جامعة يحي فارس المدية
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

عنوان المذكرة:

دور الإعلام في ترقية الثقافة في الجزائر
ـ الإذاعة الثقافية أنموذجا ـ
دراسة مسحية استطلاعية لجمهور الإذاعة الثقافية
خلال المدة الزمنية : من 1 ماي الى 1 جوان 2019

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص سمعي بصري

من إعداد الطالب:

-غريبي يوسف عادل

بإشراف الأستاذة:

- د/ ايمان عفان

السنة الجامعية 2019/2018

دعـــــــــاء

يا رب لا تدعني أصاب بالغرور إذا نجحت و لا باليأس إذا فشلت

و ذكرني دائما ان الفشل هو التجارب التي تسبق النجاح....

يا رب إذا أعطيتني نجاحا لا تفقدني تواضعي،

وإذا أعطيتني تواضعا لا تفقدني اعتزازي بكرامتي واجعلني من الذين

إذا أعطي شكروا و إذا أوذوا فيك صبروا و إذا أدنبوا استغفروا

و إذا تقلبت بهم الأيام م اعتبروا

آمين يا رب العالمين.

شكر وعرفان

الحمد لله الذي بفضله تتم الصالحات...

مصداقا لقول الحبيب ﷺ **(لا يشكر الله من لا يشكر الناس)رواه الامام أحمد والبخاري**، كان لزاما علينا أن نتقدم بالشكر الجزيل إلى أستاذتي الفاضلة " **ايمان عفان**" التي لولاها لما كان لهذا العمل وجود، فشكرا جزيلا لها على كل ما قدمه لنا من دعم مادي ومعنوي فيسبيل اتمام هذا العمل.

تشكراتنا كذلك لكل القائمين على الإذاعة الثقافية و على رأسهم رئيس تحرير محمد فركود ومدير الانتاج يوسف مجبور و مدير الادارة و المالية السيدحميد و مدير الإذاعة الثقافية على حفاوة الإستقبال و حسن الضيافة.

الشكر موصول كذلك لكل أساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال الذين تدرجنا على أيديهم داخل أسوار جامعة المدية كل باسمه وكل بموقعه ، كما لا يسعنا أن ننسى الأستاذة الذين غادرونا وعلى رأسهم الأستاذة **زهرة بلعاليا** ، والأستاذ **جهاد الغرام**والأستاذة **كهينة علواش** وفقهم الله وإياكم لما يحب ويرضى.

كما نشكر زملاءنا الذين وقفوا بجانبنا بتشجيعاتهم ودعمهم لنا، وإلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد ..

جزى الله الجميع عنا خير الجزاء

إهـــداء

إلى من جرع الكأس فارغا ليسقيني قطرة الحب

إلى من كلت أنامله ليقدم لنا لحظة سعادة

إلى من حصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم

إلى القلب الكبير **(والدي العزيز) محمد**

إلى من أرضعتني الحب والحنان...

إلى القلب الناصع بالبياض **(والدتي الحبيبة) خديجة**

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البريئة، إلى رياحين حياتي **(إخوتي)، مريم، أمينة،نزيهة، كوثر.**

إلى الذين أحببتهم وأحبوني **(أصدقائي)، وهيبة، حسن، فوزي،يعقوب، خالد، محمد،** ... الخ، لن تكفيكم مذكرتنا لكن الحمد لله أن ذاكرتنا تتسع للجميع ...

الآن تفتح الأشرعة وترفع المرساة لتنطلق السفينة في عرض بحر واسع مظلم هو بحر الحياة، وفي هذه الظلمة لا يضيء إلا ذكريات الأخوة البعيدة.

غريبي يوسف عادل

خطة الدراسة

مقدمة

الإطار المنهجي للدراسة

1 - إشكالية الدراسة

2 - فرضيات الدراسة

3 - أسباب اختيار الموضوع

4 - أهداف الدراسة

5 - أهمية الدراسة

6 - منهج الدراسة

7 - أدوات جمع البيانات

8 - مجتمع البحث

9 - عينة الدراسة

10 - المجال الجغرافي و الزمني للدراسة

11 - تحديد المفاهيم

12 - الدراسات السابقة

خطة الدراسة

الإطار النظري

الفصل الأول :ماهية الإعلام ؟

تمهيد

المبحث الأول :مفهوم الإعلام

المبحث الثاني :دور الإعلام و وظائفه حسب نظرية الإشباعات

المبحث الثالث :تعريف ألإعلام المتخصص

المبحث الرابع : خصائص الإعلام المتخصص و جمهوره

الفصل الثاني : الإعلام الثقافي المتخصص في الجزائر

تمهيد

المبحث الأول :مفهوم الثقافة

المبحث الثاني : علاقة الإعلام بالثقافة

المبحث الثالث : وظائف الإعلام الثقافي

المبحث الرابع : الإعلام الثقافي في الجزائر

خطة الدراسة

الإطار التطبيقي : دراسة مسحية استطلاعية لجمهور الإذاعة الثقافية من أجل معرفة مدى متابعتهم لبرامجها و استفادتهم منها

الفصل الثالث : دراسة مسحية استطلاعية لجمهور الإذاعة الثقافية من أجل معرفة مدى متابعتهم لبرامجها و استفادتهم منها

تمهيد

المبحث الأول : تعريف الإذاعة الثقافية

المبحث الثاني :عرض و تحليل البيانات الخاصة بمتغيرات الدراسة

المبحث الثالث : عرض و تحليل النتائج للمحور الثاني من الإستمارة

المبحث الثالث : عرض و تحليل النتائج للمحور الثالث من الإستمارة

عرض الاستنتاجات العامة

خاتمة

المقدمة

يمثل الإعلام بكافة وسائله البسيطة والمركبة المباشرة وغير المباشرة أداة أساسية في الوصول إلى المجتمعات ذات الأوضاع الخاصة. والتي تختلف فيها عن غيرها من المجتمعات داخل الدولة الواحدة، ونظرا للقرب بين أطراف العملية الاتصالية تبرز أهمية هذا المستوى من الاتصال في خدمة قضايا التنمية والتطوير.

إن الإعلام هو مرآة المجتمعات كونه يعبر عن مشكلاتها ومطالبها واحتياجاتها، وله بذلك رسالة في تنميتها وتطويرها.

وهنا وُجدَ الإعلام كمنبر يقصي على المركزية في الإعلام و الاتصال ، و إزاء هذه التغيرات تشهدها وسائل الإعلام و الاتصال برز الاهتمام أكثر بالإعلام و التوسع في إنشاء وسائل اعلام محلية و وطنية باعتبار قدرتها على التخصص وقرب رسائلها من واقع الجماهير و مشكلاتها و المدى الذي تبلغه في تناول مشكلات مجتمعها المحلية .

ومن هذا المنطلق كان الاهتمام بالإعلام ووسائله بما فيها الإذاعات الثقافية ، بدأ الاهتمام والحرص على نشرها لتحقيق الأهداف الخدماتية وإبراز مقومات التنمية وبذلك دعم التنمية الشاملة للوطن ككل.

يبرز الإعلام الثقافي – كعملية اتصالية متخصصة – في عصرنا الحالي بمظاهر حديثة ومتطورة، إذا كان الإعلام واقعيا من وظائفه تزويد الناس بأكبر قدْر من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، حيث يعتمد على التنوير، والتثقيف، ونشر الأخبار، والمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الناس، وترفع من مستواهم، وتنشر تعاونهم من أجل المصلحة العامة، فهو في هذه الحالات يخاطب العقول، لا الغرائز أو هكذا يجب أن يكون؛ فإن الإعلام الثقافي يحتلّ حيّزًا هامًّا في مجال العمل الإعلامي، «وتتمثل هذه الأهمية في كونه الوسيلة الفعالة لخلق جسور بين مستمعي الإذاعة الثقافية قصد توفير جو ثقافي صحي يساهم في دفع الحركة الثقافية نحو التقدم، والتواصل،

والمشاركة في بلورة الرؤية الخلاقة الهادفة إلى ضمان نمو العمل الثقافي والتحامه بالإنسان،والمرحلة بكل امتداداتها الإستراتجية، والتاريخية، والمصيرية.

الإعلام الثقافي المتخصِّص يركز على معالجة الأحداث والظواهر والتطورات الحاصلة في الحياة الثقافية، ويتوجه أساساً إلى جمهور نوعي مَعْني ومهتم بالشأن الثقافي. ويظهر الإعلام الثقافي في مرحلة معينة من تطور الحياة الثقافية، ويسعى لمواكبة هذه الحياة، والتفاعل معها، كما أن الإعلام الثقافي يعكس مستوى تطور، ونضج الحياة الثقافية ذاتها.

فمجال الإعلام الثقافي المتخصِّص هو رصْد وعرض، وتحليل، ونقد النتاج الثقافي بكل مكوّناته؛ ذاك أن المفهوم العلمي للثقافة واسع وعريض، إذ الثقافة تعني كل ما أضافه الإنسان إلى الطبيعة من فكر، وعلم، وإبداع، وإنشاء في كل مناحي الحياة الإنسانية... الخ. ولكن المفهوم الأكثر استخداماً وانتشاراً، يكاد يلزم الثقافة على فعاليات محدِّدة مثل الفكر، والأدب، والفن، والمسرح، والسينما، والموسيقى.

ومن هنا فإن المنتوج الثقافي بكل صوره وأشكاله يتداخل مع الإعلام في ترابط وثيق، وتداخل مستمرٍّ، ذلك أن هذا المنتوج يفترض أن يجد الدعم من وسائل الإعلام في الترويج له، وتوسيع دائرة المتلقّين والمستفيدين منه ممّا يسمح بحركية ثقافية إعلامية، ونهوض متوازٍ لكليهما لترابط بنيتهما التحتية.

تعتبر الإذاعة الثقافية بما لها من خصائص و إمكانات من أهم وسائل الإتصال الجماهيري في هذا العصر و أكثرها نفاذا إلى البنية الإجتماعية و الثقافية و الأخلاقية للمجتمع و عليه فهي تسعى دائما لتكامله بتمنية الإتفاق العام أو وحدة الفكر بين أفراده و جماعته حيث تقوم بتثبيت و ترسيخ و صيانة القيم و المبادئ و الإتجاهات و المحافظة عليها و ذلك بتوسيع مجال الحديث و المشاركة و المنافسة و ترويج المفاهيم الجديدة و المتعلقة خاصة بالنواحي الثقافية في المجال الثقافي بطريقة التبسيط و التفسير .

و في أطار التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام و أساليب الاتصال الجماهيرية ظهرت في بلادنا الإذاعة الثقافية التي ساهمت في إيجاد الرأي العام حول القضايا و الموضوعات التي تثيرها عن طريق برامجها و بالتالي لابد من تطويرها بأن يكون عملها مخطط له لكي تكون على أسس علمية و لتستطيع الإذاعات أن تحقق أهدافها بدقة أكبر تحتاج أكثر إلى ممارسة وظيفة التخطيط في إعداد برامجها و تقديمها بالمضمون و الشكل الذي يحتاجه المستمع و يلبي رغباته .

و لذلك كان للإذاعة الثقافية دورا كبيرا في المجتمع لما لها من مميزات و خصائص و استطعت أن تصنع لنفسها جمهورا واسعا من مختلف شرائح المجتمع و من بين البرامج التي لها تأثير كبير على الجمهور نجد البرامج الثقافية حيث أصبح الاهتمام بها يزداد أكثر فأكثر و ذلك بما يعنيه في مختلف الثقافات و المعارف التي تخص المجال الثقافي .

الإطار المنهجي

تمهيد:

يعد الإطار المنهجي للدراسة الجانب الأكثر أهمية فهو يمهد لموضوع البحث ويتميز بعدة خطوات منهجية تتلخص في تحديد الإشكالية والتساؤلات التي تخدم دراستنا "الإعلام الثقافي في الجزائر"، وتوضيح أسباب اختيار الدراسة وأهدافها وأهميتها، ثم يليها منهج الدراسة والأدوات التي اعتمدنا عليها، وأيضا تحديد مجتمع البحث وعينة الدراسة، كما يتضمن هذا الإطار تحديد المصطلحات وأخيرا الدراسات السابقة والتي كان موضوعها يشترك مع موضوع دراستنا في أحد المتغيرات أو السمات العامة، من خلال عرض الدراسة باختصار والتطرق إلى إشكاليتها وبعض نتائجها.

الإطار المنهجي

1. إشكالية الدراسة :

يعتبر الإعلام الثقافي عموما و الإذاعة الثقافية خاصة من أهم الوسائل في تحقيق التنمية الثقافية وسط المجتمع الجزائري من خلال ما تبثه من برامج , حيث اكتسبت الإذاعة الثقافية تجربة مهمة في هذا المجال بعملها الفعال و قد حاولنا من خلال هذه الدراسة التسليط الضوء عليها و إبراز دورها في التنمية الثقافية في الجزائر كون هذه المؤسسة الإعلامية تتسم بالطابع الثقافي بحكم أن الجزائر تملك تقاليد و ثقافات متنوعة وعريقة , و عموما فقد حاولت الدولة الجزائرية جاهدة عصرنة القطاع الثقافي و تحويله الى قطاع منتج يساهم الى جانب القطاع الصناعي , و لتزايد أهمية القطاع الثقافي كونه يعتبر ركيزة أساسية لبناء الثقافة الوطنية , كان لزاما على الدولة الجزائرية الاهتمام أكثر بتنميته و هذا يحتاج الى تضافر جميع القطاعات الأخرى و تأتي الإذاعة الثقافية بمزاياها و قدراتها في مقدمة الوسائل ذات الأهمية بالنسبة للتنمية الثقافية في المجتمع الجزائر .

و قد أدركت الجزائر كغيرها من الدول أهمية الإعلام الثقافي عبر الإذاعة فنشأت الإذاعة الثقافية عام 1996 التي ترسل بثها وطنيا و إلكترونيا و هي تعتمد للوصول إلى جماهيرها عبر شبكة متنوعة من البرامج مباشرة كانت أو مسجلة.

و من أهم هذه الأنواع البرامجية البرامج الثقافية،التي تهتم بنقل الأخبار الثقافية المتنوعة، أو تخصص في موضوع من موضوعات هذا المجال(أدبيا،فكريا أو فنيا) سواء كانت قارة أو منسباتية و كون الإذاعة الثقافية إذاعة متخصصة، من خلال ما تبثه من برامج تخدم الثقافة الجزائرية , و تعد أحد أهم وسائل الإعلام الوطني و عليه نصل إلى طرح الإشكالية التالية :

هل استطاعت الإذاعة الثقافية أن توصل إلى جمهورها إعلاما ثقافيا فاعلا ؟

2 . تساؤلات الدراسة :

- ماهي أكثر المواضيع الثقافية التي يتناولها الاعلام ولماذا ؟
- ماهو الدور الذي تلعبه الإذاعة الثقافية في نشر الوعي الفكري والثقافي في الجزائر ؟
- مادور دار الإذاعة الثقافية في غرس القيم الثقافية في المجتمع الجزائري ؟

3 .أسباب اختيار الموضوع :

دفعنا لدراسة هذا الموضوع جملة من الأسباب أهمها هو:

موضوعية:

يتعلق بأهمية الموضوع الثقافي وجديته ,و كذلك قلة البحوث التي تناولت الإعلام الثقافي في الجزائر.

كذلك الدور الذي تلعبه الصحافة المسموعة في التأثير على الرأي العام ، وقد اخترنا الإذاعة الثقافية كنموذج لأنها تعد من بين أعرق الإذاعات الجزائرية في الساحة الإعلامية الجزائرية والتي عايشت أهم المراحل و الأحداث التي مرت بها الجزائر ثقافيا وفنيا .

ذاتية:

- الرغبة الشخصية في الاهتمام بكل ما هو ثقافي
- الرغبة في تطبيق تقنية دراسة مسحية استطلاعية لجمهور الإذاعة الثقافية من أجل معرفة مدى متابعتهم لبرامجها و ستفادتهم منها

4. أهداف الدراسة :

1- التعرف على رأي المستمعين و المثقفين و مدى تجاوبهم مع الإذاعة الثقافية و ما تثبته من برامج تخدم التنمية الثقافية بالجزائر .

2 - تقديم صورة حول الإذاعة الثقافية و دورها في تفعيل الإعلام الثقافي و علاقتها بالتنمية الثقافية في الجزائر .

5. أهمية الدراسة :

تكمن أهمية دراستنا لموضوع " الإعلام الثقافي في الجزائر" في:

- تسليط الضوء على الدور الذي يلعبه " الإعلام الثقافي في الجزائر ، والذي يعتبر أساس التقدم الحضاري والنمو الفكري، والتعرف على الثقافة الجزائرية من خلال الإعلام المسموع ودوره في تنمية الثقافة الوطنية والدفاع عن مقوماتها وخصوصيتها في مواجهة الغزو الثقافي الغربي.

6.منهج الدراسة:

أ) منهج الدراسة:

إن طبيعة الدراسة القائمة تعتمد على أسلوب المسح لمعرفة مدى تأثير برامج الإذاعة الثقافية على الجمهور المتخصص، وعليه اتبعنا في دراستنا المنهج المسحي.

- **المنهج المسحي:**يعرف بأنه أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، وبالتالي يعتبر أيضا الشكل الرئيسي والمعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتها، مما يوفر جانبا كبيرا من الوقت والنفقات والجهد المبذول من خلال خطوات منهجية وموضوعية[1].

[1] محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، مكتبة الإسكندرية، ط 1، القاهرة، 2000، ص 158.

وقد قمنا بمسح عينة من مجتمع البحث المتمثل في مستمعي الإذاعة الثقافية في كل من ولايتي الجزائر العاصمة والمدية.

7.أدوات جمع البيانات :

استخدمنا في دراستنا الموسومة أعلاه **الاستبيان** من خلال استمارة نستطلع فيها آراء م ستمعي الإذاعة الثقافية ، بالإضافة إلى استعانتنا بالمقابلة البحثية، وتمثلت في مقابلة مسؤولي الإذاعة الثقافية ، كذلك استخدمنا الملاحظة بالمشاركة في عملية جمع المعلومات كوننا أفراد من الجمهور الذي يستمع للإذاعة الثقافية .

الملاحظة بالمشاركة : يكوون للباحث فيها دور ايجابي وفعال بمعنى أنه يقوم بنفس الدور ويشارك أفراد الدراسة في سلوكياتهم وممارساتهم المراد دراستها، مثال ذلك أن يعيش الباحث مع السجناء وكأنه سجين منهم دون أن يعرفوا ذلك، وللملاحظة بالمشاركة ايجابيات كثيرة ولها سلبيات ومخاطر بخاصة عندما تعرف عينة الدراسة أن الباحث يجري دراسة عنها، يتغير سلوكها غالبا [1]، وتم توظيف الملاحظة بالمشاركة في دراستنا من خلال الاحتكاك المباشر بجمهور مستمعي الإذاعة الثقافية منها جمهور متخصص و منها جمهور عام ووظفت الملاحظة من خلال التطرق الى بعض جمهور الإذاعة الثقافية و الاحتكاك بهم و خاصة تلك المجموعة من الفنان من أجل جلب المعلومات الثقافية خلال أحد حفلات العاصمة و استنتجنا أن معظم مستمعي الإذاعة الثقافة هم جمهور متخصص في الثقافة .

المقابلة:كلمة المقابلة مشتقة من الفعل قابل بمعنى واجه، وهي بذلك المواجهة من حيث قيامها على مواجهة الشخص أي مقابلته وجها لوجه من أجل التحدث إليه في شكل حوار تأخذ شكل طرح أسئلة من طرف الباحث وتقديم أجوبة من طرف المبحوث، ومن ذلك فان المقابلة في البحث العلمي هي اللقاء المباشر، الذي يجر بين الباحث والمبحوث الواحد أو أكثر من ذلك، في شكل مناقشة حول موضوع معين، قصد الحصول على حقائق معينة و آراء ومواقف محددة، وتستعمل المقابلة في الأبحاث الميدانية التي ترمي إلى جمع البيانات الأصلية عن وحدات مجتمع البحث، هذه البيانات التي لا يمكن الحصول

[1] مصطفى عليان ربحي: **البحث العلمي، أسسه، مناهجه وأساليبه، إجراءاته**، بيت الأفكار الدولية،دون طبعة، الأردن، دون سنة نشر، ص 117.

الإطار المنهجي

عليها بواسطة الدراسة النظرية [1]، وتمثل توظيف المقابلة في دراستنا على لقائنا بالقائمين و المشرفين على الإذاعة الثقافية و على رأسهم رئيس تحرير الإذاعة الثقافية السيد **محمد فركود** [2]، مدير الإدارة و المالية السيد **حميد**[3]،بالإضافة إلى مدير البرمجة و الإنتاج السيد **يوسف مجبور**[4] و هو المسؤول الرئيس عن برامج الإذاعة الثقافية .

1) **الاستمارة:** تعتبر الاستمارة أداة اتصال أساسية بين الباحث والمبحوث، ووسيلة لجمع الحقائق والمعلومات، يعتمد على استمارة تحتوي على مجموعة من الأسئلة الموجهة إلى المجتمع المراد دراسته، وذلك قصد الإجابة على تساؤلات الباحث [5]، وهو أحد الأساليب الأساسية أو المباشرة من العينة المختارة، أو من جميع مفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموع من الأسئلة المحددة المعدة مقدما، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة.

ويعرفها الباحث **محمد زيان عمر** على أنها مجموعة من الأسئلة تعد إعدادا محددا، وترسل بواسطة البريد أوتسلم إلى الأشخاص المختارين لتسجيل اجاباتهم على ورقة الاستمارة، ثم إعادتها ثانية بواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع، أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق[6]،تم توظيف الاستمارة في دراستنا من خلال استمارة عادية، ووزعت على جمهور المتخصص

---

[1] عمار بوحوش، حمد محمود الذيبان:**مناهج البحث العلمي**، مكتبة المنار للطباعة والنشر والتوزيع الأردني، ط 1، الأردن، 1992،ص 202.

[2] محمد فركود ، رئيس تحرير الإذاعة الثقافية، مقر الإذاعة، المركز الدولي للصحافة، القبة، الجزائر العاصمة، 2019/06/19، 14:00.

[3] حميد، مدير الإدارة و المالية بالإذاعة الثقافية، مقر الإذاعة، المركز الدولي للصحافة، القبة، الجزائر العاصمة، 2019/06/19، 15:00.

[4] يوسف مجبورمدير الإنتاج و البرمجة في الإذاعة الثقافية، مقر الإذاعة، القبة، الجزائر العاصمة ، 2019/06/19، 17:00.

[5] أحمد بن مرسلي: **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، دون طبعة، 2003، ص 55.

[6] حسان محمد الحسن: **الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي**، دار الطليعة للنشر، دون طبعة، بيروت،1982، ص 20.

في إستماع الإذاعة الثقافية في بداية شهر ماي و تم استرجاعها في بداية شهر جوان الماضي كما تجدر الاشارة إلى لأننا عرضنا الاستمارة لتحكيم كل من الأستاذين **حكيم بوغرارة**[1] و**شاكر فزاني**.[2]

8.مجتمع البحث:

لكل دراسة علمية أكاديمية مجتمع تبحث في خضمه ويمكن تعريف مجتمع البحث على انه: المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ويمثل هذا المجتمع الكل والمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث إلى دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته[3].

ويتمثل مجتمع البحث في دراستنا في جمهور المتخصص و هو جمهور الإذاعة الثقافية.

9.عينة الدراسة:

ويعرف محمد عبد الحميد العينة على أنها: عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجياً، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلاً لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع[4].

واعتمدنا في هذه الدراسة على العينة القصدية أو العمدية، لأن هذا النوع من العينات يسهل من مهمة الباحث وكذا سرعة تنفيذها في الميدان.

العينة القصدية:

تعرف العينة القصدية تحت أسماء متعددة، مثل العينة الغرضية، العينة العمدية أو العينة النمطية، وهي أسماء تشير كلها إلى العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصياً باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات[1].

---

[1] حكمت الاستمارة بتاريخ 2019/06/18على الساعة 15:15 بواسطة الأستاذ حكيم بوغرارة، أستاذ محاضر صنف "ب"، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة المدية.

[2] حكمت الاستمارة بتاريخ 2019/06/18على الساعة 15:00 بواسطة الأستاذ شاكر فزاني، أستاذ محاضر صنف "ب"، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة المدية.

[3] محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط2، مصر: عالم الكتب، 2004، ص130.

[4] محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص133.

وقد قمنا باختيار عينة قصدية من جمهور الإذاعة الثقافية متكون من 60 شخصا الذين يواظبون على الاستماع لبرامج الإذاعة الثقافية .

10. المجال الجغرافي و الزمني للدراسة :

المجال الجغرافي للدراسة: هو الجهة المعنية بالدراسة وقد اخترنا الإذاعة الثقافية، وعينة الدراسة تتمثل في جمهور العام و جمهور الخاص بالثقافة من بينهم فنانين لذلك يتمثل الإطار الجغرافي لدراستنا في ولايتي المدية و الجزائر العاصمة .

المجال الزمني للدراسة: وهي الفترة التي استغرقتها الدراسة ومرحلة جمع البيانات من مجتمع البحث، حيث قمنا بدراسة استطلاعية لتعيين مجتمع البحث وتحديد العينة وضبط حجمها وإعداد الاستمارة وتجريبها في منتصف شهر أفريل أما التوزيع الفعلي للاستمارة فكان في يوم 1 ماي 2019 ثم قم ت بجمع البيانات وتفريغها وتحليلها وتفسيرها وصولا إلى النتائج النهائية في يوم 01 جوان 2019.

[1] أحمد بن مرسلي، مرجع سبق ذكره، ص197.

الإطار المنهجي

11. تحديد المفاهيم :

الإعلام :

الإعلام لغة–:

أصل الإعلام من مادة علم ، جاء لسان العرب : والعلم نقيض الجهل علم علماً وعلم هو نفسه ورجل عالم وعليم من قومٍ علماء.

وعلام وعلاَّمة إذا بالغت في وصفه بالعلم أي عالم جداً والهاء للمبالغة.

وعلمت الشيء أعلمه علماً عرفته قال ابن بري : وتقول : علم وفقه أي تعلم وتفقه أي ساد العلماء والفقهاء.

وعلم بالشيء شعر يقال : ما علمت بخبر قدومه أي ما شعرت ويقال: استعلم لي خبر فلان و أعلمنيه حتى أعلمه استعلمني الخبر فأعلمته إياه وعلم الأمر وتعلمه أتقنه.

ويجوز أن تقول : علمت الشيء بمعنى عرضته وخبرته وعلم الرجل خبره أن تقول: وأحب أن يعلمه أي يخبره.

وأعلم فلاناً الخبر : أخبره به) ... العلم (إدراك الشيء على ما هو به وقيل : العلم يقال لإدراك الكلي والمركب ، والمعرفة تقال لإدراك الجزئي أو البسيط[1] .

ومن هنا يقال : يطلق العلم علي مجموعة مسائل وأصول كلية تجمعها جهة واحدة كعلم الكلام وعلم النحو.[2]

الإعلام اصطلاحا:

الإعلام هو : إحاطة الرأي العام علماً بما يجري من أمور وحوادث سواء في الشئون .الداخلية أو الخارجية.وهو نشر الأخبار والآراء على الجماهير وهو تزويد الناس بالأخبار الصادقة والمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة التي تساعد .على تكوين رأي صائب في واقعة معينة.[3]

---

[1] أجهزة الإعلام ودورها في توجيه المجتمع ، د .أحمد عبد العزيز المبارك ، دائرة القضاء الشرعي ، أبو ظبي 1977 .م، ص67

[2] ، رشاد أحمد عبد اللطيف، تنمية المجتمع وقضايا العالم التربوية، ط1 ، دار المعرفة ، ، ص35

[3] العلاقات العامة والمجتمع ، إبراهيم إمام ، مكتبة الانجلو ، القاهرة ، 1981 م ، ص3

الإطار المنهجي

وهو النقل الحر والموضوعي للأخبار والمعلومات بإحدى الوسائل الإعلامية أو أنه نقل .الأخبار والوقائع بصورة صحيحة[1]

الإعلام إجرائيا: هو نشر الأخبار والحقائق والأفكار والآراء يتم التعبير عنها بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في إطار موضوعي بعيد عن الهوى والغرض ، من خلال أدوات ووسائل محايدة ، بهدف إتاحة الفرصة للإنسان للوقوف على الأخبار والحقائق والأفكار والآراء ، ليكون قادراً على تكوين فكره الخاص به الذي يمكنه من اتخاذ الموقف الذي يراه ملائما.

الثقافة :

لغة:

إن جذر كلمة ثقافة هو: ثقف، ولهذا الجذر معنيان رئيسيان متباينان في اللغة العربية:

الأول: ثَقَفَ: قال الفيروز أبادي: ثَقَفه: أي صادفه أو أخذه أو ظفر به أو أدركه.

وأُثقِفْتُهُ: قُيِّضَ لي.

والثاني: ثَقِفَ يثقَف، وثَقُفَ يثقُف، ثَقْفاً وثَقَفاً وثقافة: صار حاذقاً خفيفاً فطناً

ومنه:

ثَقِفَ الكلام: حذقه وفهمه بسرعة

وثَقَّفَ الرمحَ: قوّمه وسوّاه

وثقَّف الولد: هذّبه وعلّمه.

وثاقفه مثاقفةً: غالبه فغلبه في الحذق

(ويبين ابن منظور في لسان العرب أن معنى ثَقَفَ: جدّد وسوّى، ويربط بين التثقيف والحذق وسرعة التعليم. ويعرف المعجم الوسيط الثقافة بأنها (العلوم والمعارف والفنون التي يطلب فيها الحذق).

[1] دور الإعلام في التنمية ، محمد عبد القادر ، وزارة الثقافة والإعلام ، 1982 م ، ص10

الإطار المنهجي

الثقافة اصطلاحا:

قِيل: هي "الرقي في الأفكار النظرية، وذلك يشمل الرُّقي في القانون، والسِّياسة، والإحاطة بقضايا التاريخ المهمَّة، والرُّقي كذلك في الأخلاق، أو السلوك، وأمثال ذلك من الاتِّجاهات النظرية."

وقيل: «جملة العلوم، والمعارف، والفنون الَّتي يطلب الحذق بها[1].

إن تعريف الثقافة لغة واصطلاحاً يرجع الى الجذر ثَقُفَ، ويشير إلى الشخص الفطن المتحاذق الليّن، أو الشخص الملمّ بالمعرفة والأدب، وهناك الكثير من تعريفات الثقافة تختلف بحسب طبيعتها في المجتمع أو ما يتعارف عليه العامة على أنها المعارف والعلوم والأدب والفنون، أو كل ما هو مبدع عن أشخاص محددين، أو هي مجموعة الأشياء الذي تكون داخل مجال معين كـ" ثقافة الشارع " ويقصد بها السلوكيات السيئة او الحسنة الذي تحدث في الشوارع، وهذه التعريفات والمفاهيم نابعة من الفكر الشعبي ولا يوجد بهم تعريفاً أكاديمياً دقيق يمكن إستخدامه في المجتمع العلمي.

اجرائيا:

كمحاولة منا لضبط المفهوم حتى تكون خطوة منهجية للاستيعاب، و تستهيل سبل التناول و طرح الأسئلة نعتبر أن الثقافة هي تلك البيئة المادية و المعرفية التي صنعتها الإنسان و يتفاعل معها بإستمرار و هي الشكل الديناميكي للحضارة، و الثقافة كل متغير، لكن أجزاءه لا تتغير بنفس السرعة، و بهذا فالثقافة ليست بداخل الإنسان بل هي أيضا خارجه ، فالثقافة هي الانعكاس الفني و الفكري للظروف الاجتماعية و الاقتصادية التي يعيشها المجتمع، و يمكن تصنيفها الى الثقافة النفعية والثقافة وجدانية.

الإذاعة المتخصصة :

هي ذلك النوع من الاذاعات الذي يحصر نفسه في مجال معين من مجالات المعرفة كالاقتصاد و الثقافة و الرياضة مثل الإذاعة الثقافة الجزائرية و تعد أول إذاعة ثقافية في الجزائر و أبرز

[1] بن سليمان القوسي.مقدمات في الثَّقافة الإسلاميَّة ط3، الرياض 2004، ص **36**

الإطار المنهجي

الاذاعات التعليمية كإذاعة جامعة السودان المفتوحة والتيf.m89 وفي بعض دول اوروبا هناك f.mتنشر المحو التثقيفية تبث من خلال اثيرها100.7 105.1 fm100 الاذاعات الخاصة لبعض هواة الموسيقى الكلاسيكية ومنها ايضاً الاذاعات الرياضية مثل اذاعة الشباب والرياضة بمصر والتي لها المرتبة الاولى بجانب هذا f.m . افريقيا وعالمياً تليها الاذاعة الرياضية السودانية 104 والاذاعة الطبية f.m هناك الاذاعات الطبية مثل الصحة والحياة السودانية و الإذاعات الأكثر شهرة بالوطن المغربي هي إذاعة جيل أف أم الجزائر المختصة بجانب الشباب و إذاعة شمس مختصة بالسياحة و الأسفار [1]

إذاعة لغة :يقال أذاع،يذيع،إذاعة، أي ينشر ،وإذاعة السر أي إفشاؤه.[2]

إذاعة اصطلاحا:

الإذاعة هي كلمة تعني البث والإرسال في جميع الاتجاهات، فهي تأخذ على عاتقها عدة وظائف ومهام نذكر منها وظيفة البث والإرسال عبر موجات الأثير فهي ترسل برامجها عبر الأمواج بغرض استقبالها من طرف جمهورها المستمع[3].

والإذاعة هي إحدى وسائل الاتصال الجماهيرية تقوم على نقل الأصوات لاسلكيا بعد تحويلها إلى موجات كهربائية عن طريق محطات الإذاعة[4].

ويعرفها فضيل دليو على أنها: "ما يبث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية، وربط مستمعيها برباط مباشر وسريع"[5].

إجرائيا: بناءا على التعاريف المختلفة التي قدمت للإذاعة فإننا سنختار منها التعريف الذي يتناسب مع الهدف من دراستنا وإشكاليتها وعليه فالإذاعة هي وسيلة اتصال جماهيرية تصل إلى جماهير عريضة وتقوم بوظائف في المجتمع وتلبي حاجيات أفراده.

---

[1] مروة عبد الرحمان محمد الطاهر،دور الإذاعات المتخصصة في نشر المعلومات،جامعة الخرطوم،السودان، 2011

[2] عبد العزيز شرف،"المدخل إلى وسائل الإعلام"، ط2، مصر،دار الكتاب المصري، 1989،ص103

[3] إبراهيم إمام، **"الإعلام الإذاعي والتلفزيوني"**، ط2، مصر: دار الفكر العربي، 1985، ص 16.

[4] أحمد زكي بدوي، **"مصطلحات الإعلام"**، مصر: دار الكتاب المصري، 1985، ص 14.

[5] فضيل دليو، **"مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري"**، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1998، ص 135.

12. الدراسات السابقة :

الدراسة الأولى : رسالة ماجستر من إعداد الطالب حسان فوغالي و الموسومة " الإعلام الثقافي في الجزائر " و هي عبارة عن دراسة وصفية للإذاعة الثقافية، تكلم الباحث في موضوع دراسته عن الدور التثقيفي التي تقوم به الإذاعة المسموعة،الأهداف التي تسعى الإذاعة الثقافية إلى تحقيقها،واقع الإذاعة الثقافية،والصعوبات و العراقيل التي تواجه تطور الإذاعة الثقافية.

و قد أدرج الباحث دراسته ضمن البحوث الوصفية، معتمدا على منهج دراسة حالة الإذاعة الثقافية، مستخدما في ذلك أداة المقابلة من أجل جمع بياناته و معلوماته .

تعقيب:تشترك دراستنا مع دراسة الباحث " حسان فوغالي " في أن كلاهما أهتم بموضوع الإذاعة و دورها التثقيفي، ورغم تركيزه على دراسة حالة للإذاعة الثقافية الجزائرية، على خلاف دراستنا التي اهتمت بدراسة جمهور الإذاعة الثقافية .[1]

الدراسة الثانية : " بعنوان دور الإذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية لجمهور المستمعين (إذاعة سكيكدة نموذجا) " انطلقت الباحثة في دراستها من إشكالية رئيسة كما يلي :هل تساهم الإذاعة المحلية فعلا في ترسيخ الهوية الثقافية فعلا ؟ و كيف تقوم إذاعة سكيكدة بهذا الدور ؟

وقد زاوجت الباحثة من خلال دراستها هذا بين المنهج الوصفي و أسلوب تحليل المضمون،من خلال إجراء دراسة تحليلية و أخرى ميدانية .

ففي التحليل من خلال أسلوب " تحليل المضمون " إختارت الباحثة العينة القصدية تمثلت في ثلاث برامج تهتم بالهوية الثقافية و هي (معالم و عوالم،إبحار في التراث،وغلاب الدنيا)

[1] حسان فوغالي، الإعلام الثقافي في الجزائر،(الإذاعة الثقافية أنموذجا " دراسة وصفية ")، رسالة ماجستر غير منشورة، قسم علوم الإعلام و الإتصال،كلية العلقم السياسية و الإعلامظن جامعة الجزائر، 2007/2006

الإطار المنهجي

أما في الدراسة الميدانية فقد شمل مجتمع بحثها الجمهور السكيكدي (فئات المجتمع المحلي ذكورا و إناثا بإختلاف أعمارهم بإستثناء الأطفال)الذي يصله بث إذاعة سكيكدة.

و قد إعتمدت الباحثة في إختيار مفردات بحثها على طريقة المعاينة بالنسبة لجمهور إذاعة سكيكدة، و طريقة الحصر الشامل بالنسبة لعمال إذاعة سكيكدة مستخدمة في ذلك عدة أدوات لجمع البينات هي : الاستبيان، الملاحظة، المقابلة.

– في نهاية الدراسة بشقيها الميداني و التحليلي خلصت الباحثة إلى العديد من النتائج أهمها:

–أن معظم مجتمع البحث لديهم شعور قوي بالانتماء نحو منطقة الإنتماء العائلي، و هذا يدل على أن فكرة المحلي على مستوى التصور الذهني لازالت قائمة ، فتكنولوجيات الإعلام و الإتصال الحديثة لا يمكنها أن تعجل الهويات المحلية هامشية في مجتمع ما .

– إدراك القائمين بالإتصال للأجزاء التي تكون الهوية الثقافية المحلية و مؤشراتها،و هذا يظهر خلال معالجتهم لمختلف جوانبها و مكوناتها .[1]

التعقيب : تعتبر دراسة الباحثة ليليا شاوي المعنونة بدور الإذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية لجمهور المستمعين،ذات أهمية كبيرة بالنسبة لموضوع دراستنا،حيث أنه و رغم إختلاف الإذاعتين المدروستين (الإذاعة الثقافية– الإذاعة المحلية)إلا أن نطاق الإستفادة كان عن المستوى التطبيقي ،حيث إستعنا في تصميم إستمارتنا التحليلية بإستمارة تحليل المحتوى التي إستخدمتها الباحثة ليليا،و ذلك بعض الفئات رأينا ضرورة وجودها خلال دراستنا.

[1] ليليا شاوي، **دور الإذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية لجمهور المستمعين (إذاعة سكيكدة نموذجا،رسالة ماجستر غير منشورة،قسم علوم الإعلام و الإتصال،كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر،2009/2008**

تمهيد :

إذا كان الإعلام هو تزويد الجمهور بالأخبار و المعلومات و الحقائق بحيث تعمل على تكوين رأي صائب يعبر عن عقلية الجمهور و اتجاهاتهم و ميولهم و بالتالي يحمل الإعلام حملا ثقيلا على كاهله و في ذلك نجد الإعلام الذي يتميز بمحتواه بإرسال تلك الرسالة الإعلامية لجمهوره الخاص بكل موضوعية و شمولية بوسائله المختلفة منها السمعية و البصرية و الثابتة و المقروءة و من هذا التنوع الإعلامي في الوسائل يرتبط ذلك بتنوع الأذواق و اختلاف اقتناء المعلومة من طرف الجمهور و لعل ما تتميز به بلادنا بشكل خاص الإعلام في التنمية ، و خصوصا دور الإذاعة في نقل انشغالات المواطن و إبداء الرأي و المشاركة في البرامج الحوارية و خاصة الثقافية ذات الشعبية الكبيرة و هذا ما استهل به هذا الفصل .

المبحث الأول :

1.مفهوم الإعلام :

عرف الإعلام في العصر الحديث مكانة كبيرة جعلت مفهومه يتسع، إذ لم يقتصر على الأخبار السريعة باعتباره أضحى علما قائما بذاته له أهدافه و منهجه و نضمه و تنوعت تعريفاته على النحو التالي :

حيث جاء في قاموس أكسفورد، و كاسل بأن الإعلام هو الإخبار أو التبليغ، أو الأنباء و هذه المرادفات تعني انتقال المعلومة إلى الأفراد فتصبح لهم لغة التفاهم، و الانتشار للرسالة الإعلامية .

أخد كل من الدكتور حمزة عبد اللطيف و الدكتور إبراهيم إمام في تعريفهما للإعلام على الوجه التالي : " الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة و المعلومات السليمة، و الحقائق الثابتة التي تساهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير، و اتجاهاتهم، و ميولهم " .[1]

إن الإعلام هو بث الأخبار الصادقة بعيدا عن الميول و الذاتية و الأهواء، و أن يتماشى مع طبيعة الجمهور، حيث يعمل الإعلام على توسيع إدراك الجمهور و تحسين مستواهم الفكري و الثقافي، و السلوكي، و بث الثقافة الجماهيرية .

أ / الإعلام لغة :

الإعلام لغة مصدر و يقال استعلم لي خبر فلان، و أعلمنيه حتى أعلمه، و استعلمني الخبر فأعلمته إياه، و أعلم الفارس، جعل لنفسه علامة الشجعان، و أعلم الفرس أي علق عليه صوفا أحمر أو أبيض في الحرب، و أعلم نفسه و سمها بسيما الحرب، و يقال أعلم فلانا الخبر، وبه: أخبره به، وأعلم فلانا حاصلا: جعله يعلمه.

[1] محمد موفق الغلابيني، وسائل الإعلام و أثرها في وحدة الأمة،دار المنارة، جدة السعودية، ط1، 1985، ص ص 40 -41 .

و يرى زهير إحدادن أن " كلمة الإعلام مشتقة من العلم، تقول العرب تقول العرب استعمله الخبر فأعلمه إياه ، يعني صار يعرف الخبر بعد أن طلب معرفته ، فلغويا يكون معنى الإعلام نقل الخبر[1]" .

والإعلام لغة حسب محمود محمد سفر يعني التبليغ ويقال: "بلغت قوما بلاغا، أي أوصلتهم الشيء المطلوب، و البلاغ ما بلغك في الحديث : " بلغوا عني ولو أيه "

والمقابل اللغوي للفظ إعلام في اللغتين الانجليزية والفرنسية هو كلمه informationوالنطق اللاتيني informatio مأخوذ منinformatum او الفعل informare[2]

ب / الإعلام اصطلاحا :

في معناه الاصطلاحي يعرف كرم شلبي الإعلام في معجمه، بأنه " تقديم الأخبار والمعلومات الدقيقة الصادقة للناس والحقائق التي تساعدهم على إدراك ما يجري حولهم وتكوين آراء صائبة في كل ما يهمهم من أمور، ويربط كرم شلبي بين الإعلام كمفهوم وبين وسائل الإعلام الحديثة التي تعبر في نظره الأداة الناقلة لمحتوى الإعلام و محتويات أخرى مثل الإعلان، التعليم والترويج ويوافق زهير إحدادن كرم شلبي في نظرته لارتباط الإعلام في وسائل الإعلام الحديثة من صحف وراديو وتلفزيون حينما يقول أن الأعلام خلافا للاتصال مرتبط اشد الارتباط بالوسائل الحديثة " لكننا نجد أن كرم شلبي يوسع مفهومه للإعلام حينما يرى أن المصطلح يطلق على " الوثائق و المطبوعات و الصور و الأفلام و التقارير و الدوريات و التسجيلات و الأشرطة و الخرائط و كل ما يحوي و يضم معلومات يتم حفظها و الاحتفاظ بها على هذا النحو في تخصص معين أو في عدد من التخصصات[3]

[1] زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال، ط 2، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية ، 1993، ص 14.

[2] محمود محمد سفر، الإعلام موقف، ط 1 جدة، الكتاب العربي السعودية، 1982 , ص21

[3] كرم شلبي , معجم المصطلحات الإعلامية ط 1 بيروت , مطابع الشروق، 1989 , ص 292

لعلنا نلاحظ أن أغلب تعريفات الإعلام تشير إلى أن هذه العملية تعتمد على نشر المعلومات بكل أشكالها و تزويد الجماهير بها , بهدف تحقيق أغراض محددة، و من ذلك قول أحمد زكي بدوي أن الإعلام هو " : نشر الحقائق و الأخبار و الأفكار و الآراء بين الجماهير بوسائل الإعلام المختلفة كالصحافة و الإذاعة و السينما و المحاضرات و الندوات و المؤتمرات و المعارض و غيرها و ذلك بغية التوعية [1] و الإقناع و كسب التأييد أو قول عبد اللطيف حمزة أن الإعلام هو عملية " : تزويد الناس بالأخبار الصحيحة الثابتة التي تساعد الناس على تكوين رأي صائب في واقعة من المواقع ، أو مشكلة من المشكلات[2] "

الإعلام في انتشاره , يعتمد كل العلامات و الإشارات التي يفهمها الجمهور سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة في إطار الموضوعية و الحياد ، حتى و إن كان يهدف إلى تحقيق أغراض محددة سلفا، فيقول فرنان تيرو ": الإعلام هو نشر الوقائع و الآراء في صيغة مناسبة بواسطة ألفاظ أو أصوات أو صور و بصورة عامة بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور .[3]

و يقول محمود محمد سفر نشر أخبار و الحقائق و الأفكار و الآراء ، يتم التعبير عنها بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في إطار موضوعي ، بعيد عن الهوى و الغرض من خلال أدوات و وسائل محايدة ، بهدف إتاحة الفرصة للإنسان للوقوف على الأخبار و الحقائق و الأفكار و الآراء ، ليكون قادرا على تكوين فكره الخاص به الذي يمكنه من اتخاذ الموقف الذي يراه ملائما و إلى ذلك يشير عبد الوهاب كحيل حين يقول أن " :الإعلام هو نشر الحقائق و الآراء بطريقة موضوعية وله أهداف كثيرة منها الإخبار و منها التثقيف و منها التنوير و منها الإرشاد و منها الدعوة بهدف الإقناع بفكرة معينة لإحداث استجابة معينة، أو لإقناع الرأي العام

[1] أحمد زكي بدوي،معجم مصطلحات الإعلام،ط1،القاهرة ،دار الكتاب المصري ،1985،ص83
[2] حمزة عبد اللطيف , الإعلام في صدر الإسلام، الهيئة المصرية العامة للكتاب , 2001 ، ص 202 ,205
[3] زهير إحدادن , مرجع سبق ذكره ص 14

بشيء ما و لعل أكثر التعاريف اختصارا في تبيان هذه الفكرة ، تعريف العالم الألماني أوتوجرت "[1] بأن الإعلام هو التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير و لروحها و ميولها و اتجاهاتها في نفس الوقت.[2]

قبل أن نعطي تعريفا إجرائيا، انطلاقا مما سبق من تعريفات، نشير إلى قول Daniel Bourgoux في تفريقه بين الإعلام و الاتصال حين يقول " : الإعلام ، الاتصال ، هما ما يمكن اختصارهما في هذا المصطلح المركب« Infocom » نجمع هذين المصطلحين بسهولة دون أن تطرح العلاقة بينهما أية مشكلة .الإعلام يصف الرسالة التي ترحل في اتجاه واحد) من المرسل إلى المستقبل بدون رجع صدى (و الاتصال هو التبادل بين شريكين.إذا كان الإعلام + التفاعل = الاتصال فإن هذا الأخير، أي الاتصال يبدو مفضلا و مؤنسا بكل تأكيد.[3]

انطلاقا من كل ما سبق ذكره نستطيع القول أن الإعلام هو عملية اجتماعية تقوم على نقل معلومات متنوعة بطريقة موضوعية في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل، عبر قنوات إعلامية مناسبة ، من أجل تحقيق أهداف محددة سلفا.

المبحث الثاني :

1/ وظائف الإعلام :

يجمع علماء الإعلام والاجتماع في الغرب على أن الوظيفة الإخبارية للإعلام الجماهيري تعد وظيفة ، أو مسألة بديهية غير خاضعة للنقاش ، كون أن هذه الوظيفة نشأ من أجلها الإعلام ،ووسائله بأنواعها، فهي إذن وظيفة لا يمكن أن نتصور وسيلة إعلام لا تمارسها ، أو تعمل على تحقيقها، إذ أن هذه الأخيرة بمثابة حجر الزاوية ، والأساس لهذه الوسائل ولهذا النوع من النشاط.

---

[1] عبد الوهاب كحيل، الأسس العلمية و التطبيقية للإعلام الإسلامي،ط1، بيروت،عالم الكتب،مكتبة القدسي،1985،ص220-221

[2] محمود محمد سفر , مرجع سبق ذكره ص 24

[3] نصر الدين العياضي , وسائل الاتصال الجماهيري و المجتمع , الجزائر . دار القصبة , 1998 ، ص35

فهذه الوظيفة تحتل موقعا مركزيا في النشاط الإعلامي لأي لمجتمع حر وديمقراطي .
ويسمي" **هارولد لاسويل** "الوظيفة الإخبارية وظيفة رصد المحيط التي تضطلع بها مجموعة تتحرى في الوسط السياسي للدولة.
ويصف" **جاف ستويتسل** "الوظيفة الإخبارية بأنها وظيفة مركزية يتيح الإعلام من خلالها الاتصال داخل مجتمع بالتناغم مع مؤسسات عديدة أخرى عبر نشر المعلومات[1].
ويرى" **مالكوم ويلي** "أن إحدى أهم وظائف الإعلام هي تزويد المتلقي بالأخبار،والمعلومات الخام ، وفي مستهل لوحة "**تشارلز رايت** "المؤلفة من اثني عشر عنصرا ، والمتعلقة بالتحليل الوظيفي لنظام الاتصال الجماهيري الفرعي داخل النظام الاجتماعي الكلي ، والتي استند رايت في إعدادها إلى مفهوم" **روبرت ميرتون** "حول وظائف الإعلام الظاهرة والكامنة ،وحول الخلل الوظيفي بقد الوظيفة الإخبارية التي يصفها رايت بأنها وظيفة رصد الأخبار للاتصال الجماهيري القائمة على اصطفاء المعلومات المحلية ،كالوطنية ،والدولية ، وصياغتها ، ونشرها[2].
وهكذا فإن الوظيفة الإخبارية تشكل قاعدة أساسية لا غنى عنها تؤهل الإعلام الجماهيري لتأدية وظائف أخرى انطلاقا من المعلومات التي يتيح تعميمها ، ويضمن تجوالها في المجتمع ، و يتركز إلى معطياتها ليمارس التأثير والإقناع.
وتتمثل الوظيفة الإخبارية في جمع مختلف المعلومات وتخزينها ومعالجتها ونشرها(أنباء، معلومات،صور،آراء، تعليقات [3].
ويضيف البعض من المفكرين الإعلاميين وعلماء الاجتماع والسياسة وظائف أخرى يمكن لوسائل الإعلام أن تقوم بها وذلك انطلاقا من ملاحظاتهم للواقع .وهي كالتالي:

1-وظيفة خدمة النظام السياسي:

فالاتصال الجماهيري يخدم هذا النظام بطرق متعددة و مختلفة قد تكون مباشرة و غير مباشرة، ففي كل المجتمعات لا يمكن للقادة السياسيين الاتصال بالجماهير إلا من خلال وسائل الإعلام و الاتصال الجماهيرية، و هذا ما نلمسه و نلاحظه جليا من الحملات الانتخابية، أو حملات الترشح.

---

[1] فريال مهنا، علوم الإتصال و المجتمعات الرقمية، ط1، بيروت ،،دار الفكر المعاصر، 2002، ص33
[2] المرجع نفسه، ص34
[3] فضيل دليو، علوم الاتصال، ط 3 ، دار أقطاب الفكر، ، 2007، ص30

2- **تحقيق التماسك الاجتماعي :** تساعد وسائل الاتصال على تطوير و تكوين الرأي العام، و ذلك من خلال إمداده بالمعلومات الصحيحة، و الأخبار الموضوعية، و تزويد الناس بالمعرفة العامة التي تخص شؤونهم اليومية، و هذا ما يؤدي بالضرورة إلى خلق التماسك الاجتماعي بين الأفراد.

3- دمج القادمين الجدد في المجتمع: و هو ما يسمى بالنقل التراث الثقافي من جيل لآخر.

فوسائل الإعلام لا تقوم بالإعلان عن المنتجات و الخدمات فحسب، بل هي أيضا تعلن عن المجتمع ذاته، فتقوم هذه الأخيرة بمدح المجتمع و كل ما يميزه من عادات و تقاليد، و معتقدات، و فنون، و كما تشجع على العيش و الاستثمار في هذا المجتمع و في هذا البلد ..... الخ

و عموما لقد قام " دنيس ماكوبل " ملخصا للوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام في المجتمع بوضع النقاط التالية :

الإمداد بالمعلومات:

-الإمداد بالمعلومات عن الأحداث و الظروف في المجتمع وفي العالم.

-الإشارة إلى علاقات القوة في المجتمع.

-تسهيل الإبتكار والتبني للمستحدثات والتقم.

الإ رتباط:

الشرح والتفسر والتعليق على معاني الأحداث الجارية والمعلومات- .

تأييد السلطات و الأعراف القائمة- .

بناء الإجماع- .

ترتيب أولويات المجتمع ، والإشارة إلى المكانة النسبية لبعض القضايا[1]- .

[1] فضيل دليو، مرجع سابق، ص31

الإستمرارية:

التعبير عن الثقافة المسيطرة السائدة ،و الإعتراف بالثقافات الفرعية ،والتطورات الثقافة- الجديدة.

المحافظة على القيم السائدة الشائعة في المجتمع- .

التسلية:

الإمداد بالتسلية والهروب من المشكلات و الاستًرخاء- .

تقليل التوتر الإجتماعي- .

التعبئة الاجتماعية

عمل حملات خاصة بأهداف المجتمع في النطاق السياسي وفي أوقاتالحروب والتطورات الإقتصادية وأحيانا فيما يتعلق بالدين.

وعموما يمكن إبراز الدراسات التي تناولت وظائف الإعلام في المجتمع المعاصر منها دراسة" **هارولد لاسويل** "

2/ وظائف الإعلام حسب نظرية الإشاعات :

خلال الأربعينات من القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية و التباين الاجتماعي على السلوك االمرتبط بوسائل الاعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير وهذه الوسائل، و كان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل و مضمون مفضل من وسائل الإعلام . [1]

و يذهب إدلستاين «Edelstein» و زملاؤه إلى أن تأسيس نموذج "الاستخدامات و الإشباعات "جاء كرد فعل لمفهوم "قوة وسائل الإعلام الطاغية"، و يضفي هذا النموذج صفة الإيجابية على جمهور وسائل الإعلام، فمن خلال هذا المنظور لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال، وإنما يختار

[1] حسن عماد مكاوي،ليلى السيد: الاتصال و نظرياته المعاصرة الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 2006

الأفراد بوعي وسائل الإعلام التي يرغبون في التعرض إليها، و نوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية و الاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة.

فروض النظرية :

وصلت بحوث الاستخدام و الإشباع إلى حالة من النضج بعد مراحل من التطور، فقد تبلورت العديد من الافتراضات الأساسية لهذه النظرية في دراسة الاتصال الجماهيري، و مما لا شك فيه أن ما قدمه "كاتز" و زملاؤه عام 1974م ، قد أسهم بشكل أساسي في نضج هذه النظرية ، وبلورة افتراضاتها الأساسية، فقد قدم كل من "إلياهو كاتز E. Katz" و"بلومر Blumer"و"جورفيتشGurvitch"وصفا لمدخل الاستخدامات و الإشباعات كما يلي:

نموذج "كاتز وزملاؤه" للاستخدامات و الإشباعات

ف**العلاقة بين الاستخدام والإشباع** يرى فيها "كاتز" أن لدى كل فرد عددا من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة للفرد من خلال خبرة الفرد يبدأ في رسم توقعاته عن تلبية وسائل الإعلام لهذه الحاجات مقارنة بمصادر أخرى لإشباع هذه الحاجات...فيترتب على ذلك اتخاذ قراره بالاختيار بين وسائل الإعلام أو المصادر الأخرى، نتيجة للتعرض يتم إشباع بعض الحاجات بجانب نتائج أخرى كامنة وهو يؤدي مرة أخرى إلى نشوء حاجات أو توقعات جديدة تبدأ من التفاعل مع العناصر الاجتماعية والنفسية...وهكذا تتم دورة العلاقة بين نشوء الحاجة وقرار الفرد بالتعرض إلى وسائل الإعلام أملا في إشباعها.

و يعكس هذا النموذج **الفروض الأساسية** التي تقوم عليها النظرية والتي يمكن تلخيصها في الاتي:

1- إن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط يتسم بالإيجابية و الفاعلية، استخدامه لهذه الوسائل موجه لتحقيق أهداف معينة خاصة به.[1]

[1] حسن عماد مكاوي،ليلى السيد، مرجع سابق

2- إن جمهور وسائل الإعلام قادر على تحديد أهدافه و حاجاته، و كذلك دوافع تعرضه لوسائل الإعلام، و من ثم فهو قادر على تحديد اختيار المضمون الذي يلبي حاجاته.

3- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات و اختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.

4- تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى في إشباع حاجات الأفراد المتعددة و المتنوعة، مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات، فالعلاقة بين الجمهور و وسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة، تجعل الفرد يتجه إلى مصدرها لإشباع حاجاته دون الآخر.

5- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور و استخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة، بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة.

و هذه الفروض طرحت عديدا من التساؤلات حول العوامل التي يتأثر بها الجمهور في إدراك حاجاته و تحديد نشاطه، و كذلك العوامل البيئية التي تؤثر في نشوء الحاجات و دعمها، و قرار الجمهور بالاستخدام لإشباع هذه الحاجات.

نقد النظرية:

تطورت الأبحاث الخاصة بالاستخدامات و الإشباعات خلال السبعينات و ما بعدها، و بعد أن قدمت النظرية إستراتيجية جديدة لدراسة و تفسير استخدامات الجمهور و إشباعاته ازداد إدراك الباحثين بعد ذلك بأهمية الاستخدام النشط لجمهور المتلقين، باعتباره عاملا وسيطا في إحداث الأثر، سواء كان كبيرا أم محدودا و على الرغم من تطور أساليب البحث و الاستقصاءات المنهجية و الموضوعية في هذا المجال،إلا أن صورا من النقد وجهت لهذه النظرية و تطبيقاتها و من أمثلتها ما يلي:

• يشعر بعض النقاد أن نموذج الاستخدامات و الإشباعات أقل من أن يكون نظرية مستقلة بذاتها، و ما هو إلا صياغة معادة محدودة لجوانب معينة من نظريات التأثير الانتقائي، و يشيرون إلى حقيقة أن الافتراض الرئيسي هنا، هو أن احتياجات الأفراد

و المكافآت التي يحصلون عليها تؤثر في أنماط اهتمام الناس بمحتوى الإعلام، و المنافع التي يحققونها باستخدام ما يحصلون عليه من معلومات، و هذه أساس رواية مبسطة لنظرية الفروق الفردية .[1]

• عدم التحديد الواضح لمفهوم "النشاط activity" الذي يتصف به جمهور المتلقين في علاقته بالاستخدام والإشباع.

• لعل أقوى الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الإشباعات تكمن في الطابع الوظيفي لهذا المدخل، و هو ما يعنى بتكريس الوضع القائم ومن سلبيات ذلك أن صناع القرار يمكنهم التذرع بأن التنظيم الحالي لوسائل الإعلام تنظيم وظيفي بالنسبة لأفراد الجمهور يحقق لهم ما يريدونه، و من ثم لا ضرورة لأي تغيير في هذا التنظيم، كما تخدم هذه النظرية منتجي المضمون الهابط الذين يدعون أن هذا المضمون ما هو إلا مجرد الاحتياجات الفعلية لأعضاء الجمهور و من ثم فلا حاجة لتغيير هذا المضمون.

• ترتكز النظرية على أسس وظيفية، تهتم بما تحققه وسائل الإعلام من وظائف، وذلك من منظور فرد يستخدم الرسائل الإعلامية، في حين أن الرسائل الإعلامية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد، و تحقق اختلالا وظيفيا للبعض الآخر، ولذا فكل الانتقادات الخاصة بالوظيفية تنطبق على النظرية.

• لا تصلح نظرية الاستخدامات و الإشباعات للتعميم، لأن الاستخدامات و الإشباعات من وسائل الإعلام تختلف باختلاف الثقافات ، كما تختلف باختلاف العوامل الديمغرافية.

[1] محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1998

المبحث الثالث :

مفهوم الإعلام المتخصص :

التخصص يعني انقسام الكل المعرفي إلى جزيئات متخصصة، حيث أخذ كل علم يحدد معالمه، وحدوده، ويتميز عن غيره من العلوم والمعارف الأخرى.

ويقصد بالإعلام المتخصص كل إعلام سواء كان مقروء أو مسموع أو مرئي (صحف، إذاعة، تليفزيون) يهتم في الأساس على جانب من جوانب المعرفة الإنسانية، ويصل إلى جمهور متخصص تجمعه عدد من الخصائص أو السمات المشتركة[1].

وتعرفه سلوى إمام على أنه الموجه إلى فئات أو قطاعات معينة (كالفلاحين- والعمال- والنساء- والأطفال- والشباب-) ويتميز بأنه إعلام يقدم مضامين في مجالات متعددة (كالسياسة- والاقتصاد- والرياضة- والفن) إلا أن معالجة هذه المجالات يتأثر بطبيعة الجمهور النوعي الذي تتوجه إليه ومستوى ثقافته.

ويهتم الإعلام المتخصص بمجال معرفي معين أو محدد ويوجه إلى جمهور عام كالقنوات الرياضية المفتوحة والمشفرة، من ناحية أخرى قد يكون التخصص من حيث الجمهور في مخاطبة جمهور محدد تجمعه خصائص وسمات مشتركة كقنوات (الطفل- والمرأة) .

ويعرفه سامي الشريف على أنه يهدف إلى إعداد ونشر وإتاحة أنواع محددة ومتعمقة ومتخصصة من المادة الإعلامية بهدف توجيهها لجمهور محدد ذي خصائص وسمات واحتياجات وأذواق مشتركة أو متقاربة.

فالقائم بالاتصال (المرسل) –هنا – يعرف جمهوره بدقة ومن خلال هذه المعرفة يعد القائم بالاتصال مادته الإعلامية، ويضعها في الشكل الملائم أو المناسب لخصائص وسمات الجمهور، فبالتالي احتمالات نجاح الرسالة الإعلامية أكثر بكثير جداً من الرسائل أو المواد التي توجه إلى جمهور عام.

ويعد الإعلام المتخصص أحد أهم وسائل إتاحة ونشر الثقافة المتخصصة والمتعمقة لدى الجمهور مستخدماً كل عناصر الجذب والإبهار والإقناع التي تتميز بها كل وسائله

[1] أبو جبر عمرو صبري، **الإعلام المتخصص**، ط1،فلسطين،ص8

المختلفة.

فالراديو مثلاً وسيلة سهلة الالتقاط والاستخدام، والتعامل معها من قبل المستمع لا يحتاج إلى خبرات ومهارات خاصة، كما أنه يتميز بعنصر السرعة أو الحالية، ويتميز بمكونات عنصر الصوت وتلوينه وفنون الإلقاء ومهارات الإذاعي (القائم بالاتصال) تعطي فرصة أكبر للجذب والابهار[1].

والتليفزيون يتميز بمزج عنصري الصورة بكل أشكالها أنواعها وعنصر الصوت بكل مكوناته؛ جعل منه وسيلة شارحه مقنعه مؤثره لافته للنظر والسمع والانتباه، بالإضافة إلى امكانية الأختلاف في أحجام وأنواع اللقطات وأسلوب المونتاج وحركة الكاميرا؛ والقدرة على عرض الصورة المتحركة، مما جعل الجمهور العام المتخصص في مضمون معين قطاعات متخصصة تتوجه للوسيلة لقراءة أو سماع أو مشاهدة المادة الإعلامية بإبهار شديد.

والإعلام المتخصص ينقسم إلى شقين وهما: التخصص في المضمون، والتخصص في مخاطبة الجمهور. فالأول يهتم بتقديم جرعات كبيرة من المضامين في مجال بعينه كمواد الدراما والرياضة والسياسة والاقتصاد، والثاني هو وجود صحف وإذاعات بشقيها المرئي والمسموع تخاطب فئة معينة كالطفل والمرأة.

– يعتبر نمو الإعلام المتخصص و ازدهاره في اي مجتمع دليلا قويا على تقدم المجتمع و رقيه، فحين يتجه أي مجتمع تجاه التخصص الدقيق بين أفراده ينجم عنه إتساع المعارف العلمية و الثقافية و تعددها، و هو ما يمثل سما أساسية للتقدم و التحديث.

و يمكن تحديد العناصر مكونة لظاهرة نشوء الإعلام المتخصص و تطوره حسب رأي الدكتور أديب خضور على النحو التالي :

1/ أن الإعلام المتخصص جاء تعبيرا عن التقسيم الإجتماعي للعمل و إنعكاسا له .

2/إتساع مجالات المعرفة بشكل لم تعرفه البشرية من قبل، فلم يعج الإعلام العام قادرا على مواجهة هذا التحدي .[2]

[1] نفس المرجع السابق ،ص9

[2] خضور أديب، الإعلام المتخصص، ط2 ، دمشق،الكتبة الإعلامية، 2005 ، ص85

3/ اتساع الإطار الجغرافي الذي تشمله التغطية الإعلامية مما أدى إلى ظهور مصالح عجز الإعلام العام عن الاستجابة لها و خدمتها.

4/ فقدت الأحداث و الظواهر و التطورات بساطتها الأولى و أصبحت بفعل عوامل ذاتية و موضوعية مختلفة أكثر تعقيدا و تنوعا و تشابكا مما دفع بإتجاه ظهور إعلام متخصص يستطيع أن يقدم معالجة نوعية تتميز بمستوى من العمق و الشمولية .

5/ انتشار التعلم و إتساع مجالاته بشكل غير مسبوق و ما رفقه من تنوع الاهتمامات و مصالح شرائح المجتمع المختلفة .

6/ الأثار الثقافية التي ترتبت على انتشار التعليم حيث أصبح الإعلام العام عاجزا عن الاستجابة الفاعلية لإنشار الثقافة في المجالات كافة .

7/ ازدياد الحاجات الإعلامية للشرائح المتعلمة و المثقفة المتعددة و المختلفة .

8/ تطور و غنى المعطيات في مجالات و نشاطات معرفية و مجتمعية و علمية و تحولها إلى حياة كاملة غنية مما جعل الإعلام العام مرتبكا في تقديم المعالجة المناسبة لها .

9/ إن السمة المميزة في عصرنا هي إزدياد فاعلية الدور الذي يلعبه الإعلام عموما في حياة الفرد و المجتمع و قد وجدت القوة التي تقف وراء الإعلام المتخصص وسيلة فعالة لزيادة نفوذها و تقوية تأثيرها

10/ يأتي الإعلام المتخصص إستجابة لظاهرة الإستقطاب في الحياة الإعلامية المحلية و العالمية .

11/ فرضت المنافسة المحتدمة بين وسائل الإعلام المختلفة البحث عن وسائل و أساليب و مجالات عمل إعلامي جديد بهدف الانتصار في معركة الوصول و التأثير .

و يعرف الإعلام المتخصص بأنه : نمط إعلامي معلوماتي يتم عبر وسائل الإعلام المختلفة و يعطي اهتمامه مجال معين من مجالات المعرفة، و يتوجه إلى جمهور عام أو خاص مستخدما فنون الإعلام، و يقوم معتمدا على المعلومات و الحقائق و الأفكار المتخصصة التي عرضها بطريقة موضوعية ..[1]

[1] مصطفى السيد أحمد، **الإعلام المتخصص**، بنغازي، جامعة تونس، 1997 ، ص1

و يشير بعض الدارسين إلى أن الإعلام المتخصص لا يمكن أن ينطلق و لا يمكن له الاستمرار ما لم تتوفر له شروط الانطلاق الموضوعية، المتمثلة في الاقتصاد المتطور إلى حد ما، ثم انتشار التعليم بمختلف تخصصاته، لكن الظروف الموضوعية لن تكون بديلا عن ضرورة امتلاك الإعلام المتخصص رؤية كلية شاملة لواقع الجمهور الذي تتوجه له، ثم للمهمات الإعلامية المطلوبة منه في سياق التنمية التي يحتاجها المجتمع[1]

المبحث الرابع : خصائص الإعلام المتخصص و جمهوره

1/ خصائص الإعلام المتخصص:

1/ الإعلام نشاط اتصالي تنسحب عليه كافة مقومات النشاط الاتصالي و مكوناته الأساسية

و هي:مصدر المعلومات، الرسائل الإعلامية، الوسائل الإعلامية التي تنقل الرسائل ، الجمهور المتلقين او المستقبلين للمادة الإعلامية ، وترجيع الأثر الإعلامي(الصدى)

2/ يتسم الإعلام بالصدق الموضوعية والصراحة ، وعرض الحقائق الثابتة ، والأخبار الصحيحة دون تحريف ،أو تزييف باعتباره البث المسموع ،أو المرئي ، او المكتوب للأحداث الواقعية.

3/ يتصف الإعلام أيضا بأنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ،وروحها ،وميولها ،واتجاهاتها، وليس نشاطا ذاتيا يتأثر بشخصية الإعلاميين القائمين بالنشاط الإعلامي.

4/ يسعى الإعلام إلى محاربة التحيزات ، والخرافات ، والعمل على تنوير الأذهان، و تثقيف العقول.

5/ يهدف الإعلام إلى الشرح والتبسيط ، والتوضيح للحقائق والوقائع.

[1] أبو الحمام عزام، **الإعلام الثقافي،ط1، الأردن،دار أسامة للنشر و التوزيع**، 2015،ص1

6/ يتَّرتب على الجهود الموضوعية تأثير فعلي في عقلية الجمهور ، ومستويات تفكيره، وإدراكه كما يؤدي ذلك إلى أحداث اليقظة ، والنمو والتكيف الحضاري في المجتمع[1].
7/ يتأثر الرأي العام تأثرا إيجابيا بالجهود الإعلامية ، حيث تسعى هذه الجهود عن طريق مخاطبة العقول ،والعواطف السامية للجمهور إلى تنوير الرأي العام ، وتثقيفه، وحشده، والارتقاء به[2].

8/ تزداد أهمية الإعلام كلما زاد المجتمع تعقيدا، وتقدمت المدنية، وارتفع المستوى التعليمي، والثقافي ،والفكري لأفراد المجتمع.

و هناك من يدرج خصائص الإعلام طبقا لخصائص ومميزات وسائله المختلفة من إذاعة ، وصحف، وتلفزيون... إلخ كالتي هي كالتالي:

خصائص الصحافة:

تمتاز الصحافة عن غيرها من الوسائل الإعلامية بأنها الوحيدة التي تسمح للقارئ أن يسيطر على الظروف التي يتعرض لها ،وتتيح له الفرصة بأن يقرأها أكثر من مرة بمعنى معاودة الاستعمال ،كما أنها تسمح أكثر من الوسائل الأخرى بتطوير الموضوع ، في أي طول ، وبأي تعقيد تظهر الحاجة إليه، كما أن الأمور التي تحتاج إلى أعمال فكر ، وإحالة نظر يكون نشرها في الصحيفة أفضل من وسائل الإعلام الأخرى[3].

كما أن المواضيع ،المقالات والأخبار التي تنشر عبر الصحف تشجع القارئ لأن يستعمل مقدرته الذهنية الخاصة في استكمال تخيل أو تصور ما يحيط بذلك الموضوع ، وما يدور حوله من تفاصيل عكس الوسائل الأخرى التي تقتل في المتلقي التخيل ،و إعادة بناء الواقع بطريقته الخاصة.

[1] عاطف عدلي العبد، الإتصال و الرأي العام، الأسس النظرية و الإسهامات العربية، القاهرة، دار الفكر العربي، 1993، ص16
[2] عاطف عدلي العبد، نفس المرجع سابق ص 17
[3] يوسف محي الدين أبو هلالة، الإعلام (نشأته، أساليبه، وسائله، ما يأثر فيه)، ط1،الأردن، مكتبة الرسالة الحديثة، 1987، ص36

الفرع الثاني :خصائص المجلة:

المجلة تشبه الصحيفة إلا أنها تنفرد بخصائص ومميزات أخرى من بينها أنها توفر للقارئ الوقت الكافي لأن يتعمق في المواضيع ذلك أنها لا تموت بسرعة كالصحيفة التي تموت لحظة صدورها وبمجرد قراءتها للوهلة الأولى ، كما أن المجلة تنقل مواضيع ذات أهمية كبرى نظرا للوقت الذي تمتلكه، فهي تستغل هذا الوقت في جمع أكبر قدر ممكن من التفاصيل ،والحقائق المحيطة بالموضوع المدروس، ولا يخفى علينا ما للمجلة من تأثير في الرأي العام ، علاوة على أن هذه الأخيرة متنوعة فهناك السياسية، والعسكرية ، والنسائية ، الرياضية ، والتجارية...،كما أفن لأي مؤسسة الحق في إصدار مجلة خاصة بها سواء كانت حكومية أو خاصة.

الفرع الثالث :خصائص الراديو:

الراديو له مكانة قوية في العالم المعاصر ، فبالرغم من الوسائل التي لحقته إلا أن مكانته بقيت محفوظة بين هذا الخضم من الوسائل الإعلامية التكنولوجية الحديثة، وذلك نظرا للميزات ،والخصائص التي تمتلكها هذه الوسيلة فالموجات الأثيرية تستطيع الوصول إلى أكبر عدد من السكان ،وحتى إلى خارج إطار البلدان ،أو حدودها ، كما أنها وسيلة تسلية وإمتاع لا يمكن الاستغناء عنها في السيارات والحافلات ،وفي العديد من الأماكن ، وهي أيضا وسيلة إعلام وإخبار معتبرة، كما أنها تخاطب الجمهور العام بغض النظر عن مستواه الثقافي والعلمي، حيث بمجرد تحريك الزر يعمل الجهاز ويتمكن المستمع من الحصول على ما يريده من مواضيع أو أخبار، على عكس الصحيفة والمجلة التي تحتاج إلى قدر معين من التعليم حتى يتم استعمالها .خاصية أخرى تميز الإذاعة هي كونها توزع المحتوى الإعلامي مجانا. [1]

[1] يوسف محي الدين أبو هلالة، مرجع سابق،ص37

2/ جمهور الإعلام المتخصص :

يتميز جمهور الوسائل الإعلامية الجماهيرية وفق معايير مختلفة أبرزها : الكم،بمعنى ضخامة الجمهور عدديا مهم جدا،و النوع بمعنى نوعية الجمهور أي مستواه و الموقع الذي يحتله على الخريطة الاجتماعية،الاقتصادية،التعليمية،الثقافية و درجة تجانسه و مكان تواجده و جنسه و سنه و مستوى تعليمه و ثقافته و خبرته الإتصالية و عاداته الإتصالية و مواقفه و إتجاهاته و مستواه المادي و نمط الثقافة الفرعية السائدة في أوساطه.

في ضوء هذع المعيير، تتم عملية تحديد المضامين الإعلامية(أية موضوعات يجب أن تعالج و هي المضامين التي يجب إيصالها و ما هي الأهداف التي يجب تحقيقها .

و تحديد أساليب و مستويات معالجة الموضوعات و تحديد المداخل الإقناعية و آليات التأثير المناسبة و تحديد الشكل الذي تظهر فيه المادة إخراجا و تقديما و عرضا .[1]

المبحث الرابع: خصائص جمهور الإعلام المتخصص :

بالرغم من أن معظم المعطيات السابقة المتعلقة بجمهور الإعلام العام تنطبق إلى هذا الحد أو ذلك على جمهور الإعلام المتخصص، إلا أنه من الممكن تحديد خصائص متميزة لجمهور الإعلام المتخصص يمكن تحديد أهمها على النحور التالي :

جمهور محدد : يتميز الإعلام المتخصص بقدرته على تحديد جمهوره و الوصول إليه و التأثير فيه و لذلك غالبا ما يتميز جمهور الإعلام المتخصص بأنه جمهور محدد بقدر كبير من الوضوح و الدقة وفق معيار أو أكثر من المعايير السابقة.

[1] مراد إبراهيم حسني،الإعلام الصحي و الطبي،ط1،الأردن،الجنادرية للنشر و التوزيع،2017،ص34

كما يتميز جمهور الإعلام المتخصص غالبا بأنه محصور في إطار ضيق و هي إطار موضوع التخصص و بأنه جمهور معروف سلفا إذ غالبا ما تعرف الوسيلة الإعلامية المتخصصة جمهورها و بالتالي فإن مهمته تقتصر على مخاطبته و الوصول إليه.

كما يتميز جمهور الإعلام المتخصص بأنه جمهور نوعي و ليس جمهورا عاما و إنه جمهور مهني و جاد يمتلك خبرة اتصالية غنية و حاجات إعلامية متعددة و متنوعة و موقفا نقديا قويا من الخطاب الإعلامي الذي يتعرض إليه .[1]

الانعكاسات الإعلامية لخصائص الإعلام :

انعكست خصائص جمهور الإعلام المتخصص على جوانب المختلفة من الإعلام المتخصص و بات من الثبات علميا أن شرط الحاسم لنجاح الإعلام المتخصص هو مقدرته على الاستجابة لخصائص جمهوره بشكل خلاق و مبدع ووفق الظروف و المعطيات الملموسة للوسائل و الجمهور و المجتمع.

يمكن تحديد أبرز هذه الانعكاسات على النحو التالي :

– إن الطابع العام و الغالب على الإعلام المتخصص هو الطابع التثقيفي و ليس الإخباري

– إن الأنواع الصحفية الأكثر استخداما في الإعلام المتخصص هي الأنواع ذات الطابع الفكري و القادرة على حمل مضامين و أفكار و قيم .

– لا يستخدم الإعلام المتخصص التغطية الإخبارية السريعة و السطحية بل غالبا ما يستخدم التغطية الإخبارية العميقة و الشاملة أي التغطية الاستقصائية أو التفسيرية .

– يستخدم الإعلام المتخصص في الغالب أسالب معالجة تعتمد على التحليل و إستخدام الواقع و الأدلة و البراهين و الحجج

– يستخدم الإعلام المتخصص إستراتيجيات و مداخل إقناعية مناسبة لتوعية الجمهور و يحرص على تقديم تغطية متوازنة و معالجة تتضمن وجهات نظر متعددة، ويبتعد على أسلوب الإقتصار على تقديم رأي واحد أو وجهة مظر واحدة

[1] مراد إبراهيم حسني، مرجع سابق ذكره،35-36

– يستخدم الإعلام المتخصص في الأعم و الأغلب إستمالات ذهية و منطقية و نادرا ما يستخدم الإستمالات الإنفعالية او العاطفية .

– يحرص الإعلام المتخصص على الفصل بين المعلومة و الرأي، يقدم المعلومة بشكل مستقل و منفصل عن الرأي و يعطي لمتلقيه فرصة التعامل مع المعلومة بحرية أكبر [1]

[1] مراد إبراهيم حسني،مرجع سابق ذكره،ص37

تمهيد :

تمثل الثقافة بمختلف أبعادها أحد الدوافع الأساسية لإنشاء الإذاعات المتخصصة من أجل تفعيل المشاركة في التنمية و نشر الهوية الثقافية، الثقافة هي روح كل أمة من الأمم، وعنوان هويتها، وهي من الركائز الأساسية في بناء الأمم ونهوضها، فلكل أمة ثقافةٌ تستمدّ منها عناصر قوتها ومقومات نجاحها وخصائصها التي تميزها عما سواها، وتصطبغ بصبغتها، فتنسب إليها. وكل مجتمع له ثقافتُه التي يتسم بها، ولكل ثقافة مميزاتها وخصائصها

.ولقد عرفت الجزائر منذ القدم عدة ثقافات، سادت ثم بادت، وأصبحت أثرا بعد عين، وذلك مثل الثقافة الرومانية، إلى أن تغلبت عليها الثقافة الغربية وهي السائدة اليوم.

ففي الفصل الثاني من دراستي هذه تطرقت إلى المبحث الأول و هو مفهوم الثقافة أما المبحث الثاني فهو علاقة الإعلام بالثقافة المبحث الثالث وظائف الإعلام الثقافي و المبحث الرابع الإعلام الثقافي في الجزائر

1 – المبحث الأول :مفهوم الثقافة .

أ/ الثقافة لغة:

إن جذر كلمة ثقافة هو: ث ق ف، ولهذا الجذر معنيان رئيسيان متباينان في اللغة العربية:

الأول: ثَقَفَ: قال الفيروز أبادي: ثَقَفه: أي صادفه أو أخذه أو ظفر به أو أدركه.

وأُثقِفْتُهُ: قُيِّضَ لي.

والثاني: ثَقِفَ يثقَف، وثَقُفَ يثقُف، ثَقْفاً وثَقَفاً وثقافة: صار حاذقاً خفيفاً فطناً

ومنه:

ثَقِفَ الكلام: حذقه وفهمه بسرعة

وثَقَّفَ الرمحَ: قوّمه وسوّاه

وثقَّف الولد: هذّبه وعلّمه.

وثاقفه مثاقفةً: غالبه فغلبه في الحذق

(ويبين ابن منظور في لسان العرب أن معنى ثَقَفَ: جدّد وسوّى، ويربط بين التثقيف والحذق وسرعة التعليم. ويعرف المعجم الوسيط الثقافة بأنها (العلوم والمعارف والفنون التي يطلب فيها الحذق).

بناءً على ذلك سنصل إلى نتيجة مفادها أن الدلالات اللغوية لمصطلح الثقافة واسعة ومتنوعة، تتناول الجانب المعرفي ، والجانب السلوكي

أما عند الغرب فقد كانت دلالة الأصل اللاتيني لكلمة الثقافة مقصورة على تنمية الأرض ومحصولاتها، وفي أوائل العصور الحديثة بدأت الكلمة تستعمل بمدلوليها المادي الحسي والمعنوي العقلي

ب/ الثقافة في الاصطلاح:

وإذا أردنا أن نُعرِّف الثقافة في الاصطلاح فإن أنسب تعريف لها هو تعريف المجمع اللغوي الذي عرَّفَها بقوله: "جملة العلوم ، والمعارف ، والفنون التي يُطلبُ الحِذقُ فيها."

ويعتبر مفهوم الثقافة من المفاهيم الشائعة في علم الأنثروبولوجيا حيث تعامل معه علماء الأنثروبولوجيا قبل مائة عام، ومع ذلك فقد اختلفوا في تحديد معناها. وفي عام 1952م جمع العالمان الأنثروبولوجيان كروبر وكلكهون ما يقارب من مائة وستة وأربعين تعريفاً لمفهوم الثقافة حيث شملت هذه التعاريف حقولاً متعددة مثل التاريخ، علم النفس، علم الوراثة وبعض الحقول الأخرى.

ولقد كان من بين هذه التعاريف تعريف تايلور الذي يرى من خلاله أن الثقافة كلٌ معقد يشتمل على مجموعة من المعلومات والمعتقدات والفن والقانون والأخلاق والعادات وأي قدرات أخرى اكتسبها الإنسان بحكم عضويته في المجتمع [1] وعندما نتكلم عن الثقافة في الأنثروبولوجيا فإننا نشير إلى نماذج من السلوك والتطور الموجود في المجتمع والتي تعكس معلومات وأفكاراً وقيماً وطقوساً لهذا المجتمع.

ولمفهوم الثقافة في علم الأنثروبولوجيا عدة خصائص تمثل الأركان الأساسية لمفهوم الثقافة، وهذه الخصائص هي:

2 -الثقافة عبارة عن نماذج.

3 -الثقافة شيء يمكن تعلّمه.

4 -الثقافة شيء قابل للانتقال بين المجتمعات.

5 -الثقافة شيء يتحرك.

6 -وأخيراً تكمن الثقافة في الرموز التي يوجدها الإنسان.

---

[1] هيجان، عبد الرحمن أحمد، أهمية قيم المديرين في تشكيل ثقافة منظمتين سعوديتين، الهيئة الملكية للجبيل وينبع وشركة سابك، مجلة الإدارة العامة، ع (74)، ص11.

ج/ الثقافة ودورها في المجتمع:

تؤدي الثقافة دوراً كبيراً في حياة الإنسان، فهي متنفسه الوحيد في كل وقت وحين، خاصة في أوقات الأزمات والشدائد، فالكثير من الأعمال الأدبية والفكرية إنما هي نتاج ظروف وأزمات مر بها أصحابها، ومن ثم أصبحت فيما بعد أعمالاً خالدة. [1]:

يعاني عالمنا اليوم من تناقضا ت وصرا عات جعلته يعيش فراغاً ثقافياً واضحاً اخترق وتسرب إلى جميع مناحي الحياة مما أدى إلى انهيار دور الثقافة المحلية الوطنية أمام ثقافة العولمة، أي ثقافة التسلية والمرح، وهي ثقافة استهلاكية في عمومها، محاولة بطرق وأساليب شتى الضغط ومحاصرة الثقافات الوطنية وتهميش دورها من خلال إشاعة ثقافة تغييب الوعي للساحة الفكرية.

لا يمكن لنا أن نتحدث عن الثقافة وأهميتها لدى الشعوب بشكل عام والشباب بشكل خاص، دون ربطها بالتربية ارتباطاً وثيقاً يجعل كلاً منهما تابعاً ومستقلاً في آن واحد، فالثقافة وعاء التعليم بدءاً من الأهداف ثم المناهج ووسائل وأساليب التعليم، وصولاً إلى عملية التقويم لنتاج العملية التعليمية، والثقافة والتعليم وجهان لعملة واحدة، فعملية التعليم كوسيلة تساعد الفرد على استقبال ثقافته وفهمها واستيعاب مضامينها الفكرية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والمعرفية، متخذة شكلاً من التآلف، والانسجام على مستوى الفرد والمجتمع، كما أن الثقافة أعم وأشمل من التعليم أو حتى المعرفة والأفكار، وأوثق صلة بالإنسان، فهي تكوّن في مجموعها جميع الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية التي تؤثر في الفرد منذ ولادته وحتى سنين متأخرة من حياته حتى يصبح تأثيرها في علاقة الفرد مع الوسط الاجتماعي الذي ولد فيه.

[1] - جابر عصفور ، نحو ثقافة مغايرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2008، ص135

المبحث الثاني : علاقة الإعلام بالثقافة.

إذا عدنا إلى الوراء قليلا حيث التحديد لمفهومي الإعلام والثقافة وجدنا انه لا يمكن تصور الثقافة بدون تعبير أو إبلاغ إذ يلاحظ أن أي ثقافة كانت لا وجود لها إذا لم تؤازرها أجهزة الإعلام , كما أنه لا سبيل أمام أجهزة الإعلام إلى النجاح بدون زاد ثقافي يشد اهتمام الجمهور إليها ويسمح لها بإبلاغ رسالتها في مختلف المجالات.

وأجهزة الإعلام هي التي يوكل إليها مساعدة الثقافات على التلاحق وتزويدها بالهواء النقي الذي يقيها شر الاختناق وهي في الوقت نفسه مطالبة بوقاية هذه الثقافات من العواصف الهوجاء والتيارات الهدامة , إذ لا تخفى علينا اليوم تلك التحديات الخطيرة والمخاطر الجسيمة التي تحيط بالثقافة , لا في الدول النامية فحسب بل حتى في الدول المتقدمة.

وكما أن كل ارتباط في مستوى الجهاز العصبي يؤثر في الشخصية مهما تكون قوتها فان كل ما يتصل بتدفق الإعلام له انعكاسات على نظرة الفرد إلى مقومات المجتمع).الثقافية التي يستمد منها أصوله ويثبت بها انتسابه إلى هذا المجتمع[1]

هذا وإذا كانت هناك مجموعة من الوظائف للإعلام فان من أهم هذه الوظائف التثقيف والتربية بمعنى مساعدة الإنسان الفرد والأجهزة المجتمعية المسئولة عن الثقافة والتعليم وذلك بنشر المعرفة على أساس تفتيح الأذهان وتكوين الشخصية وشحذ الكفاءات وتنمية الذوق وتهذيبه , وتمكين الإنسان على مدى العمر من المحافظة على مقدرة استيعاب كل ما ينمي طاقاته ويوسع آفاقه ويشبع تطلعه إلى الخير والجمال. إذا من واجبات الإعلام واجب تثقيفي وواجب تربوي وتعليمي , فهو يخاطب عقول الجماهير لا غرائزها , إن من بين الأهداف الثقافية للإعلام تنمية الفكرة وتنمية التفكير الناقد حيث يقدم الإعلام للجماهير أخبارا أو معلومات هدفها زيادة المعرفة والإقناع.

والتفاهم والإعلام بالإضافة إلى ما سبق عامل أساسي في نشر الأفكار العصرية وإشاعة المعلومات الحديثة المتصلة بالتقدم العلمي والتكنولوجي ، ويسهم الإعلام كذلك , أو يجب أن يسهم بصفة خاصة في محو الأمية ويلعب الإعلام ووسائله دورا هاما في إكمال تثقيف الذين يتركون التعليم الرسمي في سن مبكرة المتسربين من التعليم الأساسي لأي سبب من الأسباب.

---

[1] عبد السميع غريب,الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر , الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة ,1996 , ص82

فوسائل الإعلام إحدى المؤسسات التربوية المكملة لدور المدرسة خاصة في وظيفتي). التثقيف والنشأة الاجتماعية شأنها في ذلك شأن المنزل ودور العبادة1) فالعلاقة بين وسائل الإعلام والثقافة , هي علاقة تفاعلية وكذلك علاقة تواصل, فالإعلام بالنسبة للثقافة هو " مجرد امتداد ودعم لنشاطها وقدراتها , لا أن يكون بديلا عن ذلك النشاط أو تلك المقدرات , فان أهم أهداف الثقافة هو اكتساب وتوظيف الذاتية الثقافية الممولة , من قبل وسائل الإعلام , حيث أن التدفق الإعلامي اليوم يكاد يكون وحيد الطرف , يأتي من العالم المتقدم إلى العالم النامي يسير في العالم المتقدم نفسه , الأمر الذي يهدد الثقافة الفرعية , لذا فان الحفاظ على الثقافة وتنميتها , يتطلب جهدا ذاتيا لتثقيف العامل على توصيلها من خلال وسائل الإعلام وبالتالي فان أجهزة الإعلام , باتت العنصر الأهم في عملية نشر وتعزيز الثقافة داخل أي مجتمع , وتقديم الفكر التنويري وسط أفراده وهذه يمكن تحقيقها إذا توفر شرط أساسي وهو الحرية الإعلامية , فبدون حرية إعلام حقيقية ولا حرية ثقافية , وأن النمو الثقافي لن يكون له , إذا انعدمت الحرية الإعلامية.

وكما تطرقنا سالفا للعلاقة بين الإعلام والثقافة نتوجه بدورنا إلى العلاقة بين وسائل الإعلام والثقافة فالعلاقة بينهما علاقة تفاعلية بحيث تقوم وسائل الإعلام بضخ مضامينها, كمنتجات موجهة إلى الاستهلاك الجماهيري , وأصبحت تفرض نفسها إلى جمهور المتلقين, وباتت هذه العلاقة تشكل قيما تؤثر على المتصلبين .أي حظ من النجاح , لأن الامتيازات الفكرية الجديدة , وتأثيرها على المجموعة البشرية لا تنتشر حينئذ إلا بمقدار ضئيل وينعكس هذا الوضع بالتالي , على كل الإنتاج الثقافي والإبداع في مجال الفن والأدب والرسم والنحت ويكون مال هذا الإنتاج الثقافي الفناء والاندثار.

وعلاقة الإعلام بالثقافة هي في جوهرها" علاقة النوع بالكل ," إلا أنهما كثيرا ما) يتداخلان إلى حد التطابق ، يشهد على ذلك التداخل الشديد بين السياسات الثقافية[1]

فالإعلام هو الجانب التطبيقي المباشر للفكر الثقافي والسياسة الثقافية , فهو بجانب كونه تجسيدا للثقافة العامة , فهو يجسد أيضا نافذة تطل على ثقافة خاصة.

إذا هناك علاقة وثيقة بين الإعلام والثقافة , فالإعلام يقدم خدمة كبيرة للثقافة ويسمح لها). بالانتشار وسط المجتمع , وأصبح عنصرا أساسيا في العملية التثقيفية والتربوية[2]

---

[1]صالح خليل أبو الأصبع، تحديات الإعلام العربي , عمان ، دار الشروق, للنشر و التوزيع ط1, 1999 ، ص55

[2]صالح خليل أبو الأصبع , مرجع سبق ذكره , ص56

يعود الارتباط الوثيق بين الإعلام والثقافة إلى اعتبارات موضوعية وذاتية في المجالين , فرضت هذا النوع من التفاعل والاعتماد المتبادلين فكل واحد منهما لديه دوافع تربطه بالأخر وهي كالأتي:

أ/ دوافع الإعلام:

1إن الإعلام المسكون بالإبداع التفاعلي مع الواقع الموضوعي ، والمنهمك في رصد متغيرات هذا الواقع ومواكبتها وجد نفسه طرفا معنيا بالحياة الثقافية المتزايدة التطور والغنى , ولاعبا رئيسيا في الشأن الثقافي , الذي يزداد أهمية ونفوذ وجماهيرية وقوة تأثير

2أدرك الإعلام باعتباره فعالية غائية وهادفة , مقدرة النتاج الثقافي , بما يمتلكه من خصائص ومميزات , على الوصول والتأثير , كما أدرك مقدرة العمل الثقافي على الإسهام في تكوين الأنساق المعرفية والقيمية والسلوكية للفرد والجماعة فاندفع صوب المجال الثقافي أمل ملاقاته , ومعالجته والاستفادة منه في تحقيق مشروعه الفكري والاديولوجي

3أدت التطورات المسارعة في المجال الثقافي , وما أدت إليه من تنوع وغنى في الحياة الثقافي إلى ظهور جمهور ثقافي يتميز بقدر كبير من الفاعلية الفكرية والمعرفة الاجتماعية , وبمستوى اقتصادي واجتماعي مرتفع ، وبضخامة واتساع كبيرين لم يتردد الإعلام الثقافي في السعي للوصول إلى هذا الجمهور من أجل زيادة انتشاره.

4أدت التطورات العاصفة في مجال الإعلام إلى تزايد أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الجماهيري في مجالات الحياة كافة , وقد انعكست هذه الأهمية في المجال الثقافي على النحو التالي[1]

* أحدثت وسائل الإعلام الجماهيري ما أصبح يعرف ب " الثورة الرابعة " التي أحدثت تغييرات جذرية في الثقافة , وفي سبل الحصول عليها.

*أوجدت وسائل الإعلام الجماهيري ثقافة خاصة بها هي " الثقافة الشعبية " أو الجماهيرية , وأسهمت في الانتقال من ثقافة النخبة وفنونها وآدابها إلى ثقافة الجماهير وفنونها وآدابها

*أصبحت وسائل الإعلام الجماهيري الناقل الرئيسي للثقافة , ولم يعد النقاش يدور حول دور هذه الوسائل في نشر الثقافة , بل حول كيفية الاستفادة من خصائص هذه الوسائل وتوظيفها في خدمة الثقافة.

[1]أديب خضور , الإعلام و الأزمات،أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية،السعودية، ط1999،1،ص73

*أحدثت وسائل الإعلام تغييرا جذريا في مفهوم الجمهور والمتلقي. ظهر المتلقي المتوسط أو العادي ، أصبح القارئ العادي هو قارئ الصحافة الثقافية ، نشأت القراءة الجماعية ، أ صبح القارئ العادي هو السيد الجديد للمجتمع الجماهيري.

ب / **دوافع الثقافة :**

1/ وجدت الثقافة الباحثة عن الانتشار ، ضالتها في وسائل الإعلام الجماهيري التي أصبحت قوية الحضور وبالغة النفوذ والتأثير في حياة الفرد والمجتمع ، من أجل زيادة تأثيرها وتعميق نفوذها.

2/ لم تستطع الثقافة تجاهل مغزى التطورات الموضوعية الحاصلة ودلالاتها , ثمة واقع جديد أخذ يفرض ثقافة جديدة , الثقافة المثقفة) الرفيعة , (لم تعد هي الشكل الأوحد, وربما الأمثل للثقافة المجتمع الجماهيري والإعلام الجماهيري أحد معطياته الهامة, يفرض ثقافته وفنونه وآدابه , تبرز بقوة غير مسبوقة الفنون والآداب الجماهيرية) المسرحية , الرواية , الفيلم الأغنية , الرقص ، الدراما التلفزيونية... الخ , (تجعلها وسائل الإعلام الجماهيري الخبر اليومي للجماهير ، وتصبح قوية النفوذ والفعالية والتأثير في أوساط الجماهير , أصبحت هذه الفنون اختصاصا متميزا , ولكن ليس بالضرورة منفصلا ، ولم يعد ممكنا تجاهل هذه الفنون , كما لم يعد مقبولا التعالي عليها من فوق حصون الثقافة الرفيعة , بل أصبح المطلوب ملاقاتها , والتعامل معها , ومتابعتها) , ونقدها ، وبالتالي عدم الغرق فيها، وعدم الاستسلام لاندفاعاتها , وإنما العمل الثقافي[1]

الإعلامي المنهجي من اجل رفع مستواها ، وتعميق مضامينها ، وتضييق الفجوة القائمة بينها وبين الثقافة الجادة والرفيعة.

شكلت مجمل هذه التطورات الموضوعية الأساس الصلب الذي قامت عليه هذه الثقافة الوثيقة بين الثقافة والإعلام ، ونرى ضرورة أن يقوم الإعلام الثقافي المتخصص ويمارس فعاليته.

_ [1]أديب خضور , مرجع سبق ذكره , ص74

ويبلور شخصيته على هذا الأساس وضمن إطاره ، إذ لم يعد من الممكن تصور ثقافة بدون إعلام جماهيري ، كما لم يعد بالمقابل تصور إعلام جماهيري بدون ثقافي ، إن واجدة من سمات عصرنا تتمثل في تطور العلوم والممارسات في الهوامش وعلى التخوم الفاصلة بين العلوم والفعاليات ، وهذا ما يفسر ظهور الإعلام الثقافي المتخصص إلى آفاق غير مسبوقة ، تتمثل في ظهور المنظومة الإعلامية الثقافية المتخصصة ، التي تظم الصفحات الثقافية في الصحف اليومية والمجلات الأسبوعية، وفي المجلات والجرائد الثقافية الاسبوعية والشهرية ،وكذلك في البرامج الإذاعية والتلفزيونية المتخصصة في)المجال الثقافي[1]

المبحث الثالث :وظائف الإعلام الثقافي.

1. التثقيف والتربية : وتتعلق هذه الوظيفة بنشر المعرفة ، على أساس تفتيح الأذهان، وتكوين الشخصية،وشحن الكفاءات، وتنمية الذوق وتهذيبه،وتمكين الإنسان على مدى العمر من المحافظة على مقدرة استيعاب كل ما ينمي طاقاته ويوسع آفاقه ويشبع تطلعه إلى الخير والجمال.

2النهوض بالإنتاج الفكري: وهذه الوظيفة تعني نشر الإنتاج في مجال الآداب والفن والابتكار الفكري واليدوي بصورة عامة،ويتمثل ذلك خاصة في إبراز الإنتاج البشري،بكل أوجهه الفكرية والفنية والمادية ونشره وتوزيعه على أوسع نطاق من البشر.

1-تفجير الطاقات الخلاقة الكامنة في الأشخاص،والمجموعات،وتمكينها من الإسهام في إعداد الرسالة الثقافية،وإبلاغها للجمهور[2]

2 تهذيب الذوق العام , ودفع الجماهير إلى التفاعل مع الإنتاج الفكري , والإبداع الفني.

3-تناول التراث بين الأجيال وجعله السراج الذي ينير حاضرنا , ويصل بين ماضينا ومستقبلنا .

4-ضمان الأمن الثقافي للمجتمع ، حتى لا يكون ضحية الغزو الأجنبي الفكري ومن هذا العرض يتبين لنا أن دور وسائل الإعلام الجماهيرية , لا تقتصر فقط على نشر وترويج الثقافة بين أفراد المجتمع , بل تتجاوز ذلك لتساهم في عملية الابتكار.

---

[1] أديب خضور , مرجع سبق ذكره , ص74

[2] صالح خليل أبو الإصبع , مرجع سبق ذكره , ص55

كما أنها تساعد على دعم المواقف أو التأثير فيها , وعلى توجيه مناهج السلوك , وتحقيق التكامل الاجتماعي , كما أن لها الدور في تنظيم الذاكرة الجماعية للمجتمع , وخاصة جمع المعلومات واستخدامها[1]

وتركز الدول النامية كثيرا على وسائل الإعلام , في تطوير ونشر الثقافة المحلية بين عموم الشعب , مستعينة في ذلك بالبرامج الثقافية الإذاعية والتلفزيونية والصحافة المكتوبة , غير أن للبرامج الثقافية ذات التوجه التنموي دورا مهما في تنمية الوعي لدى الغالبية ومن مواطني الدول ,على اعتبار أن الغالبية , تتصف بقلة المعلومات والثقافة الأمر الذي يجعل من الدور الذي تقوم به الوسيلتين ، الإذاعة والتلفزيون , دورا حيويا في الأخبار والمعلومات والمعارف في مجالات التعليم والصحة.

وهو ما تقوم به البرامج الثقافية التنموية والإرشادية , والبرامج الأدبية والعلمية والتاريخية والاجتماعية , فوسائل الإعلام أهميتها القصوى في تثقيف المجتمعات, خصوصا المجتمعات المتخلفة أو النامية أو السائرة في طريق النمو للتأثير الكبير عليها[2]

التنوير وصناعة الثقافة في وسائل الإعلام:

أ – صناعة الثقافة الإعلامية :من الظواهر التي أفرزتها العلاقة بين وسئل الإعلام والثقافة , إلى جانب الثقافة الجماهيرية , نجد الصناعات الثقافية كأحد أهم نتائج التقاء وسائل الإعلام و الثقافة[3] .

من الظواهر التي أفرزتها العلاقة بين وسئل الإعلام والثقافة , إلى جانب الثقافة الجماهيرية , نجد الصناعات الثقافية كأحد أهم نتائج التقاء وسائل الإعلام و الثقافة. وهناك تباين بين التعريفات الخاصة وبالصناعات الثقافية " فالبعض يجعلها مقتصرة على ما يعرف بالرسالة الثقافية , أي النظر إلى مضمونها وما تنقله عنه وسائل الإعلام كالكتب والأشرطة والأسطوانات والأفلام software المسموعة والمكتوبة والمسماة والجرائد , بينما يرى البعض شموليتها للأجهزة المستعملة أيضا إضافة لرسالتها المستخدمة في الإنتاج ونشر الرسالة الثقافية كالسينما والتلفزيون hard wareومضمونها وأجهزة الاستقبال الإذاعي والتلفزيوني والمسجلات الصوتية.

---

[1] مصطفى مصمودي , النظام الإعلامي الجديد, الكويت :عالم المعرفة , 1985 , ص203

[2] فواز الدخيل , مفاهيم سائدة في وسائل الإعلام , الكويت : المجلس الوطني للثقافة والإعلام , 1997 ,ص38

[3] العلا لي الصادق , العلاقات الثقافية الدولية , الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية , 2006 , ص155

بينما يرى البعض الآخر أنها تهضم فقط تلك الأعمال الإبداعية الفنية المعتمدة على العمل الفردي أو الجماعي والمتمثلة في" المسرحيات , الباليات , والأوبرا , ورسومات مشاهير الفنانين .

أما البعض الآخر فيرى أن دورها لا ينطبق فقط على الجانب الثقافي بل شمل knowledgeجوانب المعرفة كلها , والتي تنمو بمعدلات متزايدة والتي يطلق عليها وبالتالي تشمل حسب هذا الرأي جميع أنواع المعرفة الواسعة والمتقدمةindustries والتي يمكن حصرها لتطورها السريع والمتزايد , كما يطلق عليها البعض الآخر الصناعات الإعلامية , لان هذا التعبير أشمل وأقدر على استيعاب مجال الصناعات الواسع والمعروف , لما لها من أهمية وقدرة في حفظ واسترجاع وإرسال المعلومات وذلك بالارتكاز على هذه الوسائل التي هي الصناعات الإعلامية في إيصال الرسالة الثقافية.

وفرضت الصناعات الثقافية نفسها في نهاية السبعينات , ليتم التساؤل حولها ويوضع لها جرد قبل ذلك وقد اتفق المحللون بكيفية سهلة على أن يدمجوا فيها الثروات التي تشكل بذلك جزءا مما ندعوه الثقافة والتي تسمح التكنولوجيا بإعادة إنتاجها مسلسلة ومتماثلة فالصور والموسيقى المسجلة " الاسطوانات , الأشرطة الغنائية " ونشر الكتب(وكذلك المجلات تم اعتبارها بسرعة ومن قبل الجميع صناعات ثقافية)

فصناعة الثقافة هي عملية إنتاج الثقافة باستخدام أحدث وسائل الإعلام والاتصال كما أن عملية تصنيع الثقافة التي ساهمت فيها وسائل الإعلام بشكل فعال فصلها وأبعد الثقافة عن مبدعها الأصلي الخالق للثقافة بمعنى أبعدها عن الفاعلية الإنسانية وأصبح المبدع والخالق للثقافة هو الحلقة الأضعف في عملية الإنتاج الثقافي الضخمة والمعقدة.
وهكذا فإن وسائل الإعلام حولت الثقافة إلى صناعة ضخمة وأصبحت المادة الثقافية سلعة تباع وتشترى وهذا الوضع انعكس على جمهور وسائل الإعلام. حيث أصبح هذا الجمهور سوق واسعة يجب استثمارها , وظهرت أسواق تجارية لمحاصيل ثقافية وفيرة وجاهزة , حيث أصبحت الثقافة سلعة يمكن تسويقها أيضا من أجل تحقيق الربح والمكاسب المادية[1].

فالتأثير كان كبيرا على الثقافة من قبل وسائل الإعلام وجمهورها حيث تحول إلى سوق(واسعة للصناعات الثقافية)

[1]نصر الدين لعياضي , مرجع سبق ذكره ص 105

أما بالنسبة للمثقف العربي مع حاجته إلى الثقافتين العربية والعالمية ينبغي إن يبذل جهدا في الإلمام بالثقافة العربية أكثر من الجهد الذي يبذله في الإلمام بالثقافة العالمية لهذا على وسائل الإعلام العربية أن تنور العقول بالثقافة الإسلامية والعربية الأصيلة لا أن تدخل الثقافة الدخيلة التي في الكثير من الأحيان تكون هدامة أي تطمس الهوية الوطنية من عادات وأعراف وتقاليد وهذا عاتق كبير على أصحاب وسائل الإعلام إن كانت خاصة أو حكومية في ترسيخ الثقافة العربية في جمهورها وان لا يكون همها الوحيد هو مؤشر الربح والخسارة بغض النظر عن المضمون الثقافي[1]

المبحث الرابع :وظائف الإعلام الثقافي .

–التثقيف والتربية :وتتعلق هذه الوظيفة بنشر المعرفة ، على أساس تفتيح الأذهان، وتكوين الشخصية وشحن الكفاءات، وتنمية الذوق وتهذيبه،وتمكين الإنسان على مدى العمر من المحافظة على مقدرة استيعاب كل ما ينمي طاقاته ويوسع آفاقه ويشبع تطلعه إلى الخير والجمال.

–النهوض بالإنتاج الفكري : وهذه الوظيفة تعني نشر الإنتاج في مجال الآداب والفن والابتكار الفكري واليدوي بصورة عامة،ويتمثل ذلك خاصة في إبراز الإنتاج البشري،بكل أوجهه الفكرية والفنية والمادية ونشره وتوزيعه على أوسع نطاق من البشر.

–تفجير الطاقات الخلاّقة الكامنة في الأشخاص، والمجموعات، وتمكينها من الإسهام في إعداد الرسالة الثقافية، وإبلاغها للجمهور.

–تهذيب الذوق العام ودفع الجماهير إلى التفاعل مع الإنتاج الفكري والإبداع الفني.

–تناول التراث بين الأجيال وجعله السراج الذي ينير حاضرنا، ويصل بين ماضينا ومستقبلنا1

–ضمان الأمن الثقافي للمجتمع، حتى لا يكون ضحية الغزو الأجنبي الفكري .ومن هذا العرض يتبين لنا أن دور وسائل الإعلام الجماهيرية ، لا تقتصر فقط على نشر وترويج الثقافة بين أف ا رد المجتمع ، بل تتجاوز ذلك لتساهم في عملية الابتكار.

[1] إبراهيم نافع , نحو عصر جديد للصحافة المصرية ، بهدوء , جريدة الاهرام 24 يونيو1995

-كما أنها تساعد على دعم المواقف أو التأثير فيها، وعلى توجيه مناهج السلوك، وتحقيق التكامل، الاجتماعي كما أن لها الدور في تنظيم الذاكرة الجماعية للمجتمع ، وخاصة جمع المعلومات واستخدامها[2]

وقد حدد عدد من الخبراء الغربيين، بتكليف من المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، إذ حددوا أهداف الإعلام الثقافي في:

1-تعميق المعرفة الثقافية بأنواعها(المعرفة النظرية، والمعرفة الميدانية وغيرها)

2-إحياء وتدريب وتمتين الذاكرة الجماعية، والتاريخ الإنساني المشترك بربط الماضي بالحاضر[1].

3-التعريف بالسياسة الثقافية للبلاد، وتمكين المواطن من معرفتها، واستيعابها والمساهمة في إثرائها.

4-التعريف بالمنتوج الثقافي بمختلف أنواعه داخل البلاد، وخارجها، وتحسين نوعية هذا المنتوج والارتقاء بذوق الجمهور.

5-تدعيم ديموقراطية الثقافة.

6-توعية الرأي العام بأهمية الثقافة، ودورها في التنمية، وتشجيع قاعدة الجمهور الثقافي عن طريق الإعلام الثقافي.

7-الدفاع عن الهوية الثقافية.

8-تدعيم البحث، والتكوين، والدراسات.[2]

---

[1] الإصبع ،صالح, تحديات الإعلام العربي ، ط 1 ، عمان، دار الشروق ،1999، ص55

[2] مصمودي، مصطفى، النظام الإعلامي الجديد ، ط2 ، الكويت ، عالم المعرفة ، . 1985 ص55

المبحث الخامس : الإعلام الثقافي في الجزائر .

أ/ نشأة وتطور الإعلام الثقافي في الجزائر

أدرك الإعلام الجزائري مبكرا الدور التثقيفي الذي تلعبه وسائل الإعلام وتجلى ذالك في إفراد الصحف بعضا من صفحاتهم لمتابعة الشأن الجاري خصوصا على مستوى الصحافة المكتوبة (الثقافة , المجاهد الثقافي, ألوان) وكذلك على مستوى الإعلام الرسمي حيث تجلى ذلك أيضا في البرامج الثقافية الإذاعية والتلفزيونية التي تهتم بالشأن الثقافي والموروث الحضاري للجزائر , وتقديم أعمال أشهر الكتاب والمثقفين الجزائريين كبرنامج ألوان ومساء الخير ثقافة.

ومن بين تلك التجارب في المجال السمعي البصري نجد الإذاعة الثقافية كأول إذاعة متخصصة في الجزائر سنة 1995 التي تتولى الدور التثقيفي في جامعة الجزائر ,وقد اهتم المشرع الجزائري غداة الاستقلال بالإعلام و الثقافة, حيث صدر في 1 نوفمبر 1968 المرسوم رقم , 266.68 والذي ينص على إنشاء مراكز لثقافة والإعلام عبر مختلف ولايات القطر الجزائري تكون تحت إشراف وزارة الإعلام,هدفها توظيف كل الوسائل الممكنة لترقية الإعلام والثقافة, انطلقت من عدة اعتبارات أولها الوضع الشاذ الناتج عن ازدواجية الإشراف على وسائل الإعلام, ثم تعدد مصادر التوجيه , وثانيها يكمن في التركة الثقيلة التي تركها الاستعمار في مجال التعليم والثقافة بشكل عام, وأخيرا خلق مجال اهتمام آخر لوزارة الإعلام يستحوذ تدريجيا على نشاطاتها على حساب الوظيفة الإعلامية ثم نستطيع أن نلاحظ ديناميكية في ربط الإعلام بالثقافة من التعديل الجديد الذي أدخل على الإدارة المركزية لوزارة الإعلام والثقافة 22 جانفي 1975وقد عزز فعلا البني الثقافية بشكل ملحوظ , إذ نص على وجود ست مديريات مركزية تتكون منها مديرية واحدة فقد تتولى المهام المتعلقة بالإعلام بينما تتولى المهام كل المديريات الأخرى القيام بالنشاطات الثقافية والفنية المختلقة كما أن لبعض هذه المديريات الحق في التدخل في الإعلام باسم الثقافة مثل مديرية السينما والسمعي البصري , التي تتولى توجيه النشاطات الثقافية التي تتولى عن طريق) الأفلام والوسائل السمعية البصرية ,وتشرف في هذا الإطار على الهيئات والمؤسسات[1])

التابعة لوزارة الثقافة والإعلام ,فالتداخل كان كبيرا بين مجال الإعلام والثقافة,وجاءت تلك المديريات لتنظيم العلاقات بينهما.

---

[1]صالح بن بوزة , وسائل الإعلام في الجزائر بعد الاستقلال 14 , جويلية , 1996 ص18

كما أن المشرع الجزائري حدد طبيعة المؤسسات الإعلامية الوطنية بأنها مؤسسات 9821حيث نصت المادة الثامنة على أن" أجهزة الإعلام ثقافية حسب قانون الإعلام) الوطنية مؤسسات ذات طابع اجتماعي وثقافي[1]" .

بينما قانون الإعلام لسنة 1990 فإنه نص على المادة الخامسة على أن" عناوين الإعلام وأجهزته تشارك في ازدهار الثقافة وفي ترويج ما يحتاجه المواطنين في مجال الإعلام والتطلع إلى التطور التكنولوجي والثقافي والترفيه في إطار القيم الوطني وترقية الحوار بين ثقافات العالم "كما نصت المادة 13 على أن " أجهزة الإذاعة الصوتية المسموعة التابعة للقطاع العام في قناتها المتخصصة في بث الثقافات الشعبية والتكفل باستعمال كل اللهجات الشعبية لتبليغ وترسيخ الوحدة الوطنية والقيم العربية والإسلامية في المجتمع الجزائري "كما يسهر حسب المادة المجلس الأعلى للإعلام على إتقان وتبليغ المقصد والدفاع عن الثقافة الوطنية بكل أشكالها ويروجها لاسيما في مجال الإنتاج ونشر المؤلفات الوطني وتشجيع وتدعيم النشر والبث باللغة العربية بكل الوسائل الملائمة[2]

وهكذا فإن المواثيق والقوانين الصادرة في الجزائر اهتمت بالدور التثقيفي لوسائل الإعلام ولحت عليها وحددت الإطار العام وهو القيم العربية والإسلامية والتشجيع على الانفتاح على الثقافات الأخرى , مع الثقافات الأخرى مع الاهتمام بالثقافات المحلية دون المساس بالوحدة الوطنية وبالتالي فوسائل الإعلام والاتصال سمحت لمواطنيها بالتعبير عما في أنفسهم بنشر الثقافة.

"غير أن إسناد جانب كبير من العمل الثقافي لوسائل الإعلام لم يكن كافيا لتحقيق أهداف مخططي السياسة الثقافية, ويعود ذلك لسبب رئيسي وهو ضعف الإنتاج كما وكيفا فالإنتاج السينمائي الوطني كان محدودا جدا لم يتجاوز 6 أفلام سنة[3]1974

[1]صالح بن بوزة , مرجع سبق ذكره , ص18

ب/ واقع الإعلام الثقافي في الجزائر :

قبل التطرق إلى واقع الإعلام الثقافي في الجزائر ارتأينا أن نعرج على واقع الثقافة بصفة عامة في الجزائر وحاضرها ومستقبلها والأسباب التي جعلت الثقافة في الجزائر مهمشة قبل التكلم عنها من الناحية الإعلامية , وقد لخصتها في هذه الأسباب التالية:

–فقدان حرية التعبير فالإذاعة والتلفزة والصحف والطبع والنشر كلها بأيدي السلطة , بل إن جميع وسائل الثقافة ومراكزها تحت تصرفها وتوجيهها , إما أن نبحث في– العصور الغابرة وفي شؤون أهلها بحثا تقليديا , دون ربط الأسباب بالمسببات ودون مقارنة عوامل الماضي بعوامل الحاضر , وإما إن تهدف إلى إطراء سياسة السلطة وتعيدها للجمهور بوسائل الإغراء والدعايات ,وأما البحث عن مشكلات الحياة والجد في معالجتها عن طريق الانتقاد الصريح والتوجيه المثمر , فلم يجرؤ عليها أي كاتب في قطرنا.

–الستار الحديدي الذي يحول بين سكان الجزائر وشعوب العالم, فلا يجوز لشخص جزائري أن يخرج من قطره إلى قطر آخر , إلا إذا منح رخصة الخروج من طرف السلطات الحاكمة زيادة على جواز السفر ولا يتم ازدهار الثقافة بالانعزال عن العالم.» قال تعالى ..**وجعلناكم شعوبا وقبائل لتعارفوا :** « والانقطاع عن الشعوب والأمم[1] ,

–مشكلة الطبع والنشر وهما في القطر الجزائري نادران جدا وهما في ندرتهما استيلاء السلطة عليهما استيلاء كليا , فمعظم المطابع جعلتها وقفا على مصالحها الخاصة , وما بقي منها جعلت تحت تصرف" الشركة الوطنية للنشر والتوزيع " وهذه الشركة هي

–عدم اهتمام الحكام بالثقافة وإهمالهم إياها إهمالا يبدوا جليا في عدم اعتنائهم برجال الثقافة وبنتاجهم.

–انحراف التربية والتعليم عن هدفها الأصلي , المتمثل في تقويم الإنسان جسدا وروحا وتغذيته بالأخلاق الحميدة والفضائل النبيلة حتى يصبحوا عضوا مفيدا في المجتمع ويتمثل هذا الانحراف في تقديس المادة , والاهتمام بالشهادات والتطاول بالألقاب والولوع بأفكار المنحرفين , وتحبيذ آراء الزائغين , والتنكر للماضي , والسخط على الأجداد , ونبذ العادات والأعراف , وغرس بذور الإلحاد.

---

[1] محمد عبد الكريم الجزائري , الثقافة ومآسي رجالها ,الجزائر ، الشهاب200 , ص190

-إهمال النتاج الثقافي والزهد في مضمونه , فقد أصبحت الكتابات الثقافية زيادة على ندرتها غير مرغوب فيها بجميع الفروع العلمية , فالقراء شغلهم الشاغل المواضيع السياسية والرياضية , يتطلعون عليها في الصحف والمجلات , من أجل الهواية والتسلية.

-تجاهل القيم البشرية , وجعل الناس سواسية من حيث الاعتبار والحظ في هذه الحياة وليست جميع الحرف والصنائع محددة مع القيمة والفضل والمنفعة , بل لكل صنعة طابعها الخاص ومنزلتها اللائقة.... الخ[1]

هذا بالنسبة لمجمل الأسباب التي جعلت الثقافة مغيبة في الأوساط الاجتماعية وهذا ما انعكس على تناول الإعلام للمواضيع الثقافية كما سنتعرف عليه من خلال واقع الإعلام الثقافي في الجزائر حسب بعض الإعلاميين والمفكرين الجزائريين الذين قاموا بعملية مسح شامل للصحف اليومية والأسبوعية وحتى المختصة ,حيث توصلوا إلى إن: الحيث عن الصحافة المكتوبة ونغض الطرف عن الوسائط الأخرى في بلادنا، ونقوم بعملية مسحٍ شاملة للصحف اليومية والأسبوعية, كي نحدد بدّقة ماهية الصحف التي تُعطي أهمية للمنتوج الثقافي، من ناحية وعما إذا كانت هناك صحف ما قد خصصت ملحقًا ثقافيا(أسبوعيا) .

واقعيا أصابع الاتهام موجهة لهذه الصحافة المكتوبة سيما المعروفة ذات السحب المرتفع التي اكتفت بالخبر المقتضب للعملٍ ثقافي، أو الإشارة لإصدار حديث فإن الأمر لا يتعدى الإشارة السريعة التي لا تشبع القارئ، ولا تقنعه بما يحّفزه كي يتفاعل مع الحدث الثقافي، أو الإصدار مما يجعله يتوجه إلى التظاهرة الثقافية، أو يتحمس لاقتناء الإصدار.

ما نلاحظه في ساحتنا الإعلامية أن الصحف التي تتفاعل مع الأحداث الثقافية، من خلال إهدائها للقارئ المتلقي أسبوعيا ملفًا ثقافيا، ولتكن التسمية ما تكون قد تكون" الدفتر الثقافي "أو "الموعد الأدبي "أو" الأثر "أو...هي في مجملها لا تتعدى أصابع اليد، حقيقة ما يد عم هذه الملّفات القليلة أن من يشرفون عليها معروفون بحركيتهم الثقافية، وتواجدهم على الساحة عمليا وإبداعيا، كما أنها هناك مبادرات جيدة جداً قامت بها صحيفتان إذْ أصدرت كلاهما ليس ملحقا ثقافيا أدبيا كما قامت به بعض الصحف وهي قليلة، إذ تم كنت هاتان الصحيفتان وبحرفية وتميز من إصدار صحيفة ثقافية متميزة جدا" :المشهد الثقافي" و"الأحرار الثقافي"، وقد سارعت الأقلام الجزائرية المعروفة، والتي أسست للثقافة الجزائرية المعاصرة، ولا تزال لتغذيتهما بمواضيع جيدة، واستبشر المثقفون خيرا بهذا الإنجاز، إلا أن المبادرة توقفت بعد صدور أعداد قليلة ، البقية من الصحف بما في ذلك الذائعة الصيت، وذات الانتشار الكبير.

[1] محمد عبد الكريم الجزائري , مؤرخ سبق ذكره ص 190

في الداخل والخارج لا تُعطي أهمية للثقافة بنفس الأهمية التي تعطيها للرياضة، أو الجرائم، أو حوادث الطرق، أو حتى أخبار الفنانات صاحبات نجمتين وليس خمس نجوم..مفارقة عجيبة عندما تخصص جريدة صفحة كاملة، أو ثلثي صفحة لتتبع سفريات الشاب فلان، أو الشاب علان، وحفلاته، وتصريحاته، ومعجبا ته، ومعجبيه، وتتجاهل تقديم مسرحية راقية في نصها ومغزاها، وما بذله مخرجها وفنانوها من إبداعٍ ومستوى الانتشاء لدى الجمهور المتلّقي، ولا تتعرض لرواية صدرت بالتحليل، والتقدير لمبدعها، أو تحليل مبادرة الأسابيع الثقافية ما بين الولايات التي دخلت عامها الثاني، أو..أو من مكونات المشهد الثقافي الجزائري القارئ الذي لا يكتفي بالأخبار العادية، ويطلب غذاء ثقافيا من حّقه أن يغضب عندما لا يجد زاده المعرفي في صحيفته اليومية التي ارتبط بها، وهو يقتنيها يوميا..هذا القارئ يرى بأن الصحافة الجزائرية في عمومها لا تلبي حاجته (المعرفية التثقيفية، فإن هي اقتصرت على الخبر الثقافي السريع[1])

نحتْ نحو السطحية و إن هي تع مقت نوعا ما مع هذا الخبر فهو تعمق انطباعي يخلو من العمق والتخصص..القيمون على الصفحات الثقافية في بلادنا إلاّ القليل غير متخصصين، بل منهم المتعاونون، أو المت ربصون من طلبة الإعلام، ومن هم غير ذلك مّتهمون إ ما بالتحيز لأصدقاء لهم، ير وجون لإصداراتهم إن كانوا مبدعين مثلهم، فقد تكون الساحة بها إنتاجات أفضل ولكن يتجاهلونها، ولا يشيرون إليها لا من قريب ولا من بعيد، وقد يعطى الاعتبار لهذا العمل أو ذاك الذي تم تجاهله في مرحلة حال توصية قد يتوسط بها أحدهم لدى هؤلاء القيمين.

نلمس هذا التحيز، ونلمس ذلك الإقصاء عندما نجد بعض الأسماء يشار إليها باستمرار، وتغطى نتاجاتها في نفس الصحيفة أكثر من مرة، ولا يشار إلى أخرى وقد يكون الفارق كبيرا بين العملين مستوى إبداعيا، ومستوى تقنيا .إن الإشكالية هنا هو مكانة الثقافة لدى هذه الصحيفة، أو تلك وهي في مجملها تضع الثقافة في آخر اهتماماتها بدليل أن الصفحات الرياضية لها مكانتها يوميا، بينما الصفحة الثقافية قد تختفي يوما، أو يومين، أو حتى أكثر، هذا من ناحية، ويتوّلى هذه الصفحات وكما أسلفنا متعاونون، أو متد ربون. وقد سنحت الظروف أن نلتقي ببعض هؤلاء القيمين، ونستمع منهم الرد عن السهام

الموجهة إليهم، أغلبهم يقرون بما ينسب إليهم من تقصير في تفعيل الصفحات الثقافية، حيث وجهوا بدورهم أصبع الاتهام إلى مالكي هذه الصحف الذين يتع مدون تهميش الصفحة الثقافية،

[1] www.aladabalarabi.com تاريخ الولوج :2019/06/15 على الساعة 18.00 مساءا

ويحرصون على العناية الفنية إخراجا وتلوينا وتشويقا للصفحات السياسية والرياضية والفنية بما يخدم التوجه العام للصحيفة، وبما يتطلبه منطق السوق من مراعاة الربح والخسارة، على أساس أن جمهور المثقفين جمهور قليل مقارنة مع جمهور الرياضة والفن.
ويبدو أن هذا الموضوع شغل العديد في بلادنا من مبدعين وإعلاميين، بحيث كان) محور نقاش لندوة احتضنها مؤخرا المركز الثقافي عيسى مسعودي بالإذاعة الوطنية[1]

إذْ أشار أحد المتدخلين إلى جملة من العيوب والنقائص التي تعرفها صحافتنا الثقافية، منها ما يتعّلق باللغة ومشكلة التأطير، كما أن بعض أصحاب الصحف لا يعيرون أهمية للصفحة الثقافية، ويفضلون التضحية بها، ويشغلون أصحاب المستوى الضعيف من الصحفيين في الصفحات الثقافية ..بينما اعتبر متد خل آخر أن العديد من الصحفيين الذين يعملون بالأقسام الثقافية بالعالم العربي بما في ذلك الجزائر يجهلون المبادئ الأساسية للعمل في هذه الصفحات، بينما المطلوب من المشرف على هذه الصفحات، إذا لم يكن مبدعا على الأقل أن يملك قدرا محترما من الثقافة إضافة إلى قدرٍ من الحس القومي رغم أهمية هذه الندوة إلا أنها انف ضت دون الخروج بورقة عمل واضحة،وبرنامج مضبوط قابل للتنفيذ تتفاعل معه الصحافة المكتوبة برمتها،أو أغلبيتها في أضعف الإيمان..برنامج يسهم).في تطوير الصفحات الثقافية نحو مهامها الإبداعية في رصد المشهد الثقافي ببلادنا

[1] محمد عبد الكريم الجزائري، مرجع سابق،ص190

تمهيد :

تناولت في الفصل التطبيقي من الدراسة معرفة أهمية الدور الإذاعة الثقافية في توصيل إعلاما ثقافيا فاعلا إلى جمهورها و ذلك من خلال عرض و تحليل البيانات التي تم جمعها عن طريق الإستمارات التي تم توزيعها على عينة الدراسة و المتمثلة في 60 شخص يواظبون على استماع لبرامج الإذاعة الثقافية و قد تم عرض الإجابات التي تحصلنا عليها في جداول بسيطة و أخرى مركبة، تم التعليق عليها و تحليل نتائجها كميا و كيفيا بهدف التحقق من فرضيات الدراسة و منه الإجابة عن تساؤل الإشكالية.

و قد تم تقسيم هذا الفصل الى عدد من المباحث على الشكل التالي :

– المبحث الأول : قدما بطاقة فنية عن الإذاعة الثقافية و الشبكة البرامجية لهذه الأخيرة

– أما في المبحث الثاني : فقد تم عرض و تحليل البيانات الخاصة بمتغييرات الدراسة

– و المبحث الثالث تم تحليل الجداول و البيانات الخاصة بعادات الإستماع للإذاعة الثقافية

– أما المبحث الرابع : فقد تم تحليل الجداول الخاصة بطبيعة متابعة المبحوثين للبرامج الثقافية و المواضيع التي تطرحها الإذاعة الثقافية.

المبحث الخامس : تم تحليل الجداول الخاصة برأي المبحوثين في برامج الإذاعة الثقافية .

لنصل في نهاية الفصل إلى عرض الإستنتاجات العامة التي خلصت إليها هذه الدراسة الميدانية .

المبحث الأول : بطاقة فنية عن الإذاعة الثقافية .

التعريف بالإذاعة الثقافية:

الإذاعة الثقافية إذاعة متخصصة تهتم بالفعل الثقافي ضمن منظومة الإذاعة الجزائرية التي تضم في مجموعها خمسا وخمسين (55) قناة، وهي في بُعدها الاتصالي والإعلامي ترمي إلى إبراز التنوع والثراء اللذين تتميز بهما الثقافة الجزائرية، لتشكل بذلك نافذة مفتوحة على كنوز الثقافة في الجزائر وأداة فاعلة في تثمين الخصوصيات الثقافية لمختلف مناطق الوطن وذلك لضمان خدمة إعلامية نوعية للمواطن الجزائري في الداخل والخارج.[1]

تأسيس المحطة : تأسست الإذاعة الثقافية في نهاية عام 1994 وانطلقت في البث يوم فاتح فيفري من سنة 1995 وكانت بذلك ثاني إذاعة موضوعاتية تعرف النور بعد إذاعة القرآن الكريم.

كان انتشار الإذاعة الثقافية يقتصر على البث عبر الموجة المتوسطة 211 م بذبذبة مقدارها 1422 كيلوهرتز ولكنه تعزز منذ عام 2012 من خلال البث عبر موجات fm في كامل الولايات الداخلية للوطن ماعدا الولايات الحدودية بعد انتهاء البث في الإذاعات المحلية لمدة ثلاث ساعات (04) من الساعة الثامنة (h0020) مساءا إلى منتصف الليل .

يتطلع عمال الإذاعة الثقافية متعاونين إلى تحقيق التميز الذي يحمله شعار إذاعتهم " **نحن للثقافة عنوان** " غير أن هذا الطموح يحتاج إلى مزيد من الجهد وشي من الدعم والرعاية لتحقيق الإضافة النوعية التي تنشدها الإذاعة الثقافية.

وبما أن محتوى هذا العرض يعتمد أساسا على الإنتاج فضلا عن العمل الصحفي المواكب للأحداث، فإن المساهمة النوعية التي يقدمها عدد قليل من المتعاونين المشهود لهم

[1] www.radioalgerie.dz

بالكفاءة العلمية تحتاج إلى قدر أكبر من التثمين والدعم للمحافظة على الخدمة المميزة التي يقدمها هؤلاء المتعاونون بل ولتعزيزها أكثر.

أقسام الإذاعة:

يشرف على الإذاعة الثقافية مدير يساعده رئيس دائرة مكلف بالإنتاج و رئيس تحرير و رئيسا مصلحة إضافة إلى 43 موظفا، في مختلف التخصصات .

1.قسم التنشيط و الإخراج:

يتولى التنشيط والإخراج المباشر للفترات والحصص المباشرة والمسجلة، مع تنشيط حصص المناسبات كما يتولى القسم، عملية الإخراج، بالنسبة للفترة المباشرة والحصص المسجلة والتلبيس الخاص بالقناة، من خلال إنجاز الفواصل والومضات الترويجية.

2.قسم البرمجة والإنتاج:

يتولى تحضير ورقة البث اليومي، وبرمجة الحصص الخاصة بالمناسبات، كما يتولى متابعة الإنتاج و مراقبته[1].

03 . قسم الأخبار :

يتولى، بالإضافة إلى التغطيات الميدانية اليومية لمختلف النشاطات الدينية، الفكرية،الثقافية والتاريخية، إنجاز ما يلي : نشرة يومية، أربعة (04مواجيز يومية، موعدين (02) في شكل قراءة في(الصحف يوميا، تحقيق واحد (01) ميداني في الأسبوع وحصة إخبارية واحدة مباشرة في الأسبوع.

[1] محمد شلوش، الإذاعة الجزائرية النشأة و المسار، الإذاعة الثقافية، ص20

برامج تفاعلية:

* إيلاء أهمية كبيرة للبرامج التاريخية والفكرية .
* إبراز البعد الإنساني في البرامج الاجتماعية .
* التركيز على أهمية الثقافة الوقائية، والمساهمة في محاربة الآفات والظواهر التي قد تكون سببا في نخر جسم المجتمع.
*طرح الإشكالية و تقديم الحلول بإشراك ا لمختصين.

ليلا، بعد أن كانت من الثامنة إلى التاسعة ليلا، انقسمت فترات بث برامج الإذاعة الثقافية، إلى مرحلتين:

-1/ من الساعة الرابعة وخمس وخمسين دقيقة، (16.55)إلى حدود الساعة الثامنة مساءا (08.00) و هي فترة أولى تتضمن برامج ومواعيد إخبارية وروبورتاجات وبرامج علمية وحصصا قصيرة.
-2/ أما الفترة الثانية، فتمتد من الساعة الثامنة مساءا (08.00) إلى نهاية الإرسال في الحادية عشرة ليلا(23.00) ، وتشكل العمود الفقري للشبكة البرامجية، بحيث تحتوى على مادة دسمة، يغلب عليها الطابع الثقافي والفني والتفاعلي[1].

يشرف على القناة، مدير يساعده رئيس دائرة، مكلف بالإنتاج، و رئيس تحرير، لتأطير 40 عاملا في مختلف التخصصات.

[1] مرجع سابق ، ص22

تنقسم برامج الإذاعة الثقافية إلى قسمين:

-1/ إنتاج داخلي : يتكفل به الفريق الداخلي العامل بالإذاعة.

-2/ إنتاج خارجي : يعتمد على متعاونين من ذوي الاختصاص 05 متعاونين.

الشبكة البرامجية:

مواكبة للأحداث الثقافية بالإعلام و الترويج و مساهمة منها في تفعيل الشأن الثقافي و ترقيته، تسعى الاذاعة الثقافية من خلال شبكتها البرامجية السنوية 2018 - 2019 و في اطار اختصاصها، الى تنمية و تطوير الثقافة و الفنون بمختلف انواعها و ذلك خدمة للهوية الوطنية.

كما تعمل ايضا على إبراز التنوع والثراء اللذين تتميز بهما الثقافة الجزائرية بأبعادها العربية الأمازيغية و الإسلامية و كذا مساهماتها في التراث العالمي و الانساني.[1]

يتعزز الموسم الاذاعي الجديد للإذاعة الثقافية باستكمال فترة البث الالكتروني **Streaming** الذي سيضمن الخدمة الاذاعية على مدار 24 ساعة في اليوم على وسائط البث الالكترونية ابتداء من يوم 09 سبتمبر 2018 مما يمكننا من اثراء برامجنا وتنويع مضامين الحصص التي تبثها الاذاعة الثقافية.

جديد الموسم يتمثل أيضا في البرامج العديدة المدرجة في الشبكة البرامجية الجديدة التي تثري العرض البرامجي للقناة من بينها :

[1] يوسف مجبور، مدير الإنتاج و البرمجة في الإذاعة الثقافية، مقر الإذاعة، القبة، الجزائر العاصمة ، 2019/06/19، 17:00.

- **للثقافة بناة وحماة :** يندرج هذا البرنامج المبرمج كل يوم الخميس على الساعة التاسعة ليلا (21h03)،ضمن الفضاءات المخصصة لمرافقة و تغطية الانتخابات الرئاسية المقبلة (2019) و ذلك بإبراز أهم الانجازات المسجلة في الميدان الثقافي سواء على المستوى المحلي أو الوطني قصد تنمية القطاع، تشجيع الابداع و الحفاظ على التراث و الهوية الوطنية.
- **موعد الفنون** : عرض إخباري موضوعاتي يتناول في كل يوم من أيام الاسبوع أهم المستجدات الحاصلة في أحد الفنون (أدب، سينما، مسرح، فن تشكيلي، موسيقى...الخ) و يسمح هذا الموعد الاخباري اليومي الذي يقدم على الساعة الخامسة مساءا من توجيه طاقم التحرير الى التخصص بحكم أن كل صحافي سيكلف بمتابعة و ترصد وقائع و أخبار أحد أصناف الفنون المذكورة آعلاه.

- **قرأت لك** : ركن يومي مدته 05 دقائق يبث باللغات العربية، الامازيغية و الفرنسية تقدم فيه أهم الاعمال الادبية و الروائية المنشورة قصد التعريف بها و تشجيع المستمعين على القراءة.
- **ضياء الكلمات** : هذا البرنامج الذي يهتم بإبداعات و كتابات الشباب الجزائري التى يرسلها للبرنامج عن طريق صفحة الفايسبوك ، سيخصص ايضا خلال هذا الموسم (2019/2018) لمرافقة وقائع جائزة اقلام بلادي التي تنظمها وزارة التربية الوطنية بالتعاون مع وزارة الثقافة و التي تهدف الى تشجيع القراءة و الكتابة الإبداعية ما بين تلاميذ مختلف الأطوار و اكتشاف مهارات الكتابة الابداعية و تطويرها.[1]

[1] [1] يوسف مجبور، مقابلة سبق ذكرها

- **بحوث و اختراعات :** تتناول الحصة الأطروحات الجامعية والبحوث العلمية المتميزة و كذا الاختراعات المسجلة في المجالات المختلفة وهذا لمواكبة حركة البحث العلمي في الجزائر و التعريف بالاعمال العلمية المتميزة.
- **المسائية الثقافية** : مجلة ثقافية و إخبارية يومية تضم في طياتها جملة من الاركان و البرامج المنوعة التي تضمن تقديم خدمة اعلامية للمستمع و من ابرز اركانها : ضيف الثقافية، ريبورتاج اصدارات، تراثنا هويتنا...الخ. كما تتضمن هذه الفترة فقرتين تفاعليتي ن (حالة الطرقات و عشرة في ستين و هي مسابقة يومية في الثقافة العامة من الاحد الى الأربعاء و تعوض ببرنامج قول في مثل باقي الايام) .
- **برامج بالامازيغية** : بعض هذه البرامج من انتاج القناة الثانية مثل "**إسكيلان** " الذي يقدم باللهجة القبائلية و يهتم بالبحوث الجارية حول اللغة و الثقافة الامازيغية و بعضها من انتاج الاذاعات الجهوية مثل "**إنجيون**" لإذاعة غرداية الذي يستضيف الفاعلين في الثقافة على مستوى الولاية و " **إلس ذ يذلس** " باللهجة الشنوية لإذاعة تيبازة أو " **إغولان نواوال**" باللهجة الشاوية لإذاعة خنشلة.
- **برامج بالفرنسية** : تتمثل هذه البرامج التي تنتجها القناة الاذاعية الثالثة في حصة " **فاشهدوا** " التي تتناول أبرز الاحداث التاريخية التي عاشتها الجزائر إبان الثورة التحريرية بالاعتماد على شهادات حية لمجاهدين و مواطنين عايشوا الفترة و " **Papier bavard** "

الذي يستضيف كتاب و روائيين يكتبون باللغة الفرنسية. غايتنا من إعادة بث هذه الحصص تتمثل في تمكين المستمع من التعرف على النصوص و الاقلام الجزائرية التي تكتب بالفرنسية.

- **برامج فكرية : ونخص هنا بالذكر حصص "عود على فكر"** و **"إضاءات حضارية** " التي

تستضيف اكاديميين و محللين لمحاورتهم و في القضايا الثقافية و الفكرية لتفسير الاحداث

و فهمها ضمن إطاره ا التاريخي والسوسيو ثقافي، وإبراز القيم ذات البعد الانساني المشترك.

- **برامج حوارية** مع مبدعين و فاعلين في الميدان الثقافي والفني للتعريف بانتاجاتهم و كذا

مسارهم المهني. من هذه البرامج نذكر : **لقاء مع فنان** ، **مقهى المساء** ، **تجربة حياة**...الخ.

- **حصص موضوعاتية** خاصة بمختلف اشكال التعابير الفنية و الثقافية كالأدب، الشعر،

السينما، المسرح، التاريخ التراث...الخ.

موازاة مع بعض هذه البرامج الجديدة، تحتفظ الشبكة البرامجية الجديدة ببعض الفضاءات التي تم اطلاقها في المواسم السابقة على غرار :

- البرنامج الشهري " **هنا الثقافية** " الذي بث العدد الاول منه مباشرة من **بسكرة** يوم 02 فيفري 2017 بمناسبة الذكرى ال 22 لتأسيس الاذاعة الثقافية ثم تنقل الى العديد من الولايات منها : **قالمة** في 02 مارس 2017، **ادرار** في 30 مارس 2017، **برج بوعريريج** في 11 ماي 2017، **عين تيموشنت** في 25 ماي 2017، **تيبازة** في 06 جويلية 2017، **ميلة** في 28 سبتمبر 2017، **المدية** في 26 اكتوبر 2017، **تامنراست** في 30 نوفمبر 2017، **معسكر** في 21 ديسمبر 2017، **بجاية** في جانفي 2018، **ورقلة** في 01 فيفري 2018، **خنشلة** في 01 مارس 2018 و **البيض** في 26 افريل 2018. يعد هذا البرنامج

تجسيدا لمقاربة جديدة في التعريف بالتراث المحلي بالولايات وترقيته اعتمادا على الطابع الجواري والتفاعلي و الانتقال الى الميدان بمختلف ولايات الوطن لرصد المشهد الثقافي فيها.

- المنتدى الاسبوعي "**سجالات ومعنى**" للإذاعة الثقافية الذي سيبرمج أيضا في هذا الموسم الجديد ليستضيف الفاعلين في الشأن الثقافي والفني و يكون فضاء للحوار ومناقشة القضايا الثقافية الوطنية.
-

1) المقاربة المعتمدة في إعداد الشبكة البرامجية الجديدة

قصد إثراء الشبكة البرامجية وتنويعها، عمدنا خلال إعداد هذه الشبكة إلى التجديد والتنويع في البرامج مع حرصنا على جعل الإذاعة الثقافية مرجعا للإعلام الثقافي ومصدرا وافيا و ملما بالفعل الثقافي يكون منبعا للإعلام والترفيه للجمهور و فضاءا للتعبير و الترويج للمبدعين و الفاعلين في مختلف ميادين الفن والثقافة. ولتحقيق ذلك فقد اعتمدنا على المقاربة التالية :

- إدراج برامج قاطرة في قسمي الأخبار والإنتاج وهذا للرفع من مستوى البرامج المقدمة والترويج للقناة و للشأن الثقافي والمساهمة في رد الاعتبار للفعل الثقافي الذي عانى كثيرا من قلة الاهتمام به من طرف المجتمع مقارنة بنظرائه في الميادين الاخرى.

- العمل على جعل القناة ليس فقط مواكبة للشأن الثقافي بل صانعة للأحداث عن طريق الضيوف والمواضيع المتميزة التي سيتم انتقاؤها في إعداد البرامج.[1]
- تجسيد مسعى الانفتاح على المجتمع و تقريب الإذاعة من المواطن بإخراجها إلى الشارع و اعتماد برامج تنتج خارج الأستوديو وفي الولايات الداخلية التي تزخر بموروث ثقافي متنوع.
- تدعيم البرامج الإخبارية بالحصص الحوارية، المواعيد الاخبارية الموضوعاتية، الريبورتاج و التغطيات الميدانية التي تمكن القناة من تقديم خدمة إعلامية راقية في مجال تخصصها.
- إدراج فضاءات للنقاش الفكري و العلمي من تنشيط جامعيين و أكاديميين متتبعين لسجالات الفكر والثقافة على المستوى الوطني و العالمي.
- تدعيم البرامج الخاصة بالتراث للتعريف به والمساهمة في توثيقه و حمايته.
- ادراج تعاليق صحفية وأعمدة (حديث في حدث، جديد العلوم، أيام خالدة، قضايا راهنة، فيلم وقضية...الخ) من اعداد المنتجين المتعاونين مع الاذاعة الثقافية.
- تدعيم البرامج الناطقة بالأمازيغية و الفرنسية بالاستناد الى القناة الثانية وكذا بعض القنوات الجهوية التي تنتج برامج بإحدى فروع اللغة الأمازيغية وكذا القناة الثالثة.
- تدعيم جسور التعاون والتبادل بين الإذاعة الثقافية و القنوات الوطنية والجهوية وكذا الإذاعات العربية وذلك بإعادة بث عدة حصص موضوعاتية لهذه القنوات على أمواج الاذاعة الثقافية.

[1] محمد فركود ، رئيس تحرير الإذاعة الثقافية، مقر الإذاعة، المركز الدولي للصحافة، القبة، الجزائر العاصمة، 2019/06/19، 14:00

2) تنظيم الفترات

أما ما يتعلق بتنظيم فترات البث فقد اعتمدنا التوزيع التالي :

- **الفترة الأولى :** تعد هذه الفترة من أقصر الفترات (60 د) إذ تمتد من افتتاح القناة على الساعة الثالثة زوالا إلى الساعة الرابعة مساءا (**15h00-16h00**) و تضم كل الأركان الإفتتاحية، قراءة البرنامج، الومضات الترويجية، أولى المواعيد الاخبارية و قبل العرض.
- **الفترة الثانية** : تمتد من الرابعة الى السادسة مساء (**16h00-18h00**)التي تتميز بكونها فترة إخبارية تتضمن عدة حصص، أركان و فقرات إخبارية (مواعيد إخبارية، ضيف الثقافية، ذاكرة مكان، قرأت لك، موعد الفنون...الخ.
- **الفترة الثالثة** : مدة هذه الفترة لا تتجاوز الساعة (**18h00 - 19h00**) و يطغى عليها الطابع الاخباري (النشرة الاخبارية الأولى، المواعيد الثقافية، الاحوال الجوية و عدة اركان ثقافية و فنية مثل : قرأت لك، قامات جزائرية، هاي تاك، متألقون، في حضرة الازرقين، اشراقات ...الخ.
- **الفترة الرابعة** : تمتد هذه الفترة من السابعة الى العاشرة ليلا (**19h00-22h00**) و تخصص للحصص الموضوعاتية التي تعالج مواضيع متعلقة بالفكر، الأدب، التراث، التاريخ، المسرح، السينما و مختلف تجليات المشهد الثقافي و التعبير الفني باللغات الثلاث [1]

العربية، الأمازيغية و الفرنسية. وتكون بذلك إحدى المحاور الهامة في الشبكة البرامجية للقناة.

[1] محمد فركود ،مقابلة سبق ذكرها .

- **الفترة الخامسة** : تمتد هذه الفترة من العاشرة ليلا الى نهاية الارسال (**00h00 – 22h00**) تعد الحلقة الأخيرة في البرنامج اليومي للإذاعة الثقافية وتخصص أساسا للمسلسلات
الإذاعية، القراءات الليلية وتقديم نصوص شعرية وأدبية راقية بأسلوب إذاعي ومرافقة موسيقية تلائم الفترة. [1]

3) عينة من البطاقات الفنية للبرامج

عنوان البرنامج : "المسائية الثقافية"

الاعداد : منشط الفترة

المدة : ساعتان (120 دقيقة)

التوقيت : كل يوم على الساعة الرابعة مساءا.

الموضوع : مجلة ثقافية و اخبارية يومية تضم في طياتها جملة من الاركان

و البرامج المنوعة التي تضمن تقديم خدمة اعلامية للمستمع و من ابرز اركانها :

ضيف الثقافية ،ريبورتاج ،اصدارات وتكون باللغات (العربية-الامازيغية-الفرنسية) ، و برنامج تراثنا هويتنا للأستاذة فائزة رياش و الذي يتطرق الى مختلف الجوانب التراثية للثقافة الجزائرية.

[1] [1] حميد،مدير الإدارة و المالية في الإذاعة الثقافية، مقر الإذاعة، القبة، الجزائر العاصمة ، 2019/06/19، 14.00.

كما تتضمن هذه الفترة فقرتين تفاعليتي ن (حالة الطرقات و عشرة في ستين و هي مسابقة يومية في الثقافة العامة من الاحد الى الأربعاء و تعوض ببرنامج قول في مثل باقي الايام) .كما تم ادراج في هذه الفترة موعد اخباري يومي متخصص (موعد الفنون) نقدم فيه كل مرة جديد و اخبار فن من الفنون السبعة.

عنوان البرنامج : "الثقافة في سطور"

الاعداد : قسم الاخبار.

المدة : 05 دقائق.

التوقيت: الثالثة و الربع (15.15).

البث : يومي عدا الجمعة

الموضوع : برنامج إخباري يتم التطرق فيه إلى مختلف المواضيع و الأخبار الثقافية التي تناولتها الصحافة الوطنية.

عنوان البرنامج : ضيف الثقافية.

الاعداد : فارس طباش.

المدة : 26 دقيقة.

التوقيت : الساعة (16.03).

البث : من الاحد الى الخميس

الموضوع : برنامج إخباري يومي يستضيف فاعلين في الفن و الثقافة من أجل

الغوص معهم في عديد القضايا الثقافية و الاراء التى تشغل الرأي العام.

عنوان البرنامج : "سجالات ومعنى"

الاعداد : عبد الرزاق جلولي.

المدة : 52 دقيقة.

البث : كل ثلاثاء على الساعة (16.05)

الموضوع : يسجل البرنامج بالنادي الثقافي عيسى مسعودي التابع للإذاعة الجزائرية بحضور ممثلين عن الصحافة الوطنية ، يناقش مع مسؤولي الهيئات و المؤسسات الثقافية واقع الثقافة الجزائرية، مستجداتها و رهاناتها.

***

عنوان البرنامج : "إسكلين"

الإعداد : من القناة الثانية.

المدة : 52 د

التوقيت : كل يوم ثلاثاء على الساعة (21.03).

الموضوع : برنامج باللغة الامازيغية من انتاج القناة الثانية يهتم بالبحوث الجارية حول اللغة و الثقافة الامازيغية وكذا بعض الاصدارات في مجالي الادب و الثقافة.

عنوان البرنامج : "إنجيون"

الاعداد : يوسف لعساكر (اذاعة غرداية)

المدة : 52 د

التوقيت : كل يوم سبت على الساعة (21.03).

الموضوع : يقدم هذا البرنامج الاسبوعي باللغة الامازيغية (المزابية) و يستضيف الفاعلين في الثقافة والصانعين للمشهد الفني خاصة في غرداية.

***

عنوان البرنامج : "التربية والأسرة"

الاعداد : رابح نصر الدين.

المدة : 52 دقيقة.

البث : كل يوم خميس على الساعة (19.05).

الموضوع : برنامج أسبوعي يسلط الضوء على أهم الطرق الحديثة المعتمدة في التربية و تنشئة الطفل وتحقيق انسجام الاسرة وتماسكها.

***

عنوان البرنامج : " Papier bavard "

الاعداد : يوسف سايح (القناة الثالثة).

المدة : 52 دقيقة.

البث : كل سبت على الساعة (19.03).

الموضوع : يستضيف مقدم البرنامج في كل عدد واحدا من الكتاب الجزائريين باللغة الفرنسية للحديث معه عن كتاباته و اصداراته خاصة الجديدة منها.

***

عنوان البرنامج : "الذاكرة و التاريخ"

الاعداد : الدكتور محمد الامين بلغيث.

المدة : 52 دقيقة.

البث : كل يوم أحد على الساعة (21.03)

الموضوع : يسلط الضوء على أهم المحطات التاريخية التى مرت بها الجزائر ومازالت في الذاكرة الشعبية للجزائريين.

***

عنوان البرنامج : "بيت الشعر"

الاعداد : مفتاح بخوش .

المدة : 52 دقيقة.

البث : كل اثنين على الساعة (20.03).

الموضوع : برنامج حواري يستضيف شعراء جزائريين ناشطيين في مختلف ولايات الوطن ويستعرض البرنامج تجربة الشاعر الضيف من خلال دواوينه و مشاركاته في الملتقيات الشعرية دون إغفال تقديم قراءات من رصيده الشعري.

***

عنوان البرنامج : "بحوث و اختراعات"

الاعداد : مراد مسعودان.

المدة : 52 دقيقة.

البث : كل ثلاثاء على الساعة (20.03).

الموضوع : برنامج أسبوعي يهتم بتقديم نماذج من البحوث المتميزة

الصادرة عن الجامعة او مراكز البحث و المخابر العلمية.

***

عنوان البرنامج : "في السينما"

الاعداد : فيصل شيباني.

المدة : 52 دقيقة.

التوقيت : الساعة (19.03).

البث : كل اربعاء

الموضوع : يهتم البرنامج بالفن السابع من خلال تقديم جديد السينما و طرح قضايا متعلقة بتطوير الصناعة السينيمائية في الجزائر، و يتخلل البرنامج مجموعة من الفقرات كتقديم المواعيد و العودة الى أسماء خالدة في تاريخ السينما العالمية.

***

عنوان البرنامج : "فاشهدوا"

الاعداد : القناة الثالثة

المدة : 52 د

التوقيت : كل يوم اثنين على الساعة (19.03).

الموضوع : برنامج باللغة الفرنسية من انتاج القناة الثالثة، يتناول أبرز الاحداث التاريخية التي عاشتها الجزائر إبان الثورة التحريرية بالاعتماد على شهادات حية لمجاهدين و مواطنين عايشوا الفترة.

***

عنوان البرنامج : "إضاءات حضارية"

الاعداد : يوسف شنيتي.

المدة : 52 دقيقة.

التوقيت : الساعة (20.03).

البث : كل خميس

الموضوع : يساهم البرنامج من خلال استضافة اكاديميين و محللين لمحاورتهم و تفسير الحدث

ووضعه ضمن إطاره التاريخي والسوسيو ثقافي، وإبراز القيم ذات البعد الانساني المشترك ضمن أفق الحوار بين الحضارات والأديان والسلم والتعايش مما يتيح للمستمع فهم أبعاد الأحداث وآثارها على الهوية والثقافة والتاريخ في أفق المرجعية الوطنية.

***

عنوان البرنامج : قبل العرض.

الاعداد : منشط الفترة.

المدة :15 دقائق.

التوقيت : الساعة (17.45)

البث : يومي

الموضوع : فضاء يومي مباشر يعنى بتقديم أهم الأنشطة الثقافية والفنية المبرمجة.

***

عنوان البرنامج : "تجربة حياة"

الاعداد : فريدة ناجي.

المدة : 52 دقيقة.

التوقيت : الساعة (20.03).

البث : كل جمعة

الموضوع يتتبع البرنامج مسار مجموعة من الشخصيات الأدبية و الثقافية و يقف عند

اهم العقبات التى شهدتها حياتهم و التحديات الكبيرة التى خاضوها من

اجل النجاح.

***

عنوان البرنامج : "عود على فكر"

الاعداد : الدكتور سعيد العيادي.

المدة : 52 دقيقة.

البث : كل سبت على الساعة (20.03)

الموضوع : يطرح الدكتور السعيد العيادي رفقة عبد الرزاق جلولي في البرنامج

مجموعة من الاسئلة حول عديد القضايا الفكرية المحلية و العالمية

كما يقدم تحليلا علميا لأبرز الانشغالات المطروحة.

***

عنوان البرنامج : " للثقافة بناة وحماة "

الاعداد : الاذاعات الجهوية.

المدة : 52 دقيقة.

البث : يوم الخميس على الساعة (21.03)

الموضوع : يقدم البرنامج ابرز الانجازات الثقافية التى تحققت في الجزائر محليا و وطنيا خلال السنوات الماضية خدمة للثقافة و تحصينا لهوية الجزائر.

***

عنوان البرنامج : "من يحل اللغز ?"

الاعداد : رابح نصر الدين.

المدة : 52 دقيقة.

البث : كل يوم اثنين على الساعة (21.03).

الموضوع : برنامج ترفيهي تفاعلي يهتم بالثقافة الشعبية الجزائرية، بمشاركة المستمع الذي يساهم بإجاباته ايضا في تقديم مجموعة من الالغاز مع إعطاء معانيها التي قد تختلف من منطقة لأخرى.

***

عنوان البرنامج : "أنفاس مقدسية".

الاعداد : اسماعيل حاج قويدر.

المدة : 26 دقيقة.

البث : كل يوم ثلاثاء على الساعة (22.30).

الموضوع : يهتم هذا البرنامج بالقضية الأم فلسطين و يتطرق إلى التراث و الثقافة الفلسطينية التي مازالت تقاوم التهويد بشتى الطرق و الوسائل.

***

عنوان البرنامج : "أرض و لادة".

الإعداد : رشيد صالحي.

المدة : 26 دقيقة.

البث : كل يوم أحد على الساعة (22.30).

الموضوع : برنامج يعنى بتقديم صورة مكبرة عن أهم أعلام الجزائر في مختلف المجالات و في شتى العصور و المحطات التاريخية .

***

عنوان البرنامج :عشر في ستين.

الاعداد : كنزة منصري.

المدة : 52 دقيقة.

التوقيت : الساعة (17.05).

البث : من الاحد الى الاربعاء

الموضوع : برنامج تفاعلي يهتم بالرياضة الفكرية وهذا بتقديم
عشرة اسئلة في الثقافة العامة للمستمعين و الاجابة عليها في مدة ستين ثانية .

***

عنوان البرنامج : "على خطى نوبل".

الاعداد : محمد قماري.

المدة : 26 دقيقة.

البث : كل يوم اثنين على الساعة (22.30).

الموضوع : تعتبر جوائز نوبل من أرقى الجوائز العالمية إذ تمنح سنويا للرواد و
المبدعين
في مختلف المجالات العلمية و يعرف البرنامج بمختلف الشخصيات التي نالت شرف
الفوز بهذه الجائزة العالمية.

****

عنوان البرنامج : "على الركح "

الاعداد : مراد مسعودان.

المدة : 52 دقيقة.

البث : كل يوم ثلاثاء على الساعة (20.03)

الموضوع : يختص هذا البرنامج بالمسرح و تقديم آخر الإنتاجات و كذا رواده من ممثلين، مخرجين و كتاب نصوص. كما يستضيف الفاعلين والمبدعين في هذ ا المجال الذي يحظى باهتمام ومتابعة الجمهور.

****

عنوان البرنامج :"ضياء الكلمات".

الاعداد : رشيد صالحي.

المدة : 52 دقيقة.

البث : كل يوم اربعاء على الساعة (21.03).

الموضوع : برنامج يهتم بإبداعات و كتابات الشباب الجزائري التى يرسلها للبرنامج عن طريق صفحة الفايسبوك، و يقوم المعد بقرائتها و توجيه بعض الملاحظات لأصحابها فيما يخص الاسلوب و طريقة المعالجة، ويعتبر البرنامج فرصة لتشجيع الابداع في أوساط الشباب الجزائري. خلال هذا الموسم (2019/2018) سيسخر هذا الفضاء لمرافقة وقائع جائزة اقلام بلادي التي تنظمها وزارة التربية الوطنية بالتعاون مع وزارة الثقافة و التي تهدف الى تشجيع القراءة و الكتابة الإبداعية ما بين تلاميذ الأطوار الثلاثة الابتدائي والمتوسط و الثانوي و تشجيع قراءة الأعمال المتعلقة بالتراث الأدبي الوطني بجميع اللغات و اكتشاف مهارات الكتابة الابداعية و تطويرها

****

عنوان البرنامج : "معابر"

الاعداد : مولود بن سعيد (إذاعة قسنطينة).

المدة : 52 دقيقة.

البث : كل يوم خميس على الساعة (23.03).

الموضوع : يقدم البرنامج في شكل جلسة فنية حول موضوع موسيقى المالوف المنتشرة كثيرا في ولايات الشرق الجزائري يتخللها نقاش مع الضيوف حول هذا النوع من التراث الموسيقي.

***

عنوان البرنامج : "مقهى المساء"

الاعداد : كنزة منصري.

المدة : 52 دقيقة.

البث : كل يوم الجمعة على الساعة (21.03).

الموضوع : برنامج حواري ليلي مع شخصيات أدبية جزائرية حول إبداعاتهم المميزة مع تقديم قراءات عن هذه الأعمال.

***

عنوان البرنامج : "لقاء مع فنان".

الاعداد : عزيز نحال.

المدة : 52 دقيقة.

البث : كل يوم جمعة (23.03)

الموضوع : يستضيف البرنامج في كل عدد واحد من الفنانين الجزائريين المتألقين في الساحة الفنية الجزائرية بمختلف طبوعها الفنية.

***

عنوان البرنامج : "هنا الثقافية"

الاعداد : طاقم الاذاعة الثقافية.

المدة : برنامج مفتوح (07 ساعات)

التوقيت : من الرابعة مساء الى العاشرة ليلا

البث : الخميس الاخير من كل شهر

الموضوع : يهدف هذا البرنامج الشهري الى التعريف بالتراث المحلي للولايات و رصد المشهدين الثقافي و السياحي فيها من خلال استضافة فاعلين في هذين المجالين.
يتضمن البرنامج ثلاثة محاور اساسية تتمثل في : الندوة الفكرية التي تناقش قضايا ذات الصلة بالثقافة و الإعلام، الندوة الاذاعية المفتوحة لكل الفاعلين في الثقافة و البرنامج الفني الذي تشارك فيه ابرز الاسماء الممثلة للأغنية المحلية في كل ولاية.[1]

[1] بطاقة التقنية للإذاعة الثقافية ، وثيقة إلكترونية تم الحصول عليها يوم 2019/06/19، بمقر الإذاعة،ص 1-11

المبحث الثاني :عرض و تحليل البينات الخاصة بمتغيرات الدراسة

1 تحليل بيانات المحور الأول (البيانات الشخصية)

- **الجدول رقم (01) يمثل متغير الجنس:**

متغير الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	34	56.6%
أنثى	26	43.4%
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان نسبة الذكور أكبر من نسبة الاناث حيث بلغت 34 مفردة وبنسبة 56.6% من مجموع العينة الكلية، اما نسبة الاناث قدرت ب 26 مفردة وبنسبة 43.4%.

بحكم أن العينة المبحوثة التي اخذناها من ستمعي الإذاعة الثقافية تطغى فيها نسبة الذكور على الاناث والذي يرجع أساسا إلى أن الذكور يمارسون النشاطات الثقافية و يهتمون بالنشاط الثقافي أكثر من الاناث مع عدم اهمال عنصر الحرية في استماع الى النشاطات الفكرية و الثقافية الذي يمتلكه الذكور أكثر من الاناث نظرا إلى الثقافة الخاصة التي يمتلكها المجتمع الجزائري بصفة عامة، والتي تمليها عليهم تعاليم الدين والعادات والتقاليد.

- **الجدول رقم (02) يمثل متغير السن:**

متغير السن	التكرار	النسبة
من 15 إلى 25 سنة	12	20%
من 26 إلى 35 سنة	32	53.4%
من 36 سنة فما فوق	16	26.6%
المجموع	60	100%

من خلال الجدول يتبين لنا أن الفئة العمرية الأكثر استماعا للإذاعة الثقافية هي الفئة (من 26 إلى 35 سنة) ب 32 مفردة أي ما يعادل نسبة 53.4% تليها في المرتبة الثانية الفئة (من 36 سنة فما فوق) ب 16 مفردة ونسبة 26.6%، فيما احتلت الفئة (من 15 سنة إلى 25 سنة) المرتبة الأخيرة ب 12 مفردة وما نسبته 20%.

يتضح لنا من خلال الجدول أن نسبة الشباب هم الأكثر استماعا للإذاعة الثقافية حيث شكلوا ما يفوق نسبة ال 50% من المجموع الكلي نظرا إلى أن هذه الفئة هي العنصر الأساسي المكون لجمهور المستمعين الجزائريين، بالإضافة أيضا إلى كون هذه الفئة هي المسؤولة عن النشاطات الثقافية و الفنون من مختلف أشكالها و أصبحت لديها روح المسؤولية اتجاه العائلة وباتت تبحث عن برامج التثقيف و التعليم و الترفيه ، وهو في الغالب ما يصبون إليه من خلال الاستماع الى الإذاعة الثقافية الجزائرية .

- **الجدول رقم (03) يمثل متغير مستوى التعليمي:**

متغير الوضعية المهنية	التكرار	النسبة
من الابتدائي إلى المتوسط	4	6.66%
ثانوي	16	26.66%
جامعي	40	66.66%
المجموع	60	100%

من خلال الجدول السابق يتضح لنا أن نسبة كبيرة من مستمعي الإذاعة الثقافية لديهم مستوى جامعي، حيث قدر عدد مستمعي الإذاعة الثقافية ب 40 مفردة أي ما يعادل نسبة 66.66%، فيما حل مستمعي الإذاعة الثقافية جمهور المستوى الثانوي في المرتبة الثانية ب 16 مفردة ونسبة 26.66%، وجاء جمهور المستوى الإبتدائي و المتوسط ب 4 مفردات ونسبة 6.66%.

من خلال النتائج المتحصل عليها يتضح لنا أن المثقفون و الجامعيون هم أكثر حرصا من البقية على الإستماع للإذاعة الثقافية نظرا إلى أن هذه الفئة مهتمة بجانب الثقافة يوميا من أجل الزيادة في تثقيف و التعليم من خلال برامج الإذاعة الثقافية عكس الفئات الأخرى .

المبحث الثالث: تحليل الجداول و البيانات الخاصة بالمحور الثاني في الإستمارة.

1 تحليل بيانات المحور الثاني (عادات الاستماع للإذاعة الثقافية):

الجدول رقم (4) يمثل تواظب الإستماع للإذاعة الثقافية :

المدة الزمنية	التكرار	النسبة
يوميا	8	13.33%
أحيانا	32	53.33%
نادرا	20	33.33%
المجموع	206	100%

من خلال الجدول يتضح لنا أن غالبية أفراد العينة يستمعون أحيانا للإذاعة الثقافية حيث قدر عددهم ب 32 مفردة من مجموع العينة الكلية (60) بنسبة 53.33%، فيما تليها نسبة 33.33% بعدد تكرارات وصل إلى 20 تكرار بالنسبة للأفراد الذين نادرا ما يستمعون للإذاعة الثقافية، وحلت آخرا نسبة 13.33% ل 8 أشخاص يستمعون للإذاعة الثقافية يوميا.

يتبين لنا من خلال النتائج المتحصل عليها أن اغلب أفراد العينة يستمعون أحيانا للإذاعة الثقافية وهذا شيء مقبول بخصوص الإعلام المتخصص و خاصة في المجال الثقافي و الشعبية الكبيرة التي تحضى بها هذه الإذاعة نظرا للانتشار الواسع والسريع للوسائل الإعلام السمعية البصرية إلى تخطي أكبر عدد من المستمعين عبر كافة التراب الوطني .

- **الجدول رقم (5) يمثل الوقت المخصص للإذاعة الثقافية :**

الوقت	التكرار	النسبة
مناسب	44	%73.3
غير مناسب	16	%26.7
المجموع	**60**	**%100**

من خلال الجدول يتضح لنا أن غالبية أفراد العينة يناسبهم الوقت للإستماع لإذاعة الثقافية حيث قدر عددهم ب 40 مفردة من مجموع العينة الكلية (60) بنسبة 73.3%، أما باقي أفراد العينة لا يناسبهم الوقت المخصص للإذاعة الثقافية كونها تبث على 15.00 بعد الزوال و الذي يقدر عددهم ب 20 مفردة و بنسبة 26.7% .

يتبين لنا من خلال النتائج المتحصل عليها أن اغلب أفراد العينة يناسبهم الوقت المخصص لبث أثر الإذاعة الثقافية ، حيث نجد معضم العينة يستمعون للإذاعة نظرا لخروجهم من العمل أو وقت يناسبهم في أوقات فراغهم و خاصة الأشخاص الإداريين و العاملين .

الجدول رقم (6) يمثل الفترة المفضلة للإستماع للإذاعة الثقافية :

الوقت	التكرار	النسبة
مساءا	20	%33.3
ليلا	40	%66.7
المجموع	**60**	**%100**

من خلال الجدول يتضح لنا أن غالبية أفراد العينة يناسبهم يستمعون لإذاعة الثقافية ليلا كون هذه الإذاعة تبث في الفترة المسائية حيث قدر عددهم ب 40 مفردة من مجموع العينة الكلية (60) بنسبة 66.7% أما باقي أفراد العينة لا يناسبهم الوقت المخصص للإذاعة الثقافية يستمعونها مساءا و الذي يقدر عددهم ب20 مفردة و بنسبة33.3 % .

يتبين لنا من خلال النتائج المتحصل عليها أن اغلب أفراد العينة يناسبهم الوقت المخصص لبث أثر الإذاعة الثقافية ، حيث نجد معظم العينة يستمعون للإذاعة نظرا لخروجهم من العمل أو وقت يناسبهم في أوقات فراغهم و خاصة الأشخاص الإداريين و العاملين ، و الأوقات الأكثر استماعا لوسائل الإعلام تسمى بأوقات الذروة و نجدها في معظم الأحيان وقت المغرب .

- **الجدول رقم (7) يمثل الوقت الساعي المخصص لإستماع للإذاعة الثقافية :**

الوقت	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	32	53.33%
من ساعة إلى 3 ساعات	22	43.33%
أكثر من 3 ساعات	4	3.33%
المجموع	60	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة (مستمعي الإذاعة الثقافية) يستمعون للإذاعة الثقافية في أقل من ساعة حيث أن عدد الذين صرحوا بذلك هو 32 شخص ما يقدر نسبتهم ب 53.33%، تلتها نسبة القائلين من ساعة إلى 3 ساعات ب 43.33% وبتكرار بلغ 26، فيما احتل المرتبة الأخيرة الأشخاص الذين قالوا أنهم يستمعون للإذاعة الثقافية أكثر من 3 ساعات بنسبة 3.33% وبتكرار2 و هم فنانين من المدية.

من خلال النتائج المحصلة من الجدول أعلاه يتبين لنا أن غالبية أفراد العينة يستمعون للإذاعة الثقافية في أقل من ساعة وهذا راجع إلى أن المستمعين يختارون برامج ثقافية خاصة و التي تناسبهم مع تنظيم الوقت وفق برنامج خاص، حيث يختارون برامجهم الخاصة حسب نوع البرنامج و نوع المادة الإعلامية التي تبث و هذا يدخل في مدى تأثير البرامج الثقافية في المستمعين .

الجدول رقم (8) يمثل مكان إستماع الإذاعة الثقافية :

المكان	التكرار	النسبة
السيارة	24	%40
العمل	12	%20
البيت	24	%40
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن هناك تساوي بين مستمعي الإذاعة الثقافية في البيت و السيارة حيث حقق كل من أفراد العينتين الذين يستمعون للإذاعة الثقافية من البيت و السيارة على نسبة %40 وبتكرار مفردة 24، بينما حل الذين يستمعون للإذاعة الثقافية من إلى المرتبة الثانية بنسبة %20 وبتكرار بلغ 12 مفردة.

من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول السابق يتبين لنا ان غالبية مستمعي الإذاعة الثقافية الجزائرية يخصصون أماكن خاصة للاستماع و أغلبها البيت و السيارة ، حيث تفوق نسبة هؤلاء ال 80% من المستمعين، كما تعد الإذاعة وسيلة تأنيس للمستمعين خلال تنقلاتهم اليومية .

ا لجدول رقم (9) يمثل نوع البرامج الثقافية التي تستهوي المستمع :

النوع	التكرار	النسبة
حوارية	24	%40
روبورتاجات	32	%53.33
بورتريه	4	%6.66
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المرتبة الأولى عادة إلى أفراد العينة الذين إلى الروبوتاجات الثقافية بنسبة 53.33% وبتكرار مفردة 32، بينما حل الذين يستمعون إلى الحوارات الثقافية في المرتبة الثانية بنسبة 40% وبتكرار بلغ 24 مفردة، فيما تذيل الترتيب الذين يستمعون الى البورتريه بنسبة 6.66% وبتكرار بلغ 4 مفردة.

من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول السابق يتبين لنا ان غالبية مستمعي الإذاعة الثقافية يخصصون وقت للإستماع الى الروبورتاجات الثقافية، حيث تفوق نسبة هؤلاء ال 50% من مستمعي الإذاعة الثقافية، والذي يرجع بالأساس إلى قدرة الإذاعة الثقافية في السيطرة على عقولا المستمعين والانبهار بما تقدمه عبر أثيراها الذي تتركه في حياة هؤلاء المستمعين.

الجدول رقم (10) يمثل المجال الثقافي المفضل لدى جمهور الإذاعة الثقافية :

المجال	التكرار	النسبة
الأدب	20	%33.33
الطرب	24	%40
المسرح	16	%26.66
المجموع	60	100%

من خلال النسب الموضحة في الجدول أعلاه المتعلقة المجال الثقافي المفضل لدى جمهور الإذاعة الثقافية نلاحظ أن نسبة الذين يتابعون الطرب بلغت نسبة 40% وبتكرار 24، فيما حل المتابعون لمجال الأدب في المرتبة الثانية بنسبة 33.33% وتكرار قدره 20، وتذيل الترتيب المتابعون لمجال المسرح بنسبة 26.66% وبتكرار بلغ 16.

يتضح لنا من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول أعلاه أن غالبية مستمعي الإذاعة الثقافية مولعون ببرامج الطرب الذي تقدمه هذه الأخيرة نظرا لتعدد وكثرت وجدية مواضيعها لأنها تهتم بدرجة أولى لجانب الفن الجزائري.

المبحث الرابع : تحليل الجداول و البيانات الخاصة بالمحور الثالث في الإستمارة.

1 تحليل بيانات المحور الثا لث (طبيعة متابعة المبحوثين للبرامج الثقافية و المواضيع التي تطرحها)

الجدول رقم (11) يمثل وظائف الإذاعة الثقافية :

الإفادة	التكرار	النسبة
التوعية	15	%25
التثقيف	28	%46.66
التعليم	17	%28.33
المجموع	60	100%

من خلال النسب الموضحة في الجدول أعلاه المتعلقة فما تفيد برامج الإذاعة الثقافية نلاحظ أن نسبة الذين تفيدهم في التثقيف بلغت نسبة 46.66% وبتكرار 28 مفردة، فيما حلت في المرتبة الثانية للتعليم بنسبة 28.33% وتكرار قدره 17، وتذيل الترتيب الجانب التوعوي بنسبة 25% وبتكرار بلغ 15 مفردة .

يتضح لنا من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول أعلاه أن غالبية مستمعي الإذاعة الثقافية يواضبون على إستماع الإذاعة الثقافية من أجل التثقيف كون أن الإذاعة الثقافية تتميز بحلة من البرامج التثقيفية و التعليمية مقدمة لمختلف شرائح الجنس و السن ، نظرا لتعدد وكثرت وجدية مواضيعها لأنها تهتم بدرجة أولى لجانب ثقافي .

الجدول رقم (12) يمثل فيما الخدمة التي تقدمها الإذاعة الثقافية :

الإفادة	التكرار	النسبة
كافية	28	%46.66
نوعا ما	20	%33.33
غير كافية	12	%20
المجموع	60	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية المستمعي الإذاعة الثقافية يكتفون بالخدمة المقدمة من قبل الإذاعة الثقافية،حيث صرحوا لهذه الوسيلة بأن خدماتها كافية بنسبة 46.66% بتكرار 28، ثم تليها نسبة 33.33%وبتكرار 2920 للذين قالوا نوعا ما، واحتل الأشخاص الذين قالوا غير كافية المرتبة الأخيرة بنسبة 20% وبتكرار 12.

من خلال النتائج المتحصل عليها يتبين لنا أن الأغلبية العظمى من مستمعي الإذاعة الثقافية تكفيهم الخدمة المقدمة من طرف الإذاعة الثقافية والذين فاقت نسبتهم ال 46% من أفراد العينة ، ولعل ما يفسر هذه الخدمة المقدمة من هاته الوسيلة ، كما أن هذه الوسيلة تسهل على المستمعين لسماعها عن طريق الواب في موقع الإذاعة الوطنية محطة الإذاعة الثقافية من أي مكان يشاء و من أي بلد كان عن طريق الأنترنت أو عن طريق تطبيقات الأندرويد

الجدول رقم (13) يمثل تغطية المشهد الثقافي من خلال المواضيع المطروحة في الإذاعة الثقافية :

الإفادة	التكرار	النسبة
نعم	28	%46.66
لا	8	%13.33
نوعا ما	24	%40
المجموع	60	100%

من خلال الجدول يتضح لنا أن معظم أفراد العينة يرون بأن بأن المواضيع المطروحة من خلال مختلف برامج الإذاعة الثقافية تغطي كامل المشهد الثقافي الجزائري حيث بلغت نسبة هؤلاء 46.66% وتكرار 28، وصرح آخرون بأن المواضيع المطروحة تغطي نوعا ما المشهد الثقافي بالجزائر في المرتبة الثانية بنسبة 40% وبتكرار 24، واحتل أفراد العينة الذين قالوا أن المواضيع المطروحة من قبل الإذاعة الثقافية لا تغطي المشهد الثقافي المرتبة الأخيرة بنسبة قدرها 13.33% وبتكرار 8.

يتضح لنا من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول أعلاه أن المواضيع المقترحة في برامج الإذاعة الثقافية تغطي كامل المشهد الثقافي الجزائري بعد تصريح الأغبية من أفراد العينة و المقدرة ب 28 مفردة و بنسبة 46.66%، و يعود السبب في ذلك إلى نوع البرامج المقترحة من قبل رئيس تحرير و مدير الإنتاج للإذاعة الثقافية،ثم تليها أفراد العينة الذين قالوا نوعا ما و المقدر عددهم 24 مفردة من العينة، و تذيل الترتيب عدد الأشخاص الذين قالوا أن المواضيع المطروحة على الشبكة البرامجية للإذاعة الثقافية لا تغطي المشهد الثقافي الجزائري و المقدر عددهم 8 أفراد و بنسبة 13.33 %.

الجدول رقم (14) يمثل استطاعت برامج الإذاعة الثقافية في تعزز الهوية الثقافية الجزائرية :

الإفادة	التكرار	النسبة
نعم	22	%36.66
لا	14	%23.33
نوعا ما	24	%40
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان معظم أفراد العينة صرحوا (نوعا ما) في نجاح برامج الإذاعة الثقافية بتعزيز الهوية الثقافية حيث وصل عدد مفردة العينة 24 و بنسبة 40% و تلتها عدد المفردة الذين صرحوا بنعم برامج الإذاعة الثقافية عززت الهوية الثقافية الجزائرية ب 22 مفردة و نسبة 36.66% و تذيلت العينة بعدد الأشخاص الذين صرحوا ب لا و الذي جاء عددهم 14 و نسبتهم 23.33 %

يتضح لنا من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول أعلاه أن معظم العينة المدروسة صرحت ب (نوعا ما) على تعزيز الهوية الثقافية الجزائرية من قبل اللإذاعة الثقافية بعد تصريح الأغبية من أفراد العينة و المقدرة ب 24 مفردة و بنسبة 40%، و هذا نظرا لذوق المستمعين للإذاعة الثقافية ،ثم تليها أفراد العينة الذين قالوا نعم و المقدر عددهم 22 مفردة من العينةو بنسبة 36.66%، و تذيل الترتيب عدد الأشخاص الذين قالوا لا و المقدر عددهم 14 مفردة و بنسبة 23.33 %.

الجدول رقم (15) يمثل تقييم برامج الإذاعة الثقافية :

الإفادة	التكرار	النسبة
جيد	36	%60
متوسط	18	%30
رديء	6	%10
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان معظم أفراد العينة صرحوا أن برامج الإذاعة الثقافية جيدة حيث وصل عدد مفردة العينة 36 و بنسبة 60% و تلتها عدد المفردة الذين صرحوا بأن البرامج الإذاعة الثقافية متوسطة ووصل عددهم ب 18 مفردة و نسبة 30% و تذيلت العينة بعدد الأشخاص الذين صرحوا ب رديئةو الذي جاء عددهم 6 فقط و نسبتهم 10%

يتضح لنا من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول أعلاه أن معظم العينة المدروسة صرحت بأن معظم البرامج الإذاعة الثقافية جيدة من حيث الشكل و المحتوى بعد تصريح الأغبية من أفراد العينة و المقدرة ب 36 مفردة و بنسبة 60%، و هذا نظرا لمستوى الصحفيين و الإعلاميين المتواجدين في لإذاعة الثقافية ،ثم تليها أفراد العينة الذين قالوا بإن الإذاعة الثقافية متوسطة المقدر عددهم 18 مفردة من العينةو بنسبة 30%، و تذيل الترتيب عدد الأشخاص الذين قالوا رديئة و المقدر عددهم 6 مفردات و بنسبة 10%.

الجدول رقم 16 : يمثل الحجم الساعي للإستماع للإذاعة الثقافية و علاقته بالنستوى التعليمي

			المستوى التعليمي			المجموع
			من الابتدائي إلى المتوسط	ثانوي	جامعي	
الحجم الساعي للاستماع لإذاعة الثقافية	أقل من ساعة	تكرار	4	8	20	32
		نسبة	%12.5	%25	%62.5	%100
	من ساعة إلى 3 ساعات	تكرار	0	8	20	28
		نسبة	%0	%28.57	%71.43	%100
	أكثر من 3 ساعات	تكرار	0	0	4	4
		نسبة	%0	%0	%100	%100
مجموع		تكرار	4	16	40	60
		نسبة	%6.66	%26.66	%66.68	%100

التحليل الكمي:

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن نسبة الذين يستمعون إلى الإذاعة الثقافية لأقل من ساعة وهم الإبتدائي إلى المتوسط تقدر نسبتهم ب12.5% وهو ما يعادل 4 أفراد من عينة الدراسة، في حين بلغت نسبة الذين يستمعون للإذاعة الثقافية لأقلمن ساعة ومستواهم ثانوي بلغت 25%، وبلغت نسبة 62.5% للذين يستمعون للإذاعة لمدة تقدر بأقل من ساعة ومستواهم التعليمي جامعي.

بالمقابل نجد أن المبحوثين الذين يستمعون للإذاعة لمدة تتراوح من ساعة إلى ثلاث ساعات معدومين، في حين الذين يستمعون بنفس المدة ومستواهم ثانوي نسبتهم 28.57%، أما الذين مستواهم جامعي فما فوق ويستمعون للإذاعة لمدة تتراوح من ساعة إلى ثلاث ساعات فقد بلغت نسبتهم 71.43%.

في حين نسبة الذين يستمعون للإذاعة لأكثر من ثلاث ساعات وهم بدون مستوى تعليمي فهم معدومين خلال العينة المدروسة، كذلك بالنسبة لمستواهم الدراسي ثانوي فهم معدومين أما فالذين مستواهم جامعي فما فوق و يستمعون للإذاعة لمدة أكثر من 3 ساعات فقد بلغت نسبتهم 100%

التحليل الكيفي:

من خلال التحليل الكمي للجدول نستنتج بأن أغلبية أفراد العينة الذين يستمعون للإذاعة الثقافية لمدة أقل من ساعة كان مستواهم التعليمي جامعي فما فوق وهم غالبا من فئة المثقفون و هم غالبا ما يستمعون للإذاعة الثقافية من أجل هدف تثقيفي و الزيادة في المعلومات و هذا قد كان في جميع المستويات العلميةو يعود لطبيعة البرامج الإذاعية التي يفهمها المثقفين وأيضا محتواها الذي يثير اهتمام الفنانين و المثقفين والمجال الزماني والمكاني المناسب الذي يجعلهم يخصصون وقتا للاستماع إليها وذلك لأنها تلبي اهتماماتهم.

الجدول رقم17: فترة الاستماع للإذاعة الثقافية وعلاقته بالسن :

			السن			المجموع
			من15 سنة إلى 25 سنة	من 26 سنة إلى 35 سنة	من 36 فما فوق	
فترات بث الإذاعة الثقافية	مساءا	تكرار	0	16	4	20
		نسبة	%0	%80	%20	%100
	ليلا	تكرار	12	12	16	40
		نسبة	%30	%30	%40	%100
مجموع		تكرار	12	28	20	60
		نسبة	%20	%46.7	%33.3	%100

التحليل الكمي:

من خلال التحليل الكمي للجدول نستنتج أن المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و25 سنة منعدمين في الفترة المساء أما في الفترة الليلية فقد وصل عددهم إلى 12 مفردة و بنسبة 30 %

أما الذين يتراوح سنهم بين 26 و 35 سنة فكان عددهم 16 في الفترة المسائية و بنسبة 80% ، أما في الفترة المسائية فكان عددهم 12 و بنسبة 30 % .

في حين أن المبحوثين الذين يفوق سنهم 36 سنة فكان عددهم 4 مفردات في الفترة المسائية و بنسبة 20% و إزداد عددهم في الفترة الليلية إلى 16 مفردة و ما يعادل نسبة 40 % .

التحليل الكيفي:

من خلال التحليل الكمي للجدول نستنتج بأن أغلبية المبحوثين الذين سنهم من 15 إلى 25 سنة كلهم يستمعون للإذاعة الثقافية ليلا نظرا لارتباطاتهم بأشغال ووظائف أخرى .

أما بالنسبة للمبحوثين الذين سنهم بين 26 و 35 سنة فأغلبهم يستمعون للإذاعة الثقافية في الفترة المسائية عكس الأاخاص المبحوثين الذي يفوق سنهم 36 سنة فهم يستمعون للإذاعة الثقافة في الفترة الليلية أكثر من المسائية .

الجدول رقم19: الوقت المخصص للإذاعة الثقافية وعلاقتها بالسن.

			السن		المجموع
			من 15 سنة إلى 25 سنة	من 26 سنة إلى 35سنة	من 36 سنة فما فوق	
الوقت المخصص للإذاعة الثقافية	مناسب	تكرار	12	16	16	44
		نسبة	%27.27	%36.36	%36.36	%100
	غير مناسب	تكرار	0	16	0	16
		نسبة	%0	%100	%0	%100
مجموع		تكرار	12	32	16	60
		نسبة	%28	%50	%22	%100

التحليل الكمي:

من خلال الجدول نلاحظ بأن 27.27% من المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و25 سنة يناسبهم الوقت لإستماع للإذاعة الثقافية ، و50% من المبحوثين الذي تتاروح أعمارهم بين 25 الى 35 سنة يناسبهم الوقت للإستماع إلى الإذاعة الثقافية و 36.36% فئة المبحوثين الذي تتراوح أعمارهم فوق 36 سنة ,

التحليل الكيفي:

من خلال التحليل الكمي للجدول نستنتج بأن فئة المبحوثين الذين يناسبهم وقت بث الإذاعة الثقافية هي الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم من 36 سنة فما فوق لأن نسبتهم بين المتغيرات تفوق النسب المئوية الأخرى

الاستنتاجات العامة :

لقد توصلنا من خلال دراستنا إلى عدة نتائج تتعلق بدور الإذاعة الثقافية في توضيل الإعلام الثقافي لدى جمهورها، من خلال دراستنا الميدانية قمنا بها للإذاعة الثقافية نظرا للدور الذي تلعبه من خدمة للمجتمع الجزائري، وبعد قيامنا بالدراسة التحليلية للإستمارة وتوزيعها على العينة المتكونة من 60 شخص متابع للإذاعة الثقافية عبر ولايتي المدية و الجزائر العاصمة توصلنا إلى مجموعة من النتائج هي :

النتائج خاصة بالبيانات الشخصية :

– أغلب المبحوثين الذي يتابعون الإذاعة الثقافية هم من جنس ذكر

– أغلب المبحوثين الذين يتابعون الإذاعة الثقافية سنهم يتراوح بين 26 و 35 سنة أي من فئة الشباب .

– أغبية المستمعين مستواهم الدراسي يكون جامعي و هذا يعود للبرامج الثقافية التي تستعين بها الإذاعة الثقافية .

نتائج خاصة بالمحور الثاني للدراسة :

– مستمعين الإّذاعة الثقافية أغلبهم يسمعونها أحيانا و هذا يعود للتوزيع البرامجي لأن كل فرد له برنامجه المفضل و للعلم إن الإذاعة الثقافية تبث على الساعة 15.00 بعد الظهر و هذا يقلل من مستمعيها .

– كما استنتنجنا أن الوقت المخصص للبث يناسب لأغلبية المبحوثين .

– أغلب مستمعي الإذاعة الثقافية يفضلون الاستماع للإذاعة في الفترة الليلية بعد التفريغ من الشغل و العمل .

– كما أن الوقت الساعي المخصص للإستماع للإذاعة الثقافية يكون أقل من ساعة حسب المبحوثين حسب البرامج المفصلة لهم كما أغلب البرامج لا يفوق 45 دقيقة

– أغلبية المبحوثين يستمعون للإذاعة الثقافية من السيارة أو البيت .

– أما البرامج التي تستهوي أغلبية المبحوثين فهية الروبوتاجات الثقافية .

– أما البرنامج المفضل لدي مستمعي الإذاعة الثقافية حسب دراستنا في البرامج الأدبية .

نتائج خاصة بالمحور الثالث من الدراسة :

– أغلبية المبحوثين صرحوا بأن الإذاعة الثقافية وظيفتها الأساسية هي التثقيف .

– أما الخدمة التي تقدمها الإذاعة الثقافية فهي كافية للمستمعين و تغطي كامل المشهد الثقافي من خلال البرامج المطروحة و استطاعت الإذاعة الثقافية نوعا ما في تعزيز الهوية الثقافية الجزائرية .

– أما تقييم البرامج الإذاعة الثقافية فهو جيد علما أنها متخصصة في الثقافة بنسبة 96%

من خلال دراستنا هذه نستنتج أن الإذاعة الثقافية نجحت في توصيل إعلاما ثقافيا فاعلا في المجتمع الجزائري من خلال البرامج المطروحة و تغطيتها المتميزة للأحداث الثقافية عبر كافة التراب الوطني .

خاتمة:

من خلال تناولنا لموضوع الإعلام الثقافي في الجزائر بشقيه النظري والتطبيقي وتطبيقنا لمنهج المسحي , توصلنا إلى أن الثقافة تحتاج إلى من يبرزها ويظهرها للجماهير إن كانت محلية أو قطرية أو عالمية خاصة في عصر التكنولوجيات الحديثة ألا وهي وسائل الإعلام إن كانت سمعية بصرية أو مكتوبة, فالثقافة بدون وسيلة تظهرها إلى العالم تبقى حبيسة في رقعة جغرافية محدودة.

اذا كانت الثقافة تمثل خلاصة التجارب والخبرات التي تعدّ أساسية للوجود الإنساني، فإن للإعلام الثقافي مهمة تعريفهم بهذه التجارب و مرافقتهم في عملية البناء الحضاري بالارتكاز على انجازات الماضي المجسدة في التراث لتحسينها و تنميتها من خلال بلورة الرؤية الخلاقة و الهادفة وتشجيع الإبداع والتعبير الفني بكل أشكاله. كما لاحظنا تسعى الإذاعة الثقافية عبر مختلف البرامج التي تتضمنها هذه الشبكة السنوية إلى ضمان خدمة عمومية راقية في ميدان تخصصها و ذلك من خلال سعيها لمواكبة الفعل الثقافي و المساهمة في تنشيط الحياة الثقافية و الفنية الضرورية لتحصين الهوية الوطنية.

أ/ المراجع باللغة العربية :

أبو الأصبع صالح خليل، تحديات الإعلام العربي , عمان ، دار الشروق, للنشر و التوزيع ط1 , 1999، ص55.

أبو هلالة يوسف محي الدين، الإعلام (نشأته، أساليبه، وسائله، ما يأثر فيه)، ط1،الأردن، مكتبة الرسالة الحديثة، 1987، ص36.

إحدادن زهير، مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال، ط 2، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية ، 1993، ص 14.

أحمد مصطفى السيد ، **الإعلام المتخصص**، بنغازي، جامعة تونس، 1997 ، ص1

أديب خضور ، الإعلام المتخصص، ط2 ، دمشق،الكتبة الإعلامية، 2005 ، ص85

الدخيل فوازمفاهيم سائدة في وسائل الإعلام , الكويت : المجلس الوطني للثقافة والإعلام , , 1997ص38

الحسن حسان محمد: **الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي**، دار الطليعة للنشر، دون طبعة، بيروت،1982، ص 20.

الحسنات فاروق خالد، الإعلام و التنمية المعاصرة،، ط 1، الأردن، دار أسامة للتوزيع و النشر، 2011،ص27.

الصادق العلا لي , العلاقات الثقافية الدولية , الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية , 2006 , ص155

العبد عاطف عدلي ، الإتصال و الرأي العام، الأسس النظرية و الإسهامات العربية، القاهرة، دار الفكر العربي، 1993، ص16.

القوسي بن سليمان مقدمات في الثَّقافة الإسلاميَّة ط3، الرياض 2004ـ، ص 36.

العياضي نصر الدين , وسائل الاتصال الجماهيري و المجتمع , الجزائر . دار القصبة ,1998 ، ص35

الغلابيني محمد موفق، وسائل الإعلام و أثرها في وحدة الأمة،دار المنارة، جدة السعودية، ط1، 1985، ص ص 40 -41 .

المبارك أحمد عبد العزيز، أجهزة الإعلام ودورها في توجيه المجتمع ، دائرة القضاء الشرعي ، أبو ظبي 1977 .م، ص67

المشاقبة بسام عبد الرحمان ،الاعلام و السلطة، ط3 ، الأردن، دار أسامة للتوزيع و النشر، 2013،ص112

إمام إبراهيم العلاقات العامة والمجتمع، مكتبة الانجلو ، القاهرة ، 1981 م ، ص3

إمام إبراهيم، **"الإعلام الإذاعي والتلفزيوني"**، ط2، مصر: دار الفكر العربي، 1985، ص 16.

الهاشمي مجد ،الاعلام الدبلوماسي، ط2، الاردن، دار اسامة للتوزيع و النشر، 2015، ص 56 -57

الهيتي هيثم هادي ، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، ط1، الأردن، دار أسامة للنشر و التوزيع ، 2010 ص126-127

بدوي أحمد زكي ، **"مصطلحات الإعلام"**، مصر: دار الكتاب المصري، 1985، ص 14.

بن بوزة صالح ,وسائل الإعلام في الجزائر بعد الاستقلال 14 , جويلية , 1996 ص18

بن مرسلي أحمد: **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، دون طبعة، 2003، ص 55.

بوحوش عمار، حمد محمود الذيبان:**مناهج البحث العلمي**، مكتبة المنار للطباعة والنشر والتوزيع الأردني، ط 1، الأردن، 1992،ص 202.

حسني مراد إبراهيم ،الإعلام الصحي و الطبي،ط1،الأردن،الجنادرية للنشر و التوزيع،2017،ص34

خضور أديب , الإعلام و الأزمات،أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية،السعودية، ط1،1999،ص73

خورشيد كامل ، مدخل الى الرأي العام، ط 3، الأردن، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، 2013، ص179

دليو فضيل ، **"مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري"**، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1998، ص 135.

دليو فضيل ، علوم الاتصال، ط 3 ، دار أقطاب الفكر، ، 2007، ص30

ربحي مصطفى عليان: **البحث العلمي، أسسه، مناهجه وأساليبه، إجراءاته**، بيت الأفكار الدولية،دون طبعة، الأردن، دون سنة نشر، ص 117.

رشتي جهان ، الاسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي للطباعة و النشر ،1978،ص 127-137

سفر محمود محمد ، الإعلام موقف، ط 1 جدة، الكتاب العربي السعودية، 1982 , ص21.

شلبي كرم , معجم المصطلحات الإعلامية ط 1 بيروت , مطابع الشروق، 1989 , ص 292

صبري أبو جبر عمرو ، **الإعلام المتخصص**، ط1،فلسطين،ص8

عبد الحميد محمد ، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، مكتبة الإسكندرية، ط 1، القاهرة، 2000، ص 158

عبد الحميد محمد ، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط2، مصر: عالم الكتب، 2004، ص130.

عبد الرحمان مروة والطاهر محمد ،دور الإذاعات المتخصصة في نشر المعلومات،جامعة الخرطوم،السودان،2011

عبد القادر محمد ، دور الإعلام في التنمية ، وزارة الثقافة والإعلام ، 1982 م ، ص10

عبد اللطيف حمزة, الإعلام في صدر الإسلام، الهيئة المصرية العامة للكتاب , 2001 ، ص 205, 202

عبد اللطيف رشاد أحمد ، تنمية المجتمع وقضايا العالم التربوية، ط1 ، دار المعرفة ، ، ص35

عزام أبو الحمام ، **الإعلام الثقافي،ط1، الأردن،دار أسامة للنشر و التوزيع**، 2015،ص1

عصفور جابر ، نحو ثقافة مغايرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2008، ص135

غريب عبد السميع,الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر , الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة ,1996 , ص82

كحيل عبد الوهاب ، الأسس العلمية و التطبيقية للإعلام الإسلامي،ط1، بيروت،عالم الكتب،مكتبة القدسي،1985،ص220-221

مصمودي مصطفى , النظام الإعلامي الجديد, الكويت :عالم المعرفة , 1985 , ص203

مهنا فريال ، علوم الإتصال و المجتمعات الرقمية، ط1، بيروت ،،دار الفكر المعاصر، 2002، ص33

ب/ المراجع بالغة الفرنسية:

Maurice ANGERS: **Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines**, Algérie : éd. Casbah, 1997, P102.

ج/ المعاجم:

بدوي أحمد زكي ،معجم مصطلحات الإعلام،ط1،القاهرة ،دار الكتاب المصري ،1985،ص83

د/ المذكرات:

شاوي ليليا، دور الإذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية لجمهور المستمعين (إذاعة سكيكدة نموذجا،رسالة ماجستر غير منشورة،قسم علوم الإعلام و الإتصال،كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر،2009/2008

فوغالي حسان، الإعلام الثقافي في الجزائر،(الإذاعة الثقافية أنموذجا " دراسة وصفية ")، رسالة ماجستر غير منشورة، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام جامعة الجزائر، 2007/2006.

ه/ الجرائد و المجلات:

أحمد عبد الرحمن ، هيجان، أهمية قيم المديرين في تشكيل ثقافة منظمتين سعوديتين، الهيئة الملكية للجبيل وينبع وشركة سابك، مجلة الإدارة العامة، ع (74)، ص11.

الجزائري محمد عبد الكريم الثقافة ومآسي رجالها ,الجزائر ، الشهاب200 , ص190

نافع إبراهيم , نحو عصر جديد للصحافة المصرية ، بهدوء , جريدة الاهرام 24 يونيو1995

و/ المواقع الالكترونية:

www.aladabalarabi.com تاريخ الولوج :2019/06/15 على الساعة 18.00 مساءا

ي /المقابلات:

فركود محمد، رئيس تحرير الإذاعة الثقافية، مقر الإذاعة، المركز الدولي للصحافة، القبة، الجزائر العاصمة، 2019/06/19، 14:00.

مجبور يوسف مدير الإنتاج و البرمجة في الإذاعة الثقافية، مقر الإذاعة، القبة، الجزائر العاصمة ، 2019/06/19، 17:00.

حميد، مدير الإدارة والمالية بالإذاعة الثقافية، مقر الإذاعة، المركز الدولي للصحافة، القبة، الجزائر العاصمة، 2019/06/19، 15:00.

جامعةيحي فارس المدية
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة حول :

الإعلام الثقافي في الجزائر

دراسة مسحية حول جمهور الإذاعة الثقافية

بعد التحية و التقدير :

في إطار التحضير لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الإتصال تخصص سمعي بصري،والموسومة ب : "الإعلام الثقافي في الجزائر (الإذاعة الثقافية أنموذجا) "نرجو من سيادتكم المحترمة التفضل بالإجابة بعناية على هذه الاستمارة علما ان ذكر الأسماء غير مطلوب و لن تظهر في نتائج الدراسة .

مع خالص الشكر و التقدير لتعاونكم و مساهمتكم في إنجار هذه الدراسة .

من إعداد الطالب:

-غريبي يوسف عادل

تحت إشراف الأستاذ:

- د/ ايمان عفان

السنة الجامعية 2018/2019

المحور الأول : المعلومات الشخصية:

1 -الجنس:

- ذكر ☐ أنثى ☐

2 - السن:

25-15 ☐ 35-26 ☐ 36 فما فوق ☐

- المستوى التعليمي:

من الابتدائي إلى المتوسط ثانوي ☐ ☐ جامعي ☐

المحور الثاني : عادات الاستماع للإذاعة الثقافية:

1 – هل تواظب على الاستماع للإذاعة الثقافية ؟

يوميا ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

2- برأيك هل الوقت المخصص للإذاعة الثقافية ؟

مناسب ☐ غير مناسب ☐

3- في أي فترة تفضل الاستماع للإذاعة الثقافية ؟

مساء ☐ ليلا ☐

- ولماذا .....

.....

4- ما هو الحجم الساعي الذي تخصصه في استماعك للإذاعة الثقافية ؟

أقل من 1 سا ☐ من 1 إلى 3 سا أكثر من 3 ساعات ☐

5- في أي مكان تستمع للإذاعة الثقافية؟

في السيارة ☐ في العمل ☐ في البيت ☐

في مكان آخر

أذكره.....

6- ما هو نوع البرامج الثقافية التي تستهويك :

الحوارية ☐ الروبوتاجات ☐ البورتري ☐

7- ما هو المجال الثقافي المفضل لديك؟

الأدب الطرب المسرح

غيرها.....

المحور الثالث: طبيعة متابعة المبحوثين للبرامج الثقافية والمواضيع التي تطرحها

1- ما هي أهم خدمة تفيدك بها الإذاعة الثقافية ؟

توعيتك ☐ تثقيفك ☐ تعليمك ☐

2- هل الخدمة الثقافية التي تقدمها الإذاعة الثقافية ؟

كافية ☐ نوعا ما ☐ عير كافية ☐

.....

.....

3-ماهي أهم البرامج التي تتابعها في الإذاعة الثقافية ؟

أذكرها .....

.....

ولماذا تتابعها ؟ .....

- هل المواضيع المطروحة من خلال مختلف البرامج تغطي كامل المشهد الثقافي الجزائري

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

5- هل ترى أن برامج الإذاعة الثقافية استطاعت أن تعزز الهوية الثقافية الجزائرية؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

- كيف ذلك؟

.....

.....

المحور الرابع: رأي المبحوثين في برامج الإذاعة الثقافية

الاستماع الى الإذاعة الثقافية وصل الى الآلاف من المتابعين هل هذا راجع الى:

تزامن مع المقابلة ☐

لأنها كانت المدافع عن الجزائريين ☐

التغطية الصحفية الجيدة لكل الأحداث ☐

- ما هو تقييمك لبرامج الإذاعة الثقافية ؟

جيد ☐ متوسط ☐ ردئ ☐



الإذاعـــة الجـــزائـرية

RADIO ALGERIENNE

جدول التوزيع الأسبوعي

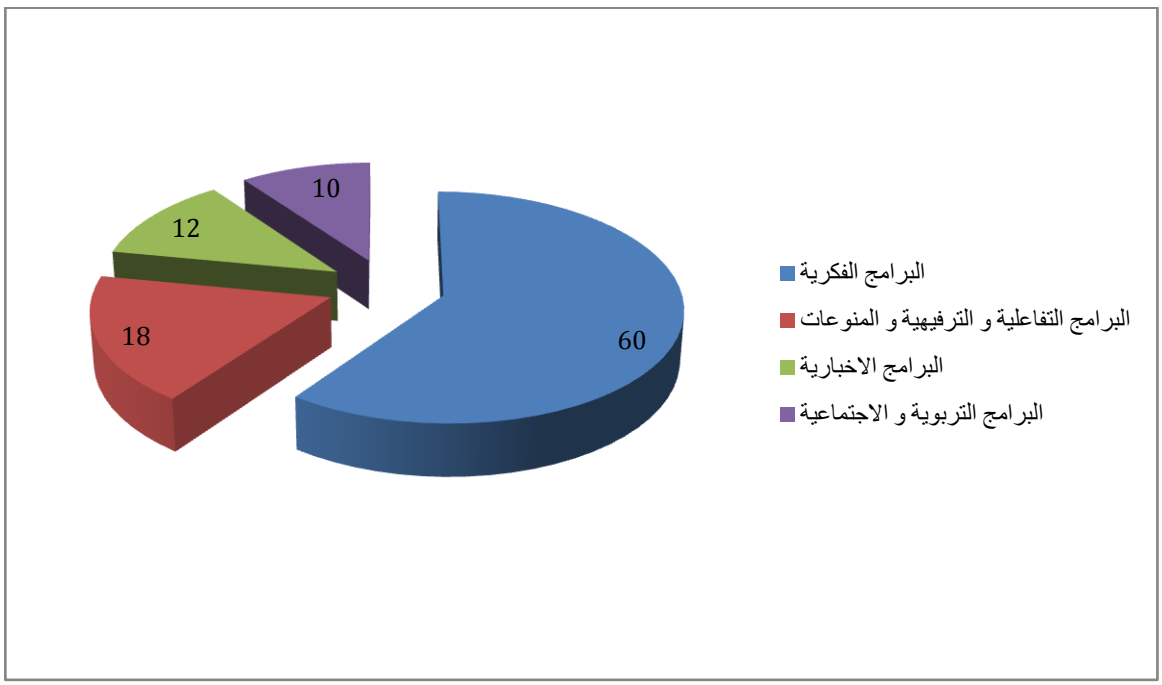
		الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس	الجمعة	السبت
الفترة الاولى	15h00	افتتاح القناة						
	15h03	ومضات + قراءة البرنامج +منوعات						
	15h15	الثقافة في سطور					منوعات	الثقافة في سطور
	15h25	منوعات						
	15h30	جديد العلوم	أيام خالدة	قضايا راهنة	حديث في حدث	فيلم و قضية	مواقع	وقفات شعرية
	15h40	أغنية مختارة						
الفترة الثانية	15h45	قبل العرض						
	16h00	موجز إخباري						
	16h03	الاحوال الجوية						
	16h05	ضيف الثقافية	في الواجهة	سجالات	ضيف الثقافية		ذاكرة مكان	تراثنا هويتنا
	16h30	قرات لك			قرات لك			
		فرنسية			فرنسية	امازيغية	عربية	
	16h45	حالة الطرقات			حالة الطرقات			
	17h00	موعد الفنون						
		مسرح	سينما	فن تشكيلي	موسيقى	أدب	موجز اخباري	
	17h05	عشرة في ستين			قول في مثل			
	17h30	عناوين النشرة الإخبارية الأولى						
الفترة الثالثة	18h00	النشرة الإخبارية الأولى						
	18h15	استراحة فنية						
	18h30	قامات	متألقون	هاي تاك	مواقع الكترونية	في حضرة الأزرقين	اشراقات	حول العالم
	18h45	قرات لك		موسيقى	قرات لك			موسيقى
		فرنسية	عربية		فرنسية	امازيغية	عربية	
الفترة الرابعة	19h00	موجز إخباري						
	19h03	100د ثقافة	فاشهدوا	في السينما	في الواجهة (اعادة)	Papier bavard	لقاء مع فنان	التربية و الاسرة
	20h00	موجز إخباري						
	20h03	100د ثقافة (تابع)	بيت الشعر	على الركح	بحوث و اختراعات	اضاءات حضارية	تجربة حياة	عود على فكر
الفترة الخامسة	21h00	موجز إخباري						
	21h03	الذاكرة و التاريخ	من يحل اللغز	إسكيلن (باللهجة القبائلية)	ضياء الكلمات	مع الاشقاء للثقافة بناة	بيت الشعر	إنجيون (باللهجة المزابية)
	22h00	النشرة الإخبارية الثانية						
	22h30	أرض ولادة	رواد على خطى نوبل	أنفاس مقدسية	المسلسل الاذاعي			
	23h00	موجز إخباري						
	23h03	في السينما	ساعة صلاح	عود على فكر	الذاكرة و التاريخ	قراءات	سجالات	معابر
	00h00	نهاية الإرسال						

جدول التوزيع الأسبوعي للبث الالكتروني

	الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس	الجمعة	السبت
00h00	منوعات + ومضات						
01h00	على خطاهم	مع الأشقاء	100د ثقافة	فاشهدوا	لقاء مع فنان	التربية والأسرة	إسكلين
02h00	تجربة حياة	Papier bavard	100د ثقافة	بيت الشعر	بحوث و اختراعات	إضاءات حضارية	ضياء الكلمات
03h00	المسلسل						
03h30	موسيقى						
04h00	عود على فكر	التربية والاسرة	الذاكرة والتاريخ	تجربة حياة	بيت الشعر	نقطة حوار	إضاءات حضارية
05h00	استراحة فنية						
06h00	حديث في حدث	جديد العلوم	فيلم وقضية	مواقع	قضايا راهنة	وقفات شعرية	ايام خالدة
06h15	هاي تاك	قامات	متألقون	في حضرة الازرقين	حول العالم	إشراقات	مواقع الكترونية
06h30	اصدارات						
06h45	جواهر						
07h00	موعد الفنون +حديث في حدث						
07h15	حديث في حدث	جديد العلوم	فيلم وقضية	مواقع	قضايا راهنة	وقفات شعرية	ايام خالدة
07h30	اصدارات						
07h45	هاي تاك	قامات	متألقون	في حضرة الازرقين	حول العالم	اشراقات	مواقع الكترونية
08h00	ضيف الثقافية						
08h30	اصدارات						
09h00	استراحة فنية						
10h00	عود على فكر	التربية والاسرة	الذاكرة والتاريخ	تجربة حياة	بيت الشعر	عود على فكر	اضاءات حضارية
11h00	على الركح	إيلس ذ يذلس	إسكلين	إنجوين	اغولان نواوال	تدبروا	في السينما
12h00	المسلسل اليومي						
12h30	استراحة فنية						
13h00	بيت الشعر	تراثيات	ضياء الكلمات	على الركح	الذاكرة والتاريخ	مع الاشقاء	معابر
14h00	من الظل إلى الأضواء	أعلام العرب	الجميلات	أرض ولادة	أنفاس مقدسية	رواد على خطى نوبل	حكايتنا
14h30	استراحة فنية						
15h00	انطلاق البث الأرضي						

6)توزيع البرامج حسب المضمون

- البرامج ذات المحتوى الثقافي والفكري: 60 %
- البرامج الترفيهية والمنوعات: 18 %
- البرامج الإخبارية : 12 %
- البرامج التربوية و الاجتماعية: 10 %

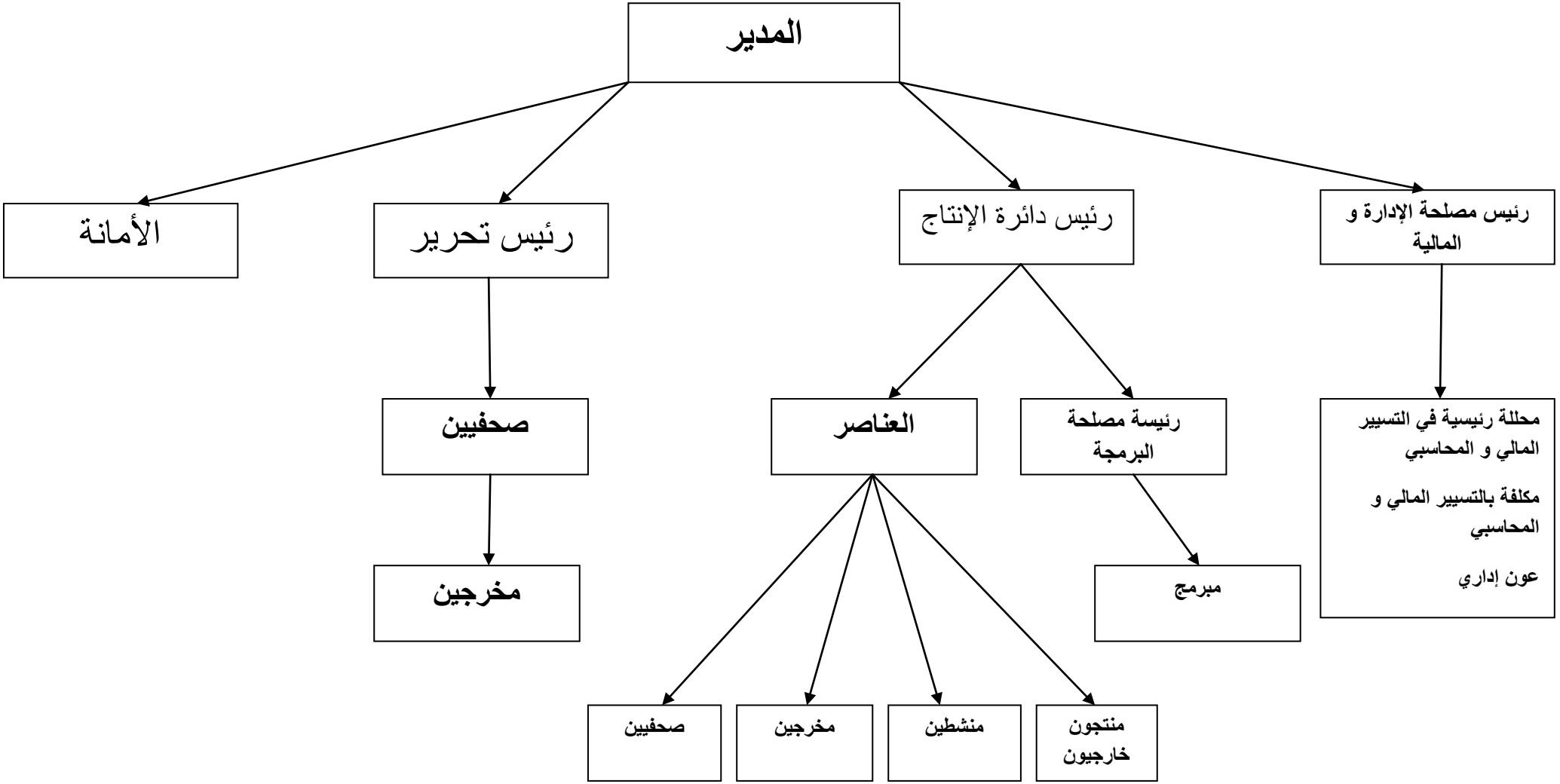


النسب المأوية للبرامج حسب المواضيع

7) قائمة المتعاونين بالقطعة

الرقم	رقم القيد	الاسم و اللقب	نوع التعاقد	
1	8319	سعيد عيادي	اتفاقية بالتراضي	
2	8131	مفتاح بخوش	اتفاقية بالتراضي	
3	8739	شنيتي يوسف	اتفاقية بالتراضي	
4	7974	قماري محمد	اتفاقية بالتراضي	
5	8919	محمد الأمين بلغيث	اتفاقية بالتراضي	
6	9248	فيصل شيباني	اتفاقية بالتراضي	
7	-	فايزة رياش	اتفاقية بالتراضي	
المجموع				

هيكل الإذاعة الثقافية



الرقم	عنوان الجداول	الصفحة
1	توزيع أفراد العينة حسب متغيرات الجنس	80
2	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	81
3	توزيع أفراد العينة حسب متغير مستوى التعليمي	82
4	توزيع أفراد العينة حسب تواظب الاستماع للإذاعة الثقافية	83
5	توزيع أفراد العينة حسب الوقت المخصص لبث الإذاعة الثقافية	84
6	توزيع أفراد العينة حسب الفترة المفضلة للاستماع للإذاعة الثقافية	85
7	توزيع أفراد العينة حسب الوقت الساعي المخصص للإستماع للإذاعة الثقافية	86
8	توزيع أفراد العينة حسب مكان إستماع الإذاعة الثقافية	87
9	توزيع أفراد العينة حسب نوع البرامج الثقافية التي تستهوي المستمع	89
10	توزيع أفراد العينة حسب المجال الثقافي المفضل لدى جمهور الإذاعة الثقافية	90
11	توزيع أفراد العينة حسب وظائف الإذاعة الثقافية	91
12	توزيع أفراد العينة حسب الخدمة التي تقدمها الإذاعة الثقافية	92
13	توزيع أفراد العينة حسب للمواضيع المطروحة في الإذاعة الثقافية	93
14	توزيع أفراد العينة حسب مدى إستطاعت الإذاعة الثقافية في تعزيز الهوية الثقافية	94

15	توزيع أفراد العينة حسب في تقييم برامج الإذاعة الثقافية	95
16	الحجم الساعي للإستماع للإذاعة الثقافية و علاقته بالنستوى التعليمي	96
17	فترة الاستماع للإذاعة الثقافية وعلاقته بالسن	97
18	الوقت المخصص للإذاعة الثقافية وعلاقتها بالسن	98

الفهـــــــــــرس

- **مقدمـة:**

➢ الإطار المنـهجي

-
- **تمهيد** **01**

أولا: تحديد الإشكالية..... **03**

ثانياً: الفرضيات..... 04

ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع..... 05

رابعا: أهداف الدراسة..... 06

خامساً: أهمية الدراسة.....-

سادسا: منهج الدراسة.....-

سابعا : أدوات جمع البيانات 07

ثامنا : مجتمع البحث 08

تاسعا : عينة الدراسة 09

عاشرا: المجال الجغرافي و الزمني للدراسة..... 10

الحادية عشر : تحديد المفاهيم 11

ثانية عشر : الدراسات السابقة 14

❖ **الفصل الثاني:** ما هية الإعلام ؟

- **تمهيد**..... **17**

أولاً: مفهوم الإعلام 18

I- الإعلام لغة.....-

II- الإعلام اصطلاحا..... 19

III- ايجابيات وسلبيات الفضائيات العربية..... 19

ثانياً: وظائف الإعلام..... 21

I- وظيفة خدمة النظام السياسي..... 22
II- تحقيق التماسك الإجتماعي.و الإرتباط 23
III- وظائف الإعلام حسب نظرية الإشباعات..... 24
ثالثاً: مفهوم الإعلام المتخصص:..... 28
رابعا: خصائص الإعلام المتخصص و جمهوره..... 31
II- **خصائص الإعلام المتخصص**.....-
IIIجمهور الإعلام المتخصص..... 34
❖ **الفصل الثاني: الإعلام الثقافي المتخصص في الجزائر .**
- **تمهيد:**..... 36
أولا: مفهوم الثقافة.....-
I- الثقافة لغة..... 37
II- الثقافة اصطلاحا..... 38
III- الثقافة و دورها بالمجتمع 39
ثانيا: علاقة الإعلام بالثقافة 40
I- دوافع الإعلام..... 42
II- دوافع الثقافة..... 43
ثالثا: وظائف الإعلام الثقافي 44
I- التنوير و الصناعة الثقافية..... 45
رابعا : وظائف الإعلام الثقافي 47
خامسا : الإعلام الثقافي في الجزائر..... **49**

➢ **الإطار التطبيقي:**

- **تمهيد:**..... **55**
أولاً: بطاقة فنية عن الإذاعة الثقافية 56
ثانياً: عرض و تحليل البيانات الخاصة بمتغييرات الدراسة..... 80
ثالثاً: عرض و تحليل البيانات الخاصة بالمحور الثاني من الدراسة... 83

رابعا: عرض و تحليل البيانات الخاصة بالمحور الثالث من الدراسة.....90

- **عرض الإستنتاجات العامة..... 91**
- **الخاتمة..... 93**
  - قائمة المراجع
  - **الملاحق**
  - **فهرس الجداول**
  - **الفهرس**