الإعلام الثقافي في الجزائر
دراسة تحليلية مقارنة لصحيفتي
" الشروق اليومية " و " le quotidien d'oran"

▪ أ. عقبـة سعيـــــدة
قسم الاعلام والاتصال
جامعة باجي مختار - عنابة
Sousokba@yahoo.fr

الملخَّـص:

تعتبر وسائل الإعلام من الأدوات الهامة في الحصول على الثقافة، وجميع أشكال الإبداع لتوفير مختلف المعارف الثقافية وتكوين الخبرة للجماهير، لذلك فالمسؤولية ملقاة على عاتقها. ووسائل الإعلام باختلافها في الجزائر كبلد له خصوصيته الثقافية، والاجتماعية اهتمت بعد الاستقلال بالجانب الثقافي. وبالتحديد في الصحافة المكتوبة بهدف خلق وعي وتحسين قدرات ومهارات الأفراد والرقي بالمستوى الفكري، وحماية التراث ونشره والحفاظ على هوية الأفراد... ولما للحقل الثقافي من أهمية ارتاينا تسليط الضوء على الإعلام الثقافي عبر الصحف الجزائرية من خلال تحليل المضامين الثقافية الإعلامية، واخترنا صحيفتي الشروق اليومي و le quotidien d'oran اعتمادا على ثلاث معايير: معيار الركن الثقافي، معيار اللغة، معيار الانتماء.

الكلمات المفتاحية: الإعلام، الثقافة، الإعلام الثقافي.

L'information culturelle en Algérie

Résumé:

Les medias sont considérés comme les outils essentiels pour l'obtention. Les différents créativités fourmi l'expérience chez le public…éte, pour cela les médias assument une grande responsabilité dans l'aspect culturel.

L'Algérie, vu sa diversité culturelle après l'indépendance a donne une importance aux moyens des médias en particuliers la presse écrite qui joue un rôle fondamental dans l'amélioration des capacités des individus, leur niveaux intellectuels, préservation des cotumes ,… par conséquent leur identité.

A cet effet, nous avons axé dans la présente étude sur l'information culturelles dans le presse écrite à partir de l'analyse de contenu des journeaux Echourouk Elyaoumi et le quotidien d'Oran.

Mots clés : l'informaion, la culture, l'information culturelle

Cultural information in Algeria

Abstract :

Mass-media are considered as essebtial tools to obtain culture. The different creativities are acquired by the public. Experience…etc.

Consequently ; Mass-media assume a big and important responsability in the cutlural aspect.

Algeria, as every body knows, possesses a huge cultural diversity. This is why, a big importance was given the written press which plays a main role in the amelioration of the individual capacities, thier intellectual level, customs and traditions in addition to identity preservation.

As for as we are concerned, we try to show in our research work the importance of the cultural information in the written press through the content of the Algerian daily newspapers « Echourouk Elyaoumi » and « Le quotidien d'Oran ».

Key words : the cultural information, culture, information

تمهيد:

نعيش الآن في مرحلة من أهم مراحل التاريخ البشري الذي تسارعت خطاه بفعل الثورة والعلمية والتقنية التي تجتاح العالم في مجالات الفضاء، الاتصال عن بعد، أنظمة العالم، البث التلفزيوني عبر الفضائيات وغيرها... كل هذه التطورات فتحت أفاقًا لا محدودة زادت من أهمية نشر المعرفة العلمية من أجل تكوين مجتمع ينسجم أفراده مع مفاهيم القرن الحادي وعشرين وأفكاره. ويتمتعون بالصفات العقلية، والمواصفات الذهنية التي تؤهلهم للتجاوب مع تطور العلم والتكنولوجيا، التي جعلت العالم يسير في اتجاه واحد، وينجذب للأكثر تقدما تكنولوجيًا. وبالتالي أصبحت هيمنة بمختلف أشكالها على رأسها الجانب الإعلامي، والمعلومة أصبحت حكرًا على هذه البلدان المتطورة. فالرسالة الإعلامية ظاهريا تبليغ معلومات وهدفها شكلي نبيل، لكن باطنيًا تبعية تامة لمّا يُبث.

وبالتالي نقل مفاهيم وأفكار وتوجهات... إلخ. وهي ثقافة لا تمت إلينا بأي صلة، بالإعلام العالمي معولم، يطغى عليه الطابع السياسي الاقتصادي والترفيهي...إلخ. بأغراض تخدم مصالح منتجيها، في حين بالمقابل نجد البلدان النامية تسعى إلى اللحاق بالركب الحضاري لضمان استقراريتها، وللحفاظ على مكانتها، بالتركيز أولاً على السياسة الإعلامية، ذلك أن الإعلام له تأثير كبير على الأفراد والمجتمعات، فهو ضرورة اجتماعية، اقتصادية، سياسية... وهو ركيزة أساسية للثقافة، التي تمثل الفكر الإنساني، لذلك فمن الضروري الاهتمام بها (يعني الثقافة)، إذ تلعب دورا أساسيا في الارتقاء بالمستوى الفردي والاجتماعي، وذلك عن طريق التنويع والانتقاء للمحتوى الثقافي.

الإشكالية:

من أكثر الوسائل تأثيرًا في الرأي العام، وتحديد اتجاهاته هي الوسائل الإعلامية، والتي لاشك أنه لا يمكن الاستغناء عنها، فلا يمكن تصور مجتمع إعلامي دون وسائل إعلام متطورة، والتي أصبحت جزءا لا يتجزأ من مجتمعنا لاسيما في وقتنا الحالي أين أصبحت المعلومة تنتشر دون قيد زماني أو مكاني إلى كل بقاع العالم، وزادت أهميتها، وزاد التحصيل المعرفي في شتى المجالات، فأصبح بإمكان البلدان النامية مواكبة المجتمعات المتقدمة. فهذه الشبكات الاتصالية والأقمار الصناعية حولت الإعلام المحلي إلى إعلام دولي، ظاهره تقديم أخبار لتزويد الرأي العام بالمعلومات الصادقة في مختلف الميادين السياسية، الاقتصادية، الرياضية، ... لكن جوهره فرض لأفكار، قيم، توجهات نابعة من ثقافة عالمية مفروضة، وإزاء هذا تفطنت الدول النامية إلى ضرورة التصدي لهذا الغزو الثقافي بالحرص على وجود إعلام يهتم بالثقافة، ويعمل على تكوين قناعات فكرية، وذلك بنشر الآراء والأفكار

التي تساهم في تعزيز وتعديل سلوكات المجتمع، والمحافظة على قيم الأفراد الثقافية ورفع مستواهم الفكري بإعلام محتواه ثقافي بحث يعمل على إضفاء حيوية للعمل الثقافي، وتنمية قدرات الأفراد وتهذيبها وبالتالي المحافظة على الهوية الثقافية. مثلما أكد ذلك في إحدى الدراسات: "وسائل الإعلام المحركة للثقافة العولمة تهيمن عليها الدول التكنولوجية والمتفوقة عسكريًا. فالعالم الفقير ليس له القدرة في هذه الوسائل ومواجهة الاكتساح الإعلامي الغربي، مما يعني قصور العالم الفقير في محاولة وتجديد هويته الثقافية[1].

فمن أهم الوظائف الأكثر أهمية إذن للإعلام هي الوظيفة الثقافية، وينظر الوظيفيون إلى أن وسائل الإعلام تؤدي دورا مهما في المجتمع، ومن بينهم **هارولد لاسويل** الذي اِعتبر إلى جانب الوظيفة الإخبارية والمتمثلة في جمع وتوزيع المعلومات المتعلقة بالبيئة سواء داخل المجتمع أو خارجه... وظيفة تفسيرية قدمها على أنها وظيفة ترابط أي تحليل، وتعليق على الأحداث في البيئة وتوجيه لرد هذه الأحداث. ونقل التراث الاجتماعي من جيل لآخر، ويذكر **لاسويل** أن مهمة نقل التراث منذ العصور كانت على عاتق الأسرة، لكن مع ظهور وسائل الاتصال الجماهيري اِنتقل جزء من هذه المسؤولية إلى وسائل الإعلام. فقد تحولت إلى مؤسسة هامة تقوم بوظيفة التنشئة الاجتماعية[2].

فالوظيفة الثقافية من بين الوظائف الهامة للإعلام، لما تشمل عليه من تهذيب وحماية للتراث ونشره، وبالتالي منتوج ثقافي، وهذا لن يتحقق إلاّ بإعلام وحماية ثقافي مضامينه تهدف إلى توصيل المعرفة للمتلقي، وبالتالي مخاطبة عقله.

ومن بين الوسائل الإعلامية الجماهيرية المهمة والتي لا يمكن للفرد الاستغناء عنها الصحافة المكتوبة التي تتميز بقوة تأثيرها على الجمهور، لما لها من

خصائص كسهولة الحصول عليها وديمومتها "... فهي أقدر وسيلة من وسائل الإعلام على مناقشة الآراء والمسائل الهامة لكل مجتمع فهي في ذاتها صناعة ورسالة. لأنها أداة هامة في بناء المجتمعات ومقياس لحضارة الأمم وهي في الوقت نفسه مسؤولة على تثقيف الجماهير وعن الأخلاق العامة للمواطنين وهي قادرة على تحقيق ذلك" (3).

فالصحف تشكل أحد العناصر الأساسية للحياة الفكرية والثقافية للأفراد، ولقد أكدّت جل انشغالات الصحافة على قيمة الثقافة ودورها في تنمية المجتمع وتطويره في جميع المجالات. وهي معيار للتقدم، والجزائر اعتمدت على الصحافة المكتوبة منذ الإحتلال، فورثت صحافة استعمارية كان لها دور مهم في تاريخها أثناء الثورة وغداة الاستقلال، أين تبنت الجزائر سياسة إعلامية متكاملة هدفها الأسمى الإعلام، التهذيب، التثقيف، التوجيه، التوعية... في شتى المجالات. حيث قامت بصياغة قوانين تضمن تحقيق هذه الأهداف النبيلة، وعلى رأسها يأتي بناء ذهنية المواطن الجزائري، فصخّرت وعملت على ترقية مختلف الوسائل التي تساهم في ذلك لتزويد المواطن بمعلومات متنوعة سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ترفيهية، علمية، ثقافية... إلخ، إضافة إلى تأسيس صحف عمومية ومستقلة، وتركت لهم الحرية في معالجة مختلف القضايا. لكن رغم كل هذه المعطيات إلاّ أنّ الإعلام الجزائري كغيره يحذو حذو الإعلام العربي، فهو يميل إلى معالجة القضايا السياسية، الاقتصادية، الرياضية... ويهمش القضايا الثقافية، وهذا ما أكدّه العديد من الباحثين في الميدان، ومنهم عبد ***الباسط سيدا***، في دراسة له حول الإعلام في الوطن العربي، ذاكرًا " بأن الإعلام العربي يطغى عليه الطابع السياسي، إضافة إلى تضخم الوظيفة الترفيهية التي طغت على باقي الوظائف الإعلامية في وقت من المفروض المجتمعات العربية في حاجة إلى خوض معركة التنمية والبناء

والتغيير وتوظيف وسائل الإعلام لخدمة أغراض هذه المعركة الحضارية والاجتماعية الحاسمة". إضافة إلى ضعف الاهتمام بالجوانب الفكرية والعلمية للإعلام. إذن فالإعلام العربي لا يولى اهتمامًا كبيرًا بالقضايا الثقافية التي تلعب دورًا هامًا في بناء وتهذيب ذهنية القارئ، فتجعله يهتم بالموروث الثقافي المادي والمعنوي. وبالتالي تنّمي حسه الفنّي، الجمالي، الإبداعي وترقي ذوقه، فيصبح قادرًا على إثراء الإنتاج الثقافي المحلي والعالمي، ولكي نتأكد من هذا التوجه قمنا بدراسة نحاول من خلالها تسليط الضوء على المجال الثقافي لما يحتله من أهمية بالغة في التأثير على مجتمعنا وعلى المستوى العام لقرائنا. وللدور الملحوظ الذي تلعبه الثقافة في بناء شخصية الإنسان المثقف لفهم معطيات المجتمع المعاصر الذي سوف يتعامل معه ضمن تعددية الثقافات والحضارات التي يتأثر بها وتؤثر فيه. فلا يمكن تصور ثقافة بدون تعبير وتوصيل المعلومات، مما يساهم في خلق تفاعل بين أعضاء المجتمع بتبادل الأفكار، العواطف الاتجاهات وتجديد للمعلومات. وبالتالي إعلام ثقافي هادف يسعى إلى إشاعة ونشر القيم الجمالية، الذوقية، الحسية، الوجدانية في المجتمع وغيرها.

ناهيك عن دوره ووظائفه الاجتماعية الأخرى، ونتيجة لهذه العلاقة القوية بين الإعلام والثقافة وتأثيرهما على تفكير الفرد أصبح من الضروري الاهتمام بالمضامين الثقافية التي تنشرها وسائل الإعلام. ولكون الصحف تعد من الوسائل الفاعلة، ولتأثيرها المباشر على تغير الحياة الثقافية في المجتمع، تأتي دراسة الإعلام الثقافي الجزائري عبر الصحف اليومية كضرورة إعلامية وثقافية تحاول الباحثة من خلالها إضافة شيئا ولو يسيرًا من معلومات ثقافية تفيد في تطوير الفعل الثقافي وتوجيهه وجهة إيجابية. من خلال تحليل

محتوى صحيفتي "الشروق اليومي" باللغة العربية و "le quotidien d'oran" باللغة الفرنسية.

من خلال طرح الأسئلة التالية:

- هل يوجد اهتمام واضح بالبعد الثقافي في الصحف اليومية الجزائرية؟
- ما هو مضمون المادة الثقافية في الصحف الجزائرية اليومية؟
- ما هي توجهات الإعلام الثقافي في الجزائر وآفاقه المستقبلية؟

تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة:

أولاً: تحديد مفهوم الثقافة:

- الثقافة عند تايلور: وهو صاحب أشهر تعريف كلاسيكي للثقافة:

" الثقافة أو الحضارة بمعناها الأنتربولوجي الواسع هي ذلك العمل المركب الذي يشمل المعارف، العقائد، الفن، الأخلاق والقانون والعرف وكل القرارات والعادات الأخرى التي يكتسبها الفرد من هو حيث عضو في المجتمع" [4].

- مفهوم مالك بن نبي: " هي مجموعة من الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية التي تؤثر في الفرد منذ ولادته لتصبح لا شعوريًا العلاقة بين سلوكه وأسلوب الحياة في الوسط الذي يعيش فيه وهي على هذا المحيط الذي يشكل فيه الفرد طباعه وشخصيته وعندما تتشكل ثقافة مجتمع ما بهذا الشكل فهي تشكل تاريخه حيث تؤكد العلاقة بين التاريخ والثقافة، إذ ليس ثمة تاريخ بلا ثقافة وإن الشعب الذي يفقد ثقافته يفقد حتمًا تاريخه"[5] .

ثانيًا: تحديد مفهوم الإعلام:

- يعرفه الدكتور عبد العزيز شرف: "هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة من خلال عملية عرض فني تساعد

الناس على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع بحيث يعبر تعبيرًا موضوعيًا عن عقلية الجماهير واتجاههم وميولهم" [6].

ثالثا: تحديد مفهوم الإعلام الثقافي

" هو إعلام يرتكز اهتمامه الأساسي على معالجة الأحداث والظواهر والتطورات في هذا المجال المحدد في سياقه الاجتماعي أو الاقتصادي العام والذي تقوم به المؤسسات الإعلامية المتخصصة تعمل بها كوادر إعلامية مؤهلة إعلاميًا ومختصة أكاديميًا في هذا المجال"[7]. وهو عملية يتم عن طريقها إرسال رسالة ثقافية معينة في إطار دائرة إلى المستقبل مع النتائج المترتبة ويتضمن الإعلام الثقافي بالضرورة فكرة "التفاعل" حيث يتحول المرسل إلى مستقبل والعكس صحيح"[8].

فالهدف الاساسي من الإعلام الثقافي هو توصيل المعارف للمتلقي، على اعتبار أن الثقافة والإعلام هدفهما واحد وهو مخاطبة الناس عبر الصحيفة.

ولهذا قمنا بدراسة المحتويات الثقافية في الصحيفتين المذكورتين سابقًا "الشروق اليومي"و"le quotidien d'oran " وتحليلها، اعتمادًا على منهج تحليل المحتوى، وهو من أكثر الأساليب المنهجية استخدامًا في بحوث الصحافة خاصة. كما أنّ موضوع الدراسة يستدعي استخدام هذا النوع دون غيره، اعتمادًا على عينة عشوائية دائرية منتظمة. اُختيرت في الفترة الممتدة جانفي 2014 إلى غاية ديسمبر 2014. فأخذنا 12 عدد لكل صحيفة.

وبلغ عدد المواضيع الإعلامية الثقافية محل الدراسة:

- 66 محتوى ثقافي في صحيفة الشروق اليومي.
- و37 محتوى ثقافي في صحيفة le quotidien d'oran .

مفردات العينة لجريدة " الشروق اليومي"

المفردة	اليوم	التاريخ	العدد
1	السبت	4 جانفي 2014	4246
2	الأحد	9 فيفري 2014	4282
3	الإثنين	17 مارس 2014	4318
4	الثلاثاء	22 أفريل 2014	4354
5	الأربعاء	07 ماي 2014	4369
6	الخميس	12 جوان 2014	4405
7	السبت	19 جويلية 2014	4442
8	الأحد	24 أوت 2014	4476
9	الإثنين	01 سبتمبر 2014	4484
10	الثلاثاء	14 أكتوبر 2014	4525
11	الأربعاء	19 نوفمبر 2014	4561
12	الخميس	25 ديسمبر 2014	4597

مفردات العينة لجريدة " le quotidien d'oran" :

المفردة	اليوم	التاريخ	العدد
1	السبت	4 جانفي 2014	5809
2	الأحد	9 فيفري 2014	5840
3	الإثنين	27 مارس 2014	5871
4	الثلاثاء	22 أفريل 2014	5902
5	الأربعاء	07 ماي 2014	5914
6	الخميس	12 جوان 2014	5945
7	السبت	19 جويلية 2014	5976
8	الأحد	24 أوت 2014	6005
9	الإثنين	01 سبتمبر 2014	6012

10	الثلاثاء	14 أكتوبر 2014	6047
11	الأربعاء	19 نوفمبر 2014	6077
12	الخميس	25 ديسمبر 2014	6108

كيفية تحليل البيانات:

إستخدمت الباحثة في هذه الدراسة معاملات للإحصاء لقياس الفروق وإجراء المقارنات وهما:

- حساب التكرارات الخاصة بكل فئة.
- حساب النسبة المئوية، وذلك باعتبارها معاملا للتمييز.
- وبعد التحليل الكمي للمعطيات الخاصة بالصحيفتين، توصلنا إلى ما يلي:
- نتائج الدراسة الميدانية في صحيفتي "الشروق اليومية" و"le quotidien d'oran" من حيث المضمون:

1- فئة الموضوع:

الجدول رقم "1":يوضح أنواع المادة الإعلامية الثقافية في صحيفتي:"الشروق اليومي"و"le quotidien d'oran":

مواضيع المادة الإعلامية الثقافية	صحيفة الشروق اليومية		Le quotidien d'oran	
	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %
أدب	04	% 6	08	% 22
مسرح	02	% 3	/	/
تراث	01	% 1.5	04	% 11
تبادل ثقافي	01	% 1.5	/	/
سينما	09	% 14	04	% 11
مهرجانات ومعارض	07	% 10.5	06	% 16

صناعات وحرف تقليدية	02	% 03	/	/
إصدارات وإنجازات ثقافية	09	% 14	07	% 19
موسيقى	24	% 36	02	% 5
فنون تشكيلية	01	% 1.5	/	/
عمران	/	/	01	% 3
عموميات	06	% 09	05	% 13
المجموع	66	% 100	37	%100

مصدر الجدول: هذا البحث

نلاحظ من خلال البيانات الكمية " لصحيفة الشروق اليومي" تنوع المجالات للمواضيع الثقافية دون غياب أي مجال، وهذا ما تفسره النسب الآتية، حيث نجد الرتبة الأولى احتلتها الموسيقى بنسبة 36% ، ما يدل على أن الصحيفة تهتم باهتمامات القارئ، فالجمهور بصفة عامة يميل إلى الطبوع الموسيقية المتنوعة والمنتشرة عبر كافة أرجاء الوطن، وبالتالي تجده دائمًا يبحث عن مجريات الساحة الفنية، وذلك مثلما يؤكده **محمد منير حجاب** على أنه من "شروط فعالية الرسالة الثقافية أن تتضمن اهتمامات المتلقي ومصالحه "[9].

وفي المرتبة الثانية نجد نسبة 14 % للسينما، والإصدارات والإنجازات الثقافية، مما يدّل على أن صحيفة "الشروق اليومي" تهتم بالثقافة الفنية من موسيقى، سينما، وتهتم بكل ما يهم القارئ من مستجدات السينما، والتي تجعل بدورها القارئ يتتبع أخبارها من جهة، كما تهتم بالثقافة التي ترقي فكر القارئ، حيث تفيده بكل ما هو إنجاز وإصدارات جديدة لمختلف الكتب الموجودة في الساحة الثقافية، فتجعل القارئ المثقف، يطلّع على محتوى الكتب عبر صفحات الجريدة، ثم نجد نسبة 10.5% للمهرجانات والمعارض، وهي نسبة ضئيلة مقارنة بما سبقها، لكن تدّل على أن صحيفة " الشروق"، أو

بالأحرى صحافيو الجريدة يسعون إلى التنويع في المجالات الثقافية، قدر المستطاع لإحياء كل ما هو ثقافي.

ثم نجد في الأخير كل من النسب الآتية: 9% للعموميات، أو المجالات غير محددة، ونسبة 6% للأدب، ونسبة 3% للمسرح، ونسبة 1.5% كنسب متساوية لكل من التبادل الثقافي، والتراث والفنون التشكيلية، ما يدّل على أنه رغم مساعي صحيفة الشروق في محاولة الاهتمام بمختلف المجالات الإعلامية الثقافية، لكن يبدو جليًا أن اهتمامات الصحيفة من اهتمامات القارئ، فالواقع أن المجالات التي همشها القارئ، لم تهتم بها الصحيفة، لِاعتبار أنها تنقل مجريات الأخبار ومستجدات الحياة الثقافية في هذه الفترة.

- أما جريدة "le quotidien d'oran"، فنجد فيها نوعًا ما غياب التنويع في المجالات الثقافية حيث أن أكبر نسبة بلغت 22% للأدب، ما يدّل على أن الصحيفة تهتم بما يرقي فكر القارئ، ويحسن ذوقه، كذلك ما يدّل على أن صحافيي الجريدة يهتمون بالثقافة الأدبية. ثم تأتي في المرتبة الثانية الإصدارات والإنجازات الثقافية بنسبة 19%، وهذا يدّل على أن صحيفة "le quotidien d'oran" تهتم بكل ما هو جديد في مجال الثقافة، ونقل مختلف المعلومات الجديدة التي تفيد القارئ، ثم نجد نسبة 16% للمهرجانات والمعارض، وهذا يدّل على أنّ الصحيفة وبِاعتبار صفحاتها مقسمة إلى : قسنطينة، شرق ووسط، وهران... وكل منطقة من هذه المناطق فيها خصوصياتها، والجريدة تسعى لإبراز هذه الخصوصيات والتعريف بها، وبعاداتها وتقاليدها المتنوعة، عن طريق مختلف المهرجانات والمعارض المحلية والوطنية ... إلخ.

ثم نجد نسبة 13% للعموميات، مما يدّل على نقص الأخبار الخاصة بالمجالات الثقافية في هذه الفترة، وبالتالي عدم تحديدها. ثم نسبة 11% لكل من السينما والتراث، وهي نسب متساوية تدل على أن الصحيفة تعمل على التنويع الثقافي، لكن بدرجة أقل حيث لا تولي اهتماما كبيرا بالموسيقى مقارنة بما سبقها. وتحاول المحافظة من جهة أخرى على الأصالة من خلال التعريف بالمورث الثقافي ونقل مستجداته، في حين نجد إهمالا للعمران حيث نجده نسبة3% فقط. وغياب تام للمسرح، التبادل الثقافي، الصناعات والحرف التقليدية والفنون التشكيلية نهائيا. وهذا يعود إلى عدم الاهتمام بهذه المجالات في الواقع المعيشي، والصحيفة تشارك دومًا جمهورها المتلقي فتنقل ما يعايشه.

2- فئة القيم:

جدول رقم "2": يوضح أنواع القيم التي تهدف إلى المواد الإعلامية الثقافية في صحيفة: " الشروق اليومي" و "le quotidien d'oran" :

فئة القيم	صحيفة الشروق اليومية		Le quotidien d'oran	
	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %
قيمة جمالية	25	% 38	05	% 13
قيم اجتماعية	22	% 33.5	10	% 27
قيم تربوية	03	% 4.5	02	% 5
قيم دينية	03	% 4.5	01	% 3
قيم تاريخية	03	% 4.5	08	% 22
قيم علمية	10	% 15	11	% 30
المجموع	66	% 100	37	% 100

مصدر الجدول: هذا البحث

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن القيم الجمالية في جريدة " الشروق اليومي" تحتل الدرجة الأولى بنسبة 38%، ثم تأتي القيم الاجتماعية في الرتبة الثانية بنسبة 33.5%، ثم في المرتبة الثالثة القيم العلمية بنسبة 15% وأخيرًا القيم التربوية، الدينية والقيم التاريخية بنفس النسبة وهي 4.5% ويبدو بأن الاهتمام بالقيم الجمالية من قبل الجريدة يعود إلى أن الساحة الثقافية تهتم بالفن كنشاطاتها في أكثر من المجالات الأخرى.

أمّا بالنسبة للقيم التي تعتمد عليها صحيفة "le quotidien d'oran " في موادها الثقافية، فتجد الرتبة الأولى استحوذت عليها القيم العلمية بنسبة 30%، ثم نجد القيم الاجتماعية بنسبة 27%، وتليها القيم التاريخية بنسبة 22%، ثم القيم الفنية بنسبة 13%، وبعدها القيم التربوية بنسبة 5%، وأخيرًا القيم الدينية بنسبة 3%.

واهتمام الجريدة بالقيم العلمية واضح من قبل، لأن الثقافة الأدبية هي الطابع الغالب في محتوياتها الثقافية، وهذا بديهي لأنها موجهة إلى النخبة.

ثم نجد القيم الاجتماعية في الرتبة الثانية بنسبة 27%، وهي نسبة ليست ضئيلة عن ما سبقتها (بمعنى القيم العلمية)، وهذا لأن الصحيفة تهتم بأخبار المجتمع، والمواضيع الاجتماعية تكون فيها الحرية في المعالجة الصحفية أكثر من المواضيع السياسية أو غيرها ...إلخ.

ثم القيم الجمالية بنسبة 13%، وهذا راجع إلى أن صحافيي الجريدة يحاولون التنويع في النشاطات الثقافية، وبالتالي السعي إلى وضع سلم للأولويات، فيتم تفضيل المواضيع الأدبية على الفنية، كذلك أخبار الفن والسينما تهم المتلقي، لذلك الصحيفة تضعها نصب أعينها، على اعتبار أنها تهتم بكل ما يستهلكه القارئ ثقافيًا.

جدول رقم "3": يوضح أنواع الأهداف التي تسعى إليها المواد الإعلامية الثقافية في صحيفتي " الشروق اليومي" و "le quotidien d'oran" :

فئة الأهداف	صحيفة الشروق اليومي		صحيفة Le quotidien d'oran	
	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %
هدف تعليمي	10	% 15	06	% 16
هدف إخباري	49	% 73	28	% 46
هدف اجتماعي	08	% 12	03	% 8
المجموع	67	% 100	37	% 100

مصدر الجدول: هذا البحث

تشير النسب المدونة في الجدول أعلاه أن المواد الثقافية في جريدة " الشروق اليومي" هدفها إخباري، وذلك بنسبة 73%، وهي نسبة معتبرة مقارنة بالأهداف التعليمية التي وردت بعدها وبنسبة 15%، وفي الأخير نجد الأهداف الاجتماعية بنسبة 12%، وهذا أمر طبيعي، لأن الصحيفة إخبارية، وأغلب مواضيعها تنقل مستجدات الحياة اليومية للقارئ.

أمّا النسبة الثانية، وهي الأهداف التعليمية، فالجريدة نوعًا ما تهتم بالمواد التي يستهلكها، لذلك باتت الأهداف التعليمية قليلة بهذا الشكل. كذلك مساعي الجريدة هي الإشباع الوجداني والعاطفي للقارئ، لكي يتتبعها .

ثم نجد الأهداف الاجتماعية في المركز الثالث. على اعتبار أن الجريدة تسعى جاهدة لتحسين مساعيها الثقافية، وجعلها مقروئة. لاسيما أن أغلب مواضيعها ثقافية. إضافة إلى الركن الثقافي الخاص بها.

– أما جريدة "le quotidien d'oran"، فالنسبة الأولى للمحتويات الثقافية اِستحوذت عليها الأهداف الإخبارية بنسبة 76%، ثم الأهداف التعليمية بنسبة 16%، وأخيرًا الأهداف الاجتماعية بنسبة 8%، وهذا راجع إلى أن الصحيفة وظيفتها الأولى إعلامية، إخبارية " فوظيفة الأخبار هي الوظيفة التي نشأت

من أجلها الصحف حيث يعتبر الخبر المادة الخام التي يتم من خلالها بناء الشرح والتفسير والتعليق"[10].

ثم نجد الأهداف التعليمية بنسبة 16% وهذا لإعتبار الجريدة تهدف إلى تحسين المستوى التعليمي للقارئ. وهذا يؤكد أن الصحيفة تعمل على تشجيع القارئ على المشاركة العلمية، وبالتالي المساهمة في تنمية ثقافية.

وفي الأخير نجد الأهداف الاجتماعية بنسبة 8%، وهذا لأن أهداف الجريدة في هذه الفترة ثقافية أكثر من الاهتمام بالمشاكل الاجتماعية اليومية.

جدول رقم "4": يبين أهم القوالب الصحفية المستخدمة للمواضيع الإعلامية الثقافية في صحيفتي " الشروق اليومي" و "le quotidien d'oran" :

القوالب الصحفية	صحيفة الشروق اليومية		Le quotidien d'oran	
	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %
مقال	04	% 6	05	% 14
عمود	09	% 14	10	% 27
خبر	42	% 63	10	% 27
تقرير	09	% 14	12	% 32
حوار	02	% 3	/	/
المجموع	66	% 100	37	% 100

مصدر الجدول: هذا البحث

يكشف لنا الجدول رقم "4" عن أنواع القوالب الصحفية التي استخدمتها صحيفتا "الشروق اليومي" و "le quotidien d'oran" في مواضيعها الثقافية، وهذه القوالب هي المقال، العمود، الخبر، التقرير والحوار.

– ففي يومية "الشروق" نجد أن القالب المستخدم غالبًا هو: الخبر، حيث بلغت نسبة 63 %، ثم نجد العمود والتقرير بنسبة 14%، وثالثا المقال.

بنسبة 6%، وأخيرًا الحوار بنسبة 3%، وتفسيره أن أغلب الصحف اليومية يعتمد على الخبر بالدرجة الأولى من جهة، ومن جهة أخرى سهولة الحصول على الخبر عن طريق الهاتف أو حتى شاهد عيان، إضافة إلى أن الخبر الصحفي الثقافي يتميز بطابعه التوضيحي والتفسيري المناسب لموضوعه ولقارئه"[11] .

ثم نجد في المقام الثاني كما ذكرنا سابقًا العمود والتقرير بنسبة 14%، وهي نسبة ضئيلة مقارنة بالأولى، وتفسريها أنه رغم أن صحيفة "الشروق اليومي" تسعى إلى تنويع في القوالب الصحفية لكن نوعية المواضيع، والطابع الغالب في المحتويات الثقافية حتم أن يكون العمود والتقرير في المرتبة الثانية، لأن "العمود نوع صحفي مستقل ذو طابع فكري، ومن أكثر الأنواع الصحفية التصاقا بكاتبه وتعبيرًا عن أرائه"[12]. وهذا تفسيره أنه لا يوجد صحافيين أو مراسلين الجريدة، وبالتالي الافتقار إلى مزج المواضيع وصياغات في القوالب المناسبة لها، وكذلك التقرير، فيُسر الحصول على الأخبار جعل الابتعاد نوعًا ما عن باقي القوالب، ثم نجد المقال بنسبة 6%، وذلك حسب النشاطات التي تشهدها الساحة الثقافية، والتي لا بد على الصحيفة نقلها.

أما جريدة "le quotidien d'oran"، فنجد نوعًا ما تنوع كذلك في استخدام القوالب الصحفية، لكن هذه المرة الدرجة الأولى احتلها التقرير بنسبة 32%، ثم العمود والخبر بـــ 27% والمقال بنسبة 14%.

وهذا تفسير أن الصحيفة، رغم أن طابعها كذلك إخباري، لكن موجهة فعلا للنخبة، بدليل التفسير في استخدام القوالب الصحفية، خاصة التقرير، والعمود. ثم المقال بنسبة 14%، وهي نسبة معتبرة نسبيا، وذلك لأن المقال نوع صحفي فكري، موجه أساسا إلى ذهن القارئ وعقله وتفكيره"[13].

جدول رقم "5": يوضح مصادر المواد الإعلامية الثقافية لجريدة " الشروق اليومي" و "le quotidien d'oran" :

فئة المصدر	صحيفة الشروق اليومية		Le quotidien d'oran	
	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %
صحفي	29	% 44	22	% 59.5
مراسل	27	% 41	03	% 8
بدون توقيع	09	% 14	12	% 32.5
وكالات أنباء	01	% 1	/	/
المجموع	66	% 100	37	% 100

مصدر الجدول: هذا البحث

إن أكبر نسبة يوضحها الجدول أعلاه لمصادر المواضيع لجريدة "الشروق اليومي" هي 44% للصحفي، أما النسبة الثانية فهي المراسلين بنسبة 41%، ثم نسبة 14% هي مواضيع بدون توقيع، وأخيرًا 1% للوكالات.

وهذا يدّل على أن الصحيفة تعتمد بنسبة كبيرة على صحفييها، ومراسليها كمصدر ثقة لنقل المعلومات.

– أما بالنسبة لجريدة le quotidien d'oran فأغلب المواضيع الثقافية المتناولة مصدرها الصحفي وذلك بنسبة 59.5%، ثم نسبة 32.5% للمواضيع مجهولة المصدر، بمعنى دون توقيع، وثالثا نسبة 8٪ مصدرها المراسل، وهذا تفسيره أن الصحيفة تمنح ثقة تامة لصحيفتي، والمواضيع التي تشك في مصدرها، لم يتم ذكرها للحفاظ على مصداقية الجريدة من قبل القارئ.

- **جدول رقم "6":** يبين اللغة المستخدمة في المحتويات الإعلامية الثقافية في صحيفتي " الشروق اليومي" و "le quotidien d'oran" :

فئة اللغة المستخدمة	صحيفة الشروق اليومية		Le quotidien d'oran	
	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %
لغة الثقافة النخبوية	10	% 15	31	% 84
لغة الثقافة الشعبية	/	/	/	/
لغة الثقافة الجماهيرية	56	%85	06	% 16
المجموع	66	% 100	37	% 100

مصدر الجدول: هذا البحث

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن صحيفة "الشروق اليومي" تعتمد على لغة الثقافة الجماهيرية بنسبة 85%، وبعدها لغة الثقافة النخبوية بنسبة 15%، وغياب تام للغة الثقافة الشعبية، وهذا دليل على أن الصحيفة تعتمد على لغة يفهمها المتلقي، لغة مصدرها وسائل الإعلام الجماهيرية "التي لا تستطيع أن تكون إعتباطية في استخدامات اللغة، فعلى هذه الوسائل أن تنشر الأخبار والآراء والأفكار إلى جماهيره الواسعة بأقصى قدر ممكن من الدّقة.

إن مستويات الوسائل الإخبارية هذه في الاستخدامات اللغوية يجب أن يكون على الأقل مستوى أفضل المتعلمين من القراء والمستمعين والمشاهدين، إذا أرادت هذه الوسائل أن تحتفظ باحترام الجمهور لها"[14].

كما أن "قارئ الصحافة المكتوبة هو نسبيا قارئ متعلم وإلى حد ما متنور ومثقف ويتمتع بقدر من العناية والاهتمام والجدية..."[15].

وصحيفة "الشروق اليومي" تفكر في المتلقي للمواد الثقافية المعروضة، حيث أن "هذه اللغة قادرة على إيصال المعنى بأقصى لفظ، وأعزز معنى مع اعتماد الشفافية والإثارة التي تقتضيها عملية اِجتذاب القراء"[16].

أمّا نسبة 15% فهي للمواد الثقافية التي استخدمت لغة ثقافة نخبوية، وذلك لأن أغلب المواضيع المتناولة في الصحيفة هي أخبار فن، موسيقى...إلخ.

" فوسائل الإعلام المقروءة من صحف، ومجلات ودوريات ... من أخطر وسائل نشر المعرفة والفن والاجتماع والاقتصاد وغير ذلك من فنون العلوم، وهي بهذا الاعتبار إحدى أخطر وسائل إذاعة اللغة ونشرها وتنويع أساليبها ..."[17] .

أمّا صحيفة le quotidien d'oran، فنجد أن اللغة المستخدمة في مواضيعها الثقافية هي لغة الثقافة النخبوية، وذلك بنسبة 84%، ونسبة 16% للغة الثقافة الجماهيرية، وهذا بديهي لأن الصحيفة يقرأها أولاً من يكون متعلم اللغة الفرنسية، ويفهمها، وثانيا أغلب مواضيعها أدبية.

وعلى قدر اهتمام صحافيي جريدة "le quotidien d'oran" بلغة ثقافة الصفوة أو النخبة، فهم يهتمون بالكلمة التي تشهد وتهدف إلى تحسين الذوق الثقافي والجمالي للقارئ، وتقدير روحه الفكرية والنقدية... "فالكلمة المكتوبة لا تحمل فقط معرفة أو ثقافة أو توجيها، بل تشجع على التفكير والتأمل أيضًا".

جدول رقم"7": يوضح ترتيب المواد الإعلامية الثقافية في كل من صحيفتي "الشروق اليومي"و"le quotidien d'oran" :

فئة ترتيب المادة الإعلامية الثقافية	صحيفة الشروق اليومية		Le quotidien d'oran	
	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %
أولى	/	/	/	/
داخلية	31	% 47	33	% 89
متخصصة	34	% 52	04	% 11
أخيرة	1	% 1	/	/

المجموع	66	% 100	37	% 100

مصدر الجدول: هذا البحث

من خلال الجدول الذي أمامنا والخاص بترتيب المواد الإعلامية الثقافية محل الدراسة في كل من صحيفتي "الشروق اليومي " و " le quotidien d'oran". نجد أن صحيفة الشروق اليومي الرتبة الأولى احتلتها الصفحة المتخصصة بنسبة 52%، وثانيا الداخلية بنسبة 47%، والصفحة الأخيرة بنسبة 1%.

– أمّا صحيفة "le quotidien d'oran"، فالمواضيع الثقافية جلّها تقريبًا في الصفحة الداخلية، وذلك بنسبة 89%، في حين أن الصفحة المتخصصة تحتوي على المحتويات الثقافية بنسبة 11%، ولا نجد أي موضوع في الصفحة الأخيرة، وهذا دليل كذلك على اهتمام الصحيفة بالمجال الثقافي، وعادة الصفحات الأولى خاصة بالسياسة الوطنية، وما تعيشه من أخبار محلية... لكن الأهم هو اهتمام الصحيفة بالجانب الثقافي " فالصفحة الثقافية هي الأكثر مقدرة على الوصول والتأثير، وذلك لأنها تستخدم وسائل التعبير الأدبي والفني، وطرق التأثير غير المباشر، وهذا ما يجعلها الصفحات الأكثر مقدرة على التأثير الإيديولوجي وعلى الإسهام في عملية تكوين الوعي"[18].

جدول رقم "8": يوضح مدى استخدام الصور الفوتوغرافية في جريدتي:"الشروق اليومي"و"le quotidien d'oran" :

فئة استخدام الصور	صحيفة الشروق اليومية		Le quotidien d'oran	
	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	37	% 56	11	% 29.72
لا	/	/	/	/

المجموع	66	% 100	37	% 100

مصدر الجدول: هذا البحث

يبين الجدول مدى استخدام الصور الفوتوغرافية في المواد الإعلامية الثقافية في كل من جريدتي" الشروق اليومي" و" le quotidien d'oran"، ولقد وجدنا نسبة 56% في جريدة "الشروق اليومي" مواضيعها الثقافية تستخدم الصورة، والباقي منعدم. أمّا جريدة "le quotidien d'oran، فنسبة 29.72%فقط تستخدم الصورة في مواضيعها الثقافية.

في ما يخص جريدة الشروق اليومي، فنسبة استخدام الصور مرتبطة بنوعية المحتويات الثقافية، والتي أرفقت بصور لتأكيد المعنى. وبإعتبارها كذلك مهمة للزيادة في الإيضاح، والتأكيد والمصداقية، وما يهدف إلى زيادة الاهتمام بالمادة موضع التحليل، فضلاً عن ما تقدمه الصورة من معاني وأفكار تضاف إلى القيمة الموضوعية للمضمون[19].

أما جريدة "le quotidien d'oran"، فوردت نسبة استخدام الصور في موادها الثقافية 29.72%، وهي نسبة ضئيلة مقارنة بجريدة الشروق، والجريدة اكتفت بعرض المحتويات الثقافية، دون استخدام للصور، رغم أن الصورة شكل من أشكال التعبير، وناقل فاعل للمعلومات، وتشارك المادة التحريرية على قلتها، وتتفاعل معها لتقديم خدمة صحيفة متكاملة للقارئ الذي لا يقنع بالقراءة، وإنما يريد معايشتها بالصورة.

جدول رقم "9": يوضح الجمهور المستهدف للمواد الثقافية في كل من جريدتي:"الشروق اليومي"و"le quotidien d'oran" :

فئة الجمهور المستهدف	صحيفة الشروق اليومية		Le quotidien d'oran	
	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %
النخبة	09	% 14	32	% 86

عامة الناس	48	%72	05	%14
صناع القرار الوطني	09	%14	/	/
المجموع	66	% 100	37	% 100

مصدر الجدول: هذا البحث

يبين الجدول فئة الجمهور المستهدف للمادة الإعلامية الثقافية في كل من جريدة "الشروق اليومي" وجريدة "le quotidien d'oran"، حيث وضحت البيانات أن جريدة "الشروق اليومي" المادة الإعلامية الثقافية فيها موجهة لعامة الناس بنسبة 72%، أمّا نسبة 14%، فقد استحوذت عليها النخبة، وصنّاع القرار، في حين جريدة "le quotidien d'oran"، تحصلت فيها فئة النخبة على نسبة 86% و14% لعامة الناس وكذلك فئة صنّاع القرار فبالنسبة لصحيفة "الشروق اليومي" حتى أولت اهتمامها لفئة عامة الناس، حيث حظيت كما أشرنا من قبل بأهمية من قبل الجريدة، وبلّغت النسبة 72%. واستهداف عامة الناس بالدرجة يشير إلى أن الصحيفة تسعى للوصول لمختلف القضايا والشؤون الثقافية التي تعيشها الساحة.

كذلك نوعية المادة الثقافية، والتي أغلبها فنية تؤكد أن الصحيفة تهتم بفئة الشباب وهذا واضح لكثافة النسبة، ففئة الشباب هي الفئة الأكثر تخصصًا والأكثر اهتمامًا وإطلاعًا على أخبار الفن والفنانين والحفلات الموسيقية... إلخ، وبالتالي إشباع حاجاتهم ورغباتهم من خلال عرض المادة الثقافية التي تتميز بالحركية والنشاط والترفيه...إلخ.

أمّا النخبة وصنّاع القرار، فتعادلت نسبة المادة الإعلامية الثقافية التي تستهدفها بـــ 14%، ممّا يدل على أن الجريدة تطمح للوصول إلى أكبر شريحة من الجمهور، حيث أن المادة الثقافية المتنوعة من موسيقى، سينما، إصدارات وإنجازات ثقافية ... إلخ، والذي يبين الدور الثقافي الفنّي

والجمالي، والسعي إلى التذوق الذي تثبته الصحيفة بنشرها لمختلف مواضيع الفن والعروض الفنية بصفة خاصة والمنتوج الثقافي بصفة عامة. " كله للوصول للتفاعل والمشاركة مع جمهور المتلقي لأنهم في حاجة إلى توعية بأهمية الفنون في التكامل وتربية الأخلاق"[20].

بالإضافة إلى الاهتمام بتنشيط الساحة الثقافية، وجذب اهتمام السلطات إلى العناية أكثر بالشؤون الثقافية.

أما بالنسبة لجريدة "le quotidien d'oran"، فوجدنا النسبة الغالبة وهي 86% للمادة الثقافية الموجهة للنخبة، و14% فقط لعامة الناس. وهذا معلوم لأن نوعية المادة الثقافية فيها والتي على رأسها الأدب، والإصدارات والانجازات الثقافية... إلخ. دليل على أنها موجهة لفئة من الجمهور الواسع، وهي فئة النخبة بهدف خلق جمهور مثقف " الذي وصل إلى درجة عالية من التعليم والمعرفة والذي لديه قدرات كثيرة في الجدال والمناقشة.

جدول رقم "10": يبين مساحة المادة الثقافية إلى المساحة الإجمالية لصحيفتي" الشروق اليومي" :

المساحة / الأشهر	مساحة المادة الثقافية محل الدراسة (سم^2)	المساحة الإجمالية لكل نصوص الصحيفة (سم^2)	نسبة مساحة المادة الثقافية إلى المساحة الإجمالية%
جانفي	660.21 سم^2	22800 سم^2	%2.89
فيفري	261.13 سم^2	22800 سم^2	%1.14
مارس	756.10 سم^2	22800 سم^2	%3.31
أفريل	1309.09 سم^2	22800 سم^2	%5.74
ماي	965.83 سم^2	22800 سم^2	%4.23
جوان	1065.94 سم^2	22800 سم^2	%4.67
جويلية	78.98 سم^2	22800 سم^2	%0.34
أوت	948.79 سم^2	22800 سم^2	%4.16
سبتمبر	1194.81 سم^2	22800 سم^2	%5.24

أكتوبر	1040.09 سم^2	22800 سم^2	%4.56
نوفمبر	655.64 سم^2	22800 سم^2	%2.87
ديسمبر	3548.37 سم^2	22800 سم^2	%15.56
المجموع	12484.96 سم^2	273600 سم^2	%4.56

مصدر الجدول: هذا البحث

يكشف لنا الجدول رقم "10"، على توزيع مساحة المادة الثقافية محل الدراسة إلى المساحة الإجمالية ليومية "الشروق اليومي". خلال فترة إجراء الدراسة التحليلية، والتي كانت في الفترة الممتدة من جانفي إلى غاية ديسمبر 2014، باعتبار فئة المساحة مهمة، فهي: الفئة التي تقيس الحجم المتاح من الجريدة أو المجلة أو النشرة ... حيث أن عصر الحجم أو الوقت يشيران إلى مدى الاهتمام بعرض الموضوع وتقديمه بحيث كما زادت المساحة أو الوقت، كان ذلك دليلاً على ازدياد الاهتمام "[21]. بدءًا بشهر جانفي، حيث قدرت مساحة صفحات الجريدة ب 22800 سم^2، وقدرت مساحة المادة الثقافية محل الدراسة حوالي 66021 سم^2، أي حوالي نسبة 2.89%، وهي نسبة ضئيلة مقارنة بالنسبة الإجمالية، ما يدّل على أنه رغم اهتمام الصحيفة بالمادة الثقافية لكنها تبقى قليلة مقارنة بالنصوص للصحيفة ككل. لكن نجد النسبة نوعا في ارتفاع ، ففي شهر أفريل، وصلت مساحة المضامين الثقافية 1309.07 سم^2، من المساحة الإجمالية للصحيفة ككل، أي حوالي نسبة 5.74%، بمعنى المساحة في تزايد، وهذا إيجابي.

فمساحة الموضوع لا تقل أهمية عن تناوله، بمعنى أن قارئ الصحيفة بإمكانه إدراك الفرق بين المواضيع التي حازت مساحة كبيرة من جريدة اليومية وبين المواضيع الأخرى، باعتبار أنه كلما كانت مساحة الموضوع أكبر كلما زادت أهميته، لكن سرعان ما نجد تدهور في شهر جويلية حيث قدّرت

مساحة المحتويات الثقافية محل الدراسة 78.98 سم^2 من مُجمل مساحة الصحيفة، أي حوالي نسبة 0.34%، وهي نسبة تكاد تنعدم.

جدول رقم "11": يبين مساحة المادة الثقافية إلى المساحة الإجمالية لصحيفة "le quotidien d'oran" :

المساحة الأشهر	مساحة المادة الثقافية (سم^2)	المساحة الإجمالية لكل نصوص الصحيفة (سم^2)	نسبة مساحة المادة الثقافية إلى المساحة الإجمالية%
جانفي	276.40 سم^2	22800 سم^2	%1.21
فيفري	368.01 سم^2	22800 سم^2	%1.61
مارس	147.18 سم^2	22800 سم^2	%0.64
أفريل	373.30 سم^2	22800 سم^2	%0.01
ماي	754.64 سم^2	22800 سم^2	%3.30
جوان	1202.63 سم^2	22800 سم^2	%5.27
جويلية	1839.10 سم^2	22800 سم^2	%8.06
أوت	1266.41 سم^2	22800 سم^2	%5.55
سبتمبر	1548.37 سم^2	22800 سم^2	%6.67
أكتوبر	132.68 سم^2	22800 سم^2	%0.58
نوفمبر	174.83 سم^2	22800 سم^2	%0.76
ديسمبر	386.45 سم^2	22800 سم^2	%1.69
المجموع	8497 سم^2	273600 سم^2	%3.10

مصدر الجدول: هذا البحث

يوضح بنا الجدول رقم "11" توزيع مساحة المادة الثقافية إلى المساحة الكلية ليومية "le quotidien d'oran"، وقد بلغت مساحة المادة الثقافية محل الدراسة في شهر جانفي 276.40 سم^2 من مجمل الصحيفة، والتي تبلغ (22800 سم^2)، أي حوالي نسبة 1.21%، وهي نسبة قليلة مقارنة بالمساحة الكلية للصحيفة، ويبدو بأن المواضيع السياسية، والاقتصادية، والرياضية

والإعلانات... إلخ. هي التي تستحوذ على أغلبية صفحات الجريدة، وتبقى النسبة نوعًا ما ثابتة إلى غاية شهر مارس وأفريل، أين نجد النسبة تتدهور، حيث بلغت مساحة المادة الثقافية 754.64 سم^2 من المساحة الكلية للصحيفة، أي نسبة حوالي 3.30% هذا لوجود بعض الأحداث الثقافية التي عاشتها الساحة الوطنية والدولية، وبالتالي صفحاتها الثقافية مطالبة بأن تجعل القارئ في جو ما يحدث في الساحة الثقافية محليا وعالميًا"[22].

وتبقى النسبة في تزايد، حيث في شهر جويلية احتلت مساحة المادة الثقافية 1839.10 سم^2 من المساحة الكلية لنصوص الصحيفة.

نتائج الدراسة:

إن الهدف من أي دراسة هو الوصول إلى النتائج، وحاولنا تحديدها ضمن إطار البحث، وضمن الهدف الجوهري للبحث، حتى نجيب في الأخير على تساؤلات بحثنا المتمحور حول واقع الإعلام الثقافي في الجزائر. من خلال دراسة تحليلية للمضامين الثقافية ليوميتي "الشروق اليومي" و" le quotidien d'oran" ومن خلال الأرقام والبيانات التي قدمت في دراستنا الكمية، تمكننا من الوصول إلى النتائج التالية:

1- كشفت الدراسة عن وجود فرق كمي بين يوميتي "الشروق اليومي"و"le quotidien d'oran" من حيث المواضيع الثقافية، حيث أن صحيفة الشروق اليومي" غلب عليها الطابع الفنِّي، والموسيقى. في مادتها الثقافية، أما صحيفة "le quotidien d'oran" فهي تركز على المواضيع الأدبية، والإصدارات الثقافية أكثر من الأخرى.

2- المادة الثقافية تحمل قيم فنية، جمالية إلى جانب القيم الاجتماعية أكثر من القيم العلمية أو التربوية أو التاريخية أو الدينية في يومية "الشروق

اليومي "، في حين صحيفة "le quotidien d'oran" مضامينها الثقافية تحمل وتغلب عليها القيم العلمية والاجتماعية أكثر من القيم الباقية.

3- بينت الدراسة أن هدف المادة الثقافية في كلتا الجريدتين إخباري أكثر منه تعليمي أو اجتماعي.

4- كشفت هذه الدراسة أن يومية "الشروق اليومي" تعمدت على قالب الخبر في مادتها الثقافية أكثر من العمود أو التقرير أو المقال... إلخ، في حين جريدة "le quotidien d'oran" تعتمد على التقرير أكثر من باقي القوالب الصحفية.

5- أكدّت الدراسة أن صحيفة " الشروق اليومي" تهتم بالبعد الثقافي، هذا خلال موقع الموضوع، حيث خصصت صفحة ثقافية إلى جانب الصفحات الداخلية في صفحاتها اليومية، في حين نجد يومية " le quotidien d'oran" تطرح مادتها الثقافية عبر الصفحات الداخلية، أما الركن الثقافي فهو أحياناً غائب رغم وجوده.

6- إن اللغة المستعملة في صحيفة "الشروق اليومي" المقدمة باللغة العربية لغة ثقافة جماهيرية، لأنها موجهة إلى عامة الناس، في حين أن لغة الثقافة النخبوية، والتي تميل إلى اللغة الأدبية هي التي تعتمد عليها صحيفة "le quotidien d'oran" المقدمة باللغة الفرنسية، بِاعتبار أنها موجهة للفئة المثقفة أو "الصفوة".

7- بالنسبة لفئة العناوين، فقد بينت الدراسة أن الجريدتين تعتمدان على العناوين الفرعية أكثر من العناوين الرئيسية، مما يدّل على عدم الاهتمام بجلب القارئ للمواضيع الثقافية من قبل الجريدتين محل الدراسة.

8- فيما يخص فئة الصور، وضّحت الدراسة أنه لا توجد إعارة اهتمام من قبل يوميتي "الشروق اليومي" و "le quotidien d'oran"، حيث

أن المادة الثقافية أغلبها خالية من الصور، ممّا يفسّر عدم الاهتمام بالجانب الشكلي المهم في جذب وإثارة القارئ نحو الموضوع.

9- كشفت الدراسة أن الصحيفتين لا توليان أهمية للمادة الثقافية، إذ بينت فئة المساحة أن تناول المواضيع الثقافية من قبل الصحيفتين ضئيل مقارنة بجعل الصحيفة. إضافة إلى أنه إعلام مناسبا في، مساحته تتكاثف بوجود نشاطات ومهرجانات ثقافية... إلخ.

والواقع أن يوميتي "الشروق اليومي" و "le quotidien d'oran" رغم اختلافهما في عرض المادة من حيث اللغة المستخدمة، وتوجهات المضامين الثقافية، لكنهما عمومًا لا يعيران اهتمامًا كبيرًا بالبعد الثقافي. الفارق هو أن صحيفة "الشروق اليومي" مضامينها الثقافية هي نتاج ما عايشته الساحة الثقافية، لكن صحيفة "le quotidien d'oran" تتناول المواضيع الأدبية من قبل باعتبارها موجهة للنخبة.

الاقتراحات:

ارتأينا من خلال موضوعنا تقديم جملة من الاقتراحات والهدف الرئيسي الذي تصبو إليه البحوث العلمية الهادفة:

1- أول اقتراح هو ضرورة تخصيص ركن ثقافي في صحفنا اليومية، باعتبارها وسيلة إعلامية جماهيرية ساخنة، تعدل اتجاهات المتلقي بصفة عامة والقارئ بصفة خاصة، حيث لا ندع مجال لما تعايشيه الساحة الثقافية في فرض نفسها، بل ضرورة إنتقاء المحتويات الثقافية التي تؤدي بفعالية دورها، بما فيها المسؤولين على تسييرها، والمراسلين، صحيفتين، ... فهي أدوات بناء أو هدم.

2- دعم وتشجيع الدولة بغرض إعلام ثقافي شأنه شأن الإعلام المتخصص في الرياضة، الاقتصاد، ... إلخ. وذلك بتوفير الإمكانيات المادية اللازمة ومد المؤسسات الصحفية بمعاهد متخصصة في التكوين الثقافي للصحفيين...

3- ضرورة تدخل الدولة في تفعيل الحراك الثقافي بتكثيف النشطات الثقافية، للدور الملحوظ الذي تلعبه في المحافظة على عاداتنا، وتقاليدنا، وقيمنا الاجتماعية بالمحافظة على الموروث الثقافي المادي والمعنوي، وهويتنا العربية الإسلامية، إلى جانب أنها أداة للترفيه والترويح النفسي.

وعموما فالمسؤولية مشتركة بين القائمين على المؤسسات الثقافية من جهة، وعلى صنّاع القرار من جهة أخرى، لذلك من الضروري التفكير في إعادة النظر في تكوين كوادر وإطارات مستوياتها وكفاءاتها الفكرية راقية للاحساس أكثر بعبئ الرسالة الإعلامية الملقاة على عاتقهم.

قائمة المراجع:

1- محمد فاضل رضوان، **نحن والعولمة، مأزق مفهوم ومحنة هوية**، على الموقع:
fonnditio.org www.quottonon

2- أرماد ماتيلار وميسليه ماتيلار، **نظرية الاتصال**، ترجمة أديب خضور، الناشر أديب خضور، دمشق، 2003، ص 42.

3- عبد اللطيف حمزة، **الإعلام والدعاية**، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1984، ص 71.

4- أحمد أبو زياد، **البناء الاجتماعي**، الجزء الأول، ط4، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1975، ص 62.

5- مالك بن نبي، **مشكلة الثقافة**، دار الفكر ، دمشق، سوريا، 2000، ص 20.

6- عبد العزيز شرف، **فن التحرير الإعلامي**، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1987، ص 8.

7- د.أديب خضور، **الإعلام الثقافي المتخصص**، طبيعة العلاقة بين الإعلام والثقافة، جريدة الأسبوع الأدبي، العدد 859، تاريخ 04 /2003/05.

8- سهير جاد، **البرامج الثقافية في الإعلام الإذاعي**، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1997، ص64.

9- محمد منير حجاب، **المحتوى الثقافي التربوي في وسائل الإعلام**، التلفزيون المصري دراسة تحليلية عن سحر محمد وهي، بحوث جامعية في الإعلام، القاهرة، 1998، ص 55.

10- فاروق أبو زيد، "**فن الخبر الصحفي**"، دار المشرق، جدّة، 1984، ص 25.

11- أديب خضور، **مجلة دمشق**، المجلد (10)، العددان (37-38)، 1995، ص 94.

12- نفس المرجع، ص 95.

13- أديب خضور، مرجع سابق ذكره، ص 100.

14- Honenbeng, John, the professionnel journalist,N.Y Holt Rinehart Winston,1978,p73.

15- أديب خضور، مرجع سابق ذكره، ص 66.

16- جواد عبد الستّار، اللغة الإعلامية، ص 32

17- الدالي محمد، **في وسائل الإعلام: ثقافة كتابها ولغتهم**، دمشق، ج3، ص 532.

18- أديب خضور، مرجع سابق ذكره، ص 71.

19- سمير محمد حسين، **بحوث الإعلام**، عالم الكتب، القاهرة، ط2، 1995، ص 272.

20- نبيل علي، **الثقافة العربية في عصر المعلومات**، دار الكويت، 2001، ص 537.

21- سمير حسين، **تحليل المضمون**، القاهرة، عالم الكتب، 1983، ص 100.

22- إبراهيم العريسي، **الكتابة في الزمن المتغير تجربة في الصحافة الثقافية**، دار الطباعة، بيروت، 1990، ص 10.