المقاربة الوظيفية للمضمون الثقافي في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

–دراسة في ضوء المقاربة الوظيفية–

The functional approach to cultural content in the Algerian private satellite channels

–reading in the functional Algerian private satellite–

أ. نبيل حورة[1]*، أ.د جمال بن زروق[2]

[1]جامعة باتنة 1 (الجزائر)

[2] جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة (الجزائر)

تاريخ الاستلام : 2019-12-04؛ تاريخ المراجعة : 2021-01-25؛ تاريخ القبول : 30–06–2021

ملخص:

يفرض واقع إعلام العولمة نمطا إعلاميا جديدا متميزا مقترنا بإفرازات العولمة التي تجلت آثارها على مختلف المجالات ومنها الإعلام الذي لم يكن بمعزل عن هذا التأثير والتدخل المباشر والغير مباشر في إنتاج المواد الإعلامية. هذا من جهة ومن جهة أخرى يجد القائم على إنتاج المادة الإعلامية في موقف صراع لصد هذا التدخل للحفاظ على مقومات الإعلام المحلي. وخاصة في ظل الإعلام المتخصص ومنه الإعلام الثقافي الذي يعد مشروعا للحفاظ على مقومات الهوية الثقافية للمجتمع أكثر منه صناعة إعلامية تجارية. وهذا ما نلمس توظيفه من خلال البرامج الثقافية في الإعلام الخاص الجزائري الذي أخذ على عاتقه مسؤولية تعزيز الوظيفة الثقافية للإعلام بالارتكاز على مقومات الهوية الثقافية الجزائرية من خلال تركيز الاهتمام على أهم المحطات الثقافية على تنوعها ومناقشة الموضوعات ذات الصلة بالشأن الثقافي الجزائري.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الخاص، الإعلام المتخصص، الإعلام الثقافي، الأجندة الثقافية.

Abstract :

Media globalization reality imposes a new and distinctive pattern related to the secretion of globalization its effects were reflected on various fields, including media, which was not isolated from the direct or indirect influence in the production of media materials. Differently people on media industry find themselves facing a conflict situation to stop this interference and to preserve componentsof local media. Mainly in specialized journalism context, for instance cultural media which is a project that aims at conserving the cultural identity of society rather than considering it as a commercial media industry. This is reflected in employing cultural shows in Algerian private media that undertook the responsibility of preserving the elements of Algerian cultural identity through shedding light on the most important cultural events. Despite their diversity and dealing with topics related to the Algerian cultural situation.

Keywords : Private media, specialized media, cultural media, cultural agenda.

مقدمة:

إن الأهمية القصوى والبارزة التي أصبحت عليها وسائل الإعلام كمخرج من مخرجات ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي ارتبطت بظهور مجتمع المعلومات الذي يعتمد أساسا على المعلومات وتقنيات المعلومات والتكنولوجيا الحديثة كمرتكزات رئيسية لمرحلة هذا المجتمع، أين أصبحت المعلومات فيه لازمة لكل فرد وتعاظم دورها في كافة المجالات الاقتصادية والسياسية والعلمية والاجتماعية. فصناعة المعلومات أضحت من أهم الصناعات في اقتصاديات الدول المتقدمة ذلك إن لم تكن أهمها على الإطلاق، باعتبارها صناعة حيوية تساهم في حركية وتطور الأمم وعلى هذا الأساس فإن تداول المعلومات والأخبار تمثل مشهدا لقوام القوة والسلطة وتجانب كل عوامل القوة فاستُحدثت الوسيلة والوظيفة بما يتلازم وهذه النهضة.

والإعلام يشكل فضاءا معرفيا للإحاطة بالمعلومات ورافدا لإشباع حاجة الفرد إلى المعلومة ومستحدثات مختلف المجالات هذا فضلا عن مشاركته الفاعلة في تكوين الرأي العام. كل هذه الوظائف وأخرى تستلزم دعامة تقنية تبث عبرها لتصل إلى هذا الجمهور وقد شهدت فترة النصف الثاني من القرن العشرين طفرة نوعية في تعدد وتطور هذه الدعامات والوسائل أفسحت مجال الخيار والإتاحة أمام كل من القائم بالاتصال والجمهور في استخدام الدعامة المناسبة لطبيعة الرسالة وبيئتها، حيث يعد التلفزيون واحدا من أهم المنصات التي عبرها تتحرك الرسائل الإعلامية في هذا الاتجاه نظرا للبنية الفيزيولوجية التي يتمتع بها والمتميزة عن باقي وسائل الإعلام الأخرى من خلال قدرته على التأثير في أهم الحواس المستخدمة من طرف الجمهور. ما جعل التلفزيون وسيلة ثقيلة في عالم تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الأقل في الدرجة الثانية وهذا بعد ظهور ما يسمى بالإعلام الجديد، حيث غيرت هذه الفضائيات نمط الإعلام التقليدي، لما لها من دور أساسي في التأثير على أفكار وأراء وتوجهات الجمهور، كما تمارس وسائل الإعلام دورا في ترتيب أولويات الجمهور الذي يعتمد على تلك الوسائل في معرفة القضايا البارزة والمشكلات الملحة من بين عديد القضايا والموضوعات المطروحة في المجتمع.

وفيما يخص المشهد الإعلامي في الجزائر لم يكن بمعزل عن مواكبة التطور الحاصل في تقنية التلفزيون والبث التلفزيوني الفضائي حيث سعت إلى إقامة صرح إعلامي قائم بذاته بداية من وضعها اليد على مؤسسة الإذاعة والتلفزيون في أكتوبر 1962. وبداية من هذا التاريخ شهد الإعلام السمعي البصري العديد من المحطات التاريخية التي واكبت بدورها الأحداث الوطنية والسياسية الحاصلة والتي كانت تشكل عنوانا بارزا للمشهد الإعلامي الجزائري والذي عرف صعوبة في الانتشار في ظل السياسة الإعلامية المنتهجة في الجزائر بالخصوص منها ما تعلق بقطاع السمعي البصري وكذا اعتبارات التخوف من خوض تجربة خوصصة قطاع الإعلام فقد كان التلفزيون العمومي الممثل الوحيد للإعلام الجزائري ويحمل هذا التمثيل الوحيد العديد من السلبيات خصوصا في ظل تفتح الجمهور الجزائري على فضاءات إعلامية عالمية وعربية أكثر تطورا من حيث التقنية وتنوعا من حيث البرامج ومع ذلك شهدت الجزائر مرحلة انتقالية في كرونولوجيا الإعلام في آخر مراحله وعرفت تغيرا جذريا مواكبة لمجمل التغيرات السياسية والاجتماعية التي كانت وليدة ما يسمى "بثورات الربيع العربي" التي استدعت تغيرا واكب مجال الإعلام وعلى إثرها أحدث النظام الجزائري جملة من الإصلاحات كان للإعلام نصيب منها من خلال استحداث قانون الإعلام 2012 الذي يكرس مبدأ حرية التعبير وحرية إنشاء قنوات تلفزيونية وإذاعية خاصة بعدما أخذت الصحافة المكتوبة السبق في قانون 1990.وصولا إلى قانون 14-04 المؤرخ في 24 فيفري 2014. المتعلق بالنشاط السمعي البصري والذي كفل تنظيم نشاط الإعلام السمعي البصري على غيره من وسائل الإعلام الأخرى كما يعد مكسبا لتحرير هذا النوع من الإعلام الذي حظي أخيرا بالتفاتة من طرف الحكومة الجزائرية منذ الاستقلال، وذلك في شكل منح الترخيص لاستغلال خدمات الاتصال السمعي البصري. لفائدة الأشخاص والمؤسسات والشركات التي تخضع للقانون الجزائري الرخص لها، وكذا تحديد القواعد المتعلقة بممارسة النشاط السمعي البصري.

فكان من نتائج تداعيات هذا الانفتاح الإعلامي لقطاع السمعي البصري في الجزائر هو ظهور قنوات فضائية ذات ملكية خاصة بعد كان هذا النوع حكرا على القطاع العام .واتخذت هذه القنوات الفضائية الخاصة مجالات متخصصة في الأخبار والرياضة والترفيه والإشهار...الخ إضافة إلى القنوات الفضائية المنوعة وبالتالي ساهمت في إثراء المشهد الإعلامي الجزائري ، حيث نعدها مشروعا ثقافيا لإبراز ملامح الثقافية الجزائرية وهذا من أبرز ما هو منوط به الإعلام الجزائري الخاص ما يستدعي تحليلا لواقع هذا المشهد الإعلامي الجديد ومصادر القرار فيه والإطار التنظيمي لنشاط الفضائيات الخاصة.

و بعد أن فرض هذا الواقع ضرورة ملحة لاستخدام وسائل الإعلام بمختلف أصنافها في مجتمعنا كعامل لتحقيق توازن بنية النسق العام وأكثر من هذا يشكل الإعلام قوة ذات أبعاد متشعبة ما يجعله مصدر تأثير قوي وذو دور بارز في الكثير من التجليات: السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية ، وهذه الأخيرة تبقى معرض لأبحاث والدراسات كما ونوعا لما أصبح للإعلام من دور في إفراز المنظومات الثقافية للمجتمعات وذلك عبر القيم المتضمنة في مختلف الرسائل التي تبثها منصات الإعلام فهي بذلك إما تقوم بدور تعزيز قيم سائدة أو هدم قيم كانت سائدة بالأساس أو تشكيل قيم بديلة جديدة هذا من جهة وصارت وسيلة للتنميط والتوعية بالمبرزات الثقافية. مواكبة للتغيرات الجذرية والشاملة التي فرضت علينا واقعاً اجتماعيا وثقافياً جديداً تجلت هذه التغيرات من خلال مظاهر متعددة، وأصبحت الفضاءات الثقافية بالخصوص مفتوحة لتدفق تأثيرات العولمة التي اتجهت إلى إعادة صياغة واقعا وفق ما تمليه العولمة الثقافية. تظهر فيه وسائل الإعلام كأداة لتنمية وإدارة المعلومات وبالتكوين الثقافي والإعلامي للمجتمع، في هذا تعمل القنوات الفضائية على أوسع نطاق لوضع المنتج الثقافي والفكري في متناول أكبر عدد من الجماهير فأصبحت ثقافة المتلقي ليست بمعزل عن مضامين القنوات الفضائية التلفزيونية وبالتالي أصبحت هذه الأخيرة مؤسسة تنشئة لحفظ ثقافة المجتمع.

ومواكبة لهذه الطفرة الجديدة الحاصلة في المشهد الإعلامي الجزائري وقطاع السمعي البصري خصوصا تشكلت لدينا دوافع دراسة البعد الوظيفي الثقافي للقنوات الفضائية الخاصة في الجزائر كمعرض لهذه الدراسة وكذا علاقة أولويات القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة بأولويات الجمهور الجزائري كعلاقة تفاعلية بين مضامين وسائل الإعلام وثقافة المجتمع الجزائري وتطرقا لإشكالية هذا التفاعل بين القوى التقنية والقوى المجتمعية، في إطار السياقات النظرية لوضع الأجندة الإعلامية والمقاربة الوظيفية لوسائل الإعلام من خلال التساؤل الرئيسي التالي:

***ماهي الأبعاد الوظيفية للأجندة الثقافية في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة؟**

يتضمن إطار هذه الدراسة بحث الأطر الوظيفية للمضامين الثقافية في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة، من خلال، إجلاء الفهم حول العلاقة بين الإعلام والثقافة وفهم الوظيفة الثقافية للبرامج التلفزيونية وفق المقاربة الوظيفية ، والتعرف على راهن القنوات الجزائرية الخاصة في ظل الانفتاح الإعلامي إضافة إلى إبراز تحديات القنوات الجزائرية الخاصة في ظل الراهن الإعلامي الجزائري.

1- الإعلام والثقافة مقاربات علائقية ووظيفية.

- مقاربة الوظيفة التثقيفية للفضائيات التلفزيونية :تعتبر وظيفة التثقيف من أهم الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام ويقصد بها أن وسائل الإعلام ومن بينها التلفزيون خاصة تقوم ببث رسائل تحمل جملة من الأفكار والمعلومات والقيم التي تحافظ على ثقافة المجتمع، وتساعد على دفع أفراده على تطبع سلوكيات تسود البيئة الاجتماعية.

والبرامج التلفزيونية الثقافية في ضوء هذا –الفهم الوظيفي لوسائل الإعلام–تسعى لتكامل المجتمع، بتنمية الاتفاق العام، ووحدة الفكر بين أفراده وجماعاته، وتسعى إلى تثبيت القيم والمبادئ السائدة، والعمل على صيانتها والمحافظة عليها،

عن طريق توسيع مجال " الحديث والمشاركة والمناقشة بترويج الاصطلاحات الجديدة المتعلقة بالنواحي التكنولوجية والثقافية، بطريقة التبسيط والتفسير". (سهير جاد، عبد العزيز شرف،1987، ص11).

وفي قراءة لمعظم الدراسات التي تناولت الوظيفة الثقافية للبرامج التلفزيونية نقول:" أن معظمها قامت على أساس فهم خصائص التلفزيون كوسيلة جماهيرية تقوم بتزويد الجماهير بمحتوى ثقافي وفني واجتماعي، تشترك بالأساس في تشكيل ملامح البيئة الاجتماعية والحضارية للمجتمع عن طريق تقديم هذا الموروث الثقافي بعاداته وسلوكياته بغرض الحفاظ عليه كإرث اجتماعي. بالإضافة إلى تعديل لبعض القيم التي تتنافى والنسق المتعارف عليه. بغرض تحقيق التكامل الثقافي.

ولا تختلف هذه الدراسة عن سابقاتها من باب أنها تبحث في إطار وظيفية القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة من منظور وظيفي حيث أن هذا الأخير يحدد العلاقة الوظيفية بين النسق الاجتماعي ووسائل الإعلام من مبدأ أن وسائل الإعلام تقوم بثلاثة وظائف أساسية للحفاظ على توازن النسق الاجتماعي العام وهي كالآتي:

-مراقبة البيئة، الربط بين مختلف مكونات المجتمع، وكذا توصيل الإرث الاجتماعي والثقافي من جيل إلى جيل.

ومجمل هذه الوظائف المحورية تندرج ضمنها وظائف وسائل الإعلام والتي من خلالها تحدد العلاقة الممكنة بين النسق الاجتماعي.

فيؤدي التلفزيون دورا بارزا في مواكبة ورصد الحياة الثقافية ونقلها إلى الجماهير الواسعة كما يساهم في ترويج الثقافة، من خلال تقديم مادة ثقافية غنية ومتنوعة تتناسب مع درجة الوعي ومستوى ثقافة الجمهور. ويؤدي التلفزيون هذا الدور معتمدا على إمكانياته الخاصة، فالتلفزيون يعتمد على لغة تعبيرية تلفزيونية خاصة، الأمر الذي جعل هذه المادة ، ومن خلال الشكل التلفزيوني الذي تقدم به إلى الجمهور الواسع ، ليس فقط أكثر مقدرة على الانتشار بل أكثر مقدرة على الوصول وبالتالي على التأثير وعليه أصبح التلفزيون المشكل الأهم لثقافة الأفراد. (حسان فوغالي، 2007/2006، ص 10-11).

التثقيف والتربية: وتتعلق هذه الوظيفة 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.

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

- تفجير الطاقات الخلاقة 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 ماضينا بمستقبلنا
- ضمان الأمن الثقافي للمجتمع حتى لا يكون ضحية الغزو الأجنبي الفكري
- دعم المواقف أو التأثير فيها، وعلى توحيد مناهج السلوك وتحقيق التكامل الاجتماعي كما أن لها الدور في تنظيم الذاكرة الجماعية للمجتمع وخاصة جمع المعلومات واستخدامها. **(صالح الأصبع، 1999، ص 55)**

أهداف البرامج الثقافية:

يقول "عبد الله تائه" أن من أولويات البرامج الثقافية في الإذاعة والتليفزيون الحفاظ على التراث، وترسيخ الهوية، وتحقيق تنمية ثقافية على أساس من التمسك بالتقاليد والقيم العربية والإسلامية، مع الانفتاح على التطور العلمي

والتكنولوجي، وأن تتناغم مع القيم الاجتماعية والثقافية والمفاهيم السياسية والوطنية، وألا تروج ما له علاقة بالتمييز في الجنس أو اللون أو الدين أو ما يتعارض مع التنشئة السليمة.

كما أن هذه البرامج تهدف إلى ترقية المستوى الثقافي للمشاهد معتمدة على قاعدة العلم والوعي والثقافة، والتي أصبحت بحكم تقدم الوسائل التقنية للاتصالات من إذاعة وتليفزيون متاحة للجماهير، بعد أن كانت حكراً على القريبين من مراكز الثقافة والتنوير. فالبرامج الثقافية تعمل أيضا على تنمية التذوق الفني والجمالي في المضمون والشكل، وهي تسعى للتأثير في الأفراد بتعزيز قيم الذوق والفن والجمال، ورفع ذائقة الفرد والجمهور في الآداب والفنون بما ينعكس على ثقافة وتهذيب الفرد، وتفاعله لخلق بيئة ثقافية وفنية وجمالية تتعاضد مع السعي للعلوم والفكر بما يحقق توازناً وتقدماً. وإن برامج الفنون والآداب، والتكامل بين الوسائل الثقافية كالسينما، والصحافة، والموسيقى، والكتاب، والمتاحف، والمسرح، والفنون التشكيلية، والآداب، هي التي تعزز المضمون الثقافي، وتدفع لوضع أشكال عديدة ومتنوعة للبرامج الثقافية بما يخدم الأهداف والتطلعات.

كما أنه لا يجب النظر إلى البرامج الثقافية على أنها شيء مستقل، بل هي جزء من السياسة العامة للدولة أو المجتمع، لتحقيق الأهداف والسياسات المرجوة بما يعود بالنفع على الجميع، وينجز أهداف برامج التنمية والتطوير. **(عبد الله تايه،2006، ص 26).**

ويمكننا القول إن أهم ما تهدف البرامج الثقافية إلى تحقيقه ما يأتي:

1. **نشر الثقافة:** يقوم التلفزيون برصد الواقع الثقافي والحياة الثقافية ويحاول من خلال البرامج الثقافية وبرامج المنوعات المتعددة والمختلفة نقلها إلى جمهور المشاهدين واطلاعه عليها من خلال جعل هذه الثقافة في متناوله، بسهولة ويسر ودون جهد أو نفقات.
2. **ترويج الثقافة:** إن نشر الثقافة ونقلها بطريقة سهلة يعني تسهيل دائرة المهتمين بالثقافة والقضايا الثقافية المختلفة وهذا يعني ترويج المادة الثقافية بشكل أوسع.
3. **تنوع المضمون الثقافي:** يستطيع التلفزيون من خلال ما يمتلك من خصوصية في نقل البرامج الثقافية بالصوت والصورة تقديم برامج مختلفة ومنوعة المحتوى والمضمون وبشكل كثيف، وبدرجات أو مستويات ثقافية مختلفة.
4. **دمقرطة الثقافة:**(منح طابع ديموقراطي للثقافة) فاليوم وبفضل التلفزيون والقنوات الفضائية أصبحت الثقافة ملكاً للجماهير أخرجت من عزلتها ولم تعد محصورة في موضوعات معينة، فهي تقدم اليوم ضمن قوالب فنية عديدة لمختلف شرائح المجتمع وليس لشريحة معينة.
5. **عرض المادة الفنية بشكل فني مناسب:** من شأن الأشكال الفنية المناسبة المنوعة حسب نوعية المادة والجمهور المراد إيصال المادة الثقافية له واعتماد لغة تعبيرية تلفزيونية خاصة، كل ذلك يجعل هذه البرامج الثقافية أكثر مقدرة على الانتشار والوصول والمتابعة والقبول وبالتالي تحقيق الهدف الرئيسي منها ألا وهو التأثير.
6. **تركيز الانتباه:** إن عملية الاختيار التي يقوم بها التلفزيون مكنت من تركيز انتباه المشاهدين على القضايا الثقافية التي يريد إيصالها، وبالكيفية التي يراها مناسبة وفي الوقت الذي يريد.
7. **إبداع مادة تلفزيونية جديدة وخاصة:** لقد أصبح التلفزيون يقدم مادة تلفزيونية خاصة به وتمتلك أشكالا ومضامين خاصة، مناسبة للتلفزيون من حيث التقنية ولغة التعبير ونوعية الجمهور كمأأن الآنية والحيوية اللتين يتمتع بهما التلفزيون تمكنانه من إبداع مادة ثقافية جديدة تعالج قضايا ومشاكل ساخنة وراهنة، وذلك بعكس الأدب والفن، اللذين قد يتأخرا في معالجة هذهِ القضايا. وهذا من شأنه أن يساهم في إعطاء المزيد من الحيوية للمادة الثقافية التلفزيونية، وفي معالجة المشاكل والقضايا الراهنة التي تهم أوسع الجماهير، وفي المساهمة في تقديم معلومات وآراء ومعالجات جديدة

لقضايا وأمور معيشية أو فكرية أو اجتماعية أو علمية راهنة، الأمر الذي يساهم في إشراك الجماهير في فهم مشاكلها، وإيجاد قدر من الوعي بهذهِ المشاكل، وربما الاشتراك في معالجتها. **(أديب خضور، 1998، ص12).**

2- الإعلام والثقافة مقاربة تواصلية تفاعلية:

العلاقة بين وسائل الإعلام والثقافة هي علاقة تفاعلية وكذلك علاقة تواصل فالإعلام هو مجرد امتداد ودعم لنشاطها وقدراتها، لا أن يكون بديلا عن ذلك النشاط أو تلك المقدرات فإن أهم أهداف الثقافة هو اكتساب وتوظيف الذاتية الثقافة الممولة من قبل وسائل الإعلام حيث أن التدفق الإعلامي اليوم يكاد يكون وحيد الطرف يأتي من العالم المتقدم إلى العالم النامي.

وبالتالي فإن أجهزة الإعلام باتت العنصر الأهم في عملية نشر وتعزيز الثقافة داخل أي مجتمع وتقديم الفكر التنويري وسط أفراده، بشرط توفير البيئة الإعلامية الحرة وبدونها لا حرية ثقافية، فالإعلام هو الجانب التطبيقي المباشر للفكر الثقافي والسياسة الثقافية. **(حسان فوغالي، 2007/2006، ص 6).**

- **واقع القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:**
- **الانفتاح الإعلامي في الجزائر في ظل التشريعات الإعلامية الجديدة:**

❖ **قانون الإعلام 12-05:** القانون العضوي12-05 المؤرخ في 12 جانفي 2012، جاء متضمنا 133 مادة مقسمة إلى 12 بابا كاسرا للفراغ القانوني الذي عرفه قطاع الإعلام منذ التسعينات، لمدة تجاوزت عشرين سنة، منذ تطبيق القانون السابق 90-07 المتعلق بالإعلام.

الملاحظ ان هذا القانون جاء لتنظيم قطاع الصحافة المكتوبة أكثر من قطاع السمعي البصري، فتسعة وأربعون مادة 49 منظمة للنشريات الدورية، في حين أن تسعة مواد فقط تخص قطاع الإعلام المسموع والمرئي.

أهم ما جاء به هذا القانون هو فتح قطاع السمعي البصري للخواص، حيث نص على أن أنشطة الإعلام تضمن على وجه عن طريق وسائل الإعلام التابعة للقطاع العمومي، وسائل الإعلام التي تنشئها هيئات عمومية، وسائل الإعلام التي تملكها أو تنشئها أحزاب سياسية أو جمعيات معتمدة، وسائل الإعلام التي يملكها أو ينشئها أشخاص معنويون يخضعون للقانون الجزائري ويمتلك رأسمالها أشخاص طبيعيون أو معنويون يتمتعون بالجنسية الجزائرية. ويقصد بأنشطة الإعلام. (قانون الإعلام 12-05 ،2012، المادة 04).

كل نشر أو بث لوقائع أحداث أو رسائل أو آراء أو أفكار أو معارف، عبر أي وسيلة مكتوبة أو مسموعة أو متلفزة أو إلكترونية، تكون موجهة للجمهور أو فئة منه. **(قانون الإعلام 12-05 ،2012، المادة 03).**

الفضائيات الجزائرية الخاصة مقاربة وظيفية وفق قانون الإعلام 2012:

يعقد على الفضائيات الجزائرية الخاصة مجموعة من الوظائف والتي أقرها قانون الإعلام 2012 ونحصر أهمها في ما يلي:

- الاستجابة لحاجات المواطن في مجال الإعلام والثقافة والتربية والترفيه والمعرفة العلمية والتقنية.
- ترقية مبادئ النظام الجمهوري وقيم الديموقراطية وحقوق الإنسان والتسامح ونبذ العنف والعنصرية.
- ترقية روح المواطنة وثقافة الحوار.
- ترقية الثقافة الوطنية وإشعاعها، في ظل احترام التنوع اللغوي والثقافي الذي يميز المجتمع الجزائري.
- المساهمة في الحوار بين ثقافات العالم القائمة على مبادئ الرقي والعدالة والسلم. (قانون الإعلام 12-05 ،2012، المادة 05).

من جملة هذه النقاط السالفة الذكر والتي تمثل جوهر الوظيفة المنوطة بوسائل الإعلام في ظل قانون الإعلام الجزائري نلاحظ أن فيه إشارة بارزة وفي عدة نقاط محورية إلى التنويه بالأدوار التثقيفية بمختلف أبعادها وفي ظل ما يمليه النسق الاجتماعي الجزائري واحترام خصوصيات التنوع التي تميز البيئة الاجتماعية الجزائرية.

وعليه تنطوي وظيفية القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة وفي ظل القانون الجزائري على هذه النقاط الأساسية والتي نتدرج ضمنها الوظيفة الثقافية عبر شبكة البرامج المخصصة لتكريس هذه الوظيفة خدمة للجمهور الجزائري.

- **الإعلام السمعي البصري في الجزائر وفق قانون السمعي البصري 2014.**

جاء هذا القانون كدعامة تعزيزية كخطوة لما جاء في القانون سابقة قانون 12-05 في إطار الإصلاحات التي تقوم بها الدولة الجزائرية في سبيل النهوض بقطاع الإعلام والاتصال في الجزائر عموما والسمعي البصري خصوصا وأهم ما جاء به فحوى هذا القانون هو أنه يمثل نصا لكيفية الاستثمار في مجال السمعي البصري من طرف المستثمرين الخواص والسماح بإنشاء مؤسسات وشركات إعلامية وفقا للقانون الجزائري. أما مستجد قانون السمعي البصري 2014. فيتمثل في تحديد مفاهيم نشاط السمعي البصري بدقة على غرار المادة 07والتي تتضمن مجموعة من المصطلحات من بينها: عمل السمعي البصري، الخدمة العمومية للسمعي البصري، القناة العامة، القناة المشفرة. يضاف إلى هذا تحديد هذا القانون لمضمون القنوات والتي أشير إليها في المادة17. **(قانون رقم 14-04، الجريدة الرسمية، العدد 16، 2014، ص10)**

للقنوات الموضوعاتية أين كانت محل نقاش بين المختصين في فحوى هذه الموضوعاتية إذا ما كانت موضوعات القناة أو المؤسسة الإعلامية تتعلق بإعلام متخصص في موضوع واحد وهو ما يحيلنا إلى إعلام متخصص أو عديد الموضوعات.

كما جسد القانون مشروع سلطة ضبط السمعي البصري التي ترأسها السيد ميلود شرفي بتعيين من رئيس الجمهورية. محددا مهامها وصلاحياتها وتشكيلتها.

وبالعموم فإن التطورات الأخيرة التي شهدها قطاع الإعلام والاتصال وقطاع السمعي البصري خصوصا وفقا للتشريعات الإعلامية نقول إنها واكبت راهن الأحداث التي فرضتها الساحة السياسية وما شهدته من تحولات على مستوى الأنظمة السياسية. فيها ما قد يصب لصالح المؤسسات الإعلامية كخطوة سابقة بعد تسيد الإعلام السلطوي للمشهد الإعلامي، فقد نشهد على قطاع يكون في مستوى تطلعات المهنيين وكذا على المجتمع بصفة عامة.

3- واقع القنوات الجزائرية الخاصة:

- **من الأحادية إلى التعددية التلفزيونية:** عن واقع هذه القنوات الجزائرية الخاصة " بعد مرور قرابة السبع سنوات على المشهد التعددي للقنوات التلفزيونية الخاصة، التي كانت نتاج إصلاحات شهدتها الدولة الجزائرية على جملة من القطاعات وكان لقطاع الإعلام والاتصال نصيبا من هذه الإصلاحات من جملة إفرازاتها قانون الإعلام 12- 05 والذي سمح بهامش من الحرية في إنشاء قنوات إعلامية خاصة تجانب الإعلام الحكومي الذي بسط نفوذه على المشهد الإعلامي الجزائري وفرض نموذجا ونظاما إعلاميا سلطويا يواكب النموذج السياسي. إذا كان الإعلام يمارس مهمة الناطق الرسمي للسلطة. رغم أن الصحافة المكتوبة كان لها شرف توسم التعدد إلا أن ما كان يعاب عليها أن أغلبها كانت صحافة حزبية تابعة للأحزاب السياسية على اختلاف توجهاتها وبالتالي يعد هذا المشهد جديدا على الجمهور الجزائري الذي توسم فيها خيرا في خلق توازن في السلطة الرابعة وكسرا لهيمنة القطاع العام.

وفي هذا الصدد ضبطنا جملة من الآراء للأكاديميين والباحثين في مجال الإعلام والاتصال حول فحوى قانون الإعلام 2012 ومنها قول الأستاذ سعد شيحاني رئيس قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر الذي يرى أن :" تجربة الإعلام الخاص –السمعي البصري –سترتقي بحرية الإعلام في الجزائر وهو الذي اعتبر القرار جريئا وقرارا داعما للممارسة الديمقراطية ككل كما كرس هذا المشهد الإعلامي حق المواطن في الإعلام والحصول على المعلومة من مصادر مختلفة سواء التلفزيون أو الإذاعة أو الصحافة المكتوبة واعتبر أن الإعلام بقطاعيه الخاص والعمومي كلاهما في سبيل خدمة المجتمع".**(الموقع الرسمي للإذاعة الوطنية الجزائرية،2019/04/07)**

فقد انطلقت هذه القنوات وتوسعت في البث من دون قاعدة مالية صحيحة وافتقادها لميزانية مالية الخاصة بها لتسيير شؤون المؤسسة الإعلامية من توفير للأجهزة التقنية وإنتاج البرامج وصرف رواتب العمال هذا ما أدى بها إلى وضع أضعف من مستوى ما تقدمه هذه القنوات من حيث الشكل والمضمون ما حتم عليها العمل بالحد الأدنى من الإمكانيات مقابل هذا كان له الأثر السلبي في اتجاه الجمهور نحو كفاءة القنوات الجزائرية الخاصة الذي يصف بعضها بتكريس رداءة إعلامية تعكس الأداء المتوسط حتى لا نحكم بضعف مستواها.

- **اللامهنية و اللامسؤولية:** تفتقر معظم القنوات الخاصة إلى المهنية المطلوبة واللغة الإعلامية المتميزة والخطاب الإعلامي المسؤول، ولا ترتقي برامجها إلى مستوى تطلعات الجمهور الجزائري ولا نكاد نلمس تلك الرؤية بين الوسيلة الإعلامية والجمهور. حيث غلب على برامجها الطابع السياسي والاجتماعي وخاصة هذا الأخير حيث أقحمت البرامج نفسها في مواضيع الطابو الاجتماعي وكسرت قاعدة الضبط الاجتماعي واقتربت إلى أن تحيد عن مسؤوليتها في ترقية المجتمع ورفع مستوى المهنية الإعلامية. وزاد هذا الاقتراب إلى درجة أن تمثل للجمهور أنها تمارس تجارة إعلامية أو دعاية إعلامية ولائية محسوبة لجهة حزبية أو لشخصية سياسية أو رجل أعمال، ففقدت نوعا من المصداقية ولم تقارب جدا عمق حاجة الجمهور الذي صارت أصواته تتعالى على بعض القنوات بضرورة مقاطعتها لعدم تحريها الموضوعية والمهنية المسؤولة.
- **التحرر السياسي والمالي بين الحرية والتعددية:** وبالرغم من أن الانفتاح الإعلامي في الجزائر سنة 2012 كفكرة يعد خطوة هامة في مسيرة الإعلام الجزائري ومرحب بها وسط المهنيين إلا أنه أثار جدلا لدى المختصين إزاء ما حمله من بنود تكرس هيمنة السلطة على قطاع الإعلام وتحد من حريته، حيث أقر العديد من الباحثين والأكاديميين في مجال الحقوق والحريات والإعلام أن بنود القانون تعد تراجعا لحرية التعبير مقارنة بما سبقه من قانون أي قانون 1990.على غرار المادة الثانية من من قانون الإعلام 12–05. **(**قانون الإعلام 12–05 ،2012، المادة 02**)**.

والتي تحدد الممارسة المهنية المشروطة ب 12 شرطا غير مفصل في فحواها، وبالتالي هي تعبر عن عدم تحرر الإعلام من هيمنة السلطة وهذا ما جسده أيضا كآلية رقابة من خلال إنشاء سلطة ضبط السمعي البصري التي تعمل كهيئة رقابية أكثر منها تنظيمية للمهنة على اعتبار هيمنة أعضاء الإدارة على حساب أصحاب الاختصاص من أكاديميين وإعلاميين. باعتبار أن رئيس السلطة إضافة إلى عضوين يعينون بصفة مباشرة من طرف رئيس الجمهورية هذا من جهة أين خلصنا أنه لا تحرر إداري لمؤسسات الإعلام الخاصة في ظل الواقع الجديد ومنه آليا ستطغى عليها المنابر السياسية أكثر منها مجالا آخر. إضافة إلى هذا تفتقد القنوات الجزائرية الخاصة إلى مصادر تمويل مالية خاصة وواضحة تسمح لها بتسيير شؤونها فكما هو معلوم أن المؤسسة الإعلامية تحتاج إلى اقتصاد إعلامي قوي وقائم بذاته لضمان بقائها وهذا ما تفتقده إذ يقتصر تمويلها على عائدات الإشهار الذي تبسط عليه اليد من خلال الوكالة الوطنية للنشر والإشهار أين تستعمله السلطة كورقة ضغط على القناة في حال معارضتها لخط السلطة وإدخال المؤسسة الإعلامية في مأزق مالي قد يؤدي إلى غلقها في حال تفاقم وضعها. ونخلص إلى الدعوة إلى إعداد مشروع يقوى على تغطية نفقات الإنتاج الإعلامي وتغطية تكاليف الكادر البشري الذي يعرف فارقا بين القطاع العمومي والقطاع الخاص قيمة وتنظيما.

- **غياب الإبداع والابتكارية في الإنتاج الإعلامي:** ربما يرجع ذلك وفرضا التكلفة العالية للاستثمار في مجال إنتاج البرامج التلفزيونية الإعلامية هذا ما فرض على القنوات الجزائرية الخاصة حشو الشبكة البرامجية ببرامج حوارية نقاشات على الموضوعات الراهنة باختلاف طبيعتها وبرامج المسابقات وهي البرامج التي تستغرق زمنا طويلا بأقل كلفة مقارنة بإنتاج الأعمال السينمائية والبرامج الوثائقية، أضف إلى هذا تعمد هذه القنوات الخاصة إلى استنساخ برامج مستوردة من الفضائيات العربية أو الأجنبية بصورة خاصة برامج الواقع وبرامج المسابقات وهذا ما يثبط من طموحات الجمهور إزاء هذه القنوات التي يفترض أن تقدم منتوج بصبغة جزائرية بحتة.

مرتكزات الوظيفة الثقافية للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:

لم يكن الإعلام الجزائري بمعزل عن الأدوار التثقيفية لوسائل الإعلام والفضائيات الخاصة بأوجه خاص كمشهد إعلامي جديد منوط به أيضا حمل الإعلام الثقافي كنوع من الإعلام الممارس بحيث ترتكز الوظيفة الثقافية للفضائيات الخاصة الجزائرية على مجموع المرتكزات التي تمثل الإطار الثقافي للمجتمع الجزائري والتي كرسها قانون الإعلام 2012 في أهم نقاطه المذكورة سابقا في وهي كالآتي:

- ✓ **الدين:** ركيزة الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري.
- ✓ **اللغة :** وسيلة التعبير عن ثقافة وهوية المجتمع الجزائري باختلافها العربية و الأمازيغية.
- ✓ **التاريخ والمصير المشترك:** ويمثل جوهر الموروثات التي ورثها المجتمع عن سابقيه في التجمع البشري.
- ✓ **العادات والتقاليد:** وتتمثل في السلوكيات الظاهرة التي يمارسها المجتمع والتي تثمن جوهر الهوية الثقافية.

4- المسؤولية الاجتماعية للفضائيات الخاصة في تفعيل العناصر الثقافية للمجتمع الجزائري:

تفرض مسؤولية الخدمة الاجتماعية والثقافية لوسائل الإعلام بصفة عامة والقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة بصفة خاصة دعم مقومات الهوية الثقافية الوطنية الجزائرية، اذ تساهم في بناء الروابط الاجتماعية وتعزيز الخصائص الثقافية وفرض نوع من النمط الثقافي كرمز من رموز الهوية الثقافية الجزائرية.

كما أن المسؤولية الملقاة على عاتق هذه الفضائيات فرضها الواقع الذي يشهده العالم اليوم في عصر مجتمع المعلومات والاتصالات الحديثة الذي ألغى الحدود الجغرافية والزمنية، إذ تسهم في زيادة قيم التفاعل الثقافي بين أفراد المجتمع في إطار التعايش الفكري والثقافي مع الآخر عبر الوسائط المستحدثة ومجابهة الأطروحات الثقافية المتغيرة بما يسمى الثقافة الرقمية التكنولوجية التي تفوق قدرة الخصائص الفيزيولوجية للتلفزيون في مجابهة إفرازاتها السلبية.

ويتحقق هذا بالحث على عدم تجانب الإعلام الثقافي والمنظومة القيمية والتنشئة الاجتماعية والعلمية والفكرية والحضارية وهذا يعتمد بدرجة كبيرة التفاعل مع الجمهور وتقريب الخط بينه وبين الوسيلة الإعلامية فيما تقدمه من منتوج.

5- آليات عملية لتفعيل الأجندة الثقافية لمضامين القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:

تعد موضوعات البرامج الثقافة في المنتج الإعلامي واحدة من أبرز التحديات التي يواجهها الإعلام الجزائري في ظل التعددية الإعلامية وفي سبيل المحافظة عليها نطرح مجموعة من الآليات العملية التي يمكن أن تلعب دورا محوريا في المحافظة على العناصر الثقافية من خلال مضامين القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة والتي تدعم تعزيز قيم الهوية الثقافية بشكل خاص:

–إدراج عدد معتبر من البرامج المنوعة والتي تبرز طبيعة الهوية الجزائرية بخصوصياتها الثقافية التي تميزها عن غيرها من الثقافات في محاولة لإبراز تميزها عن غيرها من الهويات.

– طرح الموضوعات الثقافية ذات الاهتمام الواسع المؤثر ومناقشتها وتشخيصها من طرف أهل الاختصاص بهدف توعية الجمهور الجزائري بأهمية المحافظة على عناصر الهوية الثقافية الجزائرية.

– ضرورة العمل على إنشاء فضاء إعلام ثقافي جزائري فاعل قائم بذاته وقادر على المنافسة خاصة في ظل إعلام العولمة الذي يركز اهتمامه على العناصر الثقافية للمجتمعات.

– إعطاء الفرصة للكفاءات الإعلامية لتأطير فضاء الإعلام الثقافي بإسهام الشخصيات الثقافية ذات الفاعلية في الأداء في هذا السياق.

– توظيف التقنيات الحديثة في إنتاج المضمون الثقافي، بما يفرضه عصر الصورة بكل حيثياته لإحداث الأثر المطلوب.

– تشجيعا لإنتاج الإعلامي الثقافي الوطني بعيدا عن نسخ منتوج الآخر حتى نتفادى صراع الثقافة خاصة إذا كانت تتعارض والثقافة المحلية.

– ضبط وتفعيل الضمير القيمي في المنتوج الإعلامي الثقافي فهو يمثل صورة من صور عناصر الضبط الاجتماعي.

خلاصة:

صفوت القول في تداعيات الانفتاح الإعلامي لقطاع السمعي البصري في الجزائر هو ظهور القنوات الفضائية ذات الطابع الخاص بعد ما كان هذا النوع حكرا على القطاع العام .واتخذت هذه القنوات الفضائية الخاصة مجالات متخصصة في الأخبار والرياضة والترفيه والإشهار والثقافة...الخ إضافة إلى القنوات الفضائية المنوعة وبالتالي ساهمت في إثراء المشهد الإعلامي الجزائري بمختلف المضامين والتي من أبرزها مضامين الإعلام الثقافي حيث أن له من الأهمية ما يستوجب إحاطته بالاهتمام من قبل القائمين على القنوات الفضائية الخاصة في سبيل تعزيز الخائص الثقافية للمجتمع الجزائري. والرفع من قيمة العمل الإعلامي الذي يتعدى وظيفة الترفيه أي وظيفة قتل وقت الجمهور إلى وظيفة تثقيف وتوعية الجمهور وتقديم قيم ومبادئ رفيعة المستوى وهي الوظيفة العميقة المنوط بوسائل الإعلام عموما والقنوات الفضائية الجزائرية خصوصا لما أصبح لها من دور في تثبيت أجندة الجمهور الجزائري حيال القضايا ذات الاهتمام الواسع.

- **قائمة المراجع:**

أديب خضور (1998)، **دراسات تلفزيونية**، ط1، ، المكتبة الإعلامية، دمشق.

حسان فوغالي (2006-2007)، **الإعلام الثقافي في الجزائر**، مذكرة لنيل شهادة الماجيستير جامعة الجزائر، الجزائر.

صالح الأصبع (1999)، **تحديات الإعلام العربي**، ط1، دار الشروق.

سهير جاد، عبد العزيز شرف (1987)، **البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي**، الهيئة المصرية العامة للكتاب.

عبد الله تائه (2006)، **الإعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون**، ط1، دار الماجد للطباعة والنشر، فلسطين.

قانون الإعلام 12-05، 12جانفي 2012.

الجريدة الرسمية، العدد 16، 23 مارس 2014.

الموقع الرسمي للإذاعة الجزائرية .www.radioalgerie.dz/news/ar/article/201503/39113 تاريخ الزيارة 07-04-2019.

كيفية الاستشهاد بهذا المقال حسب أسلوب APA :

أ. نبيل حورة ، أ.د جمال بن زروق ، (2021)**المقاربة الوظيفية للمضمون الثقافي في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة** – دراسة في ضوء المقاربة الوظيفية– ، مجلة الباحث في العلوم الانسانية و الاجتماعية ، المجلد 13(02)/ 2021، الجزائر : جامعة قاصدي مرباح ورقلة، ص.ص 411-420