريته حول الاعتراف إلى أن الاعتراف بالمعتقدات الثقافية والدينية يُعتبر خطوة أساسية لبناء مجتمع يعترف بالآخر ويحتفل بتنوعه. من خلال هذا الإطار، يُعزز برنامج "Culture: L'autre regard" فهم المعتقدات كجزء من الهوية الثقافية، لكن ليس بطريقة تقليدية أو دينية فقط، بل من خلال مناقشة الأبعاد الرمزية والمجتمعية لهذه المعتقدات.

تُظهر نتائج التحليل أن برنامج "Culture: L'autre regard" يتبع مقاربة شمولية ومتنوعة في معالجة القيم الثقافية. فهو يسلط الضوء على القيم المرتبطة بالعادات والتقاليد اليومية، والاتجاهات الحديثة التي تعكس التغيرات الاجتماعية، والمعتقدات التي تشكل الركيزة الروحية للهوية الثقافية. من خلال هذه الأبعاد المختلفة، يسعى البرنامج إلى تقديم خطاب ثقافي يوازن

الاقتصاد، الرفاهية، وازدياد التعليم. القيم ما بعد المادية تتبع بالأساس تحولًا من القيم المادية التقليدية، التي تركز على الاحتياجات الأساسية مثل الأمان والرفاهية الاقتصادية، إلى القيم التي تركز على الذات، البيئة، والتحقق من الذات.

بين الاستمرارية والتجديد، ويمكّن المشاهدين من فهم كيفية تفاعل هذه القيم في تشكيل الهويات الثقافية.

إلى جانب ذلك، يعكس البرنامج التحديات المعاصرة التي تواجه المجتمعات متعددة الثقافات ويعزز من قيمة التنوع الثقافي، مع الحفاظ على روابط قوية مع المعتقدات والعادات التي تشكل الأسس الثقافية للمجتمعات. هذا التوازن يعكس رؤية إعلامية تسعى إلى تعزيز الوعي الثقافي الشامل الذي يربط الأفراد بجذورهم الثقافية من جهة، وبالعالم المعاصر من جهة أخرى.

❖ الجدول رقم 22: أهداف القيم في مضمون حصة culture l' autre regard.

أهداف القيم	التكرار	النسبة %
توصيل المعرفة والمعلومات	324	33.24%
تعزيز الهوية الثقافية	352	36.10%
المحافظة على التراث الفكري والثقافي	299	30.66%
المجموع	975	100%

يوضح التحليل الكمي للجدول توزيع أهداف القيم في برنامج "Culture: L' autre regard" ويكشف عن أولويات البرنامج في توصيل المعرفة وتعزيز الهوية الثقافية. يحتل تعزيز الهوية الثقافية المرتبة الأولى بنسبة 36.10%، مما يعكس التزام البرنامج بتسليط الضوء على أهمية الهوية الثقافية كعنصر أساسي في بناء المجتمع، حيث يسعى إلى تقوية الرابط بين الأفراد والثقافة الخاصة بهم من خلال تقديم محتوى يعكس التنوع الثقافي والهوية الوطنية. في المرتبة الثانية، يأتي توصيل المعرفة والمعلومات بنسبة 33.24%، مما يشير إلى التركيز الكبير على نشر المعرفة وتنقيف الجمهور حول مختلف الجوانب الثقافية والفكرية. هذا يعكس رغبة البرنامج في تعزيز الفهم العام للقيم الثقافية والوعي التاريخي، وهو عنصر أساسي في تعزيز الثقافة المجتمعية. أخيراً، المحافظة على التراث الفكري والثقافي تأتي بنسبة 30.66%، مما يعكس التزام البرنامج بالحفاظ على التراث الثقافي والفكري للأمة، وكذلك الحفاظ على التنوع الثقافي. المجموع الكلي للأهداف يعكس توازناً بين الأبعاد الفكرية، الثقافية، والهوية، ويُظهر

كيف يسهم البرنامج في تعزيز الوعي الثقافي من خلال تثقيف الجمهور وتعزيز ارتباطهم بالتراث الثقافي.

يأتي تعزيز الهوية الثقافية بنسبة 36.10%، ما يُظهر أن البرنامج يولي أهمية كبيرة للهوية الوطنية والثقافية. في سياق عالمي يعاني من تأثيرات العولمة وتحديات التنوع الثقافي، يقدم البرنامج نموذجًا هامًا في تعزيز الارتباط بالهوية الثقافية الوطنية. يسعى "Culture: L'autre regard" إلى تمكين الأفراد من الشعور بالانتماء إلى ثقافتهم الخاصة، وذلك من خلال استعراض جوانب متعددة من التراث الثقافي المحلي والوطني.

يعتبر مفهوم الهوية الثقافية من المفاهيم الأساسية في الدراسات الثقافية الحديثة. وفقًا لأرنست غيلنر، فإن الهوية الثقافية هي مكون أساسي لبناء الوعي الجمعي للشعوب، وهي تُساهم في تحديد علاقة الفرد بالمجتمع الذي ينتمي إليه. كما أن الهوية الثقافية تتشكل من خلال عملية جماعية تُعيد إحياء وتفسير الأحداث الثقافية الكبرى. وبالنسبة للبرنامج، يتجسد هذا من خلال مناقشة مواضيع تتعلق بالهوية الثقافية المتنوعة، سواء من خلال الضيوف، أو الموضوعات التي يتم تناولها، مما يعكس التزامًا بنشر الثقافة الوطنية في قالب موجه للجميع.

يأتي هدف **توصيل المعرفة والمعلومات** بنسبة 33.24%، ما يعكس الحرص في البرنامج على نشر المعرفة الثقافية والفكرية. هذا التركيز على المعرفة يؤكد ضرورة أن يكون الفضاء الإعلامي مكانًا للحوار العقلاني، حيث يتم نقل المعلومات والمعرفة بطريقة تشجع على التفاعل والتفكير النقدي بين الأفراد.

يُعتبر توصيل المعرفة أحد الأهداف الرئيسية للبرامج الثقافية التي تسعى إلى نشر الوعي الثقافي والفكري في المجتمع. في "Culture: L'autre regard"، يتم عرض المعرفة من خلال استضافة ضيوف من مختلف المجالات الثقافية والفكرية، مما يسمح للجمهور بالتعرف على رؤى متعددة تُساهم في تكوين وجهة نظر شاملة حول القضايا الثقافية. يتجاوز البرنامج مجرد تقديم محتوى سطحي، بل يهدف إلى توفير مساحة للتفكير والنقاش حول القضايا الثقافية والفكرية المطروحة، وهذا يتماشى مع فكرة "الحق في الثقافة"، حيث يجب أن تكون الثقافة حقًا متاحًا لجميع الأفراد وليس مقتصرًا على النخبة.

المحافظة على التراث الفكري والثقافي تأتي بنسبة 30.66%، مما يعكس التزام البرنامج بالحفاظ على التراث الثقافي. هذه القيمة ترتبط بأهمية حفظ الثقافة كمجموعة من الموروثات التي تحمل تاريخ وهوية المجتمعات. وفقاً للمفكرين في مجال الدراسات الثقافية، يُعتبر التراث الثقافي ركيزة أساسية في بناء الذاكرة الجماعية للأمم. يتماشى هذا مع **نظرية الذاكرة الثقافية**، التي تفسر أن التراث الثقافي ليس مجرد مجموعة من الممارسات والتقاليد القديمة، بل هو عنصر حيوي يشكل رابطاً بين الماضي والحاضر.

في هذا السياق، يُساهم البرنامج في الحفاظ على التراث الثقافي من خلال تقديم مواد ثقافية وفكرية تعرض الأبعاد التاريخية والفنية التي تشكل هوية المجتمع الثقافية. كما يُعتبر التراث الثقافي أحد أبرز العوامل التي تساهم في حفظ التعددية الثقافية في مجتمعاتنا المعاصرة. في برامج مثل "Culture: L'autre regard"، يُعتبر الحفاظ على التراث الفكري جزءاً من الحفاظ على التنوع الثقافي وصونه، ما يسمح للأجيال القادمة بالتعرف على تاريخهم الثقافي وفهم تطور هويتهم.

التركيز على هذه الأهداف يعكس تصوراً شاملاً للثقافة كعنصر حيوي في المجتمع، برنامج "Culture: L'autre regard" لا يسعى فقط إلى نقل المعرفة والمعلومات أو إبراز التراث الثقافي، بل يتجاوز ذلك ليعزز الهوية الثقافية في سياق تفاعلي مع الجمهور. في هذا الصدد، يعكس البرنامج أيضاً **نظرية الفضاء العام** التي طرحها **يورغن هابرماس**، حيث يُعتبر الإعلام الثقافي فضاءً حيويًا للتبادل الثقافي والاجتماعي، ويساهم في بناء مجتمع يعترف بتعدد الهويات الثقافية ويعزز الانفتاح على الثقافات الأخرى.

❖ الجدول رقم 23: أساليب الإقناع في حصة culture l'autre regard.

النسبة %	التكرار	أساليب الإقناع
7.15%	53	الأسلوب العقلي
16.20%	120	الأسلوب القيمي
11.74%	87	أسلوب السلطة أو المرجعية
47.77%	354	أسلوب التكرار
17.14%	127	أسلوب الاستفهام البلاغي
100%	741	المجموع

يُبرز التحليل الكمي لأساليب الإقناع في برنامج *Culture: L'autre regard* هيمنة واضحة لأسلوب التكرار بنسبة 47.77%، ما يدل على اعتماد البرنامج عليه كآلية فعالة لترسيخ القيم الثقافية والمفاهيم المحورية في ذهن الجمهور، انسجامًا مع ما تقترحه نظرية الغرس الثقافي. يليه أسلوب الاستفهام البلاغي بنسبة 17.14%، الذي يُستخدم لإثارة التفكير ودفع المتلقي للتفاعل النقدي مع المواضيع المطروحة. ثم يأتي الأسلوب القيمي بنسبة 16.20%، مما يعكس حضورًا قويًا للقيم في البناء الإقناعي للخطاب الثقافي، يليه أسلوب السلطة أو المرجعية بنسبة 11.74%، والذي يعزز شرعية الرسائل من خلال استحضار مراجع فكرية أو رمزية. أما الأسلوب العقلي فيُسجل أدنى نسبة بـ 7.15%، مما يشير إلى أن الإقناع العقلاني رغم أهميته، ليس هو النمط الغالب في هذا النوع من البرامج، مقارنة بالأساليب البلاغية والتكرارية الأكثر تأثيرًا في الخطاب الإعلامي الثقافي.

يتضح من تحليل مضمون برنامج *Culture: L'autre regard* أن أسلوب التكرار لا يُستخدم بوصفه تكرارًا شكليًا للعبارات أو الرموز الثقافية، بل بوصفه آلية بلاغية استراتيجية تُسهم في ترسيخ القيم الثقافية وتوجيه الإدراك الجمعي للمشاهد. تُظهر البيانات الكمية أن التكرار يُستخدم بنسبة 47.77%، أي ما يقارب نصف مجموع أدوات الإقناع، مما يضعه في صدارة الأدوات البلاغية الموظفة في البرنامج. ويعني ذلك أن الرسائل الثقافية لا تُطرح بشكل عرضي

أو عفوي، بل تُعاد صياغتها وتقديمها في أنماط متكررة تراعي البنية الإدراكية للمشاهد، بما يُمكن من غرس معاني ثقافية بعينها في الذاكرة الجمعية.

تُحيل هذه النتيجة إلى ما يُعرف في الدراسات الإعلامية بنظرية "الحقن بالإبر" (*Hypodermic Needle Theory*)، وهي نظرية كلاسيكية تفترض أن الجمهور يتلقى الرسائل الإعلامية بشكل مباشر وموحد، وأن تكرار الرسالة يعزز من تأثيرها حتى تصبح جزءًا من بنيته المعرفية. رغم ما وُجّه للنظرية من نقد لافتراضها السلبية المطلقة للجمهور، إلا أن التكرار - كما يظهر في هذا البرنامج - لا يُستعمل بطريقة تلقينية، بل يُعاد إدماجه داخل سياقات ثقافية متجددة، ما يمنحه قدرة على التفاعل مع المتلقي، وليس فقط التأثير الأحادي فيه.

في حصة *Culture: L'autre regard*، لا يُعد التكرار مجرد تكرار لغوي أو خطابي، بل يُستثمر في أشكال متعددة مثل تكرار النماذج الضيفية (كاستضافة فنانيين ملتزمين بقضايا الهوية)، أو تكرار المواضيع (مثل التراث، اللغة، أو التاريخ المشترك)، أو حتى تكرار الأسئلة الإشكالية (من قبيل: ما معنى أن تكون مثقفًا في مجتمع متعدد؟). هذه الممارسات تؤدي دورًا دلاليًا وإيديولوجيًا معقدًا، حيث تعيد إنتاج النسق الرمزي للهوية الثقافية الجزائرية بشكل متوازن بين المحلي والعالمي، وبين التقليدي والمعاصر.

هذا التكرار يُوظف كذلك لخدمة قيم ثقافية مركزية مثل الانتماء الثقافي والاعتراف بالآخر. عندما يُعاد تقديم نفس القيمة أو الموضوع بصيغ مختلفة - سردًا أو حوارًا أو عبر الأعمال الفنية المعروضة - يُصبح البرنامج مساحة لتثبيت رسائل تتجاوز البعد المعرفي نحو البعد الرمزي، إذ تُكرّر الرموز الثقافية (كالأزياء، اللغة، الموسيقى، أو الأماكن التاريخية) لخلق إحساس بالاستمرارية والانغماس. هذا التكرار لا يُشعر المتلقي بالملل، بل يمنحه إحساسًا بالاستقرار الثقافي، ويعزز من شعوره بالهوية.

أسلوب الاستفهام البلاغي، الذي يحتل نسبة 17.14% من جملة أساليب الإقناع في *Culture: L'autre regard*، لا يُوظف فقط للتنوع الأسلوبي أو لإثارة انتباه المشاهد، بل يُمثل جزءًا من مشروع تواصل عقلاني يُعيد تعريف العلاقة بين الخطاب والجمهور، كما أشرت من خلال نظرية الفعل التواصلي عند هابرماس.

في هذا الإطار، يصبح الاستفهام أداة للتشكيك الإيجابي: مثلاً، حين يطرح البرنامج أسئلة من نوع: "هل يمكن للهوية أن تكتمل دون اعتراف بالآخر؟" أو "من يملك حق تعريف الثقافة؟"، فهو لا يفرض أجوبة، بل يفتح المجال للنقاش الداخلي داخل ذهن المتلقي، ويحثه على التأمل في المواقف السائدة.

بهذا الشكل، يُمكن القول إن الاستفهام البلاغي يُسهم في نقل المتلقي من موقع المتلقي السلبي إلى الفاعل في إنتاج المعنى، متجاوزاً النموذج التقليدي للاتصال الذي يُفترض فيه أن الجمهور يتلقى المعنى جاهزاً. هذا الأسلوب، المتناغم مع روح البرنامج، يُرسخ القيم الثقافية النقدية مثل مساءلة السلطة الرمزية، وفهم الذات الثقافية في ظل العولمة، والوعي بالتعدد داخل المجتمع الجزائري.

وظيفة الأسلوب القيمي كأداة بلاغية ترتبط بالبُعد الرمزي والثقافي في برنامج *Culture: L'autre regard*. هذا الأسلوب، الذي يشكل نسبة 16.20% من أساليب الإقناع، لا يُستعمل فقط لبناء توافق عاطفي، بل يخرط ضمن مشروع إعادة تثبيت الهوية الجماعية عبر منظومة من القيم المشتركة.

وفقاً لما طرحه رونالد إنغل هارت في نظرية القيم ما بعد المادية، فإن التحول من القيم المادية (مثل الأمن الاقتصادي) نحو القيم الرمزية (مثل التسامح، والحرية، وتحقيق الذات) يُمثّل مؤشراً على نضج اجتماعي وثقافي. وهذا ما ينعكس في البرنامج، حيث تُستثمر القيم الأخلاقية ليس فقط لإثارة التعاطف، بل لإنتاج خطاب ثقافي يُفنع بالانتماء ويشرعن التنوع. في هذا السياق، يتحول الأسلوب القيمي من مجرد تجميل أخلاقي للنص إلى آلية ثقافية لإنتاج المعنى والمشروعية. وهو ما يجعله مكوّناً أساسياً في بناء هوية ثقافية مشتركة تتجاوز الانقسامات.

وظيفة أسلوب المرجعية أو السلطة، والذي يُمثل نسبة 11.74% من مجمل الأساليب الإقناعية في برنامج *Culture: L'autre regard* ويلعب هذا الأسلوب المرجع المعرفي أو الشخصية الرمزية دور الوسيط بين الخطاب والجمهور.

في البرنامج، نلاحظ حضور هذا الأسلوب من خلال استضافة شخصيات اعتبارية - من مؤرخين وأدباء ومبدعين أو من خلال الاستشهاد بأقوالهم وسيرهم. هذه الشخصيات، بما تحمله

من رمزية نضالية أو فكرية، تُضفي شرعية على القيم المعروضة (مثل التعدد، أو الذاكرة الجماعية، أو الحق في الاختلاف)، وبالتالي تعمل كـ «رأس مال رمزي» يُفعل داخل السياق الإعلامي.

مكانة الأسلوب العقلي، رغم أنه يُمثل فقط 7.15% من الأساليب الإقناعية في *Culture: L'autre regard*، إلا أن دلالاته تتجاوز حجمه الكمي لتكشف عن توجه نخبوي معرفي في بنية الخطاب الثقافي.

وفقاً لـ يورغن هابرماس في نظرية الفعل التواصلي، يُعتبر النقاش العقلاني أحد الأعمدة الأساسية لبناء تفاهم تواصلي غير قهري، حيث تُطرح الحجج لا بهدف الإقناع السلطوي، بل من أجل الوصول إلى توافق فكري مبني على الحجة والبرهان. في هذا السياق، يبدو أن البرنامج يطمح إلى تجاوز الخطابات الشعبوية أو التقريرية، وذلك من خلال طرح الأفكار بأسلوب يُراعي العقل والمنطق، ويُحفز المتلقي على المساءلة والتفكير النقدي.

من ناحية سوسيولوجية، يمكن ربط هذا الاختيار بالتمييز الثقافي (cultural distinction) الذي تحدث عنه بيير بورديو، حيث يُستخدم الأسلوب العقلاني كوسيلة لتمييز الخطاب الثقافي "الراقي" عن الخطابات الترفيحية أو التبسيطية. فحتى وإن لم يكن الأسلوب مهيمناً عددياً، إلا أن حضوره يُمثل نوعاً من الرمزية الثقافية التي تُرسخ صورة البرنامج كمصدر موثوق ورفيع المستوى.

❖ الجدول رقم 24: اللغة المستخدمة عند القائم بالاتصال والضيوف في حصة culture

.l'autre regard

المجموع		الضيوف		القائم بالاتصال		توزيع اللغة
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	نوع اللغة
3.81%	58	5.56%	58	/	/	العربية الفصحى
80.48%	1225	76.30%	795	89.58%	430	الفرنسية
9.01%	137	9.79%	102	7.30%	35	العامية
6.70%	102	8.35%	87	3.12%	15	مزيج بين الفرنسية والعامية
100%	1522	100%	1042	100%	480	المجموع

يُظهر التحليل الكمي لتوزيع اللغة في برنامج *Culture: L'autre regard* هيمنة واضحة للغة الفرنسية بنسبة **80.48%** من مجموع التفاعلات اللغوية، سواء من قبل القائمين بالاتصال أو الضيوف. إذ يُلاحظ أن القائمين بالاتصال استعملوا الفرنسية في **89.58%** من تدخلاتهم، مقابل **76.30%** لدى الضيوف، ما يعكس التوجه العام للبرنامج نحو خطاب نخبوي فرنكفوني موجه إلى جمهور فرنكفوني. هذه النسبة تُشير إلى أن البرنامج يندرج ضمن توجه إعلامي يربط الخطاب الثقافي بالنمط الفرنكفوني، وهو ما قد يُحد من انفتاحه على شرائح اجتماعية لا تعتمد الفرنسية في تواصلها اليومي.

أما العامية، فتمثل نسبة **9.01%** من مجموع التفاعلات، وقد ظهرت بشكل أكبر عند الضيوف (**9.79%**) مقارنة بالقائمين بالاتصال، (**7.30%**) هذا الاستخدام المحدود للعامية يُعبر عن رغبة البرنامج في الحفاظ على طابع جدي ورسين، مع فسحة محدودة للتقرب من الجمهور الشعبي أو خلق حميمية تواصلية. من جهة أخرى، يُشير ذلك إلى حدود إدماج العامية في الخطاب الثقافي الرسمي، رغم أنها قد تكون أكثر فاعلية في ربط المضامين بالمحيط الاجتماعي للمشاهد.

أما المزيج بين الفرنسية والعامية، فقد بلغ **6.70%**، وهو أسلوب يميل إليه بعض الضيوف (**8.35%**) أكثر من القائمين بالاتصال. (**3.12%**) يعكس هذا المزج مرونة تعبيرية تُعبر عن واقع لغوي هجين في الجزائر، حيث يتداخل الاستخدام بين اللغتين حسب السياق والمخاطب. هذا النمط يمكن أن يُقرأ كتعبير عن "ازدواجية لغوية" (*diglossia*) تتسم بها الحياة الثقافية والإعلامية الجزائرية، ويعكس في الوقت نفسه محاولة للتوفيق بين اللغة الرمزية للثقافة الرسمية واللغة اليومية للشارع. بهذا التوزيع، يُمكن القول إن البرنامج يعكس توازنًا غير متكافئ بين الهويات اللغوية، يميل إلى النخبة الناطقة بالفرنسية، مع حضور باهت للفصحى، التي لم تتجاوز **3.81%** في مجموع التكرارات.

3. نتائج تحليل حصة شرفات ثقافية:

1. يتضح من تحليل مضمون حصة "شرفات ثقافية" أن التوجه التحريري للقناة الجزائرية الثالثة يُعطي الأولوية للمواضيع الثقافية الإعلامية بنسبة 34.31%، في انسجام واضح مع هيمنة القيم الفنية والفكرية (42.12%)، ما يدل على وعي مؤسساتي بأهمية الحركة الثقافية كمجال لإنتاج الرموز وتعزيز التذوق الجمالي والمعرفي. أما المواضيع الفكرية والفلسفية التي حازت على نسبة 26.79%، فترتبط مباشرة بالقيم المعرفية والتعليمية (38.17%)، بما يعكس السعي إلى ترسيخ فكر نقدي عقلاني قائم على الحوار والتداول العمومي. كما يشير اهتمام الحصة بالمواضيع الأدبية (25%) إلى استثمار واعٍ في الأدب كحامل رمزي للهوية الثقافية، يتقاطع مع القيم الأخلاقية والمعرفية التي تسعى إلى إعادة تشكيل الوعي الجمعي. في المقابل، فإن الحضور المحدود للمواضيع التاريخية (13.87%) يقابله تمثيل غير بارز للقيم الدينية والأخلاقية (19.71%)، ما يعكس تراجع البُعد الذاكري والتأويلي في الخطاب الإعلامي لصالح مقاربات ثقافية آنية تتماشى مع متطلبات العصر. وبذلك يتجلى أن اختيار المواضيع ليس عشوائياً، بل يُبنى على منطق وظيفي يربط المحتوى بالقيم التي يسعى الإعلام العمومي لغرسها، حيث تعمل المواضيع كمدخل دلالية لتفعيل القيم الثقافية وتميرها ضمن سياق حدائثي ومنفتح.

2. أظهرت نتائج تحليل المواضيع الفكرية الفلسفية في حصة "شرفات ثقافية" توزعاً دالاً يعكس توجهًا تحريريًا انتقائيًا نحو قضايا الهوية والفكر النقدي، إذ تصدرت "الهوية الثقافية" المواضيع بنسبة 26.16%، تليها "عرض الكتب ومناقشتها" بنسبة 21.02%، ثم "الهوية الوطنية" بنسبة 19.15%، في حين شغل "دور النخب الفكرية" نسبة 16.35%، وتراجعت "الحرية الفكرية وحرية التعبير" إلى 10.28%، لتأتي "الهوية الإسلامية" أخيراً بنسبة 7.05%. تعكس هذه التوزيعات هيمنة واضحة للخطاب الهوياتي بشقيه الثقافي والوطني، في ظل التحولات الاجتماعية والضغط الرمزية المرتبطة بالعولمة، بما يُسهم في ترسيخ القيم الفكرية والفنية بوصفها ركيزة للتماسك الرمزي والمقاومة الثقافية.

3. كما يُبرز البرنامج وعياً بأهمية النقاش الثقافي القائم على العقلانية، من خلال تشجيع التداول العمومي حول الكتب والأفكار، في انسجام مع القيم المعرفية والتعليمية التي تمثل 38.17% من مجموع القيم المرصودة في الحصة، وهو ما ينسجم مع تصور هابرماس للفضاء العمومي. ويظهر حضور النخب الفكرية كترجمة لمفهوم "المتقف العضوي" عند غرامشي، الذي يربط إنتاج المعنى بالفعل التاريخي والاجتماعي للنخبة، مما يعزّز من وظيفة البرنامج في ربط الثقافة بفاعليها الحقيقيين. بالمقابل، فإن التداول المحدود لموضوعي الحرية الفكرية والهوية الإسلامية، رغم أهميتهما، يُظهر تحفظاً نسبياً في مقارنة القضايا الإشكالية، ما يدل على حدود الانفتاح داخل الخطاب الاعلامي، ويكشف عن توازن دقيق بين جرأة الطرح والنقيّد بالإطار الاعلامي.

4. يُبرز تحليل المواضيع الثقافية الإعلامية في حصة "شرفات ثقافية" تنوعاً دالاً في المعالجة، يعكس وعياً تحريراً بالتعدد الرمزي للمجتمع الجزائري، حيث تصدر موضوع "التنوع الثقافي" التوزيع بنسبة 27.30%، متبوعاً بـ «واقع الأدب» بنسبة 22.18%، ثم "تشكل الثقافة" بنسبة 18.78%، بينما جاءت مواضيع "واقع الموسيقى والفنون التشكيلية" بنسبة 11.60%، و"الذاكرة الجماعية" بنسبة 10.92%، وأخيراً "واقع السينما والمسرح" بنسبة 9.22%. تعكس هذه الترتيبات اهتمام البرنامج بإبراز التنوع كقيمة مركزية في الهوية الثقافية الوطنية، والانفتاح على الإبداع الأدبي كمرآة رمزية للمجتمع، إلى جانب معالجة الثقافة كمجال ديناميكي يتشكل عبر التفاعل الاجتماعي والسياقات اليومية.

5. وترتبط هذه الموضوعات ارتباطاً عضوياً بالقيم الثقافية الأكثر تجلياً في الحصة، وعلى رأسها القيم الفنية والفكرية (42.12%)، والقيم المعرفية (38.17%)، بما يؤكد توجه البرنامج نحو إنتاج خطاب ثقافي حدائلي يزوج بين الذوق الجمالي، والتفكير النقدي، وحس المواطنة الرمزية. ويُعد تقديم موضوع التنوع الثقافي كأولوية تحريرية تجسيدا لقيمة "التعايش" (30.10%) التي تصدرت القيم الأخلاقية والدينية، ما يعزّز من دور الإعلام في بناء فضاء مشترك للتعدد والاختلاف. في المقابل، فإن الحضور المحدود لموضوعات كـ «السينما والمسرح» يُظهر خللاً في تمثيل الفنون الأدائية ضمن الحقل

الإعلامي العمومي، مما يشير إلى فجوة بين الإمكانيات الثقافية المتوفرة ودرجة توظيفها في بناء وعي ثقافي شامل. هذا التفاوت يفرض ضرورة مراجعة الخطاب الثقافي ليكون أكثر اتساقاً مع القيم المعلنة، وأكثر شمولاً لمختلف تجليات الفعل الإبداعي.

6. أظهرت نتائج تحليل المضامين الأدبية في برنامج شرفات ثقافية توجهاً تحريريًا يعكس هيمنة المقاربة النقدية بنسبة 24.39%، تليها موضوعات الشعر المعاصر (21.34%) والتراث والتجديد (20.18%)، ما يدل على وعي ثقافي بأهمية القراءة التحليلية وإعادة تأويل النصوص الأدبية في ضوء التحولات المعاصرة. كما يُبرز البرنامج اهتماماً بتحديث الأشكال التعبيرية والانفتاح على التجريب الجمالي، خاصة في تناول الشعر كمرآة للتحولات النفسية والاجتماعية. في المقابل، يُسجل حضور ضعيف لموضوع المرأة والأدب بنسبة 7.40%، ما يعكس محدودية إدماج الكتابات النسوية في المشهد الثقافي المعروض. تكشف هذه التوزيعات عن توازن دقيق بين ترسيخ القيم النقدية وإغفال بعض الأبعاد الجندرية، بما يستدعي مراجعة تحريرية نحو شمولية أكثر عدالة. ويُبرز البرنامج، عمومًا، سعيًا لترسيخ ثقافة نقدية تحاور التراث وتعيد إنتاج المعنى ضمن سياق ثقافي متحول.

7. يعكس توزيع المواضيع التاريخية في برنامج شرفات ثقافية توجهاً تحريريًا يُبرز مركزية القيم الثقافية المرتبطة بالذاكرة الجماعية والهوية الوطنية، حيث تصدر موضوع الأعياد الوطنية بنسبة 31.55%، ما يدل على وعي بأهمية الطقوس الرمزية في ترسيخ الانتماء. وجاء موضوع المقاومة الثقافية في المرتبة الثانية بنسبة 24.59%، مبررًا البعد الهوياتي للنضال الثقافي، بينما احتلت الثورة المرتبة الثالثة بنسبة 22.55%، مما يشير إلى مقارنة تتجاوز البعد العسكري نحو قراءة ثقافية للحدث. أما الثقافة الشعبية، فقد جاءت بنسبة 21.31%، في دلالة على انفتاح البرنامج على التعبيرات اليومية والمرويات الشفوية كمصدر بديل للذاكرة. تعكس هذه النسب ميلاً واضحاً نحو توظيف المرجعية التاريخية في بناء خطاب ثقافي يُسهم في تعزيز القيم الوطنية والوعي الجمعي.

8. أظهرت نتائج تحليل القيم الثقافية في حصة شرفات ثقافية ميلاً واضحاً نحو ترسيخ خطاب ثقافي قائم على التنوع والتكامل بين الأبعاد الفنية، المعرفية، والأخلاقية. تصدرت القيم الفنية والفكرية بنسبة 42.12%، مما يعكس هيمنة البعد الجمالي والنقدي في بناء الوعي الثقافي. وجاءت القيم المعرفية والتعليمية بنسبة 38.17%، وهو ما يدل على وظيفة تنويرية وتعليمية تؤسس لثقافة عقلانية ومنفتحة. في حين بلغت القيم الدينية والأخلاقية نسبة 19.71%، معبرة عن وعي بأهمية البعد القيمي في دعم الانسجام الاجتماعي. يكشف هذا التوزيع عن رؤية إعلامية متوازنة تسعى إلى إنتاج ثقافة شاملة تؤسس للهوية وتدعم الرأسمال الرمزي للمجتمع.

9. أظهرت نتائج توزيع القيم الدينية والأخلاقية في حصة شرفات ثقافية هيمنة واضحة لقيمة **التعايش** بنسبة 30.10%، ما يدل على وعي البرنامج بأهمية بناء مجتمع متنوع ومتسامح. تليها قيمة **الوفاء** بنسبة 20.84%، ثم **العدل** بنسبة 18.52%، وهي مؤشرات على اهتمام البرنامج بدعم الروابط الاجتماعية وترسيخ مبدأ المساواة. أما **الصدق** بنسبة 16.66% و**التسامح** بنسبة 13.88%، فبالرغم من نسبتها الأقل، إلا أنهما يمثلان دعامة أخلاقية مهمة تعزز الثقة وقبول الآخر. تعكس هذه النتائج توجهاً إعلامياً متوازناً يجمع بين تثبيت السلم الأهلي، ترسيخ العدالة، وتعزيز القيم الإنسانية المشتركة داخل النسيج المجتمعي الجزائري.

10. تُظهر نتائج تحليل القيم الثقافية في حصة "شرفات ثقافية" أن البرنامج يولي أهمية كبيرة للإبداع الفني والفكر النقدي كأدوات لبناء هوية ثقافية متجددة وتعزيز الوعي الفكري لدى الجمهور، حيث يتصدر الإبداع الفني القائمة بنسبة 35.03%، يليه التعبير الفني بنسبة 27.11%، مما يعكس التركيز على دور الفنون في تصوير الواقع الاجتماعي ونقل الرسائل الثقافية. كما تأتي الرموز الفنية في المرتبة الثالثة بنسبة 22.04%، مما يدل على أهمية الرموز كعناصر ثقافية غنية بالمعاني التي تساهم في تشكيل الذاكرة الجماعية، في حين يخصص الجمال الفني 15.82% من الحصة، مما يبرز أهمية القيم الجمالية في تحديد ذوق المجتمع وتحفيز الابتكار. بشكل عام، تعكس هذه النسب تركيز البرنامج على بناء الوعي الثقافي من خلال مزيج من الإبداع والتعبير

الفني والرموز الجمالية والجمال الفني، ما يسهم في تعزيز الفكر النقدي وتشكيل هوية ثقافية غنية في المجتمع.

11. يُظهر التركيز على عدة عوامل تسهم في تشكيل القيم الثقافية للمجتمع الجزائري.

يتصدر "القيم والاتجاهات" القائمة بنسبة 41.22%، مما يعكس اهتمام البرنامج العميق بالاتجاهات الاجتماعية والسياسية السائدة في المجتمع وتأثيرها على الثقافة الجزائرية. فهذه الاتجاهات تُعتبر أساسًا لفهم كيفية تشكيل القيم الثقافية وتوجيه الأفراد في المجتمع، وهي مرتبطة بشكل وثيق بالتحويلات الاجتماعية والسياسية، مثل تلك التي حدثت بعد الاستقلال. كما يمكن ربط هذا الاهتمام مع أفكار إدغار موران وبير بورديو حول التأثير المتبادل بين الاتجاهات الاجتماعية والرأسمال الثقافي في تشكيل الوعي الثقافي. في المرتبة الثانية تأتي "القيم والمعتقد" بنسبة 31.76%، مما يدل على الدور البارز الذي تلعبه المعتقدات الدينية في تشكيل القيم الثقافية، حيث يشكل الدين جزءًا أساسيًا من الذاكرة الجماعية للمجتمع الجزائري. تساهم المعتقدات الدينية في بناء الهيكل القيمي للمجتمع، وتؤثر بشكل كبير في السلوك الاجتماعي، مُعززة بذلك مفاهيم العدالة والصدق والانتماء الجماعي. وأخيرًا، تحتل "القيم والعادات" المرتبة الثالثة بنسبة 27.02%، مما يشير إلى الدور المحوري للتقاليد والعادات الشعبية في تكوين الثقافة العامة للمجتمع. فالعادات تُعتبر الرابط الذي يربط الأفراد بتاريخهم الجماعي، وتساهم في الحفاظ على الاستمرارية الثقافية عبر الأجيال، مما يساعد على بناء الاستقرار الاجتماعي وتعزيز الانتماء الثقافي.

12. يُظهر برنامج "شرفات ثقافية" من خلال توزيع أهدافه بشكل دقيق اهتمامًا متزايدًا

بالقيم الثقافية التي تشكل الأساس في تعزيز الهوية الوطنية والحفاظ على التراث الثقافي الجزائري. يعد تعزيز الهوية الثقافية هو الهدف الأبرز للبرنامج بنسبة 40.41%، ما يشير إلى التركيز الكبير على ربط الأفراد بماضيهم الثقافي وفهمهم لثقافتهم في السياق المعاصر. يتناغم هذا الهدف مع فكرة الثقافة الوسطية التي طرحها إدغار موران، حيث يعزز الإعلام الثقافي الوعي الجمعي من خلال تسليط الضوء على الهوية الثقافية في مواجهة التحديات الاجتماعية والسياسية. بالإضافة إلى ذلك، تحتل المحافظة على

التراث الفكري والثقافي المرتبة الثانية بنسبة 36.27%، مما يعكس إصرار البرنامج على نقل الثقافة والتقاليد من جيل إلى جيل، وبالتالي ضمان استمرارية الذاكرة الجمعية وحمايتها من تأثيرات العولمة. وأخيراً، تأتي توصيل المعرفة والمعلومات بنسبة 23.32%، وهو ما يدل على أهمية التثقيف وتوسيع الأفق المعرفي للجمهور حول القيم الثقافية والفكرية. من خلال هذه النسب، يظهر أن "شرفات ثقافية" يضع القيم الثقافية في قلب رسالته الإعلامية، مسلطاً الضوء على أهمية الهوية الوطنية والتراث الثقافي في تشكيل المجتمع الجزائري، وتأكيداً على دور الإعلام الثقافي في الحفاظ على هذه القيم في ظل التحولات المعاصرة.

13. تُظهر أساليب الإقناع المستخدمة في برنامج "شرفات ثقافية" تنوعاً مميزاً في بناء الرسائل الثقافية، حيث يعتمد البرنامج بشكل رئيسي على الأسلوب القيمي بنسبة 27.57%، مما يعكس التركيز على تعزيز الهوية الثقافية من خلال الرموز الثقافية المشتركة التي تعزز الانتماء الاجتماعي. إلى جانب ذلك، يتم استخدام الأسلوب العقلي المنطقي بنسبة 25.93% لترسيخ الفهم النقدي لدى المتلقي من خلال تقديم الحجج العقلانية التي تدعم الرسائل الثقافية. كما يساهم أسلوب التكرار بنسبة 24.28% في تعزيز رسوخ هذه الرسائل في ذهن المشاهد، في حين يلعب أسلوب السلطة أو المرجعية بنسبة 12.34% دوراً في إضفاء المصداقية على المحتوى عبر الاستناد إلى مراجع فكرية معترف بها. أخيراً، يستخدم البرنامج أسلوب الاستفهام البلاغي بنسبة 9.88% لتحفيز التفاعل والتفكير النقدي لدى الجمهور، مما يعزز مشاركتهم الفعالة في مناقشة القيم الثقافية. هذه الأساليب المتنوعة تُظهر حرص البرنامج على بناء خطاب ثقافي متكامل يجمع بين التأثير العاطفي والعقلي، ويساهم في تعزيز الوعي الثقافي لدى الجمهور.

14. تعكس البيانات الإحصائية المتعلقة باستخدام اللغة في برنامج "شرفات ثقافية" تفاعلاً معقداً بين القيم الثقافية واللغوية في بناء الخطاب الثقافي للبرنامج. هيمنة اللغة العربية الفصحى بنسبة 59.19% تظهر حرص البرنامج على توظيف لغة رسمية ومؤسسية لرفع مصداقية المحتوى، مما يعزز الهوية الثقافية الوطنية ويرتبط ارتباطاً

وثيقًا بالحفاظ على الثقافة العربية والإسلامية في الجزائر. في المقابل، يُظهر المزج بين الفصحى والعامية (25%) قدرة البرنامج على مخاطبة شرائح اجتماعية متنوعة، حيث يجسد هذا التنوع اللغوي "الهوية الهجينة" التي تجمع بين الأبعاد الرسمية والشعبية، مما يعزز التواصل مع جمهور واسع ومتعدد الطبقات. كما أن استخدام العامية الجزائرية بنسبة 11.46% يُضفي طابعًا شعبيًا وجدانيًا على الخطاب، موجّهًا إلى جمهور يقدر التراث والتقاليد الشعبية. من جهة أخرى، تراجع استخدام اللغة الفرنسية إلى 4.35% يعكس تراجع تأثير الاستعمار الثقافي الفرنسي، مما يبرز التزام البرنامج بالقيم الثقافية المحلية وتركيزه على الهوية الوطنية الجزائرية. وبذلك، يُسهم البرنامج في تعزيز القيم الثقافية من خلال مزيج لغوي دقيق يعكس التنوع الثقافي في الجزائر، ويعزز الهوية الوطنية في مواجهة التحديات المعاصرة.

4. نتائج تحليل حصة *culture l'autre regard*:

1. يُظهر تحليل توزيع المواضيع في برنامج "Culture: L'autre regard" توازنًا دقيقًا بين القيم الثقافية التي يعززها البرنامج، حيث يحتل موضوع الثقافة المعاصرة المرتبة الأولى بنسبة 29.49%، مما يعكس التزام البرنامج بتسليط الضوء على الإبداع والحدائق الثقافية. تليه المواضيع الفكرية والفلسفية بنسبة 28.36%، التي تبرز أهمية التفكير النقدي والتحليل التأملي، مما يعزز القيم العقلانية والفلسفية المرتبطة بالحرية والعقل والجمال. كما أن المواضيع الأدبية بنسبة 22.12% تُعزز من القيمة الرمزية للأدب كأداة لبناء المعنى وتقوية الذاكرة الجماعية، في حين أن المواضيع التاريخية بنسبة 20.03% تساهم في ربط الماضي بالحاضر، مما يعزز الاستمرارية الثقافية ويُسهّم في بناء هوية ثقافية مستدامة. بذلك، يُسهّم البرنامج في ترسيخ قيم ثقافية متكاملة تعزز الانفتاح على الحدائق مع الحفاظ على الذاكرة الوطنية، ويعكس التزامه بإعادة إنتاج الثقافة في إطار نقدي يتجاوز الاستهلاك السريع ويشجع على التفكير العميق والتحليل الثقافي.

2. مضامين المواضيع الفكرية والفلسفية في برنامج "Culture: L'autre regard" يعكس توجّهًا واضحًا نحو تعزيز قيم الهوية والانفتاح الفكري، حيث تأتي الهوية الثقافية في الصدارة بنسبة 27.35%، ما يعكس اهتمام البرنامج بتأصيل الانتماء الرمزي في بيئة متعددة المرجعيات. يتبعها مواضيع عرض الكتب ومناقشتها بنسبة 23.50%، مما يدل على التزام البرنامج بنشر المعرفة النقدية والتشجيع على القراءة بوصفها ممارسة ثقافية أساسية. كما تسجل مواضيع الحرية الفكرية وحرية التعبير نسبة 18.80%، مما يُبرز توجّهًا تحريريًا يدعم الحوار والتفكير المستقل. أما النخب الفكرية، فتشكل 17.10% من المواضيع، ما يدل على اعتماد البرنامج على مرجعيات معرفية من أجل منح الخطاب عمقًا ومشروعية. وفي المقابل، تأتي مواضيع الهوية الوطنية بنسبة 7.70% والهوية الإسلامية بنسبة 5.55%، ما يشير إلى تناول محدود لهذه المواضيع مقارنة بباقي القضايا، ويُفسر برغبة البرنامج في معالجة المسائل الثقافية من زاوية كونية وحدائنية بدل الانغلاق في الهويات الفرعية أو الدينية.

3. يتّسم الخطاب الثقافي في برنامج *Culture: L'autre regard* بتنوع واضح يعكس انفتاحًا على مختلف أبعاد القيم الثقافية، حيث يركّز على إبراز التعددية الثقافية واحترام الاختلاف كمرتكز أساسي في بناء الوعي الجماعي. يظهر ذلك من خلال اهتمامه بقضايا التنوع والاندماج الثقافي، مما يمنح البرنامج طابعًا شموليًا يتجاوز الرؤية الأحادية للهوية. كما يولي البرنامج أهمية كبرى للأدب باعتباره أداة للتعبير النقدي والتفكير في التحولات المجتمعية، ما يدل على رغبته في ربط الثقافة بالمضامين الفكرية العميقة لا بمجرد الاستهلاك الرمزي. إلى جانب ذلك، يهتم البرنامج بكيفية تشكل الثقافة من خلال مساءلة الديناميكا التي تنتج الرموز والمعاني، مما يعكس وعيًا بكون الثقافة عملية متغيرة تخضع لتفاعل مستمر بين التراث والمعاصرة. ولا يغفل البرنامج الأبعاد الفنية في معالجته، إذ يمنح مكانًا لمواضيع الذاكرة الجماعية والموسيقى والفنون والسينما والمسرح، مسلطًا الضوء على دور الإبداع في بناء الوعي وتحديث النظرة إلى الثقافة، وإن كان الحضور الفني يبدو أقل مركزية مقارنة بالقضايا الرمزية والفكرية. بهذا، يتجلى البرنامج كمنصة ثقافية نقدية تُقارب الثقافة بوصفها فضاءً حيًا لتشكيل الهوية وتوليد المعاني في سياق منفتح ومتعدد.

4. يُظهر برنامج *Culture: L'autre regard* انخراطًا واضحًا في مقارنة الأدب كأداة فكرية وجمالية لتفكيك القيم والهويات الثقافية، حيث يمنح السرد الروائي والشعري مكانة مركزية باعتباره وسيطًا تعبيريًا يُعيد تمثيل الواقع من زوايا رمزية وإنسانية متعددة، تعكس التوترات الاجتماعية والانفعالات الجماعية. ومن خلال التركيز على قضايا مثل الإبداع، النوع الاجتماعي، والنقد الأدبي، يتبنى البرنامج مقاربة شاملة تُعلي من قيمة الاعتراف بالاختلاف والتعدد، وتفتح على تمثيلات جديدة للهويات والثقافات، في سياق معاصر يتسم بالحراك الرمزي والتفاعل بين التراث والتجديد. هذا الحضور المتنوع للأدب يترجم توجّهًا نحو إنتاج خطاب ثقافي حيّ، لا يكتفي بالتوثيق، بل يشارك في صياغة الوعي الجماعي وتمثيل الأصوات المهمّشة، مما يعكس تصورًا عميقًا للثقافة كأداة رمزية للتأمل والنقد والتحول.

5. يعكس تناول برنامج *Culture: L'autre regard* للمواضيع التاريخية توجهاً واضحاً نحو بناء خطاب ثقافي يُعيد تشكيل الذاكرة الجماعية من خلال رموز تاريخية ذات طابع توحيدي وسيادي، وعلى رأسها الأعياد الوطنية التي تُمثل لحظات مفصلية في التاريخ الجماعي تُستحضر كطقوس رمزية لتجديد العهد مع قيم السيادة والاستقلال والانتماء الوطني. إن هذا التركيز المكثف على الأعياد، إلى جانب الحضور القوي للثورة، يشير إلى استثمار مقصود في السرديات الكبرى التي توحد المخيال الجماعي وتوطر الهوية ضمن إطار بطولي تحرري، مقابل تراجع نسب تمثيل المقاومة الثقافية، التي تُعد من المواضيع ذات الحمولة الرمزية العالية، لكنها تتطلب مقارنة نقدية أعمق لتفكيك أشكال الهيمنة الثقافية ومظاهر الصراع الرمزي غير المباشر. في هذا السياق، يبرز اختيار المواضيع كآلية لإنتاج هوية ثقافية تتسم بالتماسك، لكنها تظل مهددة بالاختزال إذا لم تتسع لتمثيل التجليات الرمزية المتنوعة، لا سيما تلك المرتبطة بالمقاومة الثقافية والتمثيلات الهوياتية غير الرسمية. وعليه، فإن الخريطة الموضوعاتية للبرنامج تعبر عن توازن دقيق بين تأكيد القيم الوطنية والسيادية من جهة، ومحاولة استيعاب التنوع الرمزي والثقافي من جهة أخرى، ما يعكس اشتغلاً ضمن مشروع إعلامي يسعى إلى بلورة سردية وطنية حديثة تتغذى من الذاكرة وتُعيد تأويلها في ضوء الحاضر.

6. توزيع القيم الثقافية في برنامج *Culture: L'autre regard* متوازن يعكس تعددية في توجهات الخطاب الثقافي، حيث تتصدر القيم الفنية والفكرية بنسبة 36.58%، ما يدل على أن البرنامج يولي أهمية كبرى للإبداع والتفكير النقدي كوسيلتين للتعبير عن الهوية والتفاعل مع القضايا الثقافية الراهنة. تليها القيم المعرفية التعليمية بنسبة 35.13%، في إشارة إلى وعي البرنامج بدور الثقافة في نقل المعرفة وتكوين وعي جماعي قائم على التفكير والتحليل، بما ينسجم مع توجهه التنقيفي والتربوي. أما القيم الدينية والأخلاقية، فقد جاءت بنسبة 28.29%، مما يؤكد حضور البعد الأخلاقي والروحي بوصفه مرجعية رمزية لضبط العلاقة بين الحداثة والتقاليد دون طغيان. هذا التوزيع يعكس رؤية شمولية للثقافة، تُوظف فيها القيم كوسائل لإنتاج المعنى وتعزيز الهوية، حيث تتداخل الوظائف الجمالية والتعليمية والأخلاقية لتشكيل خطاب ثقافي

متكامل يسعى إلى ترسيخ الانتماء، وتحفيز التفكير، وتثبيت المرجعيات الجماعية في سياق اجتماعي متحوّل.

7. يكشف تحليل القيم الدينية والأخلاقية في برنامج *Culture: L'autre regard* عن التزام واضح بتكريس منظومة من المبادئ الإنسانية التي تدعم التعدد الثقافي والاندماج الاجتماعي، حيث يحتل التسامح (21.67%) والتعايش (22.75%) مكانة بارزة في الخطاب، بما يعكس تصورًا إعلاميًا يسعى إلى تعزيز قيم الانفتاح وقبول الآخر، من خلال تقديم نقاشات غنية ومتنوعة تستضيف أصواتًا متعددة وتعكس خلفيات ثقافية وفكرية متباينة. ويظهر البرنامج هذه القيم كواقع ممارس وليس فقط كمفاهيم نظرية، مُجسدًا بذلك نموذجًا للتفاعل الإيجابي يعكس ما يسميه هابرماس بالفعل التواصلي القائم على الاعتراف المتبادل. في السياق نفسه، تتجلى قيم الصدق (19.79%) والوفاء (17.81%) كدعائم لخطاب ثقافي يقوم على النزاهة والشفافية، حيث يُبنى التفاعل الإعلامي على احترام عقل الجمهور وتقديم محتوى صادق يبتعد عن التزييف أو التبسيط المخل، في حين يُعبّر الوفاء عن علاقة رمزية بالجدور الثقافية والذاكرة الجماعية، كما يؤكد بول ريكور في تحليلاته للهوية والسردية. من ناحية أخرى، يظهر العدل (17.98%) كقيمة محورية تُطرح من خلال النقاشات المرتبطة بالعدالة الاجتماعية والمساواة، ليعيد البرنامج بذلك الاعتبار للثقافات المهمّشة ويمكّن الفاعلين الثقافيين من التعبير عن ذواتهم دون إقصاء، على نحو يتماشى مع نظرية الاعتراف لأكسيل هونيث. هكذا، لا يقدّم البرنامج مجرد محتوى ثقافي، بل يمارس فعلًا ثقافيًا يُعيد تشكيل التمثيلات المجتمعية، ويُعلي من شأن القيم التي تضمن التماسك الاجتماعي والاعتراف المتبادل، مما يجعله منصة فعّالة لترسيخ ثقافة أخلاقية تعددية قائمة على الإنصاف، والانفتاح، والذاكرة المشتركة.

8. القيم الفنية والفكرية في برنامج *Culture: L'autre regard* تعكس توازنًا واضحًا بين مكونات هذه القيم، مما يعكس المقاربة الشمولية للفعل الثقافي. تنصدر الرموز الفنية بنسبة 26.54% تليها الجمال الفني بنسبة 26.02%، مما يبرز تركيز البرنامج على البعد الرمزي والجمالي للإنتاج الثقافي. يُظهر التعبير الفني (25.36%) والإبداع (22.08%) أيضًا مكانة مركزية، حيث يُمنح الفاعلون الثقافيون مساحة للإبداع والتعبير الحر، مما يُسهم في تعزيز الهوية الجمالية للمجتمع وإعادة تشكيل الوعي الثقافي. من خلال استحضار الرموز الفنية، يُكرّس البرنامج قيمة الهوية والذاكرة الثقافية، ويُسهم في بناء خطاب ثقافي يعكس التعدد الثقافي والاختلاف الإبداعي. كما يُعزز الجمال الفني باعتباره قيمة إنسانية تُمكن الأفراد من التفاعل النقدي مع الثقافة، ويُسهم في توسيع أفق التفكير الإبداعي لدى الجمهور.

9. مصادر القيم في برنامج *Culture: L'autre regard* تُظهر توزيعًا متوازنًا بين المحاور المختلفة، حيث يُعطي البرنامج الأولوية للقيم والعادات بنسبة 36.63%، ما يعكس أهمية العادات في تشكيل الوعي الثقافي اليومي. تليها القيم والاتجاهات بنسبة 34.49%، ما يدل على التركيز على التوجهات المعاصرة مثل الاستدامة والمساواة، التي تعكس التغيرات الاجتماعية الحديثة. وأخيرًا، تمثل القيم والمعتقدات نسبة 28.88%، ما يعكس أهمية المعتقدات الثقافية والدينية في تحديد الهوية الثقافية. يعكس هذا التوزيع الشمولي رؤية البرنامج في تقديم خطاب ثقافي يوازن بين العادات، والمعتقدات، والاتجاهات الحديثة، ويُسهم في تشكيل ثقافة متجددة تفتح على التعددية مع الحفاظ على الجذور الثقافية.

10. أهداف القيم في برنامج *Culture: L'autre regard* يُظهر توزيعًا متميزًا لأولويات البرنامج. يأتي تعزيز الهوية الثقافية في المرتبة الأولى بنسبة 36.10%، مما يعكس التزام البرنامج بتقوية الرابط بين الأفراد وثقافتهم الخاصة في ظل التحديات المعاصرة، خاصةً في ظل العولمة. يعكس هذا التركيز على الهوية الثقافية الوطنية والارتباط بالجذور الثقافية للمجتمع، ويأتي هدف توصيل المعرفة والمعلومات بنسبة 33.24%، مما يبرز أهمية نقل الوعي الثقافي والفكري من خلال مناقشات عميقة مع

ضيوف من خلفيات متنوعة. هذا يشير إلى رغبة البرنامج في تعزيز التفكير النقدي والفهم الشامل للقضايا الثقافية والفكرية. فتأتي المحافظة على التراث الفكري والثقافي بنسبة 30.66%، ما يُظهر الالتزام بالحفاظ على التراث الثقافي المتنوع للأمة وتعريف الأجيال القادمة بتاريخهم الثقافي، هذه النسب توضح أن البرنامج يسعى إلى تقديم محتوى ثقافي شامل يجمع بين تعزيز الهوية الوطنية، نشر المعرفة الثقافية والفكرية، والحفاظ على التراث، مما يعكس رؤية شاملة للثقافة كعنصر حيوي في المجتمع.

11. أساليب الإقناع في برنامج *Culture: L'autre regard* يُظهر أن التكرار هو

الأداة الأكثر هيمنة بنسبة 47.77%، مما يبرز دوره الاستراتيجي في ترسيخ القيم الثقافية في الذاكرة الجماعية للجمهور، وهو ما يتماشى مع نظرية الغرس الثقافي التي تركز على تأثير التكرار في تثبيت الرسائل الثقافية. يأتي بعده أسلوب الاستفهام البلاغي بنسبة 17.14%، الذي يُستخدم لتحفيز التفكير النقدي لدى المشاهدين ودفعهم للتفاعل مع المواضيع الثقافية المطروحة، مما يعزز من الوعي الذاتي والهوية الثقافية في ظل التحديات المعاصرة. كما تُساهم أساليب القيم بنسبة 16.20% في بناء هوية ثقافية جماعية من خلال تمثيل القيم المشتركة مثل التسامح والحرية، وهو ما يتوافق مع نظرية القيم ما بعد المادية التي تدعو إلى التركيز على القيم الرمزية. في المقابل، يُستفاد من أسلوب السلطة والمرجعية بنسبة 11.74% لإضفاء الشرعية على الرسائل الثقافية عبر استضافة شخصيات مرموقة تُعزز من قيمة التراث الفكري والتاريخي، بينما يأتي الأسلوب العقلي في المرتبة الأخيرة بنسبة 7.15%، مما يعكس توجه نحو الخطاب العقلاني في تقديم القضايا الثقافية، ويعزز من التفكير النقدي الذي يعد من الأسس الثقافية في مواجهة تأثيرات العولمة. من خلال هذه الأدوات البلاغية المتكاملة، يُظهر البرنامج التزامًا بإعادة بناء الهوية الثقافية الوطنية، ويُساهم في ترسيخ القيم الرمزية والمفاهيم الفكرية التي تدعم التعددية الثقافية والاعتراف بالآخر في المجتمع الجزائري.

12. توزيع اللغة في برنامج *Culture: L'autre regard* يكشف عن هيمنة واضحة للغة الفرنسية، التي تمثل 80.48% من مجموع التفاعلات اللغوية، مما يعكس التوجه العام للبرنامج نحو خطاب نخبوي فرنكفوني موجه لجمهور يتقن اللغة الفرنسية بشكل رئيسي. هذه الهيمنة تظهر بشكل جلي في استخدام القائمين بالاتصال للفرنسية بنسبة 89.58% مقابل 76.30% لدى الضيوف، مما يشير إلى ارتباط البرنامج بالخطاب الثقافي الفرنكفوني. هذا التوجه قد يعزز من مكانة البرنامج لدى النخبة المثقفة لكنه قد يحد من الوصول إلى فئات اجتماعية لا تعتمد على اللغة الفرنسية بشكل يومي. في المقابل، يظهر استخدام محدود للعامة بنسبة 9.01%، مع تفوق استخدامها بين الضيوف (9.79%) مقارنة بالقائمين بالاتصال (7.30%)، مما يعكس رغبة في الحفاظ على طابع جدي ورصين مع إتاحة فرصة للتقرب من الجمهور الشعبي. كما يظهر المزيج بين الفرنسية والعامة بنسبة 6.70%، ما يعكس التعدد اللغوي الذي يعبر عن الواقع الاجتماعي واللغوي في الجزائر، ويُظهر محاولات للتوفيق بين اللغة الرسمية (الفرنسية) واللغة اليومية (العامة). هذا التوزيع اللغوي يعكس توازناً غير متكافئ بين الهويات اللغوية في الجزائر، حيث يغلب الطابع الفرنكفوني، بينما يبقى الفصحى حاضرة بنسبة ضئيلة تبلغ 3.81%.

الفصل الثالث: مقارنة التحليل الكمي والكيفي لحصة شرفات ثقافية

وحصة culture l'autre regard:

❖ جدول رقم 25: المواضيع الرئيسية للقيم الثقافية من خلال مضمون حصة شرفات

ثقافية وحصة culture l'autre regard:

النسبة %	تكرار حصة culture l'autre regard	النسبة %	تكرار حصة شرفات ثقافية	المواضيع الرئيسية
28.36%	354	26.80%	164	مواضيع فكرية فلسفية
29.49%	368	34.32%	210	مواضيع ثقافية إعلامية
22.12%	276	25%	153	مواضيع أدبية
20.03%	250	13.88%	85	مواضيع تاريخية
100%	1248	100%	612	المجموع

يعكس التوزيع الموضوعاتي في كل من برنامج "شرفات ثقافية" (الناطق بالعربية على القناة الجزائرية الثالثة) وبرنامج "Culture: L'autre regard" الناطق بالفرنسية على (canal Algérie) رؤيتين متكاملتين، ولكن متفاوتتين في تمثيل القيم الثقافية، سواء من حيث أولويات المواضيع أو أساليب المعالجة. فبينما يُظهر برنامج "Culture: L'autre regard" هيمنة للمواضيع الثقافية الإعلامية بنسبة 29.49%، يتجه "شرفات ثقافية" نحو منح هذه المواضيع نسبة أعلى نسبياً (34.31%)، مما يدل على تقاطع في اهتمام كلا البرنامجين بتقديم المحتوى الثقافي الحي والتفاعلي، إلا أن "شرفات ثقافية" يبدو أكثر تركيزاً على الثقافة كمنتج إعلامي مرتبط بالحدث والتظاهرات الفنية.

من جهة أخرى، نجد أن المواضيع الفكرية والفلسفية تحتل المرتبة الثانية في كلا البرنامجين، لكن بنسبة أعلى في "Culture: L'autre regard" (28.36% مقابل 26.79% في شرفات ثقافية)، ما يدل على طابع أكثر تأمليًا ونخبويًا للنسخة الناطقة بالفرنسية، حيث يُسلط الضوء على قيم العقل، الحرية، والمساءلة الفلسفية، وهي قيم ترتبط بالمرجعية الفرنكوفونية الحداثية. أما فيما يخص المواضيع الأدبية، فقد نالت نسبة معتبرة في "شرفات ثقافية" (25%)، بينما تراجعت قليلًا في (22.12%) "Culture: L'autre regard"، ما يُشير إلى أن النسخة العربية تُراهن أكثر على الأدب كحامل للهوية الثقافية ورافد من روافد القيم الرمزية. في المقابل، يمنح البرنامج الفرنسي الأدب وظيفة تأملية نقدية ضمن الحقل الثقافي العام.

فيما يخص المواضيع التاريخية، نلاحظ أن "Culture: L'autre regard" يوليها اهتمامًا أكبر نسبيًا (20.03% مقابل 13.87% في شرفات ثقافية)، ما يدل على نزوع البرنامج إلى إعادة تشكيل العلاقة مع الذاكرة الوطنية عبر سرديات تاريخية، خاصة في ظل تعدد المرجعيات الثقافية لمتحدثي الفرنسية. بينما يُظهر "شرفات ثقافية" تراجعًا نسبيًا لهذا المحور، ربما بفعل التركيز الأكبر على القيم الحية والمعاصرة المرتبطة بالثقافة اليومية.

يمكن فهم أن البرامج الثقافية تعمل كآليات لغرس تمثلات معينة عن القيم والهوية في وعي الجمهور. فبرنامج "شرفات ثقافية" يُغرس تدريجيًا تمثلات تركز على القيم الأدبية والرمزية المرتبطة بالهوية المحلية والعربية، في حين يغرس "Culture: L'autre regard" نموذجًا ثقافيًا يتبنى القيم الحداثية، الفكرية، والتاريخية بشكل أكثر وضوحًا، ضمن فضاء فرنكفوني متداخل مع العالمية.

تساهم هذه البرامج، عبر تكرار تمثلات معينة لمفاهيم مثل "التراث"، "الهوية"، "الثقافة الحية"، و"المتقف"، في إعادة تشكيل الإدراك الجمعي حول ما يُعتبر مهمًا ثقافيًا في الجزائر اليوم. وفقًا لنظرية الغرس الثقافي، هذا التكرار المتباين بين البرنامجين يؤدي إلى خلق نسقين متوازيين من القيم الثقافية: أحدهما يعتمد على الأدب والعادات والتقاليد، والآخر يركز على العقل والتاريخ والتعددية. غير أن كليهما يلتقي في ترسيخ الانتماء الثقافي، وإن كان كلٌّ منهما يسلك مسارًا لغويًا ورمزيًا مختلفًا.

❖ جدول رقم 26: المواضيع الفرعية للمواضيع الفكرية الفلسفية من خلال مضمون حصة

شرفات ثقافية وحصة culture l'autre regard:

النسبة %	تكرار حصة culture l'autre regard	النسبة %	تكرار حصة شرفات ثقافية	المواضيع الفكرية الفلسفية
27.35%	320	26.16%	56	الهوية الثقافية
23.50%	275	21.02%	45	عرض الكتب ومناقشتها
7.70%	90	19.15%	41	الهوية الوطنية
17.10%	200	16.35%	35	النخب الفكرية
18.80%	220	10.28%	22	حرية الفكر والتعبير
5.55%	65	7.05%	15	الهوية الإسلامية
100%	1170	100%	214	المجموع

يُبرز الجدول المقارن للتوزيع المواضيع الفرعية للمواضيع الفكرية الفلسفية عبر مضمون برنامجي شرفات ثقافية (باللغة العربية، على القناة الثالثة الجزائرية) و *Culture: L'autre regard* بالفرنسية، على قناة (canal Algérie)، أن كلاهما يُولي أهمية خاصة لموضوع الهوية الثقافية، حيث تصدّرت المواضيع الفكرية في البرنامجين بنسبة 26.16% و 27.35% على التوالي. هذا الحضور القوي يعكس انشغالا مؤسسياً واضحاً بقضية الهوية في الخطاب الإعلامي العمومي، بما ينسجم مع افتراضات نظرية الغرس الثقافي التي تشير إلى أن التكرار المنتظم للمواضيع الرمزية مثل الهوية يُسهم في ترسيخها داخل الوعي الجمعي.

في المقابل، تظهر بعض الفروقات الدالة بين البرنامجين. فبرنامج شرفات ثقافية يُبرز تركيزاً أوضح على موضوع الهوية الوطنية بنسبة 19.15% مقارنة بـ7.70% فقط في *Culture: L'autre regard*، ما يدل على توجه لغوي وثقافي يربط العربية أكثر بالسرديات الوطنية. أما برنامج *Culture: L'autre regard*، فيُعطي أولوية أكبر لموضوع حرية الفكر وحرية التعبير بنسبة 18.80%، مقارنة بـ10.28% في برنامج شرفات ثقافية، مما يشير إلى نزعة نُخبوية أكثر انفتاحاً على الحريات الفردية داخل الخطاب الثقافي الفرنكفوني للتلفزيون العمومي. من جهة أخرى، يُظهر برنامج *Culture: L'autre regard* اهتماماً ملحوظاً بعرض الكتب ومناقشتها بنسبة 23.50%، مقابل 21.02% في شرفات ثقافية، ما يعكس نزعة أكاديمية أو معرفية تُوظف الكتاب كوسيط محوري لنقل القيم الثقافية. في كلا البرنامجين، يسجل موضوع الهوية الإسلامية نسباً ضعيفة (7.05% في شرفات ثقافية و5.55% في البرنامج *Culture: L'autre regard*)، مما قد يدل على توجه نحو خطاب ثقافي عالمي أو على الأقل غير مؤطر دينياً، رغم اختلاف السياقات اللغوية والجمهور المستهدف. وفقاً لنظرية الغرس الثقافي، فإن التكرار المنتظم لهذه المواضيع في برامج ثقافية عمومية يُسهم في بناء إدراك معياري لدى الجمهور حول مفاهيم محورية في الثقافة الجزائرية المعاصرة، مع اختلاف في التأطير الرمزي والأسلوبي بحسب اللغة والسياق.

❖ جدول رقم 27: المواضيع الفرعية للمواضيع الثقافية الإعلامية من خلال مضمون

حصة شرفات ثقافية وحصة culture l'autre regard:

النسبة %	تكرار حصة culture l'autre regard	النسبة %	تكرار حصة شرفات ثقافية	المواضيع الثقافية الإعلامية
19.11%	220	18.78%	55	تشكل الثقافة
14.76%	170	10.92%	32	الذاكرة الجماعية
25.72%	296	27.30%	80	التنوع الثقافي
6.52%	75	9.22%	27	واقع السينما والمسرح
9.74%	112	11.60%	34	واقع الموسيقى والفنون التشكيلية
24.15%	278	22.18%	65	واقع الأدب
100%	1151	100%	293	المجموع

يعكس التوزيع الكمي للمواضيع الثقافية الإعلامية في برنامجي "شرفات ثقافية" (على القناة الثالثة الناطقة بالعربية) و (Culture: L'autre regard) على قناة Canal Algérie الناطقة بالفرنسية، تشابهًا نسبيًا في ترتيب الأولويات الثقافية، مع اختلاف في درجة التركيز حسب الفئة المستهدفة والطابع التحريري لكل برنامج.

يتصدر موضوع التنوع الثقافي كلا البرنامجين، حيث يمثل 27.30% من مواضيع "شرفات ثقافية" و 25.72% من مواضيع "Culture: L'autre regard"، ما يدل على أن الخطاب الثقافي في الإعلام العمومي يعكس وعيًا بأهمية إبراز التعدد والتنوع كقيمة تأسيسية في الهوية الجزائرية. ويُعد هذا الانشغال متماسيًا مع منطق نظرية الغرس الثقافي التي ترى أن التكرار المستمر للمواضيع يؤسس لتصورات مشتركة داخل الجمهور حول الواقع، في هذه الحالة حول التعدد الثقافي كمكون طبيعي ومرغوب فيه.

أما واقع الأدب وتشكّل الثقافة فيأتیان بنسب مرتفعة في البرنامجين، مما يُظهر اهتمامًا بتطور التعبيرات الثقافية المكتوبة والرمزية، ويؤكد دور الأدب كرافعة للقيم الهويةية والفكرية. في "Culture: L'autre regard"، يشكل الأدب 24.15% وتشكّل الثقافة 19.11%، في حين يسجلان في "شرفات ثقافية" نسبةً قريبة (22.18% و 18.78% على التوالي)، مما يعكس توجهًا نحو تقديم الثقافة كعملية حية وديناميكية تتفاعل مع التحولات الاجتماعية والسياسية. في المقابل، يُسجل "Culture: L'autre regard" تركيزًا أكبر على الذاكرة الجماعية (14.76%) مقارنة بـ «شرفات ثقافية» (10.92%)، ما يُشير إلى حضور أقوى للبعد التاريخي الرمزي في الخطاب الفرنكوفوني، خاصة في مقارنة الذاكرة كأداة لإعادة بناء الهوية ومساءلة الماضي الاستعماري. ويُسهم هذا التركيز، ضمن منطق الغرس الثقافي، في تثبيت سرديات جماعية توطر فهم الجمهور للهوية الوطنية ضمن مسار زمني ممتد. أما الفنون مثل السينما، المسرح، الموسيقى، والفنون التشكيلية، فرغم تراجعها العددي مقارنة بباقي المحاور، فإنها تظل حاضرة بوصفها تعبيرات رمزية تعكس حيوية المشهد الثقافي. ويُظهر البرنامج الناطق بالفرنسية تركيزًا نسبيًا أعلى على الموسيقى والفنون التشكيلية مقارنة بـ «شرفات ثقافية»، مما قد يدل على توجه نحو تثمين الرموز الثقافية العالمية أو التجريبية أكثر من التعبيرات الشعبية أو المحلية.

❖ جدول رقم 28: المواضيع الفرعية للمواضيع الأدبية من خلال مضمون حصة شرفات

ثقافية وحصة culture l'autre regard:

المواضيع الأدبية	تكرار حصة شرفات ثقافية	النسبة %	تكرار حصة culture l'autre regard	النسبة %
الرواية والقصة	24	%14.37	285	%23.03
الشعر المعاصر	35	%21.34	254	%20.52
النقد الأدبي	40	%24.39	195	%15.75
الإبداع الشعري	20	%12.21	176	%14.21
التراث والتجديد	33	%20.18	148	%11.96
المرأة والأدب	12	%7.40	180	%14.53
المجموع	164	%100	1238	%100

في برنامج "شرفات ثقافية"، يشكّل النقد الأدبي (24.39%) والشعر المعاصر (21.34%) والتراث والتجديد (20.18%) محاور مركزية، ما يُشير إلى تمسك البرنامج بخطاب تقليدي يتجه نحو تعزيز القيم المحافظة المرتبطة بالأصالة، التحليل النخبوي، والتوازن بين الحداثة والتراث. الحضور الضعيف لموضوع "المرأة والأدب" (7.40%) يعكس غيابًا نسبيًا لقضايا النوع الاجتماعي، ما يدل على أن البرنامج لا يمنح مساحة كافية لتمثيل الهويات الثقافية الهامشية أو خطاب المساواة، وهو ما ينسجم مع غرس ثقافي موجه نحو جمهور محافظ ومتجانس في نظره للثقافة.

في المقابل، يُظهر برنامج "Culture: L'autre regard" تنوعًا لافتًا في التمثيلات الأدبية، حيث تحتل الرواية والقصة (23.03%)، والشعر المعاصر (20.52%)، والمرأة والأدب (14.53%) مراتب متقدمة، ما يكشف عن توجه واضح نحو قيم الحداثة والتعدد والاعتراف بالآخر. كما أن الحضور المهم لموضوع "الإبداع الشعري" (14.21%) يُعزز هذا الطابع منفتح، والذي يُرسخ قيمًا ثقافية تُشجع على التعبير الفردي والابتكار الجمالي. تبعًا لنظرية الغرس الثقافي، يمكن القول إن البرنامج الأول يُرسخ تصورًا محافظًا للأدب كأداة لبناء هوية ثقافية وطنية تقليدية، بينما الثاني يغرس قيمًا أدبية حديثة مرتبطة بحرية التعبير، التنوع الثقافي، والاعتراف الاجتماعي، وهو ما يعكس تباينًا في الرؤية التحريرية بين قناتين تنتمي إلى نفس المؤسسة الإعلامية العمومية، لكنه يكشف عن استراتيجيات ثقافية مختلفة في تمثيل الأدب كمرآة لهوية المجتمع.

❖ جدول رقم 29: المواضيع الفرعية للمواضيع التاريخية من خلال مضمون حصة شرفات

ثقافية وحصة culture l'autre regard:

النسبة %	تكرار حصة culture l'autre regard	النسبة %	تكرار حصة شرفات ثقافية	المواضيع التاريخية
24.20%	107	22.5%	55	الثورة
13.13%	58	24.59%	60	المقاومة الثقافية
34.85%	154	31.55%	77	الأعياد الوطنية
27.82%	123	21.31%	25	الثقافة الشعبية
100%	442	100%	244	المجموع

يعكس التوزيع للمواضيع الفرعية للمواضيع التاريخية في برنامجي شرفات ثقافية و *Culture: L'autre regard*، رؤية مزدوجة للهوية الثقافية ذات امتداد تاريخي واضح، تتسجم مع منطق نظرية الغرس الثقافي التي تؤكد أن التكرار المتواصل للمضامين الإعلامية يُرسخ تصورات حول الواقع. فالمعالجة المكثفة لموضوع الأعياد الوطنية في كلا البرنامجين 31.55% في شرفات ثقافية و 34.85% في *Culture: L'autre regard* تُشير إلى محاولة توظيف الطقوس الرسمية كأدوات رمزية لإعادة إنتاج الانتماء الوطني وتقوية الشعور الجماعي بالتاريخ المشترك، مما يُغرس في وعي الجمهور تمثيلات موحدة حول "الوطن" و"الذاكرة".

من جهة أخرى، يُبرز البرنامج الناطق بالعربية اهتماماً أكبر بـ **المقاومة الثقافية (24.59% مقابل 13.13%)**، وهو ما يعكس تصوراً للثقافة كأداة نضال ومواجهة للهيمنة، في تمازج واضح بين البُعد السياسي والبُعد الرمزي للهوية. هذا الحضور القوي للمقاومة في شرفات ثقافية يُوشر إلى إنتاج خطاب يكرّس الثقافة كرافعة للتحرر والتجذّر التاريخي. أما *Culture: L'autre regard*، فرغم تركيزه أيضاً على مواضيع الثورة والأعياد، إلا أنه يُظهر انفتاحاً أكبر على **الثقافة الشعبية (27.82% مقابل 21.31%)**، وهو ما يُترجم توجّهاً نحو إدماج تعبيرات غير رسمية في بناء الذاكرة الجماعية، ومن ثم ترسيخ قيمة التعدد والتنوع داخل الهوية الجزائرية.

ويُلاحظ تقارب نسبي في تناول موضوع الثورة في البرنامجين (22.55% و 24.20%)، مما يُبرز الدور المحوري للثورة كمرجعية موحّدة، تُستثمر في ترسيخ الارتباط العاطفي بالماضي المشترك، في خطاب يُعيد تأويل الرموز الكبرى ويُعيد غرسها في الوعي العام كقيم تأسيسية. إن هذا التوزيع الموضوعاتي يُظهر أن الحصتين لا تكتفي بتغطية أحداث ثقافية، بل ينخرط ضمن عملية أوسع لبناء ذاكرة ثقافية وطنية، يُعاد من خلالها إنتاج رموز الهوية الجماعية، وتميرير القيم التاريخية والسياسية التي يراد لها أن تُغرس في وعي الجمهور. ويؤكد هذا المعطى أن الخطاب التاريخي في الإعلام الثقافي ليس محايداً، بل يُوجّه ليخدم مقاربات مختلفة حول الانتماء، الهوية، والثقافة الوطنية، وفق منطق الغرس الثقافي الذي يرى الإعلام بوصفه فاعلاً في تشكيل البنية المعرفية والرمزية لدى الأفراد.

❖ جدول رقم 30: القيم الرئيسية للقيم الثقافية من خلال مضمون حصة شرفات ثقافية

وحصة culture l'autre regard:

النسبة %	تكرار حصة culture l'autre regard	النسبة %	تكرار حصة شرفات ثقافية	القيم الرئيسية للقيم الثقافية
28.29%	290	19.71%	110	القيم الدينية والأخلاقية
36.58%	375	42.12%	235	القيم الفنية والفكرية
35.13%	360	38.17%	213	القيم المعرفية والتعليمية
100%	1025	100%	558	المجموع

يُظهر التوزيع الكمي للقيم الثقافية في البرنامجين توجهاً متقارباً من حيث تركيز الخطاب على البعد الفني والفكري، مع اختلاف نسبي في ترتيب باقي القيم. فقد سجلت القيم الفنية والفكرية أعلى نسبة في كلا البرنامجين، بـ 42.12% في "شرفات ثقافية" و 36.58% في "Culture: L'autre regard". يدل هذا التركيز على دور الثقافة في الإعلام كوسيط لإبراز الإبداع، التمثيلات الجمالية، والرموز الفكرية التي تُعيد تشكيل تصور الجمهور حول الذات والهوية من منظور إبداعي. وهو ما تتسجم معه نظرية الغرس الثقافي، التي تؤكد أن التكرار المنتظم لهذا النوع من القيم يُنتج رؤية ناعمة وجمالية للعالم الثقافي.

أما القيم المعرفية والتعليمية، فقد جاءت في المرتبة الثانية في "شرفات ثقافية" بـ 38.17%، والثالثة في "Culture: L'autre regard" بـ 35.13%، ما يُظهر انشغالاً مشتركاً في البرنامجين بترسيخ الثقافة كأداة لبناء الوعي وتعميم المعرفة، لكن بمرجعيات تعبيرية مختلفة: حيث تميل "شرفات ثقافية" إلى عرض المعرفة ضمن مقارنة تعليمية موجهة للجمهور العريض

الناطق بالعربية، بينما تُقدّم في "Culture: L'autre regard" ضمن أطر تحليلية نخبوية تعتمد على المرجع الفلسفي والفكري الغربي.

في المقابل، نلاحظ أن القيم الدينية والأخلاقية تُسجّل حضوراً أقوى في "Culture: L'autre regard" بـ28.29%، مقارنة بـ19.71% في "شرفات ثقافية". هذا الاختلاف قد يُقرأ، من منظور الغرس الثقافي، كمؤشر على إعادة تأويل القيم الأخلاقية في سياقات أكثر انفتاحاً على المفاهيم الكونية، مثل الحرية الفردية والتعدد القيمي، والتي تُطرح بشكل أكثر مباشرة في الخطاب الفرنكوفوني. أما في حصة شرفات ثقافية، فالقيم الأخلاقية والدينية تُستحضر غالباً في سياقات تقليدية أو رمزية ترتبط بالتراث أو السلوك المجتمعي، مما يعكس بُعداً محافظاً نسبياً في البناء القيمي للخطاب.

هذا التوزيع المتقارب في التوجه والمختلف في التفاصيل يعكس دور البرامج، بلغتيه الرسميتين، في إنتاج غرس ثقافي مزدوج: أحدهما يركز على البنية الرمزية العربية الإسلامية، والآخر يفتح على الفضاء الفلسفي والفكري الفرنكوفوني. وبهذا، لا يُقدّم الإعلام صورة موحّدة للثقافة فحسب، بل يُشكّل أيضاً فسيفساء من المرجعيات القيمية المتداخلة، يُعاد إنتاجها من خلال اللغة، والوسيط، ونمط التقديم.

❖ جدول رقم 31: القيم الفرعية للقيم الدينية والأخلاقية من خلال مضمون حصة شرفات

ثقافية وحصة culture l'autre regard:

النسبة %	تكرار حصة culture l'autre regard	النسبة %	تكرار حصة شرفات ثقافية	القيم الدينية والأخلاقية
19.79%	220	16.66%	36	الصدق
21.67%	241	13.88%	30	التسامح
17.81%	198	20.84%	45	الوفاء
17.98%	200	18.52%	40	العدل
22.75%	253	30.10%	65	التعايش
100%	1112	100%	216	المجموع

يُظهر توزيع القيم الدينية والأخلاقية في برنامجي "شرفات ثقافية" و "Culture: L'autre regard" تماثلاً في نوعية القيم المطروحة، واختلافًا في مستوى التركيز والتمثيل. إذ يُعطي برنامج شرفات ثقافية، بحكم لغته وسياقه العربي، الأولوية لقيمة التعايش (30.10%)، متبوعة بالوفاء (20.84%) والعدل (18.52%)، وهو ما يعكس تمثيلاً لقيم مجتمعية تُعلي من روابط الانتماء والثبات الاجتماعي، في خطاب موجه إلى جمهور واسع له حساسية تجاه الرموز الجماعية ذات الطابع القيمي والديني.

في المقابل، نجد أن برنامج *Culture: L'autre regard* يُوزع القيم بشكل أكثر توازناً، حيث تتقارب نسب التعايش (22.75%)، التسامح (21.67%)، والصدق (19.79%)، ما يعكس خطاباً أكثر انفتاحاً وفردانية، يتناسب مع جمهور نخبوي فرنكفوني، منفتح على قيم كونية. هذا الاختلاف في التوزيع لا يعني اختلافاً جذرياً في المرجعية القيمية، بقدر ما يُشير إلى تعدد أساليب التعبير عنها حسب الخصوصية اللغوية والثقافية لكل برنامج.

وفق نظرية الغرس الثقافي، يمكن اعتبار هذا التكرار المنهجي للقيم، لا سيما التعايش والتسامح، وسيلة لغرس تصور مشترك لدى الجمهور حول طبيعة المجتمع الجزائري المرغوب فيه: مجتمع تعددي، متسامح، ومتجذر في قيم إنسانية وأخلاقية. لكن في الوقت نفسه، تُظهر الأرقام أن *Culture: L'autre regard* يوزع إلى خطاب رمزي أوسع من المحلي، يُشجع على التفاعل مع القيم المعولمة، فيما يحتفظ شرفات ثقافية بخطاب أكثر تأصيلاً وتوجهاً نحو القيم التقليدية.

❖ جدول رقم 32: القيم الفرعية للقيم الفنية والفكرية من خلال مضمون حصة شرفات

ثقافية وحصة culture l'autre regard:

النسبة %	تكرار حصة culture l'autre regard	النسبة %	تكرار حصة شرفات ثقافية	القيم الفنية والفكرية
25.36%	193	27.11%	48	التعبير الفني
22.08%	168	35.03%	69	الإبداع
26.54%	202	22.04%	39	الرموز الفنية
26.02%	198	15.82%	28	الجمال الفني
100%	761	100%	177	المجموع

يشير توزيع القيم الفنية والفكرية في برنامجي "شرفات ثقافية" و "Culture: L'autre regard"، إلى تباين في التركيز الثقافي يعكس خلفيات لغوية وسياقية مختلفة، رغم وحدة المرجعية المؤسسية. ويظهر التحليل المقارن أن كلا البرنامجين يساهمان في غرس ثقافي ممنهج، لكن عبر اختيارات مختلفة للقيم الفنية والفكرية التي يعيدان إنتاجها وتكرارها في مضامينهما.

في برنامج "شرفات ثقافية"، تحتل قيمة الإبداع الصدارة بنسبة 35.03%، ما يُشير إلى توجه واضح نحو تثمين الإنتاج الفني الأصيل والمجهود الفردي في صياغة التعبير الثقافي. ويُعد هذا التركيز أحد مداخل نظرية الغرس الثقافي، إذ يُكرّر البرنامج عبر وحداته فكرة أن الإبداع هو العمود الفقري للثقافة الجزائرية المعاصرة، وبذلك يرسّخ هذا المفهوم في الوعي الجمعي. في المقابل، يُسجّل برنامج "Culture: L'autre regard" نسبًا متقاربة وأكثر توازنًا بين مختلف القيم، حيث تتوزع النسب بين الرموز الفنية 26.54% والجمال الفني 26.02% والتعبير الفني 25.36%، بينما يحتل الإبداع المرتبة الأخيرة بنسبة 22.08%. يُشير هذا التوزيع إلى أن culture l'autre regard يركز أكثر على البُعد الجمالي والرمزي للفن، في سياق يراعي التراث الفني العالمي والانفتاح الثقافي، بما يتماشى مع جمهور ناطق بالفرنسية قد يكون أكثر ارتباطًا بالمفاهيم الجمالية الكونية للفن.

وبموجب نظرية الغرس الثقافي، فإن هذا التنوع في التركيز لا يُعدّ اعتباطيًا، بل يُسهم في تكوين تصورات جماعية مختلفة داخل الجمهور الجزائري متعدد اللغة حول ما يُعد "فنيًا" و"متمقًا". ففي حين يُغرس في جمهور "شرفات ثقافية" تصورٌ للفن قائم على الإبداع الفردي والتجريب الثقافي ويغرس في جمهور "Culture: L'autre regard" تصورٌ للفن قائم على الجماليات الرمزية والقيم الكونية.

أما قيمة التعبير الفني، فهي تُحظى بحضور متقارب في كلا البرنامجين % 27.11 في شرفات ثقافية و% 25.36 في Culture l'autre regard ، مما يُبرز قاسمًا مشتركًا في اعتبار التعبير الفني وسيلة مركزية لنقل القيم الثقافية.

يتضح من هذا التحليل أن الحصص الثقافية محل الدراسة، تنتج خطابات ثقافية متعددة ومتكاملة، تُرسخ قيمًا فنية وفكرية متباينة بحسب السياق اللغوي والجمهور المستهدف، لكن كلها تسهم في تشكيل ثقافة هجينة منفتحة على التعدد والاختلاف، بما يتماشى مع هدف الغرس الثقافي في ترسيخ تصورات جماعية حول الهوية والذوق الفني.

❖ جدول رقم 33: مصادر القيم من خلال مضمون حصة شرفات ثقافية وحصة culture

:l'autre regard

النسبة %	تكرار حصة culture l'autre regard	النسبة %	تكرار حصة شرفات ثقافية	مصادر القيم
28.88%	175	31.76%	94	القيم والمعتقد
36.63%	222	27.02%	80	القيم والعادات
34.49%	209	41.22%	122	القيم والاتجاهات
100%	606	100%	296	المجموع

يعكس توزيع نسب مصادر القيم في برنامجي "شرفات ثقافية" و "Culture: L'autre regard" اختلافًا واضحًا في كيفية بناء الرسائل الثقافية وتمثيل الواقع القيمي. ففي برنامج "شرفات ثقافية"، تبرز القيم والاتجاهات باعتبارها المصدر الأكثر حضورًا بنسبة 41.22%، متبوعة بالقيم والمعتقد 31.76%، ثم القيم والعادات 27.02%. هذا الترتيب يُشير إلى أن البرنامج يركز على التمثلات الفكرية والسلوكية للقيم، بما يعكس رؤية تتبنى مقاربة أكثر فردانية وتأملية للثقافة، حيث يُنظر إلى القيم باعتبارها نابعة من اختيارات فردية، ومواقف فكرية، واتجاهات ذاتية. وهو ما يُترجم، بحسب منطق نظرية الغرس الثقافي، في شكل تصور متكرر للثقافة كعملية ديناميكية داخلية تُبنى من خلال التأمل والتوجيه الذاتي.

في المقابل، يكشف برنامج "Culture: L'autre regard" عن تموضع مختلف لمصادر القيم؛ إذ تحتل القيم والعادات الصدارة بنسبة 36.63%، تليها القيم والاتجاهات بنسبة 34.49%، ثم القيم والمعتقد بنسبة 28.88%. هذا النمط يُبرز ميلًا أوضح نحو تقديم القيم من خلال المرجعيات الاجتماعية الجماعية، حيث تُفهم الثقافة في إطار ما هو موروث، تشاركي، وتاريخي. يتماشى هذا التوجه مع الخصوصية الثقافية والخطابية للغة الفرنسية في الجزائر، والتي غالبًا ما تُصيغ الثقافة في ضوء سياقات سوسولوجية وهوية جماعية متعددة الأبعاد.

من هذا المنطلق، يمكن القول إن الفروقات في نسب مصادر القيم بين الحصتين لا تعكس مجرد تنوع في المضامين، بل تعبّر عن تصورين مختلفين للثقافة: الأول، يميل إلى إبراز القيم كتعبير عن الحرية الفردية والوعي الذاتي في "شرفات ثقافية"؛ والثاني، يُقارب القيم من خلال طابعها الجماعي والاجتماعي المستقر في "Culture: L'autre regard".

❖ جدول رقم 34: أهداف القيم من خلال مضمون حصة شرفات ثقافية وحصة culture

:l'autre regard

النسبة %	تكرار حصة culture l'autre regard	النسبة %	تكرار حصة شرفات ثقافية	أهداف القيم
33.24%	324	23.32%	45	توصيل المعرفة والمعلومات
36.10%	352	40.41%	78	تعزيز الهوية الثقافية
30.66%	299	36.27%	70	المحافظة على التراث الفكري والثقافي
100%	975	100%	193	المجموع

في مقارنة أهداف القيم بين برنامج "شرفات ثقافية" وبرنامج "Culture: L'autre regard" ، تظهر اختلافات في توزيع الأهداف، حيث أن كلا البرنامجين يركزان على مواضيع ثقافية متنوعة لكن مع اختلاف في الأولويات، مما يعكس طبيعة كل برنامج وظروفه السياقية. في برنامج "شرفات ثقافية"، يبرز هدف تعزيز الهوية الثقافية في المرتبة الأولى بنسبة 40.41%، ما يشير إلى التركيز القوي على الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية والتأكيد على قيمها المحلية. وهذا يتماشى مع طبيعة البرنامج الذي يتم بثه باللغة العربية، ويستهدف جمهوراً جزائرياً قد يكون أكثر ارتباطاً بالقيم الوطنية والمحلية. أما هدف المحافظة على التراث الفكري والثقافي، فيأتي ثانياً بنسبة 36.27%، وهو ما يعكس اهتماماً بالحفاظ على الموروث الثقافي والتاريخي. وتوصيل المعرفة والمعلومات، يأتي في المرتبة الثالثة بنسبة 23.32%، ما يعكس توازناً مع باقي الأهداف، حيث يتم تخصيص جزء من المحتوى لنقل المعلومات الثقافية والفكرية.

من ناحية أخرى، في برنامج "Culture: L'autre regard"، يختلف التوزيع بشكل طفيف. يُسجل هدف **توصيل المعرفة والمعلومات** نسبة 33.24%، وهي أعلى بكثير مقارنة بـ «شرفات ثقافية»، ما يشير إلى التركيز الأكبر في هذا البرنامج على تقديم معلومات واسعة وشاملة في مجال **الثقافة والفكر**. أما هدف **تعزيز الهوية الثقافية**، فيأتي في المرتبة الثانية بنسبة 36.10%، وهو نسبة أقل من البرنامج شرفات ثقافية، ما قد يشير إلى محاولات أوسع لإعادة تقديم **الهوية الجزائرية** ضمن سياق ثقافي فرنكفوني، بعيدًا عن التركيز المحلي الضيق. فيما يخص **المحافظة على التراث الفكري والثقافي**، فقد سجلت نسبة 30.66%، ما يعكس الاهتمام بالحفاظ على التراث في إطار الثقافة الجزائرية، ولكن بنسب أقل مقارنة بشرفات ثقافية. عند النظر إلى هذه النتائج من خلال **نظرية الغرس الثقافي**، نجد أن تكرار وتوزيع الأهداف في كلا البرنامجين له دلالات مهمة حول كيفية تأثير الإعلام العمومي على تشكيل القيم الثقافية في المجتمع. في «شرفات ثقافية»، تركز النسب العالية على **تعزيز الهوية الثقافية والمحافظة على التراث الثقافي**، مما يعكس توجهًا نحو غرس القيم الوطنية والمحلية في وعي المشاهدين. هذه القيم تُعاد وتُكرس بشكل مستمر في كل حلقة، ما يسهم في ترسيخ هذه التصورات الثقافية في الأجيال الحالية.

أما في "Culture: L'autre regard"، فقد يكون التركيز الأكبر على **توصيل المعرفة والمعلومات** إشارة إلى محاولة غرس تصور أكثر تنوعًا عن الثقافة الجزائرية، وقد يتماشى هذا مع السياق الثقافي الفرنكفوني الذي يسعى البرنامج إلى تبنيه. وعلى الرغم من ذلك، فإن **تعزيز الهوية الثقافية** لا يزال يشكل جزءًا مهمًا من المحتوى، لكنه يُعرض من خلال منظور أوسع، حيث يتداخل مع مناقشات أكثر تنوعًا حول الثقافة في الجزائر.

بناءً على هذه المقارنة، يمكن القول إن كلا البرنامجين يسهمان في غرس القيم الثقافية في المجتمع الجزائري، ولكنهما يعلان ذلك بطريقة مختلفة، حيث يعكس «شرفات ثقافية» تركيزًا أكبر على **القيم المحلية والهوية الجزائرية** ضمن السياق العربي، بينما يسعى "Culture: L'autre regard" إلى **تقديم الثقافة الجزائرية** في إطار أكثر تنوعًا، يتجاوز الهويات المحلية.

❖ جدول رقم 35: أساليب الإقناع من خلال مضمون حصة شرفات ثقافية وحصة

:culture l'autre regard

النسبة %	تكرار حصة culture l'autre regard	النسبة %	تكرار حصة شرفات ثقافية	أساليب الإقناع
%7.15	53	%25.93	63	الأسلوب العقلي
%16.20	120	%27.57	67	الأسلوب القيمي
%11.74	87	%12.34	30	أسلوب السلطة أو المرجعية
%47.77	354	%24.28	59	أسلوب التكرار
%17.14	127	%9.88	24	أسلوب الاستفهام البلاغي
%100	744	%100	243	المجموع

عند مقارنة أساليب الإقناع في برنامج "شرفات ثقافية" على القناة الجزائرية الثالثة وبرنامج "Culture: L'autre regard" على قناة Canal Algérie ، يمكن ملاحظة اختلافات بارزة في استخدام أساليب الإقناع وتكرارها في كل من البرنامجين.

في برنامج "شرفات ثقافية"، يُستخدم الأسلوب القيمي بشكل بارز بنسبة 27.57%، يليه الأسلوب العقلي بنسبة 25.93%، وهو ما يعكس أهمية تقديم القيم الثقافية والأخلاقية بطرق عقلانية ومنطقية.

كما يبرز استخدام أسلوب التكرار بنسبة 24.28%، مما يعكس استراتيجية التأكيد المستمر على الرسائل الثقافية لتعزيز تأثيرها على الجمهور. أما أسلوب الاستفهام البلاغي، الذي يُستخدم بنسبة 9.88%، فيعمل على تحفيز التفكير النقدي والتفاعل الذهني مع المحتوى المعروض.

في المقابل، في برنامج "Culture: L'autre regard"، نلاحظ تبايناً في استخدام الأساليب. يتصدر أسلوب التكرار بنسبة عالية تبلغ 47.77%، ما يشير إلى استراتيجية قوية لتكرار الأفكار والرسائل الثقافية بهدف ترسيخها في ذهن الجمهور. الأسلوب الاستفهامي البلاغي يظهر بنسبة 17.14%، مما يدل على محاولة تحفيز الفضول والتفكير النقدي لدى المشاهدين. وعلى الرغم من أن الأسلوب القيمي موجود بنسبة 16.20%، إلا أنه أقل حضوراً مقارنة بصفة "شرفات ثقافية"، ما يعكس فارقاً في التركيز على القيم الثقافية والتوجه نحو تقديم رسائل فكرية أكثر تنوعاً. كما أن الأسلوب العقلي يستخدم بنسبة منخفضة جداً (7.15%) مقارنة بـ «شرفات ثقافية»، مما يعكس تفضيلاً أقل للاعتماد على التفسير المنطقي والعقلاني للمحتوى. هذا التباين بين الأسلوبين يعكس الفروق بين البرامج في طرق الإقناع الموجهة للجمهور. في "شرفات ثقافية"، هناك تركيز على تعزيز القيم الثقافية والأخلاقية من خلال الأساليب التي تعتمد على التفكير العقلاني والقيمي، في حين يولي "Culture: L'autre regard" اهتماماً أكبر للتكرار واستخدام الاستفهام البلاغي لخلق تفاعل نقدي وتقديم رسائل ثقافية وفكرية متنوعة.

من خلال هذا التحليل، يمكننا تطبيق نظرية الغرس الثقافي التي ترى أن التكرار المستمر للرسائل الثقافية يمكن أن يسهم في تكوين وعي جمعي مشترك حول القيم الثقافية. في "شرفات ثقافية"، يعمل التكرار على غرس القيم الثقافية التقليدية والأخلاقية، بينما في "Culture: L'autre regard"، يُستخدم التكرار كأداة لإعادة تشكيل الفهم الثقافي لدى الجمهور، وتعزيز التفكير النقدي والفتح على التعددية الثقافية.

❖ جدول رقم 36: اللغة المستخدمة عند القائم بالاتصال والضيوف من خلال مضمون حصة شرفات ثقافية وحصة culture l'autre

:regard

نوع اللغة	شرفات ثقافية: القائم بالاتصال (تكرار)	شرفات ثقافية: (%)	شرفات ثقافية: الضيوف (تكرار)	شرفات ثقافية: (%)	شرفات ثقافية: الضيوف (تكرار)	شرفات ثقافية: (%)	شرفات ثقافية: القائم بالاتصال (تكرار)	شرفات ثقافية: (%)	شرفات ثقافية: الضيوف (تكرار)	شرفات ثقافية: (%)	Culture : المجموع (تكرار)	Culture : (%)
العربية الفصحى	220	%58.36	282	%59.88	502	%59.19	/	/	58	%5.56	58	%3.81
الفرنسية	25	%6.63	12	%2.54	37	%4.35	430	%89.58	795	%76.30	1225	%80.48
العامية	32	%8.49	65	%13.81	97	%11.46	35	%7.30	102	%9.79	137	%9.01
مزيج بين الفصحى والعامية	100	%26.52	112	%23.77	212	%25	/	/	/	/	/	/
مزيج بين الفرنسية والعامية	/	/	/	/	/	/	15	%3.12	87	%8.35	102	%6.07
المجموع	377	%100	471	%100	848	%100	480	%100	1042	%100	1522	%100

تُظهر بيانات توزيع اللغة في برنامجي "شرفات ثقافية" و "Culture: L'autre regard" تبايناً واضحاً في الاستخدام اللغوي يعكس التوجهات الثقافية والخطابية لكل منهما. ففي برنامج "شرفات ثقافية"، الذي يُبث باللغة العربية، نجد أن اللغة العربية الفصحى تُستخدم بنسبة 59.19% من إجمالي الخطاب، سواء من قبل القائمين بالاتصال أو الضيوف، مما يدل على توجه رسمي وأكاديمي في تناول المواضيع الثقافية، يعززه أيضاً اعتماد 25% على مزيج من الفصحى والعامية، وهو ما يعكس محاولة لتحقيق توازن بين الرصانة والتواصل الجماهيري القريب من المتلقي. كما أن استخدام العامية وحدها يمثل نسبة 11.46%، ما يشير إلى درجة من المرونة والانفتاح على التعبيرات الشعبية، فيما يبقى حضور اللغة الفرنسية محدوداً جداً بنسبة 4.35% فقط، ما يؤكد الطابع العربي الواضح للبرنامج.

أما في برنامج "Culture: L'autre regard"، فيطغى استخدام اللغة الفرنسية بشكل شبه كامل بنسبة 80.48% من مجموع التكرارات، بين القائمين بالاتصال (89.58%) والضيوف (76.30%)، ما يعكس هوية البرنامج اللغوية والثقافية، بوصفه موجّهاً لجمهور ناطق بالفرنسية. كما يُسجل البرنامج نسبة معتبرة من استعمال العامية (9.01%)، إلى جانب مزيج بين الفرنسية والعامية بنسبة 6.70%، وهو ما يبرز درجة من التكيف مع الخطاب الشفهي أو السياقات اليومية، في حين أن استخدام العربية الفصحى لا يكاد يُذكر (3.81%)، مما يُبرز الانفصال شبه التام عن هذا النمط اللغوي في البرنامج.

تُبيّن هذه المقارنة أن "شرفات ثقافية" يعتمد على تنوع لغوي ضمن المجال العربي، مع هيمنة الفصحى المدعومة بأشكال من العامية، في حين أن "Culture: L'autre regard" يتموضع بوضوح ضمن الفضاء الفرانكفوني، مع هامش بسيط لاستخدام العامية. ويعكس هذا التفاوت اختلافاً في الرؤية الثقافية المضمّنة في كل برنامج، سواء من حيث جمهور الاستهداف أو من حيث بناء الخطاب الثقافي نفسه.

إن اللغة تُعد وسيلة مركزية في بناء المضامين الثقافية، ومن خلال تحليل برنامج "شرفات ثقافية" الناطق بالعربية وبرنامج "Culture: L'autre regard" الناطق بالفرنسية، يمكن ملاحظة أن اللغة أثراً عميقاً في تشكيل وتوجيه القيم الثقافية المعروضة في كل منهما. فبرنامج "شرفات ثقافية"، الذي يعتمد أساساً على اللغة العربية الفصحى مع نسبة معتبرة من العامية أو المزج بينهما، يعكس توجهاً نحو ربط المضامين الثقافية بالهوية اللغوية الوطنية. هذا الاستخدام

اللغوي يساهم في ترسيخ القيم الثقافية المرتبطة بالتراث العربي، مثل تعزيز الهوية والانتماء والمحافظة على الموروث الثقافي، حيث تلعب الفصحى دورًا في منح الخطاب طابعًا رسميًا وتقليديًا، في حين تُدخل العامية بعدًا شعبيًا وواقعيًا يقرب الخطاب من المتلقي اليومي.

في المقابل، يُقدّم برنامج "Culture: L'autre regard" خطابًا ثقافيًا مغايرًا من خلال هيمنة اللغة الفرنسية التي تمثل، في السياق الجزائري، حاملةً لرمزية معينة متصلة بالحدثة والانفتاح على الفضاء الثقافي الغربي. تعزز اللغة الفرنسية في هذا السياق قيمًا مختلفة نسبيًا، مثل التعددية، والقراءة السوسولوجية للتاريخ، والنقد الفني والفكري بأساليب تنتمي أكثر إلى المرجع الفرانكفوني، مما يجعل القيم الثقافية المعروضة تتسم بطابع أكثر تأمليًا وأقل ارتباطًا بالموروث الديني أو العادات التقليدية. كما أن إدماج العامية أو المزج بين الفرنسية والعامية في بعض الحلقات يعكس محاولة لكسر النمط الأكاديمي البحت وجعل المضامين أكثر مرونة وتنوعًا.

يتضح إذاً أن اللغة لا تقتصر على كونها أداة للتواصل فحسب، بل هي إطار ثقافي يحدد نمط تقديم القيم ويوجه فهمها. فاللغة العربية في "شرفات ثقافية" تُموقع الخطاب ضمن مرجعيات تقليدية وهوياتية، بينما توطر اللغة الفرنسية في "Culture: L'autre regard" الخطاب ضمن آفاق تحليلية ونقدية. وهذا التأثير اللغوي لا يُمكن فصله عن السياق السياسي والاجتماعي الذي تعمل فيه القنوات، حيث تتقاطع اللغة مع رهانات الهوية والانتماء والثقافة في مشهد تعددي ومتعدد اللسانيات.

❖ النتائج العامة:

1. تشير نتائج تحليل التوزيع الموضوعاتي لبرنامجي "شرفات ثقافية" و "Culture: L'autre regard" إلى وجود تمثليين ثقافيين متكاملين لكن متباينين في أولويات القيم الثقافية المُعالجة، ما يعكس ديناميكية المشهد الإعلامي الثقافي في الجزائر كثنائية لغوية ورمزية. فبينما يميل برنامج "شرفات ثقافية" إلى ترسيخ هوية ثقافية تركز على الأدب، الرموز، والممارسات الثقافية الحيّة المرتبطة بالفضاء المحلي والعربي، يتجه "Culture: L'autre regard" نحو بناء نموذج ثقافي محلي حديثي، يُعلي من شأن الفكر، التاريخ، والتعددية القيمية. وتُظهر هذه الثنائية من خلال إعادة إنتاج نسقين رمزيين مختلفين: نسق رمزي أدبي-هويتي، وآخر فكري-تاريخي. ورغم اختلاف مسارات المعالجة اللغوية والثقافية، فإن كلا البرنامجين يلتقيان في وظيفة تشكيل الانتماء الثقافي وتعزيز حضور الثقافة في الفضاء العمومي، كلٌّ وفق تمثيلاته المرجعية الخاصة.

2. البرامج تفسر مظهرات متعددة لمفهوم الهوية الثقافية ضمن خطاب إعلامي عمومي متنوع لغويًا ورمزيًا، مما يؤكد حضورًا ممنهجيًا لقضايا الهوية كأولوية ثقافية في برمجة المحتوى الثقافي. يُظهر هذا الحضور تناغمًا مع نظرية الغرس الثقافي، التي ترى في التكرار الإعلامي وسيلة لترسيخ المفاهيم المجردة في الإدراك الجمعي. ويُبرز الفارق في النسب بين البرنامجين تماثلات متباينة للهوية: إذ يركز برنامج "شرفات ثقافية" على بعد وطني واضح، معززًا السردية الوطنية بلغة عربية مشحونة بدلالات رمزية وانتمائية، في حين يمنح برنامج "Culture: L'autre regard" أولوية للحريات الفكرية والنقاشات النقدية، ضمن إطار ثقافي يتقاطع مع مرجعيات حديثة. كما يُجسد حضور الكتاب كوسيط مركزي في كلا البرنامجين بعدًا معرفيًا يُعيد الاعتبار للثقافة المكتوبة كأداة غرس وتأثير، وإن كانت أكثر بروزًا في النسخة الفرنسية.

3. يوجد تراجع نسبي للمواضيع المرتبطة بالهوية الإسلامية في كلا البرنامجين، ما يُشير إلى نزوع نحو خطاب ثقافي "ما بعد ديني" أو "عابر للمرجعيات الدينية"، ما يعكس تحوُّلاً تدريجيًّا في أولويات الخطاب الثقافي العمومي نحو قضايا الحداثة، المواطنة، والتعددية، وإن بصيغ رمزية ولغوية مختلفة.

4. هناك تشابها بنيويا في ترتيب الأولويات الثقافية الكبرى، خاصة فيما يتعلق بالتنوع الثقافي والأدب وتشكل الثقافة، بما يعكس توجهها مؤسسيا موحدا نحو ترسيخ قيم التنوع والتعبير الرمزي كأركان للهوية الوطنية الجزائرية المعاصرة. ورغم هذا التشابه، يكشف التحليل عن فروقات دالة في التموقع الرمزي لكلا البرنامجين، حيث يُظهر *"Culture: L'autre regard"* ميلاً أوضح نحو الذاكرة الجماعية والفنون البصرية والموسيقية، مما يعكس حساسية فرنكوفونية تجاه البعد التاريخي والتجريبي في مقارنة الهوية. في المقابل، يُعطي "شرفات ثقافية" الأولوية للأدب والتنوع الثقافي بوصفهما تعبيرين عن الثقافة المحلية والموروث الرمزي، ضمن خطاب يتسم بطابع أكثر تجذراً في المرجعية الوطنية.

5. إن البرنامجين يُساهمان، كل بلغته وخطابه، في إعادة تشكيل الإدراك العام للهوية الثقافية الجزائرية عبر مقاربات مختلفة: الأولى تميل إلى تثمين الرموز الكونية والتاريخية، والثانية إلى ترسيخ القيم الرمزية والأدبية المرتبطة بالذات الوطنية. ويعزز هذا التنوع الرمزي الوظيفة الغرسية للإعلام الثقافي العمومي، كفاعل أساسي في بناء الوعي الجمعي وتوجيه تمثلات الجمهور حول الثقافة، التاريخ، والهوية.

6. يُرسِّخ "شرفات ثقافية" خطاباً أدبياً محافظاً يركِّز على النقد الأدبي، الشعر، والجدل بين التراث والتجديد، فإنه يُقصي نسبياً تمثلات الهويات الهامشية كموضوع "المرأة والأدب"، ما يشير إلى نموذج ثقافي يستبطن تمثلات تقليدية حول الهوية والأدوار الثقافية. في المقابل، يتبنى *"Culture: L'autre regard"* خطاباً أكثر انفتاحاً وتعددياً، يُعيد تموضع الأدب ضمن فضاء ثقافي حداثي يحتفي بالتنوع، حرية التعبير، والابتكار، كما يُعطي تمثيلاً ملحوظاً للمرأة كفاعل ثقافي، ما يعكس دينامية فرنكوفونية أقرب إلى القيم العالمية المعاصرة.

7. رغم التقاطع حول بعض المحاور مثل الثورة كميّون تأسيسي للهوية، فإن الفروقات الدالة في معالجة مواضيع مثل المقاومة الثقافية والثقافة الشعبية تعكس تبايناً في الرؤية التحريرية لكل برنامج: حيث يُرْسَخ "شرفات ثقافية" تصوراً للثقافة كأداة نضالية، تغذيها مرجعيات تحررية وتاريخية، في حين يفتح "Culture: L'autre regard" على تنوّعات أكثر تعددية وشعبية، تُعيد دمج الذاكرة غير الرسمية ضمن خطاب ثقافي يُراهن على التنوّع.

8. إن البرامج الثقافية لا تكتفي بنقل المعرفة أو الترفيه، بل تؤدي دوراً بنوياً في تشكيل وتوجيه تمثلات الجمهور حول التاريخ والانتماء. وهو ما يُثبت أن الخطاب التاريخي في هذه البرامج ليس محايداً، بل يخضع لمنطق انتقائي يخدم مشاريع ثقافية رمزية مختلفة، تُوجّه وفق خلفيات لغوية وثقافية تعكس تعددية المرجعيات داخل الفضاء الإعلامي الجزائري.

9. إن الاختلاف في ترتيب القيم الأخرى، ولا سيما القيم الأخلاقية والدينية، يُشير إلى تباين دالّ في المرجعيات الرمزية والخطابية بين النسختين: إذ يميل برنامج "Culture: L'autre regard" إلى إعادة تأويل القيم الأخلاقية ضمن أفق كوني يتبنى مفاهيم الحداثة والتعددية، بينما يكرّس "شرفات ثقافية" حضوراً محافظاً نسبياً يستمد شرعيته من التراث والمرجعية المجتمعية.

10. أن الخطاب الإعلامي الثقافي الناطق بالعربية يُعيد إنتاج منظومة رمزية تستند إلى الهوية المحلية والدينية، في حين يُجسّد الخطاب الفرنكوفوني انفتاحاً على مرجعيات فلسفية وإنسانية عالمية. وهكذا، يُنتج الإعلام العمومي الجزائري غرساً ثقافياً مزدوجاً تتعايش فيه أنماط قيمية متعددة، تُعيد تشكيل الهوية الوطنية ضمن فسيفساء لغوية وثقافية، تُعبّر عن عمق التعدد داخل المجتمع الجزائري بدلاً من تجانسه الظاهري.

11. توزيع القيم الدينية والأخلاقية في برنامجي "شرفات ثقافية" و "Culture: L'autre regard"، يتضح وجود تقارب في طبيعة القيم المطروحة، مع اختلاف واضح في طريقة إبرازها ومدى التركيز عليها. ويُبيّن هذا التفاوت أن كلا البرنامجين يُقدّمان خطاباً أخلاقياً يسعى إلى ترسيخ قيم التعايش، التسامح، والعدالة، غير أن

الخصوصية اللغوية والثقافية لكل برنامج تُوجّه تمثيل هذه القيم نحو أفقين مختلفين: أحدهما جماعي تقليدي، والآخر فردي كوني.

12. التكرار النسقي للقيم، خاصة تلك ذات البُعد التعايشي والإنساني، يُسهم في ترسيخ نموذج قيمي مشترك، يُعزّز صورة مجتمع متعدد، منفتح، ومرتبب بجذوره في الآن نفسه. إلا أن التباين في التمثيل يعكس استراتيجيتين مختلفتين في الغرس الرمزي: واحدة تركز على تأصيل الهوية من خلال قيم تقليدية مألوفة، والأخرى تسعى إلى توسيع الأفق الأخلاقي ليشمل مفاهيم كونية تتماشى مع التحولات الثقافية المعاصرة.

13. يتقاطع البرنامجين في تمثيل الثقافة كأداة للتربية الجمالية وبناء الوعي الجمعي، ويعكسان معاً رؤية مؤسسية تسعى إلى تقديم صورة متكاملة للثقافة الجزائرية، تجمع بين الأصالة والانفتاح، وبين المحافظة والتجديد لأن التكرار المنهجي للقيم والمعاني في كلا البرنامجين يُسهم في تشكيل تصورات جماعية لدى الجمهور حول الفن، الهوية، والذوق الثقافي، ما يجعل من الإعلام الثقافي فاعلاً مركزياً في بناء الوعي الرمزي والمعرفي داخل المجتمع الجزائري.

14. اختلاف برنامجي "شرفات ثقافية" و «Culture: L'autre regard» في الطريقة التي يُبنى بها الخطاب الثقافي ويُقدّم من خلالها الواقع القيمي. فبرنامج "شرفات ثقافية" يركّز على تمثيل القيم باعتبارها نابعة من مواقف فردية وتأمّلات ذاتية، ما يبرز تصوراً للثقافة كعملية داخلية تُبنى من خلال الاتجاهات الفكرية والاختيارات الشخصية. في المقابل، يتجه "Culture: L'autre regard" إلى تقديم القيم من خلال العادات والتقاليد المشتركة، مع منح أهمية أكبر للمرجعيات الجماعية والسياقات الاجتماعية، ما يعكس فهماً للثقافة كتراث مشترك وممارسة جماعية متجذّرة في الواقع التاريخي والاجتماعي.

15. أهداف القيم بين برنامجي "شرفات ثقافية" و "Culture: L'autre regard" واضحة في ترتيب الأولويات الثقافية، مما يعكس السياق الخاص بكل برنامج وطبيعة جمهوره. في برنامج "شرفات ثقافية"، يأتي تعزيز الهوية الثقافية في المرتبة الأولى، مما يدل على تركيز كبير على الحفاظ على الهوية الجزائرية من خلال قيمها المحلية. هذا

يعكس تماشي البرنامج مع الجمهور الناطق بالعربية الذي يُحتمل أن يكون أكثر ارتباطًا بالقيم الوطنية. كما يُعطى اهتمام كبير للمحافظة على التراث الفكري والثقافي، وهو ما يعكس أيضًا حرصًا على حفظ الموروث الثقافي والتاريخي. ويظهر أيضًا هدف توصيل المعرفة والمعلومات. أما في "Culture: L'autre regard"، يُلاحظ اختلاف طفيف في توزيع الأهداف. يتميز هذا البرنامج بتركيز أكبر على توصيل المعرفة والمعلومات، مما يشير إلى اهتمام أكبر بتوفير محتوى ثقافي وفكري واسع. وعلى الرغم من أن تعزيز الهوية الثقافية لا يزال يمثل أولوية، إلا أنه يأتي في المرتبة الثانية، وهو ما يشير إلى توجيه هذا الهدف ضمن سياق ثقافي فرنكفوني أوسع. كما يُلاحظ أن المحافظة على التراث الفكري والثقافي.

16. إن كلا البرنامجين يلعبان دورًا في غرس القيم الثقافية في المجتمع الجزائري، لكنهما يقدمانها بأساليب مختلفة. "شرفات ثقافية" يركز على تعزيز الهوية المحلية والتاريخية من خلال السياق العربي، بينما يسعى "Culture: L'autre regard" إلى تقديم الثقافة الجزائرية في إطار أوسع، يتجاوز الهويات المحلية ليتفاعل مع مرجعيات ثقافية أوسع.

17. يتم استخدام الأسلوب القيمي بشكل بارز، حيث تتركز الرسائل حول القيم الثقافية والأخلاقية، مع تقديم محتوى يعتمد على الأسلوب العقلي الذي يسعى إلى تقديم تفسيرات منطقية وعقلانية حول المواضيع الثقافية. كما يُستخدم أسلوب التكرار بنسبة كبيرة لتعزيز الرسائل الثقافية عبر الحلقات المختلفة، مما يعكس استراتيجية التأكيد المستمر على القيم والمعتقدات لتعميق تأثيرها في وعي الجمهور. بالإضافة إلى ذلك، يتم استخدام الأسلوب الاستفهامي البلاغي، ولو بنسبة أقل، لإثارة التفكير النقدي وتحفيز التفاعل الفكري مع المحتوى المقدم.

18. في "Culture: L'autre regard"، نجد أن أسلوب التكرار يُستخدم بشكل بارز وبنسبة عالية، ما يعكس استراتيجية قوية لترسيخ الرسائل الثقافية والفكرية في ذهن المشاهدين، مع التركيز على تعزيز الفهم العميق للمفاهيم الثقافية المتنوعة. كما يتم استخدام الأسلوب الاستفهامي البلاغي بنسبة أعلى مقارنة بـ «شرفات ثقافية»، مما

يشير إلى محاولة تحفيز التفكير النقدي والفضول لدى جمهور أكثر انفتاحًا على مناقشات ثقافية وفكرية معقدة. في المقابل، يُظهر البرنامج اهتمامًا أقل بالقيم الثقافية التقليدية مقارنةً بـ «شرفات ثقافية»، مع تقديم رسائل ثقافية متنوعة تتجاوز التركيز على الموروث المحلي.

19. اللغة في هذين البرنامجين تُعدّ أكثر من مجرد وسيلة للتواصل، بل هي أداة رئيسية في بناء وتوجيه القيم الثقافية المعروضة. في "شرفات ثقافية"، تسهم اللغة العربية في تعزيز القيم المرتبطة بالهوية العربية والوطنية، مما يُعزز الانتماء الوطني والتأكيد على الموروث الثقافي. بينما في "Culture: L'autre regard"، تساهم اللغة الفرنسية في إبراز القيم المتعلقة بالحدثة، التعددية الثقافية، والنقد الفكري، مع التأكيد على الانفتاح على الفضاء الثقافي الغربي. وبالتالي، فإن الاختيارات اللغوية في كلا البرنامجين تُسهم بشكل مباشر في تشكيل الفهم الثقافي وتوجيهه، مما يعكس تأثيرًا عميقًا للغة على عملية غرس القيم الثقافية في المجتمع الجزائري.

خلاصة:

في ختام هذه الدراسة، يمكننا التأكيد على أن القيم الثقافية التي يتم تقديمها في برامج القنوات الجزائرية، مثل "شرفات ثقافية" على القناة الجزائرية الثالثة و "Culture: L'autre regard" على قناة Canal Algérie، تمثل انعكاسًا للهوية الثقافية الجزائرية بشكل متنوع ومختلف. يتضح من التحليل المقارن أن كل برنامج يعكس توجهًا ثقافيًا مميزًا، يعتمد على السياقات الاجتماعية والسياسية واللغوية التي تحكم بيئة الإنتاج الإعلامي في الجزائر.

يتميز برنامج "شرفات ثقافية" بتركيزه على القيم الوطنية والمحلية، حيث يقدم الثقافة الجزائرية من خلال عدسة الهوية العربية والإسلامية. هذا البرنامج يعتمد بشكل أساسي على اللغة العربية الفصحى، وهو ما يعكس الحرص على الحفاظ على الهوية اللغوية والثقافية للمجتمع الجزائري. القيم التي يعرضها البرنامج تركز على التعايش، الوفاء، والعدالة، وهي قيم اجتماعية تتماشى مع الرؤية المجتمعية التي تسعى إلى الحفاظ على التراث الثقافي والموروث الاجتماعي في مواجهة التحديات العصرية. من خلال أسلوب التكرار والاهتمام بالتحليل العقلي للأفكار، يعزز البرنامج هذه القيم في أذهان الجمهور، مما يساهم في تعزيز الروابط المجتمعية وتعميق الانتماء الوطني.

على النقيض، يقدم "Culture: L'autre regard" خطابًا ثقافيًا مغايرًا، يعتمد بشكل رئيسي على اللغة الفرنسية، ما يعكس انفتاحًا على الفضاء الثقافي الفرنكفوني. هذا البرنامج يسعى إلى تقديم الثقافة الجزائرية ضمن سياق ثقافي عالمي، بعيدًا عن الحدود التقليدية والضيقة، ويعرض قيمًا إنسانية أكثر تنوعًا مثل التسامح والتعددية. يسلط الضوء على أهمية التفكير النقدي، ويشجع على تبني مفاهيم ثقافية عالمية تتجاوز الهويات المحلية الضيقة. إن استخدام اللغة الفرنسية بشكل رئيسي، مع إدخال بعض عناصر العامية، يساهم في خلق تفاعل مع جمهور ناطق بالفرنسية، مما يعكس تزاوجًا بين الثقافة الجزائرية ومرجعيات ثقافية أخرى.

ولتعزيز دور البرامج الثقافية في القنوات الجزائرية في تشكيل الوعي الثقافي، ينصح بتعميق التنوع اللغوي والثقافي في البرامج، من خلال الجمع بين اللغة العربية والفرنسية والعامية بشكل متوازن، بحيث يمكن للبرامج أن تصل إلى جمهور أوسع وتعكس التعدد الثقافي واللغوي في

المجتمع الجزائري. كما يجب تعزيز الحوار بين الأجيال المختلفة والتفاعل بين القيم التقليدية والمعاصرة في البرامج الثقافية، لضمان استدامة القيم الثقافية في ظل التحولات الاجتماعية الحديثة.

إن الفروقات بين البرنامجين في تقديم القيم الثقافية لا تعكس فقط اختلافًا في أساليب الاتصال واستخدام اللغة، بل تكشف عن رؤية مختلفة للثقافة الجزائرية نفسها. "شرفات ثقافية" يمثل رؤية تعزز من الثقافة المحلية وترتبط القيم بالهوية الوطنية التقليدية، في حين يسعى "Culture: L'autre regard" إلى تقديم الثقافة الجزائرية باعتبارها جزءًا من عالمية ثقافية أوسع. هذا التباين يعكس التعدد الثقافي واللغوي في الجزائر، حيث تظل الهوية الجزائرية متعددة الأبعاد، تجمع بين ما هو محلي وما هو عالمي، بين ما هو تقليدي وما هو حديث.

إن تركيز البرامج الثقافية على تقديم قضايا الثقافة الجزائرية بطرق مبتكرة وغير تقليدية، مع الاهتمام بإبراز التنوع الثقافي في الجزائر في مختلف مجالات الفنون والأدب والموسيقى. من الضروري أن تُسهم هذه البرامج في تحفيز التفكير النقدي لدى المشاهدين، من خلال استضافة خبراء في مختلف المجالات الثقافية والفكرية، وتوفير مساحة للنقاش والتفاعل بين الجمهور والمقدمين. بهذه الطريقة، يمكن للإعلام الثقافي أن يصبح أداة فعالة في تعزيز الهوية الثقافية الجزائرية في ظل العولمة وتحقيق توازن بين التراث والمستقبل.

إن تحليل القيم الثقافية في هذين البرنامجين يُظهر كيف يمكن للإعلام أن يكون أداة قوية في تشكيل الوعي الثقافي لدى المجتمع، سواء من خلال تعزيز القيم المحلية كما في "شرفات ثقافية"، أو من خلال فتح آفاق جديدة للتفكير الثقافي كما في "Culture: L'autre regard". على الرغم من الاختلافات بين البرنامجين في تقديم القيم، إلا أن كلا منهما يساهم في تشكيل الوعي الثقافي لدى الجمهور الجزائري ويعزز من فهم التنوع الثقافي واللغوي في البلاد.

وفي الختام، يمكن القول إن الإعلام الثقافي في الجزائر، من خلال برامج "شرفات ثقافية" و"Culture: L'autre regard"، يساهم في بناء وتعزيز الهوية الثقافية الوطنية في سياقات متعددة. هذه البرامج تُظهر كيف يمكن للإعلام أن يعكس تفاعل المجتمع مع قيمه وثقافته، ويساهم في تشكيل صورة متجددة للهوية الجزائرية في عالم يسير نحو العولمة والتنوع الثقافي.

قائمة المصادر

والمراجع

❖ قائمة المصادر والمراجع:

- القواميس والكتب بالعربية:

أ. القواميس والمعاجم:

1. الفار محمد جمال، المعجم الإعلامي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2006
2. اللحام محمد الهادي وآخرون، القاموس عربي، بيروت، دار الكتب العربية، 2005
3. أحمد العايد وآخرون، المعجم العربي الأساسي المنظمة العربية للتربية والثقافة، بيروت، 1989.
4. بدوي أحمد زكي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية انجليزي فرنسي عربي، بيروت مكتبة لبنان، د ط، 1978.
5. جبور عبد النور، المعجم الأدبي، ط2، دار العلم للملايين، بيروت، 1984.
6. حجاب محمد منير، الموسوعة الإعلامية، المجلد الثاني دار الفجر للنشر والتوزيع
7. 2003.
8. دانيال روج قاموس لاروس السبيل: فرنسي -عربي مكتبة لاروس، باريس، 1983.
9. قاموس اللغة والاعلام، دار المشرق، بيروت، ط 1997، 1975
10. محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع القاهرة، الهيئة المصرية للكتاب، 1979
11. يوسف شلالة القاموس العلمي فرنسي عربي دار المعارف، الاسكندرية، 1991

ب. المراجع بالعربية:

1. ابراهيم عبده الدسوقي، وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية، دار الدنيا للطباعة والنشر، القاهرة، 2005.
2. ابن فارس، أحمد بن فارس بن زكريا، مقاييس اللغة، تحقيق عبد السلام محمد هارون، بيروت: دار الفكر، 1979.
3. أحمد بن مرسل: مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 2003.

4. أدورنو، تيودور، وهوركهايمر، ماكس، جدل التنوير: شذرات فلسفية. ترجمة: جورج كتورة. بيروت، دار الطلعة 2005.
5. إسماعيل حميدة، مناهج البحث الإعلامي بين النظرية والتطبيق. الجزائر: دار ومضة، 2014.
6. براهيم، إبراهيم، الإعلام العمومي الجزائري ورهان الخدمة العمومية. مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة بسكرة، العدد 8.
7. بلباس، عبد الكريم، سيولوجيا القيم: من أجل مقارنة سوسيوثقافية للقيم في المجتمعات المعاصرة، بيروت: المركز الثقافي العربي، 2001.
8. بلعياط، أحمد. الموسيقى الشعبية الجزائرية: تأثير التراث على الثقافة المعاصرة. الجزائر: دار النشر الثقافي، 2018.
9. بلعيد، صالح. الثقافة والهوية في المجتمع الجزائري. الجزائر: منشورات دار الهدى، 2015.
10. بلغيث، محمد الأمين، الذاكرة الجماعية والإعلام. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2012.
11. بن جدو، عبد الحفيظ، وسائل الإعلام والاتصال: المفاهيم والوظائف. دار الهدى، الجزائر.
12. بن جدو، محمد، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية. دار الهدى، الجزائر.
13. بن زينة، عبد الكريم، الإعلام والتربية في الجزائر: دراسة في التأثير والتفاعل. الجزائر: دار الهدى، 2015.
14. بن عبد الله، منى، القيم الأخلاقية في المجتمع الجزائري: تأثيرها على الثقافة الشعبية. الجزائر: دار النشر الجامعي، 2017.

15. بن عطاء الله، خديجة، التحولات القيمية في المجتمع الجزائري في ظل العولمة الثقافية .
مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر 2، العدد 26، 2017.
16. بن عيسى، فتيحة . دور العادات في بناء الهوية الثقافية خلال الأعراس الجزائرية .
الجزائر: دار النشر الجزائري، 2016.
17. بن عيسى، محمد البشير .الاتصال الاجتماعي والأسرة: العلاقة بين التنشئة الاجتماعية
ووسائل الإعلام .الجزائر: منشورات جامعة الجزائر، 2017.
18. بن نعوم، عبد الحميد، مدخل إلى علم الاجتماع الثقافي، الجزائر: دار هومة للنشر
والتوزيع، 2014.
19. بن يوسف، نور الدين .القيم الثقافية والهوية الوطنية في الجزائر: دراسة تحليلية .
الجزائر: منشورات دار الثقافة، 2022.
20. بنكراد، سعيد، السيمائيات وتحليل الخطاب .الدار البيضاء: دار توبقال، 2006.
21. بوخاري، عبد الكريم، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال. دار الفجر، الجزائر، 2010.
22. بورايو عبد الحميد، مناهج البحث الإعلامي: المقاربات الكمية والكيفية .الجزائر: دار
الهدى، 2005.
23. بورديو، بيير، التمثيلات الاجتماعية والثقافية .باريس: منشورات المعهد الفرنسي،
1997.
24. بورديو، بيير، أسئلة في علم الاجتماع .ترجمة: محمد سبيلا. بيروت: دار توبقال،
1993.
25. بورديو، بيير، الهيمنة الرمزية .ترجمة: أحمد حسان. بيروت: المنظمة العربية للترجمة،
1991.
26. بوزيد، نصر الدين، القيم الأسرية في المجتمع الجزائري وأثرها على الثقافة المحلية،
الجزائر: دار الثقافة، 2018.

27. بوسحابة، عبد الرحمان . الهوية الثقافية الجزائرية: العادات والممارسات الاجتماعية .
الجزائر: دار الثقافة، 2015.
28. بوسنة، ناصر، دور التلفزيون في تشكيل الوعي الثقافي للمواطن الجزائري .مجلة علوم
الإنسان والمجتمع، العدد 18، 2014.
29. بوشوشة، حمزة، العولمة والهوية الثقافية: دراسة تحليلية في التفاعل بين المحلي
والعالمي .مجلة دراسات إعلامية، جامعة باتنة، العدد 15، 2020.
30. بوشيخي، عبد القادر .مدخل إلى علم الاجتماع الثقافي .الجزائر: الديوان الوطني
للمطبوعات الجامعية، 2012.
31. بوصوف، عبد العالي، الهويات المركبة في العالم المعولم: دراسة في أزمة الانتماء
والتعددية الثقافية .الجزائر: منشورات جامعة الجزائر 2، 2017.
32. بومنجل، كمال .الإعلام الثقافي وتأثيراته في المجتمعات العربية .الجزائر: منشورات
جامعة الجزائر، 2013.
33. بومنجل، كمال .مدخل إلى الأنثروبولوجيا الثقافية .الجزائر: الديوان الوطني للمطبوعات
الجامعية، 2012.
34. بوير، كينث: الإعلام والثقافة: دراسات في تأثير الإعلام على الثقافة المحلية والعالمية،
دار الفكر العربي. 2007.
35. جابري عادل: الاعلام والثقافة في العالم العربي: دراسة حالة الجزائر .دار الفكر العربي.
36. الجابري، محمد عابد" .الثقافة العربية بين التقليد والتجديد .بيروت: مركز دراسات
الوحدة العربية، 2001.
37. الجابري، محمد عابد، بنية العقل العربي .بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية،
1990.

38. الجابري، محمد عابد، بنية العقل العربي. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1990.
39. جالد جولد: كل شيء عن الراديو والتلفزيون، دار المعارف.
40. جرينر، ج.، غروس، ل، العيش مع التلفزيون: ملف العنف. مجلة الاتصال، 1976.
41. جليلي، أحمد. الحكاية الشعبية الجزائرية وتأثيرها على الثقافة المحلية. الجزائر: منشورات جامعة الجزائر، 2017.
42. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. قانون الإعلام رقم 05-12. الجريدة الرسمية، العدد 15.
43. جيهان أحمد رشتي، الإعلام ونظرياته في العصر الحديث، دار الفكر العربي، القاهرة، 1971.
44. حداد، صالح. الممارسات الدينية في الجزائر. الجزائر: منشورات جامعة الجزائر، 2018.
45. خضور أديب، دور الإعلام المتخصص في تحسين الوعي العام. مجلة الدراسات الإعلامية، 2020.
46. خضير، زينب، الهويات في زمن العولمة: من الانتماء إلى التشظي. بيروت: دار رؤية للنشر والتوزيع. 2020.
47. الخطيب، محمد: الدين والمجتمع في العالم العربي. القاهرة: دار الشروق، 2001.
48. خليفي، أحمد، سائل الإعلام وتشكيل الوعي الاجتماعي في الجزائر. الجزائر: دار خيال، 2017.
49. الخنساء تومي، دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجزائري.
50. درويش، رشيد. الأسرة والتنشئة الثقافية: دراسة في الاتصال داخل الأسرة الجزائرية. الجزائر: دار النشر الثقافي، 2015.

51. درويش، كمال. القيم الاجتماعية وتأثيرها على الثقافة الجزائرية. الجزائر: دار الكتاب العربي، 2020.
52. دوركايم، إميل، الإعلام والهوية الثقافية. باريس: منشورات غاليمار، 2011.
53. دوركايم، إميل، قواعد المنهج السوسيولوجي، باريس: المطبوعات الجامعية الفرنسية، الطبعة 10، 1988.
54. رشيد أحمد طعيمه: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، القاهرة، ط1، 2004.
55. زروقي، عادل، البرامج الثقافية في التلفزيون الجزائري ودورها في تنمية الوعي الثقافي. مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 08، 2016.
56. الزيداني، عبد الرحمن، مدخل إلى علم الاجتماع الثقافي. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2009.
57. الزين، محمد شوقي، الفكر العربي وتحولات القيم. الجزائر: دار القصبه للنشر، 2012.
58. الزين، محمد شوقي، الفكر والواقع: دراسات في الفكر الثقافي والاجتماعي. الجزائر: منشورات الاختلاف، 2012.
59. السباعي، مصطفى: هكذا علمتني الحياة. دمشق: دار الفكر، 1997.
60. سعيد، إدوارد، الاستشراق. بيروت: دار الثقافة، 1993.
61. شريف، سمية. الإعلام الأسري: تأثير وسائل الإعلام الحديثة على الأسرة الجزائرية. الجزائر: دار النشر الجامعي، 2019.
62. صابي، نهاد، التلفزيون الرقمي ومقاييس الجذب الجماهيري في ظل التنافس الفضائي، جامعة ورقلة، 2022.
63. الصادق العلال، العلاقات الثقافية الدولية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، 2006.

64. طفة، علي أسعد، ثقافة التلقين وثقافة التفكير: من أجل تعليم يحفز العقل ويحرر الوعي. دمشق: دار الفكر، 2005.
65. عبادي، أسماء، نشأة التلفزيون وتطوره. جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، 2020.
66. عبد الحميد، محمد، منهج البحث في الإعلام: الأسس والإجراءات والتطبيقات ط5. القاهرة: عالم الكتب، 2010.
67. عبد الرحمان عزي، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2007.
68. عبد الرحمان عزي، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2007.
69. عبد العزيز شرف: وسائل الاعلام ومشكلة الثقافية، دار الجيل، بيروت، 1990.
70. عبد الله، إبراهيم. الهوية الثقافية في المجتمعات العربية. بيروت: دار النهضة العربية، 2010.
71. عبد الله، أحمد، الإعلام والثقافة: دراسات في تأثير الإعلام على الثقافة المحلية والعالمية، دار الفكر العربي.
72. عبد الله، سامي. القيم الدينية في الجزائر: تأثيرها على الهوية الثقافية. الجزائر: منشورات جامعة الجزائر، 2019.
73. عبد الله، محمد. التنشئة الاجتماعية وتأثيراتها في الثقافة. القاهرة: دار الفكر العربي، 2015.
74. عبد المجيد، ليلى، الإعلام الثقافي: المفاهيم والأسس. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2006.
75. عجينة، علي، ثقافة الإعلام وإعلام الثقافة. بيروت: دار الهادي، 2007.
76. العروي، عبد الله، مفهوم الثقافة. بيروت: المركز الثقافي العربي، 1996.

77. عزي، عبد الرحمن. النظرية الاجتماعية في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: دار هومة، 2005.
78. عفيفي، م. الهادي. الثقافة: مفهوما وخصائصها وعناصرها. مركز يقين للدراسات، 2022.
79. علي، نبيل، الثقافة العربية وعصر المعلومات. سلسلة عالم المعرفة، العدد 265، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2010.
80. غالب كاظم جواد عباس الدعيمي، التلفزيون وصناعة الرأي العام، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016.
81. غيث، محمد عاطف، معجم علم الاجتماع، القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 2001.
82. الفقيه، خالد. الأنثروبولوجيا الثقافية وعلاقتها بالظواهر الاجتماعية. الجزائر: منشورات جامعة الجزائر، 2017.
83. فوكو، ميشيل. وسائل الإعلام وتشكيل الرأي العام. باريس: دار سوي للنشر، 2009.
84. قارة عمر، محمد، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في العلوم الاجتماعية. دار الخلدونية، الجزائر.
85. قنطار، عبد العزيز، الإعلام والجمهور في الجزائر: دراسة تحليلية. الجزائر: دار النشر الجامعي، 2012.
86. مارشال ماكلوهان، كيف نفهم وسائل الاتصال، ترجمة الدكتور خليل صابات.
87. محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام الجماهيري، القاهرة: عالم الكتب، 2004.
88. محمد علي الأصفر، مظاهر الغزو الثقافي الأوربي المعاصر للوطن العربي، مجلة البحوث الإعلامية، طرابلس، 1992.

89. محمد محمود الجوهري، الدكتور السيد محمد الحسيني، سعد لبيب، مراجعة وتدقيق خليل صابات، دار النهضة العربية، القاهرة، 1975، ط1، ص1، نشر هذا الكتاب بالاشتراك مع مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر، القاهرة-نيويورك.
90. مرتاض، عبد الملك، في تحليل الخطاب الشعري. الجزائر: دار القصة، 2004.
91. مزياني، سهيلة، الإعلام كأداة من أدوات القوة الناعمة للدولة: دراسة تحليلية، جلة العلوم السياسية والقانون، 2021.
92. المستاري، جيلالي، تحولات القيم في المجتمع الجزائري المعاصر، الجزائر: منشورات المخبر الجامعي، جامعة تلمسان، 2012.
93. المطيري، صالح". الثقافة والمجتمع". القاهرة: دار الفكر العربي، 2010.
94. معط الله، أحمد، أثر وسائل الإعلام على الوعي المجتمعي. مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية.
95. موس، مارسيل. مفاهيم في السيسولوجيا. باريس: منشورات غا ليمار، 2006.
96. نافع، علي، الإعلام وصناعة الثقافة الجماهيرية. عمان، 2014، دار الحامد.
97. نجاه قداش، دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية. الجزائر: دار هومة للنشر، 2009.
98. نصر الدين عويسي، البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: دار الهدى.
99. الهاشمي، عبد الكريم: الثقافة الإسلامية: المفهوم والخصائص. الرياض: دار ابن الجوزي، 2004.
100. هلال، الطيب. التراث الشعبي الجزائري: أنماط الفولكلور والمعتقدات. الجزائر: دار الثقافة، 2016.
101. هوركهايمر، ماكس، وأدرنوه، تيودور: جدل التنوير: شذرات فلسفية (ترجمة جمال شحيد). دار الحوار.
102. الهويدي، إبراهيم: المدخل إلى الثقافة الإسلامية. جدة: مكتبة الملك فهد، 1998.

103. وطفة، علي أسعد، ثقافة التلقين وثقافة التفكير: من أجل تعليم يحفّز العقل ويحرر الوعي. دمشق: دار الفكر، 2004.
104. ونيسي، زهور، الكتابة النسوية في الجزائر: قضايا وتمثلات. الجزائر: دار القصبّة، 2005.
105. يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، الجزائر، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، 2007.
106. يوسف تمار، مناهج وتقنيات البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2006.
107. يوسف، عبد الرحمن، الصناعات الثقافية والإعلامية: دراسة في اقتصاديات الإعلام والترفيه. القاهرة، 2009، عالم الكتب.
108. اليونسكو، البرامج الثقافية في التلفزيون: دراسة للبحث الثقافي في 19 دولة. باريس: منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، 1976.

ت. الرسائل الجامعية:

1. الخنساء تومي، دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي جامعة محمد خيضر بسكرة نموذجاً، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علم الاجتماع جامعة محمد خيضر بسكرة 2016/2017.
2. بن عيشة عبد الكريم، صورة الإسلام والمسلمين في القنوات الفضائية الأجنبية الناطقة بالعربية: دراسة وصفية تحليلية على عينة من مضامين برامج قناة فرانس 24 أطروحة دكتوراه (غير منشورة) قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم الجزائر، 2015 2016.
3. تامي نصيرة، المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب من خلال البرامج الحوارية في الفضائيات الإخبارية العربية المتخصصة دراسة تحليلية مقارنة بين قناة الجزيرة القطرية

وقناة العربية السعودية، أطروحة دكتوراه منشورة كلية العلوم السياسية والإعلام، الجزائر
3، 2012.

4. تمار يوسف، نظرية الاجندة ستينغ دراسة نقدية على ضوء الحقائق، اطروحة دكتوراه
منشورة، كلية العلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2004/2005.

5. خليفة محمد فتحي، التمثلات الثقافية في الإشهار التلفزيوني -دراسة تحليلية سيمولوجية
لعينة من الأفلام الاشهارية في قناة الشروق tv أطروحة دكتوراه طور ثالث في علوم
الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم، 2016/2017.

6. ذهبية آيت قاسي الثقافة الشعبية في البرامج الثقافية الناطقة بالأمازيغية في التلفزيون
الجزائري (القناة الرابعة دراسة وصفية تحليلية لبرنامج تويزا، مذكرة ماجستير في علوم
الإعلام والاتصال المدرسة الدكتورالية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة وهران
2009/2010.

7. كوشي ابتسام، المضامين الثقافية للمجالات الاجتماعية وعلاقتها بتشكيل وإعادة تشكيل
هوية البطالين دراسة ميدانية لعينة من بطالين ولاية ورقلة، مذكرة لنيل درجة ماجستير في
علم الاجتماع، جامعة ورقلة الجزائر، 2012/2013.

- المراجع باللاتينية:

1. Assmann, J. (1995). Collective Memory and Cultural Identity. New German Critique, (65).
2. Assmann, J. (2011). Cultural Memory and Early Civilization : Writing, Remembrance, and Political Imagination. Cambridge : Cambridge University Press.
3. Bakhtin, Mikhail. (1981). The Dialogic Imagination : Four Essays. Austin : University of Texas Press.
4. Baudrillard, J. (1968). Le système des objets. Paris : Gallimard.
5. Berelson, B, Content Analysis in Communication Research. Glencoe, IL : Free Press, 1952.
6. Boudon, R. (1969). L'idéologie et le système de valeurs, Paris : Presses Universitaires de France.

7. Bourdieu, P. (1992). *Les règles de l'art : genèse et structure du champ littéraire*. Paris : Seuil.
8. Carey, J. W. (2009). *Communication as Culture : Essays on Media and Society*. Routledge.
9. Caune, J. (1999). *Pour une éducation au média : la télévision et la culture*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.
10. Certeau, Michel de. (1984). *The Practice of Everyday Life*. Trans. Steven Rendall. Berkeley : University of California Press, p. 96.
11. Chambat, P. (1994). *Les technologies de l'information et de la communication dans les pratiques culturelles*. Paris : Ministère de la Culture.
12. Charaudeau, *Le discours d'information médiatique : La construction du miroir social*. Paris : Vuibert, 2005.
13. Durkheim, É. (1912). *Les Règles de la méthode sociologique*. Paris : Félix Alcan.
14. Durkheim, E. (1988). *Les règles de la méthode sociologique*, Paris : Presses Universitaires de France, 1988, 10ed.
15. Geert, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. New York, NY : Basic Books.
16. Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The "mainstreaming" of America : Violence profile no. 11. *Journal of Communication*, 30.
17. Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). Living with television : The dynamics of the cultivation process. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Perspectives on media effects*.
18. Gramsci, Antonio. (1971). *Selections from the Prison Notebooks* (Q. Hoare & G. Nowell Smith, Eds. & Trans, New York : International Publishers.
19. Gripsrud, J. (1999). *Television and Common Knowledge*. Routledge.

20. Hall, S. (1996). *Questions of Cultural Identity*. London : SAGE Publications.
21. Hall, S. (1997). *Representation : Cultural representations and signifying practices* London : Sage & The Open University.
22. Harris, T., & Covington, L. (2019). Cultural products and global distribution : The role of Hollywood. *Journal of Cultural Economics*, 32(2).
23. Hennion, A. (2001). Les amateurs, ou comment rester fidèle à ce que l'on aime ? In *La revue du MAUSS*, 17(1).
24. **Krippendorff, Klaus** (2004). *Content Analysis : An Introduction to Its Methodology*. Sage Publications.
25. Léboeuf, G. (2003). *Les identités culturelles à l'épreuve de la mondialisation*. Presses Universitaires de France.
26. Léboeuf, G. (2003). *Les identités culturelles à l'épreuve de la mondialisation*. Paris : Presses Universitaires de France
27. Lévi-Strauss, Claude. (1962). *La pensée sauvage*. Paris : Plon.
28. Lévi-Strauss, C. (1958). *Anthropologie structurale*. Paris : Plon.
29. M. (1996). *Initiation à la méthodologie de la recherche en sciences humaines : Voir et comprendre*. Montréal : CEC.
30. Mamillon, C. (2018). *Le rôle de la télévision française dans la transmission de la mémoire collective de la Seconde Guerre mondiale au travers de documentaires*. Thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Montréal.
31. Mead, M. (1935). *Sex and Temperament in Three Primitive Societies* (p. 212). New York, William Morrow.
32. Meunier, J.-P. (1994). *Médias et éducation critique : Pour une lecture active des médias*. Bruxelles : De Boeck Université .
33. Morin, E. (2008). *La méthode 6 : Éthique, Seuil*.

34. Nora, P. (1984). *Les lieux de mémoire* (Vol. 1). Paris : Gallimard.
35. Olivier le Peuff, *la culture de l'information en reformation*, France Université de Rennes, thèse de Doctorat, Septembre 2009, paris.
36. Quivy, R., & Van Campenhoudt, L. (2006). *Manuel de recherche en sciences sociales* (4e éd.). Paris : Dunod.
37. Raymond Williams, *Culture and Society : 1780–1950*, New York : Columbia University Press, 1983.
38. Saucier, R, *Télévision et alphabétisation : expériences américaines et britanniques dans une perspective québécoise*. Communication Information.
39. Scannell, P., & Cardiff, D. (1991). *A Social History of British Broadcasting : 1922–1939*. Basil Blackwell.
40. Scheler, M. (1955). *Le formalisme en éthique et l'éthique matérielle des valeurs*. Trad. Jean Lacroix. Paris : Gallimard.
41. Scheler, M. (1955). *Le formalisme en éthique et l'éthique matérielle des valeurs*, Paris : Gallimard.
42. Schnapper, D. (2007). *La communauté des citoyens : Sur l'idée moderne de nation* (5e éd.). Paris : Gallimard.
43. Stoezel, J. (1963). *Psychologie sociale*, Paris : Presses Universitaires de France.
44. Tylor, E. B. (1871). *Primitive culture : Vol. 1. Researches into the development of mythology, philosophy, religion, art, and custom*. London : John Murray.
45. UNESCO. (n.d.). *L'impact de la télévision éducative sur les jeunes enfants*.
46. **Van der Kreeft, P.** (2003). *Analyser les contenus médiatiques : Méthodologie et pratique*. Bruxelles : De Boeck.
47. Watson, J. (2003). *Media, Communication, and Culture : A Global Approach*. Palgrave Macmillan.

48. Williams, Raymond. (1976). *Keywords : A Vocabulary of Culture and Society*. London : Fontana.

الملاحق:

جامعة الجزائر 03
كلية علوم الاعلام والاتصال
قسم علوم الاعلام

استمارة تحليل المحتوى:

يقوم الباحث بإعداد دراسة في إطار إنجاز أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام تحت عنوان " القيم الثقافية في الحصص الثقافية لقنوات للتلفزيون الجزائري: دراسة تحليلية لعينة من حصص شرفات ثقافية للقناة الإخبارية الثالثة وحصص Culture l'autre regard لقناة Canal Algérie " وهذه استمارة تحليل نقدمها معتمدين في ذلك على أداة تحليل المضمون لتحليل عينة من مضامين البرامج الثقافية إذ اقتصر اختيارنا فيها على فئات الشكل والمضمون، والتي تمثلت في كل من الفئات التالية: الموضوع، القيم، المصادر، الأهداف، الأساليب الإقناعية، اللغة المستعملة، الأطر المرجعية، كما تم الاعتماد على وحدة تحليل: الفكرة ومن خلال هذا يمكننا تقديم دليل التعاريف الاجرائية للفئات المستخدمة وعناصرها، وكذا النظر في لذا نطلب من سيادتكم:

- قراءة الوثيقة التي بين أيديكم، والالمام بعناصرها مع التمعن في دليل التعاريف الإجرائية.
- وضع علامة (+) أمام التعاريف التي ترونها مناسبة.
- وضع علامة (-) للتعاريف التي ترون أنها تحتاج التعديل.
- وضع علامة (X) أمام التعاريف التي ترونها غير مناسبة.
- إذا وجدتم أن هناك اضافات غير ضرورية لهذه التعريفات، فالرجاء منكم كتابتها في الورقة المحددة للملاحظات.

مع خالص التقدير والشكر.

اسم ولقب المشرف:

أ.د. كهينة سلام

اسم ولقب الباحث:

محمد رفيق بن شريف

السنة الجامعية 2025/2024

1. دليل التعاريف الإجرائية:

✓ فئة المضمون: التي تجيب على السؤال ماذا قيل؟

أولاً: فئة الموضوع: تمثل هذه الفئة مجموع المواضيع التي تم طرحها في البرامج عينة الدراسة في معالجتها للقيم الثقافية، ومن هنا نعرض المواضيع الرئيسية التي والتي بدورها تتفرع أيضا إلى مواضيع فرعية، وهي كالاتي:

أ. المواضيع الفكرية الفلسفية: تشير إلى المحتوى الذي يتناول المسائل الفلسفية والتفكير العقلاني حول القضايا الثقافية.

• **الهوية الوطنية**: الهوية الوطنية هي إحساس الإنسان بالانتماء إلى وطنه، بكل ما يحمله من تاريخ، أرض، لغة، ثقافة، وقيم مشتركة.

• **الهوية الثقافية**: الهوية الثقافية هي تعبير عن انتمائه الثقافي والفكري والروحي. تتجلى في اللغة التي يتحدثها، والعادات والتقاليد التي يمارسها، والقيم التي يؤمن بها.

• **النخب الفكرية**: النخب الفكرية هي فئة من المثقفين والمفكرين الذين يمتلكون مستوى عالٍ من المعرفة والثقافة، ولهم قدرة على التأثير في الرأي العام وصناعة الوعي الجماعي.

• **الهوية الإسلامية**: الهوية الإسلامية هي انتماء الإنسان إلى منظومة قيم ومبادئ مستمدة من الدين الإسلامي. تتجلى هذه الهوية في التزام المسلم بتعاليم الإسلام.

• **الحرية الفكرية وحد** **مبير**: الحرية الفكرية هي حق الإنسان في التفكير المستقل، وتكوين آرائه ومعتقداته دون قيود أو تدخل، وهي أساس لكل تقدم علمي وثقافي. أما **حرية التعبير** فهي امتداد لهذه الحرية، وتتمثل في قدرة الفرد على التعبير عن أفكاره ومواقفه ومشاعره علناً.

• **عرض الكتب والروايات ومناقشتها**: هو نشاط اعلامي يتم فيه تقديم ملخص شامل ومركز لمحتوى كتاب أو رواية، يليه نقاش جماعي أو فردي يهدف إلى تبادل الآراء وتفسير الرسائل الفكرية أو الأدبية.

ب. المواضيع الثقافية الإعلامية: هي المحتوى الذي يتناول الظواهر الثقافية في

مجالات الإعلام والاتصال، ويهدف إلى تحليل تأثير الإعلام على الثقافة والمجتمع.

• **تشكل الثقافة** العملية التي يكتسب من خلالها الفرد أو الجماعة مجموعة

من القيم، والمعارف، والعادات، والتقاليد، والرموز، التي تشكل نمط تفكيرهم

وسلوكلهم داخل المجتمع.

• **الذاكرة الجماعية**: هي تمثل مشترك لمجموعة من الأحداث والتجارب والتاريخ

داخل جماعة أو مجتمع، يتم تناقلها عبر الأجيال.

• **التنوع الثقافي**: هو وجود وتفاعل مجموعة من الثقافات المختلفة ضمن بيئة

اجتماعية أو جغرافية واحدة.

• **السينما والمسرح**: يشتركان في الهدف ذاته وهو تقديم قصص تُثير الفكر

والمشاعر، ويعتمدان على الأداء البشري. كما أن كلاهما يعتمد على الدراما

والتمثيل كوسيلة لإيصال رسائل قوية للمشاهدين.

• **الفنون الموسيقية والتشكيلية**: هما نوعان مختلفان من التعبير الفني، لكنهما

يرتبطان في قدرتهما على نقل المشاعر والأفكار عبر الحواس، ويمثلان جزءاً

أساسياً من الثقافة الإنسانية.

• **الادب في الجزائر**: الأدب هو مجموعة الأعمال الأدبية المكتوبة أو الشفهية

التي تعكس التجارب الثقافية والاجتماعية والتاريخية للشعب الجزائري.

ت. المواضيع الأدبية: تشير إلى المحتوى الذي يتناول الأدب بكافة أنواعه، مثل

الرواية، الشعر، القصة القصيرة، المسرح، والنقد الأدبي.

• **الرواية والقصة:** الرواية والقصة هما نوعان أدبيان من فن السرد، لكنهما يختلفان في الطول والتعقيد، ويتشابهان في بعض الجوانب مثل البناء السردى، الشخصية، والموضوع.

• **الشعر المعاصر:** الشعر المعاصر هو نوع من الشعر الذي يتميز باستخدام أساليب وموضوعات تتناسب مع التطورات الاجتماعية والفكرية الحديثة.

• **النقد الأدبي:** النقد الأدبي هو دراسة وتحليل الأعمال الأدبية من منظور فكري وجمالي، يهدف إلى تقييم النصوص الأدبية وفهمها بعمق.

• **الإبداع الشعري:** الإبداع الشعري هو قدرة الشاعر على خلق نصوص شعرية جديدة تتميز بالأصالة والابتكار، حيث يتجاوز فيها استخدام اللغة التقليدية لخلق صور بيانية ومعاني جديدة تثير الخيال والمشاعر.

• **التراث والتجديد:** التراث هو مجموع العناصر الثقافية والمعرفية التي تشكل تاريخ المجتمع وهويته، بما في ذلك العادات، والتقاليد، والفنون، والمعتقدات. بينما **التجديد** هو عملية تحديث أو إعادة تشكيل هذه العناصر بما يتماشى مع متطلبات العصر الحالي دون فقدان جوهرها.

• **المرأة والادب:** يشير إلى العلاقة المتبادلة بين دور المرأة في الإبداع الأدبي وتأثير الأدب على قضايا المرأة.

ث. **المواضيع التاريخية:** المحتوى الذي يتناول الأحداث التاريخية، الشخصيات المؤثرة، والحقبة الزمنية التي شكلت مسار المجتمع أو الأمة. يتم تسليط الضوء على هذه المواضيع بهدف إثراء الوعي التاريخي لدى المشاهدين وتعزيز الهوية الثقافية والتاريخية للمجتمع.

• **الثورة الجزائرية:** هي حركة مقاومة مسلحة وشعبية ضد الاستعمار الفرنسي الذي دام أكثر من 130 سنة، بدأت في 1 نوفمبر 1954، وكانت تهدف إلى تحقيق استقلال الجزائر واستعادة السيادة الوطنية.

• **المقاومة الثقافية:** هي الجهود المبذولة من قبل الأفراد أو الجماعات للحفاظ على هويتهم الثقافية وتقاليدهم أمام تأثيرات أو محاولات طمس من قوى خارجية أو سلطات معارضة.

• **الأعياد الوطنية:** هي مناسبات أو أيام خاصة يتم الاحتفال بها في بلد ما لتكريم أحداث تاريخية هامة.

• **الثقافة الشعبية:** هي مجموعة الممارسات، التقاليد، والمعتقدات التي تتداولها الجماهير وتنتقل من جيل إلى جيل ضمن مجتمع معين، وتعتبر جزءًا أساسيًا من هوية هذا المجتمع.

ثانيا: فئة القيم: هي فئة تحليل تُستخدم لتحديد وتمييز أنواع القيم التي يتضمنها المحتوى الإعلامي أو التربوي أو الثقافي، سواء كانت مُصرّح بها مباشرة أو ضمنية وهي كالاتي:

أ. القيم الدينية والأخلاقية: هي المبادئ والتوجهات التي تستند إلى النصوص الدينية أو المبادئ الأخلاقية السائدة في المجتمع، والتي يتم ترسيخها وتعزيزها عبر البرامج الثقافية.

• **الصدق:** هي مجموعة الممارسات، التقاليد، والمعتقدات التي تتداولها الجماهير وتنتقل من جيل إلى جيل ضمن مجتمع معين، وتعتبر جزءًا أساسيًا من هوية هذا المجتمع.

- **التسامح:** هو القدرة على قبول أو احترام الاختلافات بين الأفراد أو الجماعات، سواء كانت هذه الاختلافات في المعتقدات، القيم، الآراء، أو الخلفيات الثقافية.
- **الوفاء:** هو التزام الش [] بالوفاء بالعهد والوعود التي قطعها على نفسه تجاه الآخرين، سواء كان ذلك في العلاقات الشخصية أو المهنية. []
- **العدل:** هو مبدأ أخلاقي وقانوني يقضي بتوزيع الحقوق والواجبات بين الأفراد والمجموعات بشكل متساوٍ ومنصف. []
- **التعايش:** هو قدرة الأفراد والجماعات على التفاعل والعيش معاً في سلام واحترام رغم اختلافاتهم الثقافية. []

ب. القيم الفنية:

- **التعبير الفني:** هو وسيلة يستخدمها الأفراد أو الجماعات للتعبير عن أفكارهم وتحويلها إلى أشكال بصرية أو سمعية أو حركية يمكن للجمهور التفاعل معها وفهمها. []
- **الابداع:** هو القدرة على إنتاج أفكار جديدة، حلول مبتكرة، أو أعمال فنية لم تكن موجودة من قبل. []
- **الرموز الفنية:** هي عناصر أو صور تستخدم في الأعمال الفنية للتعبير عن مفاهيم أو أفكار معينة بطريقة غير مباشرة. []
- **الجمال الفني:** هو الخصائص التي تجعل العمل الفني مميزاً وتثير إعجاب المتلقي، سواء كان ذلك في الشكل، المحتوى، الأسلوب أو التنسيق. []
- **القيم المعرفية والتعليمية:** هي المبادئ والمفاهيم التي تهدف إلى تعزيز الفهم، التفكير النقدي، والتعلم المستمر في مجالات المعرفة المختلفة. []

ثالثاً: فئة المصدر: تُشير إلى الجهة أو الشخص أو المرجع الذي يُستند إليه في تقديم المعلومة الثقافية أو تفسيرها داخل البرنامج. ويُعتبر المصدر عنصراً مهماً في تقييم القيم الثقافية.

أ. **المعتقد:** هو مجموعة من الأفكار والمفاهيم التي يؤمن بها الفرد أو الجماعة، والتي تؤثر في سلوكه وتوجهاته كما يُعتبر المعتقد مصدراً رئيسياً للقيم حيث يشكل الإطار الذي يُنظم به الأفراد أفكارهم وتصرفاتهم.

ب. **العادات والأعراف:** ترتبط العادات والأعراف ارتباطاً وثيقاً بالقيم الاجتماعية والثقافية، حيث تُعتبر هذه العادات والأعراف هي التي تشكل القيم الجماعية.

ت. **الاتجاهات:** تتأثر الاتجاهات بالعوامل الثقافية، الاجتماعية، والتعليمية، وتشمل عناصر مثل التوجهات العاطفية، المعرفية، والسلوكية تجاه موضوع معين.

رابعاً: فئة الأهداف: الأهداف تُعد الركيزة الأساسية التي تحدد طبيعة المحتوى وشكل تقديمه، وتُوجّه البناء المعرفي والفني للحلقة أو البرنامج ككل.

أ. **توصيل المعرفة والمعلومة الثقافية:** هو عملية تهدف إلى نشر وتبسيط المحتوى الثقافي (مثل الفنون، التاريخ، التراث، الآداب، العادات، والتقاليد).

ب. **تعزيز الهوية الثقافية:** دور القيم في صيانة الذاكرة الجماعية، ومقاومة الاستلاب الثقافي الناتج عن العولمة، كما يُعد وسيلة فعالة في نقل الثقافة للأجيال الجديدة.

ت. **المحافظة على التراث الفكري:** حماية وتوثيق ونقل النتاجات الفكرية والثقافية التي أنتجها المجتمع عبر تاريخه.

✓ فئة الشكل التي تجيب على السؤال كيف قيل؟

أولاً: فئة أساليب الإقناع: هي الوسائل والطرق التواصلية التي يستخدمها معدّو ومقدمو البرامج لإيصال الأفكار الثقافية وترسيخها في ذهن المتلقي، بهدف التأثير في آرائه.

أ. **الأسلوب العقلي المنطقي**: تقديم معلومات موثوقة، إحصائيات، أمثلة تاريخية، أو تحليلات فكرية تقنع المشاهد من خلال المنطق والعقل.

ب. **الأسلوب القيمي**: توظيف رموز ثقافية (كاللباس، اللغة، الأمثال، الموسيقى التقليدية) لتقوية الإقناع بطريقة غير مباشرة.

ت. **أسلوب السلطة أو المرجعية**: يقوم على الاستناد إلى آراء أو مواقف شخصيات مرجعية تحظى بمكانة علمية، فكرية، فنية، أو أكاديمية مرموقة، بهدف دعم الفكرة المطروحة وإقناع الجمهور بمصداقيتها وقيمتها.

ث. **أسلوب التكرار**: يقوم على إعادة عرض الأفكار أو الرسائل أو العبارات المفتاحية أكثر من مرة داخل الحلقة أو عبر عدة حلقات، بهدف ترسيخها في ذهن المتلقي وزيادة فرص تذكرها وتقبلها.

ج. **أسلوب الاستفهام البلاغي**: يقوم على طرح أسئلة لا تنتظر منها إجابة مباشرة، بل تُستخدم لتحفيز التفكير، أو التأكيد على فكرة معينة بطريقة غير مباشرة.

ثانياً: فئة اللغة المستخدمة: تشير إلى الأسلوب اللغوي وطريقة التعبير التي يتم من خلالها نقل المعلومات والأفكار الثقافية إلى الجمهور.

أ. **الفصحى**: تشير إلى اللغة العربية السليمة التي تُستخدم في التواصل الرسمي

وتوصيل المحتوى الثقافي بشكل واضح ودقيق.

ب. **الفرنسية**: تشير إلى استخدام اللغة الفرنسية في التواصل الإعلامي والثقافي.

ت. **العامية**: تشير إلى اللغة المحكية أو اليومية التي يتحدث بها الأفراد في حياتهم

اليومية في المجتمع.

ث. **مزيج بين الفصحى والفرنسية**: يشير إلى استخدام اللغتين العربية الفصحى

واللغة الفرنسية في نفس البرنامج أو المحتوى الثقافي بطريقة متوازنة أو

مستدامة.

• **لغة القائم بالاتصال**: تشير إلى اللغة التي يستخدمها المقدم في الحصة

الثقافية التلفزيونية أثناء التواصل مع الجمهور.

• **لغة الضيوف**: تشير إلى اللغة التي يستخدمها الضيوف أثناء مشاركتهم في

البرامج الثقافية التي تُعرض على القنوات التلفزيونية. هذه اللغة قد تختلف

حسب خلفية الضيف الثقافية، اللغوية، والتخصص الذي يأتي منه.

جامعة الجزائر 03

كلية علوم الاعلام والاتصال

قسم علوم الاعلام

استمارة تحليل.....

يقوم الباحث بإعداد دراسة في إطار إنجاز أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام تحت عنوان " القيم الثقافية في الحصص الثقافية لقنوات للتلفزيون الجزائري: دراسة تحليلية لعينة من حصة شرفات ثقافية للقناة الإخبارية الثالثة وحصة Culture l'autre regard لقناة Canal Algérie " وهذه استمارة تحليل نقدمها معتمدين في ذلك على أداة تحليل المضمون لتحليل عينة من مضامين البرامج الثقافية إذ اقتصر اختيارنا فيها على فئات الشكل والمضمون، والتي تمثلت في كل من الفئات التالية: الموضوع، القيم، المصادر، الأهداف، الأساليب الإقناعية، اللغة المستعملة، الأطر المرجعية، كما تم الاعتماد على وحدة تحليل: الفكرة ومن خلال هذا يمكننا تقديم دليل التعاريف الاجرائية للفئات المستخدمة وعناصرها، وكذا النظر في لذا نطلب من سيادتكم:

- قراءة الوثيقة التي بين أيديكم، والالمام بعناصرها مع التمعن في ورقة الترميز ودليل الاستمارة.
- إذا وجدتم أن هناك اضافات غير ضرورية لهذه التعريفات، فالرجاء منكم كتابتها في الورقة المحددة للملاحظات.

مع خالص التقدير والشكر.

اسم ولقب المشرف:

أ.د كهيبة سلام

اسم ولقب الباحث:

محمد رفيق بن شريف

السنة الجامعية 2025/2024

2. ورقة الترميز:

1- البيانات الخاصة بالحصّة:



03



02



01

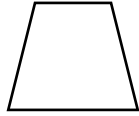


04

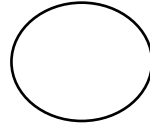
2- ترميز فئات التحليل وعناصرها:

أ. فئات المضمون:

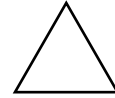
07 المصادر



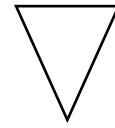
06 القيم



05 الموضوع



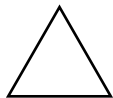
08 الأهداف



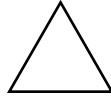
• فئة الموضوع:

- المواضيع الرئيسية:

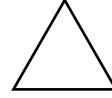
4/5



3/5





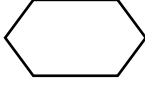



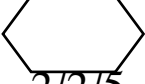

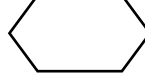


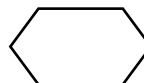

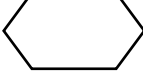
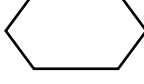








2/5



1/5

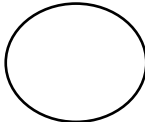
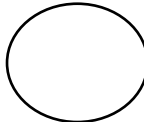
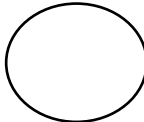


- المواضيع الفرعية:

$4/1/5$ 	$3/1/5$ 	$2/1/5$ 	$1/1/5$ 
$4/2/5$ 	$3/2/5$ 	$6/1/5$  $2/2/5$  $6/2/5$ 	$5/1/5$  $1/2/5$  $5/2/5$ 
$4/3/5$ 	$3/3/5$ 	$2/3/5$ 	$1/3/5$ 
	$7/3/5$ 	$6/3/5$ 	$5/3/5$ 
$4/4/5$ 	$3/4/5$ 	$2/4/5$ 	$1/4/5$ 

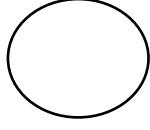
• فئة القيم:

- القيم الرئيسية:

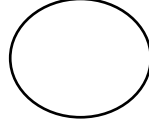
$3/6$ 	$2/6$ 	$1/6$ 
--	---	--

- القيم الفرعية:

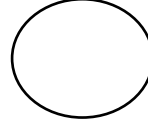
4/1/6



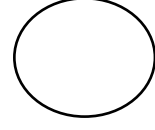
3/1/6



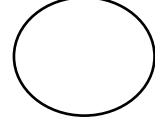
2/1/6



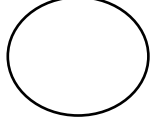
1/1/6



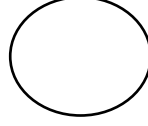
5/1/6



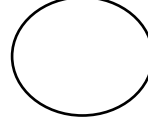
4/2/6



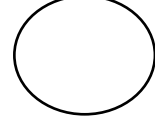
3/2/6



2/2/6

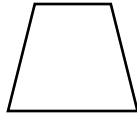


1/2/6

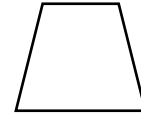


• فئة المصادر:

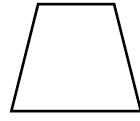
3/7



2/7

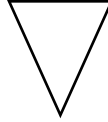


1/7

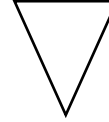


• فئة الأهداف:

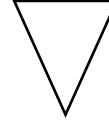
3/8



2/8



1/8



ب. فئات الشكل:

11



10

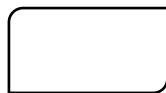


09

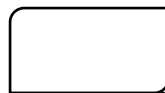


• فئة الأساليب الإقناعية:

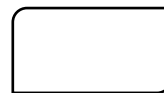
4/9



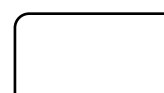
3/9



2/9



1/9



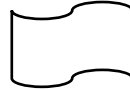
5/9



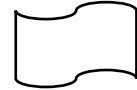
• منه اللغة المستعملة:

- الفئات الرئيسية:

2/10



1/10



- الفئات الفرعية:

3/1/10



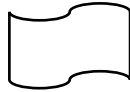
2/1/10



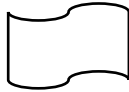
1/1/10



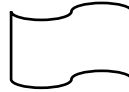
3/2/10



2/2/10



1/2/10



دليل استمارة التحليل:

1. البيانات الأولية:

ال رقم 01: يشير الى اسم البرنامج

ال رقم 02: يشير الى يوم البث

ال رقم 03: يشير الى شهر البث

ال رقم 04: يشير الى سنة البث

2. فئات التحليل وعناصرها:

- فئات المضمون:

ال رقم 05: يشير الى فئة الموضوع

ال رقم 06: يشير الى فئة القيم

ال رقم 07: يشير الى فئة المصادر

ال رقم 08: يشير الى فئة الأهداف

- فئات الشكل:

ال رقم 09: يشير الى فئة الأساليب الاتقاعية.

ال رقم 10: يشير الى فئة اللغة المستعملة.

• فئة الموضوع:

الرقم 1/5: يشير الى مواضيع فكرية وفلسفية.

الرقم 2/5: يشير الى ثقافية اعلامية

الرقم 3/5: يشير الى أدبية

الرقم 4/5: يشير الى تاريخية

الرقم 1/1/5: يشير الى الهوية الوطنية

الرقم 2/1/5: يشير الى الهوية الثقافية

الرقم 3/1/5: يشير الى النخب الفكرية

الرقم 4/1/5: يشير الى الهوية الإسلامية

الرقم 5/1/5: يشير الى الحرية الفكرية وحرية التعبير

- الرقم 6/1/5: يشير الى عرض ومناقشة الكتب
- الرقم 1/2/5: يشير الى تشكل الثقافة
- الرقم 2/2/5: يشير الى الذاكرة الجماعية
- الرقم 3/2/5: يشير الى التنوع الثقافي
- الرقم 4/2/5: يشير الى واقع السينما والمسرح
- الرقم 5/2/5: يشير الى واقع الموسيقى والفنون التشكيلية
- الرقم 6/2/5: يشير الى واقع الأدب
- الرقم 1/3/5: يشير الى الرواية والقصة
- الرقم 2/3/5: يشير الى الشعر المعاصر
- الرقم 3/3/5: يشير الى النقد الأدبي
- الرقم 4/3/5: يشير الى الابداع الشعري
- الرقم 5/3/5: يشير الى التراث والتجديد
- الرقم 6/3/5: يشير الى المرأة والأدب
- الرقم 1/4/5: يشير الى الثورة
- الرقم 2/4/5: يشير الى المقاومة الثقافية
- الرقم 3/4/5: يشير الى الأعياد الوطنية
- الرقم 4/4/5: يشير الى الثقافة الشعبية

• فئة القيم:

- الرقم 1/6: يشير الى القيم الدينية والأخلاقية
- الرقم 2/6: يشير الى القيم الفنية والفكرية
- الرقم 1/1/6: يشير الى الصدق
- الرقم 2/1/6: يشير الى التسامح
- الرقم 3/1/6: يشير الى الوفاء
- الرقم 4/1/6: يشير الى العدل
- الرقم 5/1/6: يشير الى التعايش

الرقم 1/2/6: يشير الى التعبير الفني

الرقم 2/2/6: يشير الى الإبداع

الرقم 3/2/6: يشير الى الرموز الفنية

الرقم 4/2/6: يشير الى الجمال الفني

• فئة المصادر:

الرقم 1/7: يشير الى القيم والمعتقد

الرقم 2/7: يشير الى القيم والعادات

الرقم 3/7: يشير الى القيم والاتجاهات

• فئة الأهداف:

الرقم 1/8: يشير الى توصيل المعرفة والمعلومات

الرقم 2/8: يشير الى تعزيز الهوية الثقافية

الرقم 3/8: يشير الى المحافظة على التراث الفكري والثقافي

• فئة أساليب الإقناع:

الرقم 1/9: يشير الى الأسلوب العقلي

الرقم 2/9: يشير الى الأسلوب القيمي

الرقم 3/9: يشير الى أسلوب السلطة أو المرجعية

الرقم 4/9: يشير الى أسلوب التكرار

الرقم 5/9: يشير الى أسلوب الاستفهام البلاغي

• فئة اللغة المستخدمة:

الرقم 1/10: يشير الى لغة القائم بالاتصال

الرقم 2/10: يشير الى لغة الضيوف

الرقم 1/1/10: يشير الى الفصحى

الرقم 2/1/10: يشير الى الفرنسية

الرقم 3/1/10: يشير الى العامية

الرقم 4/1/10: يشير الى مزيج بين الفصحى والعامية.

الفهرس:

02	كلمة شكر
03	الاهداء
04	ملخص باللغة العربية
04	ملخص باللغة الفرنسية:
05	ملخص باللغة الإنجليزية:
14	مقدمة

الإطار المنهجي للدراسة:

18	اشكالية الدراسة والتساؤلات:
22	أسباب اختيار وأهمية موضوع الدراسة:
23	أهداف الدراسة:
23	مفاهيم الدراسة:
24	منهج الدراسة:
26	أدوات جمع البيانات:
33	مجتمع الدراسة وعينته:
37	الخلفية النظرية للدراسة:
42	الدراسات السابقة:

الإطار النظري للدراسة:

49	الفصل الأول: الثقافة والإعلام الثقافي.
49	المبحث الأول: ماهية الثقافة وخصائصها.
66	المبحث الثاني: ماهية الإعلام الثقافي.
69	المبحث الثالث: الاعلام الثقافي وظائفه وأهدافه.
81	الفصل الثاني: الصناعات الثقافية والاعلام.
81	المبحث الأول: الصناعات الثقافية والاعلام.

87	المبحث الثاني: التلفزيون والبرامج الثقافية التلفزيونية.
99	المبحث الثالث: أنواع وأهداف البرامج الثقافية.
109	الفصل الثالث: ماهية القيم والقيم الثقافية.
110	المبحث الأول: ماهية القيم وتصنيفاتها.
118	المبحث الثاني: مفهوم القيم الثقافية.
122	المبحث الثالث: وظائف القيم الثقافية.
	<u>الإطار التطبيقي للدراسة:</u>
134	الفصل الرابع:
137	المبحث الأول: التحليل الكمي والكفي لجداول تحليل محتوى حصة شرفات ثقافية.
137	البطاقة الفنية للقناة الإخبارية الثالثة.
139	البطاقة الفنية لحصة شرفات ثقافية.
141	المبحث الثاني: التحليل الكمي والكفي لجداول تحليل محتوى حصة شرفات ثقافية.
141	التحليل الكمي والكيفي لفئة الموضوع.
156	التحليل الكمي والكيفي لفئة القيم.
165	التحليل الكمي والكيفي لفئة المصادر.
169	التحليل الكمي والكيفي لفئة الاهداف.
171	التحليل الكمي والكيفي لفئة أساليب الاقناع.
178	التحليل الكمي والكيفي لفئة اللغة المستخدمة.
culture l'autre	المبحث الثاني: التحليل الكمي والكفي لجداول تحليل محتوى حصة
180	regard.
180	البطاقة الفنية للقناة canal Algérie.
183	البطاقة الفنية لحصة culture l'autre regard.
184	التحليل الكمي والكيفي لفئة الموضوع.
203	التحليل الكمي والكيفي لفئة القيم.
214	التحليل الكمي والكيفي لفئة المصادر.

217	التحليل الكمي والكيفي لفئة الاهداف.
220	التحليل الكمي والكيفي لفئة أساليب الاقناع.
224	التحليل الكمي والكيفي لفئة اللغة المستخدمة.
226	نتائج التحليل الكمي والكيفي لحصة شرفات ثقافية.
233	نتائج التحليل الكمي والكيفي لحصة culture l'autre regard.
240	المبحث الثالث: مقارنة التحليل الكمي و الكيفي لصحة شرفات ثقافية و حصة culture l'autre regard.
240	التحليل الكمي والكيفي لفئة الموضوع.
249	التحليل الكمي والكيفي لفئة القيم.
253	التحليل الكمي والكيفي لفئة المصادر.
255	التحليل الكمي والكيفي لفئة الاهداف.
257	التحليل الكمي والكيفي لفئة أساليب الاقناع.
259	التحليل الكمي والكيفي لفئة اللغة المستخدمة.
262	النتائج العامة للدراسة.
268	خلاصة الدراسة.
270	المراجع.
286	الملاحق.