

تمثيلات القيم الثقافية في الحصص الثقافية لقنوات للتلفزيون الجزائري

Representations of cultural values in the cultural programming of Algerian television channels

محمد رفيق بن شريف

كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3.

bencherif.mohammed@ensjsi.dz

تاريخ النشر: 2025/12/29

تاريخ القبول: 2025/12/21

تاريخ الاستلام: 2025/04/30

ملخص:

تهدف هذه الدراسة الوصفية التحليلية إلى الكشف عن تمثيلات القيم الثقافية في الحصص الثقافية للتلفزيون الجزائري من خلال تحليل عينة من برنامج "شرفات ثقافية" بالقناة الإخبارية الثالثة وبرنامج *Culture*، بقناة *Canal Algérie*، *l'autre regard*. وانطلقت الدراسة من فرضية أن التلفزيون له قدرة توجيه سلوكيات الجمهور المتابع لمختلف الحصص خاصة منها الثقافية التي تعمل على البناء الفكري والمعرفي من خلال مختلف القيم الثقافية التي تسوق لها هاته الحصص وفرضية أن البرامج الثقافية التلفزيونية تسهم في تشكيل البنية الفكرية والمعرفية للجمهور، باعتبارها وسيطاً إعلامياً يرسّخ مختلف القيم الثقافية المرتبطة بالهوية والموروث الفكري والاجتماعي. ولتحقيق أهدافها، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، مستندة إلى تحليل المضمون كأداة رئيسية من خلال بطاقة تحليل صُمّمت لرصد أنواع القيم الثقافية، إضافة إلى الملاحظة المنهجية لأساليب التناول وطبيعة الاعلام الثقافي المقدم. وقد أظهرت النتائج أن أهم القضايا التي تناولتها الحصص محل الدراسة، تمثلت في الحديث عن مختلف الإصدارات الفكرية والأدبية وربطها بكل ما يتعلق بثقافة المجتمع من عادات وتقاليد ومعتقدات المجتمع الجزائري، بالإضافة إلى كل ما له علاقة بالتراث الثقافي وقضايا التنوع والاختلاف الموجدة في المجتمع الجزائري بتعزيز الهوية الثقافية الجزائرية عبر إبراز التراث والأدب والفنون والممارسات الاجتماعية، مع اختلاف في أساليب المعالجة بين القنوات؛ حيث تميل القناة الإخبارية الثالثة إلى معالجة

موضوعات ذات طابع وطني ومجتمعي، بينما تتجه قناة *Canal Algérie* إلى معالجة أكثر انفتاحاً وتنوعاً يتلاءم مع طبيعة جمهورها الناطق باللغات الأجنبية.

الكلمات المفتاحية: التمثيلات؛ القيم؛ الثقافية؛ الحصص التلفزيونية؛ دراسة تحليلية.

Abstract:

This descriptive-analytical study aims to examine the representations of cultural values in Algerian television's cultural programs through an analysis of selected episodes from "Chorafate Thaqafiya" on the Third News Channel and "Culture, l'autre regard" on Canal Algérie. The study is grounded in the assumption that television possesses the capacity to influence the behavior of its audience, particularly through cultural programs that contribute to intellectual and cognitive development by promoting various cultural values. It further assumes that cultural television programs play a key role in shaping the audience's cultural and intellectual framework, functioning as a media platform that reinforces cultural values linked to identity and the national intellectual and social heritage.

To achieve its objectives, the study employs the descriptive-analytical method, relying mainly on content analysis through an analysis grid designed to identify the types of cultural values conveyed, in addition to systematic observation of the modes of presentation and the nature of the cultural discourse offered.

The findings reveal that the most prominent issues addressed by the programs revolve around intellectual and literary publications and their connection to Algerian cultural practices, including traditions, customs, and beliefs, as well as topics related to cultural heritage, diversity, and social differences within Algerian society. The results also indicate that both programs contribute to strengthening Algerian cultural identity by highlighting heritage, literature, the arts, and various social expressions, albeit with differing editorial approaches: the Third News Channel tends to address topics with national and societal dimensions, whereas Canal Algérie adopts a more open and diversified approach tailored to its multilingual audience.

- Furthermore, the study shows a strong presence of cognitive, aesthetic, and identity-related values, particularly those tied to cultural memory. It also underscores the need to expand audience engagement and incorporate deeper critical perspectives in these programs to enhance their role in safeguarding the cultural fabric of Algerian society.

Keywords: Representations, Cultural, Values, Television Programming, An Analytical Study.

المؤلف المرسل: محمد رفيق بن شريف

1. مقدمة:

أصبح التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية في عصر التطورات التقنية و العملية في الاشكال الإعلامية و الاخراجية لمختلف الحصص و البرامج يلعب دور مهم في إيصال الرسالة الإعلامية عامة و الرسالة الثقافية خاصة كما يعتبر التلفزيون وسيلة إعلامية جماهيرية الذي لا يزال يحظى باهتمام من الجمهور رغم التطور التكنولوجي الكبير لوسائل الاعلام الاخرى، فهو يعتبر أهم وسيلة إعلامية للحصول على المعلومات حول مختلف القضايا الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية والثقافية حول ما يعيشه العالم، وذلك باعتماده على الصورة الفورية في نقل المعلومات والأخبار. كما أصبح له دور مهم في التأثير على المفاهيم والقيم والعادات والتقاليد من خلال المضامين الإعلامية المتنوعة التي يوفرها للجمهور، حيث يعتبر التلفزيون مقرب للمسافات بين الشعوب من خلال البرامج الثقافية المتخصصة او الموجهة.

هذا التأثير الذي يلعبه التلفزيون من خلال البرامج الثقافية يدفعنا للبحث في مختلف القيم الثقافية التي يعمل على إظهارها عبر مختلف الأساليب الإقطاعية والأساليب الاخراجية المتعارف عليها في اساسيات الإخراج التلفزيوني الإعلامي والثقافي لمختلف الحصص الثقافية. مؤسسة التلفزيون الجزائري عبر القناة الإخبارية A3 قناة canal Algérie عرفت هي أيضا هاته التحولات في إخراج حصص ثقافية موجهة لجمهور من مختلف الطبقات الاجتماعية خاصة اثناء الشبكة البرمجية الاجتماعية كما أصبحت هاته الحصص تعمل على تقديم محتوى اعلامي مرتبط بالقيم الثقافية الجزائرية لجذب عدد أكبر من الجماهير.

2. بناء موضوع الدراسة:

1.2 مشكلة الدراسة:

ان البرامج الثقافية تلعب دور لتعزيز القيم الثقافية من خلال المواضيع الإعلامية الثقافية، خاصة وأن الثقافة هي نتاج لعمالية اتصالية بين أفراد المجتمع الواحد أي أنها عملية اعلام واتصال وهي التفاعل بين أفراد المجتمع على أسس ثقافية، ووسائل الإعلام اليوم وبالذات القنوات الفضائية تستطيع عن طريق ما تنتجه من برامج ومواد إعلامية ثقافية أن تعزز القيم الثقافية.

فالثقافة هي حسيلة التفاعل بين الناس، وهي تراكم يتجسد عبر الخبرة والممارسة وتطوّر الإنسان وتقوّيه وتقوّمه وترتقي به نحو الكمال الإنساني لتجعله أكثر إنسانية وإيجابياً في الحياة، كما للثقافة دور مهم في تقريب الفرد وانسجامة مع المجتمع المكون من نفس الثقافة.

فعصرنا هذا أصبح هناك تأثير كبير للقنوات الفضائية في حياتنا، وقد أصبح البعض مدمناً على متابعة ما يبث من خلالها، وتحولت إلى المصدر الأول لثقافتنا واطلاعنا على أحداث العالم، مما يستوجب التوقف عندها، الانتباه لها، متابعتها ودراستها باستمرار، كما وصلت الفضائيات اليوم إلى كافة دول العالم ويشاهدها الملايين باستمرار، لذا فهي أداة ووسيلة مؤثرة وفعالة لو أحسن استثمارها بالشكل الصحيح لنشر الثقافة والوعي الثقافي.

أن هذه التحولات بمختلف أبعادها أصبحت اليوم تعكس حالة العلاقات القائمة بين الاقتصاد والاتصال من أجهزة ومضامين وخدمات، وبفعل هذا كله تجاوز الإنتاج السمعي بصري والتمويل الثقافي ومسالك التوزيع حدود الفضاءات الجغرافية التقليدية لتصبح أوسع اتصالا واستهدافا لأوسع الفئات في ظل عولمة امتدت إلى تركيبة الأنماط الثقافية والقيم والممارسات السلوكية فأحدثت تغييرات جوهرية شملت الوظائف الاجتماعية للثقافة من ناحية والاستراتيجيات التربوية ومواقع النفوذ والتأثير من ناحية أخرى.

و يأتي هذا البحث بفعل الأهمية التي ينطوي عليها التلفزيون بوصفه أبرز الوسائل الإعلامية والثقافية اليوم، ومع التحولات التي طرأت على المشهد السمعي بصري عالميا و عربيا عامة و في الجزائر خاصة ، بل أصبح العامل الأساس في بناء رؤية فكرية شاملة للحياة المعاصرة عبر ابراز الثقافة وإغناء الفكر وتجدد المفاهيم وتحقيق الأثر إذ إن التعامل مع ما هو مسموع ومرئي تتولد عنه علاقات جديدة بمصادر الثقافة والإعلام، وهي علاقة متفاوتة التأثير والتفاعل سلبا وإيجابا لاسيما مع تعميم الملكية الفردية لأجهزة البث والاستقبال وتعدد القنوات الفضائية وانفتاح نوافذ المشاهدة وتنوع ما توفره تقنيات الاتصال الحديثة من معلومات ومضامين ثقافية.

وبناءات على هذا جاء اهتمامنا بهذا البحث في القيم الثقافية المتضمنة في الحصص الثقافية لقناة A3 الإخبارية وقناة canal Algérie.

2.2 مفاهيم الدراسة

يعتبر مفهوم الثقافة من المفاهيم التي حظيت بتعاريف كثيرة جدا لأنه مركز اهتمام كثير من الباحثين من العلوم الإنسانية والاجتماعية وكذا الباحثين في علوم الاعلام والاتصال: فقد عرفها هارسكوفيتش عام 1948 تعريفا بسيطا لكنه شامل لقد قال: "الثقافة هي جانب البيئة أو المحيط الذي هو من صنع البشر".

يعرفها كباتريك على أنها كل ما صنعته يد الإنسان وعقله من أشياء ومظاهر في البيئة الاجتماعية أي كل ما اخترعه الإنسان، أو ما اكتشفه وكان له دور في العملية الاجتماعية "أما كلكهوث فرأى أنها " وسائل الحياة المختلفة التي توصل إليها الإنسان عبر التاريخ السافر منها والمتضمن العقلي والا عقلي، التي توجد في وقت معين، وتكون وسائل إرشاد توجه سلوك الأفراد الإنسانيين في المجتمع، وهي القيم والمعايير والعادات والأفكار التي يشترك فيها الناس وتحدد سلوكهم، وتتكون الثقافة من الجانب المعنوي الفكري والجانب المادي (الفار، 2014، ص 124).

بينما يعرف عزي عبد الرحمن الثقافة بأنها "عبارة عن سلم من القيم تسمو أو تدنو وفق العلاقة مع القيمة. فالثقافة عن الأستاذ عزي هي العادات والتقاليد والمعتقدات، الحرف والصناعات، الحضارة والطقوس، الفلكلور والأساطير وأنماط الحياة" (بوعلي، 2005، ص 26).

ومن خلال المحتوى عرفها Ember and Ember بأنها تضم أنواع السلوك المتعلمة والمعتقدات والاتجاهات التي تميز مجتمعا معينا أو شعبا معينا. وفيما يخص خصائصها الأساسية، فقد تمكن Moore and Lewis عام 1952 من غربة كثير مما كتب حول المصطلح، وتوصلا إلى أن خصائص الثقافة الأساسية هي (مقداد، ص 42):

- إنها تعبير تجريدي يضم تحته عددا من الظواهر الأخلاقية والعقائدية.
- إنها تشير إلى المعارف الإنسانية والمعلومات والمهارات التي يكتسبها من المجتمع.
- إنها معرفة اجتماعية لأنها مشتركة من طرف الكثير من الأفراد داخل المجتمع.
- إنها تتسم بالمرونة لأنها تنتقل عبر أجيال.
- إنها متكاملة لان محتوياتها تميل إلى أن تعزز نفسها بصورة تبادلية.

القيم الثقافية:

انطلاقاً من التعريفات الخاصة بالثقافة واستناداً على تعريف الأستاذ عزي عبد الرحمن نقول إن القيم الثقافية تعبر عن خصوصية الفرد والمجتمع وهويته، فالثقافة هي المعبر الأصلي عن تاريخ أي أمة من الأمم وعن نظرة هذه الأمم إلى الكون والحياة والموت والانسان ومهامه وقدراته وحدوده وما ينبغي ان يعمل وما ينبغي ان لا يعمل وهذا يعني حسب بعض الآراء بأنه ليست هناك ثقافة عالمية واحدة ليس من المحتمل ان توجد في سوم من الايام وان وجدت فستوجد ثقافات متنوعة تعمل كل منها بصورة تلقائية.

كما أن القيم هي مجموعة من القوانين والمقاييس تنشأ في جماعة ما ويتخذون منها معايير للحكم على الافعال والاعمال المادية والمعنوية ويكون لها تأثير على الجماعة بحيث يصبح لها صفة الالتزام والضرورة والعمومية واي خروج عليها او انحراف على اتجاهاتها يصبح خروج على المبادئ للجماعة واهدافها. كما انها عبارة عن مجموعة من المبادئ التي يتم عبر وسائل الاعلام السمعية البصرية منها التلفزيون توجيه سلوك الافراد والمجتمع.

الخصائص العامة للقيم الثقافية:

تمتاز القيم الثقافية بمجموعة من الخصائص تميزها عن غيرها من القيم الأخرى كالحاجة أو الدافع أو المعتقد أو الاتجاه أو السلوك، ويمكن إبراز أهمها فيما يلي:

- إنسانية بمعنى أنها تختص بالبشر دون غيرهم، وهذا ما يميزها عن الحاجات التي تخص البشر وغيرهم.
- مرتبطة بزمان معين، فالقيم إدراك يرتبط بالماضي والحاضر والمستقبل وهي بهذا المعنى تتباعد عن معنى الرغبات أو الميول التي ترتبط بالحاضر فقط.
- تمتلك صفة الضدية، فلكل قيمة ضدها، مما يجعل لها قطبا ايجابيا وقطبا سلبيا والقطب الايجابي هو وحده الذي يشكل القيمة في حين يمثل القطب السالب ما يمكن أن نسميه " ضد القيمة " أو " عكس القيمة ".
- المعيارية: بمعنى أن القيم بمثابة معيار لإصدار الأحكام تقيس وتقيم وتفسر وتعلل من خلالها السلوك الإنساني (أبو جادو، 1998، ص50).
- القابلية للتغيير: بالرغم من أن القيم تتصف بالثبات النسبي، إلا أنها قابلة للتغيير بتغير الظروف الاجتماعية لأنها انعكاس لطبيعة العلاقات الاجتماعية ونتاج لها.

- إمكانية قياسها ودراستها من خلال أساليب عامة للقياس، تستخدم في قياس الميول والاتجاهات.

ولذلك فالقيم مرتبطة بحياتنا التجريبية، فمن الممكن قياسها ودراستها باعتبارها تقديرا للأشياء وعلى أساس طبيعة الأشياء نفسها (كشيك، 2003، 88).

الحصص الثقافية:

تعرف الحصص الثقافية أنها مجموع البرامج التي تتولى عرض وتبسيط الموضوعات والأفكار الثقافية في شكل ومضمون مقبول يسعى إلى الإفادة من الإمكانيات في الوسيطتين الإذاعة والتلفزيون وما يملكه من عناصر الجذب، وبما يساعد على تقديم ثمرات الفكر والفن على أوسع نطاق وفي أفضل شكل ممكن. فالبرامج الثقافية إذن هي التي توجه إلى الجمهور العام بهدف التثقيف» (حلواني، ص 155).

كما تتناول البرامج الثقافية أنها مجموع البرامج التي تتولى عرض وتبسيط الموضوعات والقضايا والأفكار الثقافية في شكل ومضمون مقبول يسعى إلى الإفادة من الإمكانيات في الوسيطتين الإذاعة والتلفزيون وما يملكه من عناصر الجذب، وبما يساعد على تقديم ثمرات الفكر والفن على أوسع نطاق وفي أفضل شكل ممكن. فالبرامج الثقافية إذن هي التي توجه إلى الجمهور العام بهدف التثقيف» (جرير، ص 440).

وأقرب التعريفات إلى مفهوم البرامج الثقافية هو التعريف الذي جاءت به الدكتورة سهير جاد: هي البرامج التي تقدم من خلال التلفزيون بهدف تبسيط موضوع أو فكره ثقافية في صورة تلفزيونية مقبولة، تقوم على الإفادة من إمكانيات الفن التلفزيوني، وتتميز بالتحديد والتبسيط في تقديم ثمرات الفكر والفن والعلم على أوسع نطاق وفي أرحب دائرة دون أن يمس ذلك المستويات ذات القيم الكبرى في الإنتاج الثقافي إلا دفعا لها إلى مزيد من التفوق والإجادة (خضور، 2008، ص 86، 87).

دور الحصص الثقافية (بديع الحاج، 2005، ص 289):

- تقديم الثقافة للجمهور في شكل مقبول.
- تعتمد على تبسيط الثقافة تبسيطا لا يهبط من مستواها، وإنما يجعلها مفهومة.

- تتخطى الوقوع في الملل بالتنوع في المواضيع والأسلوب والشكل بما يتناسب مع إشباع مجالات الثقافة وتنوعها وغناها.
- ترتبط هذه البرامج الثقافية بمفهوم الثقافة، بوصفها كيانا له مقوماته التي تميزه عن التعليم من ناحية وعن الإعلام والتوجيه من ناحية أخرى.
- هي موجهة لشريحة أكبر من المتلقين بما يمكنهم من فهمها واستيعابها ومتابعتها، والاستمتاع بها في الوقت نفسه.
- تهدف إلى تحقيق حق التعبير، وأهمية الحوار وتعددية الآراء، وتبتعد قدر الإمكان عن الرؤية وحيدة الجانب.

2.3 منهج الدراسة وأدواتها:

بما أن إشكالية بحثنا الأساسية تتمحور حول معرفة القيم الثقافية للبرامج الثقافية الميثوقة عبر قناة الجزائرية الثالثة وقناة canal Algérie. تعتمد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي باعتباره أكثر المناهج قدرة على تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها.

لأنه "يعبر عن الظاهرة الموصوفة تعبيرا كيفيا وكميا، فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطيها وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة وحجمها، كما أنه قد يكون وصف ظاهرة لفترة معينة، أو الفترات طويلة من الزمن".

كما أن المنهج الوصفي هو الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويُعبّر عنها بطريقة كيفية أو كمية. فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطيها صفة رقمية يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها أو درجة ارتباطها مع الظواهر الأخرى.

ويعرف المنهج الوصفي كذلك بأنه مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة أو الموضوع اعتماداً على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلاً كافياً ودقيقاً؛ لاستخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو الموضوع محل البحث (أجوز، 2022، ص 5).

أدوات جمع البيانات:

- أداة تحليل المضمون:

- هي أداة تعمل على تحليل المنتج الإعلامي المكتوب، المسموع، المرئي وحتى الإلكتروني عن طريق تفريغ الاستبيانات التي تعتمد على أسئلة مفتوحة أو تسجيلات مقابلات.
- من خلاله يتم التوصل لاستخلاص المعنى أو المعاني من العمل الاعلامي الذي يتم تحليله بطريقة أكثر شمولية وتكاملا، وذلك باعتباره طريقة لجمع وتحليل البيانات الكمية أو الكيفية.
- تعمل الأداة على معرفة المعنى المتضمن العام والخاص في دراسة المواد الإعلامية.
- يعمل على تلخيص البيانات التي تتضمنها المادة الاتصالية الخاضعة للدراسة والاستفادة منها في تطوير أو إحداث التغيير في موضوع المادة الاعلامية.
- يفيد تحليل المضمون في تحديد المادة المراد دراستها، والمفاهيم المراد قياسها، وتصنيف محتويات المادة المدروسة.
- وفي دراستنا هذه نستعمل أداة تحليل المضمون لتحليل عينة من مجموع حصتي شرفات ثقافية للقناة الإخبارية الثالثة وحصة culture l'autre regard لقناة canal Algérie.
- جاء اختيار الحصص الثقافية باستعمال العينة القصدية والمتمثلة في أربع حصص ثقافية للشبكة البرمجية الاجتماعية لسنة 2024.
- حصة شرفات ثقافية هي حصة من انتاج القناة الإخبارية الثالثة تعني بالمجال الثقافي بمختلف اشكاله الأدبية، الفنية، التشكيلية.
- تبث الحصة الثقافية بمعدل عشرين في الشهر حتى ثلاث اعداد في الشهر وهذا راجع الى تواريخ التظاهرات الثقافية في الجزائر وبمدة 35 دقيقة لكل عدد.
- حصة culture l'autre regard هي حصة من انتاج القناة canal Algérie تعني بالمجال الثقافي بمختلف اشكاله الأدبية، الفنية، التشكيلية وحتى الموسيقية.
- يتم بث ثلاث حصص كل شهر من البرنامج الثقافي culture l'autre regard بصفة منتظمة وبمدة 55 دقيقة لعدد.
- فئات التحليل: اعتمدنا في الدراسة على مجموعة من الفئات التحليلية الخاصة بالمضمون (ماذا قيل؟) والتي تم ملاحظتها وجمعها من خلال المشاهدات المتكررة للحلقات المختارة كعينة للدراسة والتي تم تقسيمها على النحو الاتي:

فئات المضمون:

أ. موضوعات القيم:

- القيم النظرية: هي رغبة الفرد بالتعلم وسعيه نحو اكتشاف المعلومات والبحث عن مصادرها.
 - القيم الاجتماعية: تظهر عبر تقديم الفرد للعون حوله.
 - القيم الدينية: تتكون عبر بحث الانسان عن أصول الوجود والبحث في الأديان.
 - القيم الاقتصادية: تتمثل في البحث الدائم عن الإنتاج المريح والاهتمام بالأموال والثروات.
 - القيم الجمالية: يعبر عنها بالبحث في الفن والجماليات وتقدير الفن وحب الفن.
- ب. مصادر القيم:

- القيم والسمة: هي علاقة القيمة بالسلوك وتنصف بقدر من الاستمرار والتي يمكن قياسها وملاحظتها.
 - القيم والمعتقد: وهي العلاقة المبنية على كيف يمكن للفرد ان يحدد سلوكه بطريقة صحيحة أو خاطئة.
 - القيم والعادات: هي علاقة تكاملية بين القيم والعادات لأن الأولى تتكون من العادات والتقاليد الخاصة بالمجتمعات.
 - القيم والاتجاهات: إن كل اتجاه مصحوب بقيمة، فحيات الانسان خاضعة للاتجاهات والقيم.
- ت. أنواع القيم الثقافية: الموروث الثقافي، الفنون، الدين، العادات والتقاليد، الفكر الإنساني.

أهداف القيم الثقافية: توصيل المعلومات والمعرفة، تعزيز الهوية الثقافية، تعزيز التطور والابتكار، المحافظة على التراث الثقافي

3. نتائج الدراسة التحليلية:

1.3 تحليل البيانات :

1. فئة موضوعات القيم في حصة شرفات ثقافية:

الجدول 1: موضوعات القيم في حصة شرفات ثقافية

النسبة المئوية	التكرار	فئة المواضيع
11.91%	50	القيم النظرية
30.95%	130	القيم الاجتماعية
35.72%	150	القيم الدينية
4.76%	20	القيم الاقتصادية
16.66%	70	القيم الجمالية
100%	420	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

يُظهر الجدول المتعلق بموضوعات القيم في برنامج "شرفات ثقافية" للقناة الإخبارية الثالثة أنّ الحصة تعمل على توجيه مضمونها نحو مجموعة محددة من القيم التي تعكس طبيعة الجمهور الجزائري واهتماماته الثقافية. فقد بيّنت النتائج أنّ القيم الدينية تستحوذ على النسبة الأكبر من محتوى البرنامج بنسبة 35.72%، وهو ما يدل على حضور قوي للبعد الديني في تشكيل الرسالة الإعلامية. ويتم دعم هذه القيم باستخدام صور ولقطات ذات دلالات رمزية تعزّز التأثير المعرفي والسلوكي لدى المتلقي، وهو ما يتطابق في إطار نظرية الغرس الثقافي، حيث يُنظر إلى وسائل الإعلام باعتبارها فاعلاً مركزياً في غرس القيم المتداولة داخل المجتمع عبر التكرار والرمزية البصرية. أما القيم الاجتماعية فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 30.95%، وهو ما يعكس العلاقة المباشرة بين البرنامج والمجتمع الجزائري، خاصة وأن "شرفات ثقافية" موجّه في الأساس لجمهور

محلي يعيش تحولات اجتماعية تتطلب حضوراً أكبر للمضامين التي تتناول الروابط الاجتماعية، العادات، والتقاليد. ما يفسر دور الإعلام العمومي في تعزيز التماسك الاجتماعي من خلال إعادة إنتاج القيم المشتركة وإبرازها في الخطاب الثقافي.

كما احتلت القيم الجمالية نسبة 16.66%، حيث ركّز البرنامج على تقديم جماليات الفنون والأدب والتراث من خلال معالجة بصرية جذابة تهدف إلى رفع مستوى اهتمام المتلقي. ويُعد هذا التوجه مهماً نظراً لكون الجمالية عنصراً محقّقاً على التلقي، وهو ما تدعمه مقاربات الإعلام الثقافي التي ترى أن الشكل الجمالي للمحتوى يلعب دوراً في رفع قابلية المتابعة.

في المقابل، جاءت القيم النظرية والاقتصادية بنسب ضئيلة، مما يشير إلى أن الحصة تفضّل التركيز على القيم الأكثر التصاقاً بطبيعة المشاهد الجزائري، وهي القيم الدينية والاجتماعية والجمالية، انسجاماً مع احتياجات الجمهور وتوقعاته. وعليه، يمكن القول إن برنامج "شرفات ثقافية" يعيد إنتاج منظومة قيمية تتلاءم مع الهوية الثقافية للمجتمع، معتمداً على مقارنة إعلامية تزاوج بين المحتوى المعرفي والجاذبية البصرية في إطار يخدم الوظيفة الثقافية للتلفزيون العمومي.

2. فئة مصادر القيم في حصة شرفات ثقافية

الجدول 2: موضوعات القيم في حصة شرفات ثقافية

النسبة المئوية	التكرار	فئة المواضيع
4.78%	10	القيم والسمة
26.41%	55	القيم والمعتقد
37.31%	78	القيم والعادات
31.5%	66	القيم والاتجاهات
100%	209	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

يُظهر الجدول المتعلق بمصادر القيم في برنامج "شرفات ثقافية" للقناة الإخبارية الثالثة أنّ الحصة تعتمد على منظومة قيمية ترتبط مباشرة بالبنية الثقافية والاجتماعية للجمهور الجزائري، بما يعكس طبيعة البرنامج من حيث كونه فضاءً موجهاً نحو تعزيز الهوية وإعادة إنتاج القيم المتجذرة في الوعي الجماعي. وقد تبين أنّ علاقة القيم بالعادات تستحوذ على نسبة 37.31% من إجمالي مصادر القيم، وهو ما يؤكد أنّ البرنامج يستند بدرجة كبيرة إلى العادات والتقاليد باعتبارها من أهم مكونات الثقافة الجزائرية. ويبدو هذا الاختيار منسجماً مع طبيعة المتلقي الجزائري الذي يميل إلى المحافظة وإلى إعادة تثمين الموروث الاجتماعي، مما يجعل معالجة القيم من خلال العادات وسيلة فعالة لضمان تقبل الرسالة الإعلامية واندماج الجمهور معها.

أما علاقة القيم بالمعتقد، التي بلغت 26.41%، فتعكس ارتباط الثقافة الجزائرية بالمعتقدات الشعبية والحكايات المتوارثة عبر الأجيال، سواء كانت معتقدات دينية أو حكايات تراثية تشكل جزءاً من المخيال الاجتماعي. ويبرز البرنامج هذه العلاقة من خلال توظيف مضامين ذات خلفيات رمزية وثقافية متجذرة، ما يسمح بخلق صلة وجدانية بين الجمهور والمحتوى. فالمعتقدات في المجتمع الجزائري ليست مجرد موروث شفهي، بل هي إطار مرجعي يُسهم في تفسير السلوك الفردي والجماعي، وهو ما توظفه الحصة بوصفه مدخلاً لعرض مواضيعها الثقافية.

في المقابل، احتلت علاقة القيم بالاتجاهات نسبة 31.5%، وهي نسبة معتبرة تُبرز الدور الذي يلعبه برنامج "شرفات ثقافية" في توجيه الاتجاهات والرأي العام الثقافي. فالبرنامج، عبر أسلوبه الحوارية ومعالجة قضاياها، يسعى إلى التأثير في مواقف الجمهور تجاه موضوعات ثقافية محددة، وإعادة تشكيل تمثلاته للتراث والفنون والرموز الاجتماعية. وهذا الدور يتماشى مع وظيفة الإعلام الثقافي الذي لا يقتصر على عرض المعرفة، بل يعمل أيضاً على تعديل الاتجاهات وتعزيز الحس النقدي لدى المتلقي.

وبشكل عام، يظهر أنّ الحصة تعتمد استراتيجية متوازنة تمزج بين العادات والمعتقدات والاتجاهات، بما يسمح لها بتقديم خطاب ثقافي قريب من الجمهور، قادر على التأثير فيه، ويحافظ في الوقت نفسه على الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري.

3. فئة أهداف القيم الثقافية في حصة شرفات ثقافية

الجدول 3: أهداف القيم الثقافية في حصة شرفات ثقافية

النسبة المئوية	التكرار	فئة المواضيع
33.21%	99	توصيل المعلومات والمعرفة
27.19%	81	تعزيز الهوية الثقافية
14.10%	42	تعزيز التطور والابتكار
25.50%	76	المحافظة على التراث الثقافي
100%	298	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

يوضح الجدول أن الأهداف التي سعت حصة "شرفات ثقافية" للقناة الإخبارية الثالثة لتحقيقها من خلال القيم الثقافية تنوعت لتعكس الدور الثقافي للتلفزيون في المجتمع الجزائري. فقد أظهرت النتائج أن أهم هدف للقيم هو توصيل المعلومات والمعرفة بنسبة 33.21%، وهو ما يعكس حرص البرنامج على تقديم مضمون ثقافي معرفي مبسط يساهم في رفع وعي الجمهور بالأفكار، الإصدارات، والحكايات الفكرية والأدبية، وذلك من خلال استضافة ضيوف متخصصين. ويعكس هذا الهدف التوجه المعرفي للحصة، بما يتماشى مع نظرية الاستخدامات والإشباع التي ترى أن الجمهور يتوجه نحو البرامج التي تلبي حاجته للمعرفة وتوسع مداركه الثقافية.

أما الهدف الثاني الذي تمثل في تعزيز الهوية الثقافية بنسبة 27.19%، فيشير إلى الاهتمام ببناء وعي جماعي يرتبط بالهوية الجزائرية. فقد ركزت الحصة على إبراز عناصر الثقافة المحلية مثل العادات، التقاليد، والرموز الوطنية، بما يدعم شعور الانتماء ويعيد إنتاج الهوية الثقافية للمجتمع، وهو ما يتوافق مع رؤية ستيوارت هول حول دور الإعلام في تشكيل الهوية الثقافية وتعزيز الانتماء الوطني.

وجاء الهدف المتعلق بالمحافظة على التراث الثقافي بنسبة 25.50%، ليؤكد أهمية الحصّة في حماية الموروث الثقافي من الاندثار، سواء عبر تقديم معلومات حول التراث الأدبي والفني، أو من خلال إبراز الحكايات والممارسات التقليدية. ويمكن تفسير ذلك عبر نظرية الغرس الثقافي لـGerbner، التي ترى أن الإعلام يسهم في نقل القيم التقليدية وتعزيز حضورها المستمر داخل وعي الجمهور.

وأخيرًا، مثل تعزيز التطور والابتكار نسبة 14.10%، أي أن البرنامج يعمل على إدراج عناصر الحداثة والأفكار المبتكرة ضمن الإطار الثقافي، ليحفز الجمهور على التفكير النقدي والإبداعي دون المساس بالهوية والتراث. ويؤكد هذا الهدف على التوازن الذي تسعى الحصّة لتحقيقه بين المحافظة على الأصالة والانفتاح على المستجدات الثقافية، وفق ما أشار إليه McQuail حول الوظائف الثقافية للإعلام (McQuail, 2010).

وبناءً على ذلك، يظهر أن حصّة "شرفات ثقافية" تسعى إلى تحقيق مجموعة من أهداف القيم المرتبطة بالمعرفة، الهوية، التراث، والابتكار، بما يعزز دور التلفزيون العمومي كفاعل ثقافي مؤثر في المجتمع الجزائري.

2. حصّة culture l'autre regard

الجدول 4: موضوعات القيم في حصّة culture l'autre regard

النسبة المئوية	التكرار	فئة المواضيع
28.62%	77	القيم النظرية
22.31%	60	القيم الاجتماعية
8.17%	22	القيم الدينية
11.16%	30	القيم الاقتصادية
29.74%	80	القيم الجمالية
100%	269	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

تُظهر نتائج تحليل موضوعات القيم في برنامج "Culture, l'autre regard" لقناة Canal Algérie أنّ الحصة تتبع منهجية ثقافية متعددة الأبعاد، حيث تختلف الأولويات في القيم مقارنة بحصة "شرفات ثقافية" الموجهة للجمهور الجزائري المحلي. فقد أظهرت النتائج أنّ القيم الجمالية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 29.74%، وهو ما يعكس اهتمام البرنامج بتقديم محتوى بصري وجَمالي يلفت انتباه المتلقي ويحفزه على التفاعل مع الموضوعات المطروحة، سواء كانت متعلقة بالفنون التشكيلية، الموسيقى، أو المظاهر الفنية للتراث. ويعزز هذا التوجه الأهمية النظرية للجمالية في الإعلام الثقافي، حيث تساعد الصور واللقطات المصاحبة للمحتوى على نقل المعرفة بطريقة جذابة وتفاعلية، فدور الإعلام الثقافي هو الجمع بين المضمون والجاذبية البصرية لتعزيز المتابعة والتأثير.

أما القيم النظرية، فقد مثلت 28.62% من محتوى الحصة، وهو ما يوضح اهتمام البرنامج بتوجيه الجمهور نحو بناء المعارف، وتشجيع التفكير النقدي والتحليلي حول القضايا الثقافية المختلفة. ويظهر هذا الدور جلياً في طريقة تقديم الموضوعات التي تتناول الإصدارات الفكرية والأدبية والأبحاث العلمية المتعلقة بالثقافة.

وبالنسبة للقيم الاجتماعية، فقد بلغت نسبتها 22.31%، ما يعكس الاهتمام بالحفاظ على علاقة البرنامج بالمجتمع الجزائري، على الرغم من أنّ لغة العرض الفرنسية تجعل الحصة أكثر انفتاحاً على جمهور متنوع لغوياً وثقافياً. ويُستدل من خلال هذا التركيز على أهمية الإعلام الثقافي في إبراز الترابط الاجتماعي والوعي بالقيم المشتركة، وهو ما أكدّه Hall في دراساته حول دور الهوية الثقافية والإعلام في تعزيز الانتماء المجتمعي.

أما القيم الدينية، فقد ظهرت بنسبة أقل بلغت 8.17%، ما يفسر طبيعة الحصة التي تركز على الكتب، الروايات، والفنون التشكيلية أكثر من معالجة المواضيع الدينية، وهو ما يعكس اهتمام البرنامج بالقيم الجمالية والمعرفية على حساب البعد الديني.

وبشكل عام، يُمكن القول إنّ برنامج Culture, l'autre regard يسعى إلى تقديم خطاب ثقافي متوازن يركز على الجمالية والمعرفة والوعي الاجتماعي، مع الحفاظ على لمسة من القيم الدينية، ما يعكس استراتيجية إعلامية تعتمد على الجمع بين الثقافة المعرفية والجمالية لتلبية احتياجات جمهور متعدد الخلفيات اللغوية والثقافية.

فئة مصادر القيم في حصة culture l'autre regard
الجدول 5: موضوعات القيم في حصة culture l'autre regard

النسبة المئوية	التكرار	فئة المواضيع
4.78%	10	القيم والسمة
26.41%	55	القيم والمعتقد
37.31%	78	القيم والعادات
31.5%	66	القيم والاتجاهات
100%	209	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

تحليل مصادر القيم في برنامج "Culture, l'autre regard" للقناة الفرنسية الناطقة Canal Algérie يكشف عن توزيع متفاوت لمصادر القيم التي يسعى البرنامج إلى إبرازها في محتواه الثقافي. فقد أظهرت النتائج أنّ علاقة القيم بالاتجاهات تستحوذ على النسبة الأعلى، إذ بلغت 33.61%، ويعزى ذلك إلى الدور الذي يلعبه البرنامج في توجيه الجمهور نحو المشاركة في الفعاليات الثقافية وتعزيز اهتمامه بالأنشطة الفنية والأدبية، ما يعكس وظيفة الحصة في تشكيل الاتجاهات الثقافية للمتلقين. ويأتي هذا التوجه في إطار ما توضحه نظرية الاستخدامات والإشباع، التي ترى أن المتلقي يتجه نحو البرامج التي تشبع حاجاته في التوجيه والإرشاد الثقافي، كما أن هذا يعكس الدور التأثيري للإعلام الثقافي في صياغة التوجهات والسلوكيات الاجتماعية والثقافية.

في المرتبة الثانية، نجد علاقة القيم بالعادات بنسبة 28.10%، وهو ما يدل على حرص البرنامج على إبراز العادات والتقاليد الجزائرية باللغة الفرنسية، بهدف مخاطبة الجمهور المحلي والمغتربين على حد سواء. يعكس هذا التوجه استجابة لاحتياجات المتلقي في الحفاظ على الصلة بالتراث والهوية الوطنية رغم البعد الجغرافي واللغوي، وهو ما يتوافق مع مقارنة ستيوارت هول

حول الهوية الثقافية، التي تؤكد أن وسائل الإعلام تلعب دوراً في إعادة إنتاج الهوية وترسيخ الانتماء الثقافي للمجتمع.

أما علاقة القيم بالمعتقدات فقد جاءت بنسبة 14.74%، وهي نسبة أقل مقارنة بالمحاور الأخرى، ما يشير إلى أن البرنامج يركز على الجوانب الجمالية والمعرفية والعادات الاجتماعية أكثر من معالجة القيم الدينية أو المعتقدية، ومع ذلك؛ تظل المعتقدات جزءاً من المضمون الثقافي كعنصر تكميلي يعزز السياق الرمزي للمحتوى ويعطيه عمقاً ثقافياً.

وبشكل عام، يظهر أن برنامج *Culture, l'autre regard* يوازن بين توجيه الجمهور نحو الاتجاهات الثقافية، والحفاظ على التراث والعادات، وإدراج المعتقدات كخلفية رمزية، وهو ما يجعل البرنامج أداة فعالة في نقل الثقافة الجزائرية للجمهور الناطق بالفرنسية محلياً وخارجياً، مع مراعاة الجمع بين التوجه المعرفي والجمالي والاجتماعي في البناء الثقافي للبرنامج

3. فئة أهداف القيم الثقافية في حصة *culture l'autre regard*

الجدول 6: أهداف القيم الثقافية في حصة *culture l'autre regard*

النسبة المئوية	التكرار	فئة المواضيع
33.68%	97	توصيل المعلومات والمعرفة
29.17%	84	تعزيز الهوية الثقافية
12.85%	37	تعزيز التطور والابتكار
24.30%	70	المحافظة على التراث الثقافي
100%	288	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

تحليل أهداف القيم الثقافية في برنامج "Culture, l'autre regard" لقناة Canal Algérie الناطقة بالفرنسية يكشف عن توزيع واضح لأولويات الحصة في توظيف القيم الثقافية بما يتوافق مع طبيعة جمهورها المحلي والمغترب. فقد أظهرت النتائج أنّ الهدف الأبرز للحصة هو توصيل المعلومات والمعرفة بنسبة 33.68%، وهو ما يعكس الدور المعرفي والتثقيفي الذي يؤديه البرنامج من خلال عرض الموضوعات الأدبية والفنية والفكرية، مع دعمها بالصور واللقطات والحوارات مع

الضيوف المتخصصين. ويأتي هذا الهدف متوافقاً مع ما أظهره محور مصادر القيم الذي أبرز بوضوح علاقة القيم بالاتجاهات بنسبة 33.61%، حيث يسعى البرنامج إلى توجيه المتلقي نحو المشاركة والتفاعل مع الفعاليات الثقافية.

ويأتي الهدف الثاني في تعزيز الهوية الثقافية بنسبة 29.17%، وهو ما يعكس اهتمام البرنامج بالمغرب الجزائري والحفاظ على الصلة بالهوية الوطنية والثقافية رغم البعد المكاني ولغة العرض الفرنسية. ويظهر هذا الهدف جلياً في تركيز الحصة على إبراز العادات والتقاليد والرموز الثقافية الجزائرية، بما يساهم في تعزيز الانتماء والهوية الثقافية للجمهور.

أما الهدف الثالث، وهو المحافظة على التراث الثقافي، فقد حصل على نسبة 24.30%، ويبرز حرص الحصة على حماية الموروث الثقافي من الاندثار، سواء عبر تقديم معلومات حول التراث الأدبي والفني أو عبر إبراز الحكايات والممارسات التقليدية، وهو ما يتوافق مع نظرية الغرس الثقافي التي تؤكد أن الإعلام يساهم في نقل القيم التقليدية وتعزيز حضورها المستمر داخل وعي الجمهور.

وبذلك يظهر أن برنامج *Culture, l'autre regard* يسعى إلى تحقيق توازن واضح بين نشر المعرفة، تعزيز الهوية الثقافية، والمحافظة على التراث، بما يعكس استراتيجية إعلامية ثقافية مدروسة تهدف إلى خدمة جمهور متنوع لغوياً وثقافياً، مع مراعاة الجمع بين الجوانب المعرفية والجمالية والاجتماعية في البناء الثقافي للحصة.

4. نتائج الدراسة التحليلية:

من خلال تحليل مضامين حصة "شرفات ثقافية" وحصة "*Culture, l'autre regard*"، يمكن استخلاص مجموعة من النتائج الجوهرية التي توضح طبيعة القيم الثقافية التي توظفها الحصة، وأهدافها، وأساليب عرضها:

- أهم القضايا المطروحة: أظهرت النتائج أن الحصتين ركزت على عرض الإصدارات الفكرية والأدبية وربطها بعناصر الثقافة الجزائرية، بما في ذلك العادات، التقاليد، والمعتقدات، إضافة إلى معالجة التراث الثقافي وقضايا التنوع والاختلاف داخل المجتمع. وفي حالة "شرفات ثقافية"، كان التركيز على الموروث المحلي والهوية الوطنية، بينما اتسم برنامج "*Culture, l'autre regard*" بالانفتاح على جمهور متعدد اللغات والخلفيات، مع التركيز على الجوانب الجمالية والمعرفية للثقافة. هذه النتائج تؤكد

الدور المعرفي والتربوي للحصص الثقافية في تعزيز الوعي بالقيم الموروثة والحداثيّة على حد سواء، وهو ما يتوافق مع إعادة إنتاج الهوية وبناء الانتماء الثقافي كما تشير إليه نظرية الغرس الثقافي ونظرية الهوية الثقافية.

- أسلوب العرض: تميزت الحصتان بالتركيز على الأهداف التعليمية والدينية للقيم الثقافية من خلال استضافة ضيوف من الكتاب والأساتذة والمكلفين بالشأن الثقافي، وطرح أسئلة متخصصة تتيح للمتلقين فهم الموضوعات بعمق. وفي "شرفات ثقافية"، كانت الصور واللقطات الرمزية تستخدم لدعم المضمون الديني والاجتماعي والجمالي، أما في "Culture, l'autre regard" فقد تم توظيف الصور واللقطات لتعزيز الجانب الجمالي والمعرفي، مع مراعاة البعد الدولي للبرنامج ولغة العرض الفرنسية. يعكس هذا النهج استخدام الإعلام الثقافي كوسيلة لإثراء المعرفة، وتحفيز التفكير النقدي، وتوجيه اتجاهات الجمهور نحو المشاركة الثقافية.
- أهم القيم المتضمنة: بين التحليل أن الحصتين ركّزتا على القيم الاجتماعية، الدينية والجمالية، مع حضور واضح للقيم المعرفية في "Culture, l'autre regard" وتمثل القيم الاجتماعية في تعزيز العلاقة بين البرنامج والمجتمع، والقيم الدينية في إعادة إنتاج التراث الرمزي والوعي بالهوية الوطنية، بينما القيم الجمالية تعمل على جذب الجمهور ورفع مستوى التفاعل مع المحتوى الثقافي، أي أن الوظائف الثقافية للإعلام هي الجمع بين المعرفة والجاذبية البصرية.
- أهداف القيم: تركزت أهداف الحصص على توصيل المعلومات والمعرفة، تعزيز الهوية الثقافية، وترسيخ العادات والتقاليد، مع إيلاء اهتمام أقل لتعزيز التطور والابتكار في "شرفات ثقافية"، بينما قدم برنامج "Culture, l'autre regard" تركيزاً أكبر على المعرفة والجمالية، مع الاهتمام بالحفاظ على التراث والهوية الثقافية للمغتربين الجزائريين. ويعكس هذا التوزيع قدرة البرامج على مواءمة المحتوى مع طبيعة الجمهور، سواء المحلي أو المغترب، وتحقيق التوازن بين التعليم، الترفيه، والمحافظة على الهوية.

- الحصتين تعملان على إعادة إنتاج منظومة قيمية متكاملة ومتعددة الأبعاد، تمزج بين البعد المعرفي الذي يساهم في توسيع أفق المتلقي الثقافي والفكري، والبعد الاجتماعي الذي يعكس التماسك المجتمعي ويعزز الروابط بين الأفراد والمجتمع، إضافة إلى البعد الجمالي الذي يمكن المتلقي من التفاعل مع الثقافة بصرياً وعاطفياً، والبعد الرمزي والديني الذي يرسخ الهوية الوطنية والذاكرة الثقافية للمجتمع الجزائري.
- إن الحصتين تستثمران استراتيجيات بصرية وحوارية متقدمة، من خلال المزج بين الصور الرمزية، اللقطات التوضيحية، والحوار المعمق مع الخبراء والمبدعين، لتشكيل تجربة إعلامية غنية تعزز فعالية التواصل الثقافي. هذه الديناميكية تجعل البرنامج ليس مجرد ناقل للمعلومات، بل وسيطين ثقافيين قادرين على تشكيل وعي الجمهور، وإعادة إنتاج القيم بطريقة تفاعلية تمزج بين التعليم والتنشئة الثقافية والترفيه، مع مراعاة خصوصيات الجمهور المحلي والمغترب.
- الحصتين تمثلان أدوات لإعادة إنتاج الثقافة الوطنية وصون الهوية الجزائرية، حيث تتكامل المعرفة والرمزية والجمال والتنشئة الاجتماعية في إطار إعلامي متطور، قادر على التعامل مع تحديات الانفتاح الثقافي والهوية في زمن العولمة، بما يجعلها منصات حقيقية لتثوير الوعي الثقافي وتعميق الانتماء الجمعي ضمن السياق الجزائري والمحلي والعالمي.

5. خاتمة:

كخلاصة للدراسة نقول إن الحصص الثقافية لقناة الجزائرية الإخبارية الثالثة وقناة canal Algérie تعد من أهم العمال الإعلامية التي يجب العمل عليها من أجل اظهار القيم الثقافية للمجتمع الجزائري خاصة وأن الحصتين موجهتان للجمهور الجزائري بمعدل ثلاث حصص في الشهر وتكون على شكل أعداد خاصة في ضل التظاهرات الثقافية التي تنظمها مختلف الهيئات الثقافية الجزائرية وهذا حتى توصل صورة أقرب للمتفرج الجزائري وتكون ملمة بالجانب الثقافي الجزائري .

كما نجد أن الحصص الثقافية عبر القنوات لها العديد من الوظائف و الأهداف التثقيفية و التعليمية و توجيه الرأي العام لاختيار المحتوى الإعلامي و الثقافي الاتصالي المناسب و المتماشى

مع القيم و العادات و التقاليد و الأعراف المتوارثة داخل المجتمع الجزائري كما تعمل الحصص على توجيه الفرد المتابع لمضامينها الى التطوير و تنمية الذوق الثقافي السليم من خلال تركيزها على تحقيق هدف التربية و التوجيه الإعلامي الموضوعي و الذي تنتهجه قنوات التلفزيون العمومي الجزائري خاصة في ضل التطورات التكنولوجية و الأساليب الإخراجية الغربية و التي تعمل بنسب كبيرة على غزاة الثقافات المحلية و محاولة استبدالها بثقافات غربية لا تتماشى و القيم و الأخلاق و الأعراف و التقاليد الجزائرية.

6. قائمة المراجع :

- الفار، محمد جمال، معجم المصطلحات الإعلامية، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014).
- أبو جادو، صالح محمد علي، سيكولوجية التنشئة، (مصر: دار المسيرة، 1998)
- كشيك، منى، القيم الغائبة في الإعلام، (مصر: دار فرحة للنشر والتوزيع، 2003)
- بوعلي، نصير، الاعلام والقيم قراءة نظرية في المفكر الجزائري عزي عبد الرحمان، (الجزائر: دار الهدى، 2005).
- خضور، أديب، الإعلام المتخصص، (دمشق: المكتبة الإعلامية، 2008)
- الحاج، كمال بديع، البرامج التعليمية والثقافية، الجزء الأول والثاني، (دمشق: منشورات جامعة دمشق، 2005)
- مقداد، محمد، القيم الثقافية ودورها في نقل التكنولوجيا، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد 2، العدد 1، 39-66.
- حلواني، ماجي، البرامج الثقافية والتعليمية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.
- أجوز، صخر، مناهج البحث العلمي، المحاضرة الخامسة، الموسم الدراسي: 2021/2022.