

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

قسنطينة

قسم: الدعوة والإعلام والاتصال

كلية أصول الدين

تخصص: إعلام ثقافي

رقم التسجيل: .....

الرقم التسلسلي: .....

موضوع البحث:

مشاهدة أساتذة الجامعة البرامج التلفزيونية الثقافية

—دراسة ميدانية بجامعة فرحات عباس بسطيف—

مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذ الدكتور:

عبد الله بوجلال

إعداد الطالبة:

عائشة لصلح

أعضاء اللجنة:

الاسم واللقب	الصفة	الرتبة العلمية	الجامعة الأصلية
أ.د. بوبكر عواطي	رئيسا	أستاذ التعليم العالي	جامعة الأمير عبد القادر-قسنطينة-
عبد الله بوجلال	مشرفا ومقررا	أستاذ التعليم العالي	جامعة الأمير عبد القادر-قسنطينة-
د. جمال العيفة	عضوا	أستاذ محاضر	جامعة عنابة
د. أحمد عبدلي	عضوا	أستاذ محاضر	جامعة الأمير عبد القادر

السنة الجامعية: 1432-1433هـ/2011-2012م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## شكر وتقدير

أحمد الله وأشكره كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه أن منّ عليّ بفضله العظيم، وأمدني بالقوة والصبر لإتمام هذا العمل.

كما أتوجه بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إليّ كل من أمدني عليّ إتمام هذه الدراسة، وأخص بالشكر أستاذي ومشرقي الأستاذ الفاضل الدكتور عبد الله بوجلال وفاء لما قام به من متابعة مستمرة، وجهد متواصل وتوجيهات حكيمة لكل تفاصيل البحث وحيثياته، كان لها أكبر الأثر في إنجاز هذا البحث عليّ صورته هذه، فله مني صادق الدعاء بموفور الصحة والعافية والعتاء المستمر.

كما أتقدم بالشكر والتقدير أيضا إليّ كل من ساعدني من الأساتذة الأفاضل، امتنانا عليّ توجيهاتهم السديدة ونصائحهم القيمة، إليّ أساتذة قسم الدعوة والإعلام بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية وأخص بالذكر الأستاذ الكريم أحمد عبدلي، إليّ أساتذة جامعة سطيف لحسن تعاونهم.

إليّ كل من نصني، وشجعني، وساعدني من قريب أو من بعيد أقدم شكري وامتناني.

## إهداء

إلى التي حملتني وهنا على وهن، إلى أحق الناس بصحتي، إلى  
أعز وأغلى من في الوجود...أمي الفاضلة... حفظها الله من كل  
مكروه.

إلى من علمني أن الحياة إيمان وعمل وصبر وكفاح...

والدي الكريم... أظل الله في عمرك...

إلى إخوتي وأخواتي...

إلى زميلاتي وزملائي بدفعة الإعلام الثقافي 2007.

إلى كل طموح، فاعل، محب للخير...أهدي هذا العمل

# فهرس الموضوعات

جامعة الأير  
عبد القادر للعوم الإسلامية

فهرس الموضوعات

مقدمة.....أ،ب،ت،ث

فهرس الموضوعات

الفصل الأول : إطار الدراسة ومنهجيتها.

المبحث الأول: موضوع الدراسة وإشكاليتها.

- 1- إشكالية الدراسة ومسأولاتها..... 06
- 2- أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع..... 10
- 3- أهداف الدراسة..... 11
- 4- نمط وحدود الدراسة..... 11
- 5- مفاهيم الدراسة..... 12
- أ- الأستاذ الجامعي..... 13
- ب- البرنامج التلفزيوني..... 14
- ت- عادات مشاهدة البرامج التلفزيونية..... 21
- ث- أنماط المشاهدة..... 23
- ج- الاتجاهات..... 24
- ح- مقاييس الاتجاهات..... 30

المبحث الثاني: الدراسات السابقة والمشابهة.

- 1- دراسات عن الإعلام الثقافي..... 36
- 2- دراسات عن عادات وأنماط المشاهدة وقياس الاتجاهات..... 50

المبحث الثالث: منهج الدراسة.

- 1- منهج الدراسة وأدواتها..... 53
- 2- مجالات الدراسة..... 56
- 3- مجتمع الدراسة وعينتها..... 57

الفصل الثاني: الإعلام الثقافي والبرامج التلفزيونية الثقافية.

المبحث الأول: الإعلام الثقافي منطلقات عامة

- 1- الإعلام والثقافة: طبيعة العلاقة..... 62
- 2- الإعلام الثقافي: محاولة لتحديد المفهوم..... 64

66	3- الفرق بين الإعلام والثقافة.....
68	4- خصائص وأنواع الإعلام الثقافي.....
70	5- أهداف ووظائف الإعلام الثقافي.....
72	6- أهم المقاربات والنظريات في الإعلام الثقافي.....
<b>المبحث الثاني: التلفزيون والثقافة.</b>	
79	1- طبيعة العلاقة.....
81	2- ثقافة الصورة.....
83	3- الثقافة التلفزيونية.....
85	4- الثقافة الجماهيرية.....
<b>المبحث الثالث: البرامج التلفزيونية الثقافية.</b>	
93	1- البرامج التلفزيونية الثقافية بين الشكل والمضمون.....
95	2- البرامج التلفزيونية الثقافية وخصوصية القائم بالاتصال.....
96	3- جمهور البرامج التلفزيونية الثقافية.....
<b>الفصل الثالث: عادات وأنماط مشاهدة الأساتذة الجامعيين للبرامج التلفزيونية الثقافية.</b>	
<b>المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.</b>	
99	1- مجتمع البحث وخصائص أفراد عينة الدراسة الميدانية.....
100	أ- حسب الكليات والأقسام.....
101	ب- حسب النوع والسن.....
102	ت- حسب الرتبة العلمية.....
103	2- التفرغ والجدولة والتحليل الإحصائي.....
<b>المبحث الثاني: عادات وأنماط مشاهدة الأساتذة الجامعيين البرامج التلفزيونية الثقافية والإشاعات المحققة.</b>	
107	1- صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية.....
113	2- القنوات المفضلة للمشاهدة.....
121	3- البرامج التلفزيونية المفضلة.....
123	4- مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية.....

130	5- مصدر البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة.....
137	6- الفترات المفضلة لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية.....
142	7- الحجم الساعي اليومي المخصص لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية.....
148	8- عادة مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية.....
151	9- أهم البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة.....
153	10- مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة.....
164	11- دوافع مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية.....
168	12- اعتماد البرامج الثقافية مصدرا للمعلومات.....
173	13- مقترحات لإكساب البرامج الثقافية قاعدة جماهيرية.....
	<b>الفصل الرابع: اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو البرامج التلفزيونية الثقافية.</b>
177	1- الاتجاهات نحو شكل البرامج التلفزيونية الثقافية.....
200	2- الاتجاهات نحو محتوى البرامج التلفزيونية الثقافية.....
210	3- الاتجاهات نحو جمهور البرامج التلفزيونية الثقافية.....
217	4- الاتجاهات نحو برمجة البرامج التلفزيونية الثقافية.....
221	استنتاجات الدراسة.....
227	خاتمة.....
230	مصادر ومراجع الدراسة.....
	ملاحق الدراسة
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال البيانية

# خطبة

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

## مقدمة:

يقوم الإعلام بوظائف متعددة، يأتي في مقدمتها تزويد الجماهير بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة، والحقائق الواضحة التي تهدف إلى التنوير والتثقيف ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الناس وتساهم في توعيتهم وإثراء معارفهم، فهو في الأصل يخاطب العقول لا الغرائز، يتعد عن التزييف والتضليل، ويهدف إلى البناء ويتعد عن السطحية.

وإذا كانت الثقافة هي مجموع إبداعات الإنسان، أو هي كل ما يضيفه الإنسان إلى الطبيعة بالمفهوم الانثروبولوجي للكلمة، فهي تجسيد لما يسمو بالحياة الإنسانية، ويعطيها طابع التميز والتفرد عن غيره، سواء ما كان منها خاصا بالجانب الإبداعي والفني بما يمثله من ثقافة نخبوية، أو ما كان عاما يشكل تفاصيل الحياة وسبل العيش.

الإعلام الثقافي باعتباره حلقة الوصل بين المجالين الإعلامي والثقافي بما فيهما من تعقد وتشابك يعد منبرا ووسيلة فعالة لخلق جسور بين الإنتاج الثقافي والجمهور الإعلامي، بتجسيده للوظيفة التثقيفية للإعلام، والتي تعد أهم وأخطر وظائف وسائل الإعلام، إلى جانب الوظائف الأخرى: الإخبارية والترفيهية.

ولأن العصر عصر الصورة، والسطوة الجماهيرية هي للصورة التلفزيونية التي تعد بحق صيغة تعبيرية جديدة كسرت الحاجز الثقافي التقليدي، ووسعت من دائرة الاستقبال الثقافي، بل وغيرت الاتصال من نمط متمركز حول الكلمة المكتوبة، إلى نمط متمركز على الصورة لما لها من خصائص الجذب والقوة والفعالية.

فإن القنوات التلفزيونية تحتل حيزا هاما في المعادلة الثقافية الإعلامية باعتبار التلفزيون الأداة الإعلامية الأكثر جماهيرية، والأكثر بروزا في النشاط الاجتماعي اليومي، إذ تعد الوسائل الاتصالية السمعية البصرية أهم وسائل الاتصال الحديثة التي تسيطر على الأفراد والجماعات والدول، باعتبارها أهم آليات ووسائل القوة الناعمة المحدثة للتغيير الثقافي.

من هنا بات الاهتمام بالبرامج الثقافية في التلفزيون ضرورة إعلامية لخلق الوعي الثقافي، وتجسيد الوظيفة التثقيفية على المستوى الجماهيري، من خلال توفير المناخ الثقافي القادر على الارتقاء بالمشاهد العادي وإشباع الحاجات الثقافية للمشاهد المثقف من خلال النقد البناء والطرح الجاد للقضايا بعيدا عن التقييد والتسييس والبهرجة الإعلامية.

ولأهمية دراسة الجمهور في العملية الإعلامية، بمعرفة كيفية تلقيه للبرامج التلفزيونية، واتجاهاته نحو ما يقدم له من مضامين، ونظرا لقلّة وجود دراسات سابقة، في الجزائر، تبحث في علاقة الجمهور النوعي بالبرامج التلفزيونية الثقافية تأتي هذه الدراسة التي تستهدف دراسة الجمهور النوعي للبرامج التلفزيونية الثقافية المتمثل في الأساتذة الجامعيين بمعرفة العلاقة التي تربطهم مع هذه البرامج التلفزيونية من حيث معدلات الإقبال وطبيعتها، وكذا الاتجاهات نحو أشكالها ومضامينها.

من هنا تأتي هذه الدراسة الموسومة بمشاهدة الأساتذة الجامعيين للبرامج التلفزيونية الثقافية بغية دراسة عادات وأنماط مشاهدة الأساتذة لهذه البرامج واتجاهاتهم نحوها.

ومن أجل معالجة الإشكالية المطروحة، استعنت بمنهج المسح بالعينة الذي يناسب هذا النوع من دراسات الجمهور، وقمت بتصميم استمارة استبيان تضمنت أسئلة عن العادات والأنماط والإشباع المحققة، وعبارات أخرى عن الاتجاهات مستعينة بمقياس ليكرت الخماسي المتدرج من الموافقة بشدة، إلى المعارضة بشدة. كما استعنت بالأساليب الإحصائية لتحليل البيانات وتفسيرها، وعلى هذا الأساس جاءت الدراسة في أربعة فصول.

تناول الفصل الأول "إطار الدراسة ومنهجيتها" وتضمن ثلاث مباحث، اشتمل المبحث الأول - موضوع الدراسة وإشكاليته - على إشكالية البحث، وتساؤلاته، وأهمية الدراسة، وأسباب اختيار الموضوع، وأهداف الدراسة، ونمط وحدود الدراسة، إضافة إلى المفاهيم والمصطلحات الأساسية المعتمدة في الدراسة، أما المبحث الثاني فقد خصص للدراسات السابقة والمشاهدة المتعلقة بالإعلام الثقافي واتجاهات الجمهور، فيما خصص المبحث الثالث - منهج الدراسة - للحدوث عن منهج الدراسة وأدواتها، ومجالات الدراسة الزماني والمكاني والبشري، مع استعراض مجتمع الدراسة وعينتها.

أما الفصل الثاني فقد كان بعنوان "الإعلام الثقافي والبرامج التلفزيونية الثقافية" وتضمن ثلاث مباحث، تسلسلت من العام إلى الخاص، حيث جاء المبحث الأول بعنوان "الإعلام الثقافي منطلقات عامة" وفيه تطرقت لطبيعة العلاقة بين الإعلام والثقافة، ثم مقارنة لتحديد مفهوم الإعلام الثقافي، ثم عرّجت لبيان الفرق بين الإعلام والثقافة، وخصائص، وأنواع الإعلام الثقافي، وأهداف هذا الحقل الإعلامي، وفي الأخير تطرقت لمقاربة نظرية لأهم النظريات التي بحثت في الإعلام والثقافة.

وفي المبحث الثاني الذي جاء بعنوان التلفزيون والثقافة تناولت طبيعة العلاقة بين هذه الوسيلة

الإعلامية بما تحمله من سمات وخصائص، والحقل الثقافي، ثم تطرقت لثقافة الصورة، والثقافة التلفزيونية، وأخيرا الثقافة الجماهيرية. أما المبحث الثالث فخصص للحديث عن البرامج التلفزيونية الثقافية من حيث شكلها، ومضمونها، وخصوصية القائم بالاتصال فيها، وكذا جمهور هذه البرامج.

وتضمنت الدراسة الميدانية فصلين: الفصل الثالث والفصل الرابع، تضمن الفصل الثالث "عادات وأنماط مشاهدة الأساتذة الجامعيين البرامج التلفزيونية الثقافية" مبحثين، خصص المبحث الأول للإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية، وفيه تطرقت لمجتمع البحث، وخصائص أفراد عينة الدراسة الميدانية، ثم لتفصيل عملية التفريغ والجدولة والتحليل الإحصائي مبينة فيه أهم الأساليب الإحصائية المتبعة في الدراسة. وخصص المبحث الثاني لبحث درجة إقبال الأساتذة أفراد العينة على البرامج التلفزيونية والبرامج الثقافية على الخصوص، ودواعي هذا الإقبال، والإشباع المحققة من خلاله. مع بحث تأثير المتغيرات المعتمدة - النوع والسن والتخصص - على ذلك.

أما الفصل الرابع فقد خصص للدراسة "اتجاهات أساتذة جامعة سطيف نحو البرامج التلفزيونية الثقافية"، وبه تطرقت لأجهاهم نحو شكل البرامج التلفزيونية الثقافية، ومحتواها، وجمهورها، وبرمجتها. وأخيرا تأتي مرحلة عرض جملة من استنتاجات المستخلصة من الدراسة النظرية والميدانية، ثم خاتمة عامة للبحث.

# الفصل الأول:

## إطار الدراسة ومنهجيتها

المبحث الأول: موضوع الدراسة وإشكالياتها.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة والمشابهة.

المبحث الثالث: منهج الدراسة.

يسعى هذا الفصل الأول إلى تحديد موضوع البحث، ومفاهيمه، وإطاره المنهجي العام انطلاقاً من تحديد إشكاليته ابتداءً، والتي تبحث علاقة التلفزيون بالثقافة، وأنماط تلقي الجمهور النخبوي من أساتذة الجامعيين للبرامج التلفزيونية الثقافية، واتجاهاتهم نحو مضمون وشكل هذه البرامج، مروراً ببيان أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع وتحديد نمط وحدود الدراسة، والمفاهيم الإجرائية للدراسة، ثم تقديم ملخصات لبعض الدراسات المشابهة التي ترتبط بموضوع البحث. وصولاً إلى تحديد منهج الدراسة وأدواتها وإجراءاتها المنهجية.

## المبحث الأول: موضوع الدراسة وإشكاليته.

### 1- إشكالية الدراسة:

شهدت البشرية في العقود الأخيرة تطوراً متسارعاً لوسائل الإعلام بفضل الثورات التكنولوجية الهائلة والتقدم السريع في تقنيات الاتصال كما ونوعاً، ما جعل هذه الوسائل جزءاً هاماً من حياة الإنسان المعاصر.

وتزداد أهمية الإعلام والاتصال بمختلف أشكاله - مكتوب، مسموع، مرئي - نتيجة لما يحدثه من تقارب وتفاعل بين المجتمعات المتباعدة جغرافياً، والثقافات المتميزة، وبهذا أصبحت وسائل الإعلام عاملاً هاماً من عوامل التغير السوسيو-ثقافي، وعنصراً فاعلاً في صيرورة التنمية الثقافية.

فهي ليست مجرد أجهزة مادية أو قنوات إرسال وتوزيع جوفاء، إنما هي وعاء لنقل التراث الحضاري والثقافي، ووسيط هام في عملية التبادل الثقافي على المستوى العالمي.

من هنا حدث التداخل بين الثقافة والإعلام عسى أن تفتح تكنولوجيا الإعلام والاتصال آفاقاً أوسع للفعل الثقافي يكسبه وضوح الرسالة وسرعة الانتشار وجاهيرية الاستقبال، على اعتبار هذه التكنولوجيا صورة من صور المشهد الثقافي تولد في كنفه وتُعبّر عنه وتُطوّر وتتنوّر في إطاره.

ومن بين وسائل الإعلام والاتصال المتعددة يحتل التلفزيون موقع الصدارة، لما تتسم به الصورة التلفزيونية من صفات عديدة جعلتها القائد الفكري والثقافي لمجتمعات الموجة الثالثة أو لمجتمعات حضارة الصورة كما يسميها البعض.

فالثقافة التلفزيونية البصرية صيغة تعبيرية حديثة غيرت بخصائصها وجاذبيتها مقاييس الثقافة التقليدية إرسالاً واستقبالاً وتأويلاً. فمن الصيغ التعبيرية التقليدية: من شفاهية ببساطتها وعموميتها،

وكتابتها بنخبوتها وبورجوازيتها، تأتي الصورة التلفزيونية لتكسر وصاية المكتوب، وتوسع دائرة الاستقبال الجماهيري مؤسّسةً لثقافةٍ ثالثة بين ثقافة النخبة والثقافة الشعبية ألا وهي الثقافة الجماهيرية *culture de masse*، لتصدّق بذلك مقولة ميرزوييف *mirzoeff* في كون "الأدب بورجوازيًا و الصورة ديمقراطية"<sup>1</sup>

لهذه الأسباب أُعتبر التلفزيون الوسيلة الجماهيرية رقم واحد، والأداة الأكثر بروزًا في النشاط الاجتماعي اليومي باستحواذه على جماهير واسعة من حيث حجمها الكلي يمكن اعتبارها ظاهرة اجتماعية. وبهذا كان الأمل كبيرًا في الدور الثقافي الذي يمكن أن يضطلع به هذا المارد الضوئي، من منطلق أنه أفضل أداة لتوزيع الثقافة متجاوزًا كل عائق ثقافي (تعليمي) أو اجتماعي.

وعلى هذا الأساس أُعتبر التلفزيون مؤسّسةً للتعليم و التثقيف وأداةً هامةً من أدوات التنمية الثقافية، بل ذهب البعض إلى اعتباره مؤسّسةً موازيةً للمدرسة من حيث قدرته على تغيير السلوكيات وبناء الثقافة اليومية، وحنة هؤلاء أن ما حققه التلفزيون كإحدى وسائل الاتصال الجماهيري المعاصرة من تغييرات جذرية في بنية الحياة اليومية في ظرف عشرين سنة لم تستطع المدرسة أن تنجزه خلال عشرة قرون أو يزيد<sup>2</sup>.

بل ذهب البعض إلى أبعد من هذا عندما اعتبروا التلفزيون ذاته معطًى ثقافيًا بالأساس من منطلق النظرة الانثروبولوجية للثقافة التي تعتبر كل ما يُقدّم عبر التلفزيون معطًى ثقافيًا بالضرورة بصرف النظر عن محتواه (ثقافيًا كان أو غير ذلك).

أما في أواخر القرن العشرين فيبدو أن الرؤى قد تغيرت تمامًا، إذ خيّب التلفزيون الآمال في أن يكون مؤسّسة ثقافية، بل كان أقل المؤسسات خدمةً للثقافة بمفهومها الفكري النخبوي، إن لم يكن المسؤول الأول عن ترديها.

فالتلفزيون بوصفه مؤسّسة إعلامية، كيف المعطيات الثقافية وفق خصوصيته وأنتجها وفق

<sup>1</sup> عبد الله الغدامي، الثقافة التلفزيونية: سقوط النخبة وبروز الشعبي، ط1، بيروت، لبنان، المركز الثقافي العربي، 2004، ص50.

<sup>2</sup> Maguy Challey, *apprendre par la télévision , apprendre a l'école*, réseau n<sup>0</sup> 74 cnet, 1995,P3, <http://enssibal.enssib.fr/autres-sites/reseaux-cnet/74/02-chailley> PDF

أنماط وقوالب جاهزة أسست لما أُطلق عليه اسم الثقافة الجماهيرية/ ثقافة وسائل الإعلام التي عملت على إفراغ الثقافة من محتواها القيمي والفكري وعملت على سلعتها من خلال تقديمها في قالب مُسلٍ مريح، كرس الذوق السقيم و السلبية، وهبط بالحياة الثقافية إلى مستوى التسلية الجوفاء.<sup>1</sup>

من هذا المنطلق برزت بقوة ثنائيات ثقافة نخبوية / ثقافة جماهيرية، ثقافة الكتاب المطبوع / ثقافة وسائل الإعلام كثنائيات بارزة في الخطاب الإعلامي المعاصر، وبانتشار وطغيان ثقافة وسائل الإعلام الجماهيرية وهيمنتها على السياق الثقافي المعاصر أضحى المعنى الحقيقي للثقافة— كما يقول جون كلود لوزال—<sup>2</sup> غريبا في مجتمعنا مجتمع المتعة الاستهلاكية والصناعة الثقافية، وبذلك لم يتردد الكثير من المثقفين والأكاديميين في تأبين الثقافة الجادة ونعيها على مذبح الصورة التلفزيونية الاستعراضية التمشهدية التي اعتبرها الجابري "أداة لتسطيح الوعي"<sup>3</sup>، وعدها بيار بورديو Pierre Bordieu "أداة للهيمنة والرقابة".<sup>4</sup>

هكذا تباينت المواقف والآراء حول الوظيفة التثقيفية للتلفزيون ومدى مشروعيتها الحديث عن ثقافة تلفزيونية، وتباينت آراء المثقفين بين محذر من مخاطرها على الفكر بتعطيلها للوعي وتسطيحها للمعرفة، وبين مُثمنٍ لدورها في ديمقراطية الثقافة وتبسيط العلوم والمعارف.

ولعل أكثر المثقفين تعرضا لمثل هذه السجلات الأساتذة الجامعيون، بحكم وقوفهم بين ثقافة المطبوع وثقافة التلفزيون؛ فثقافة المطبوع/ثقافة الكتاب تُشكّل أساس معيّنهم الفكري وتحصيلهم العلمي، أما ثقافة التلفزيون فتحاسرهم بقنواها المتعددة العامة والمتخصصة، وبرامجها المتنوعة من ثقافية وسياسية ودينية وغيرها.

ويبقى توجه هذه الشريحة النخبوية للبرامج الثقافية التلفزيونية محكوما بعدة عوامل أهمها مدى ارتباط مضامين هذه البرامج باهتماماتهم والإشباع المحققة من مشاهدتها، والآراء التي يحملونها

<sup>1</sup> نصر الدين العياضي، إشكالية وسائل الاتصال السمعي البصري بين ثقافة التسلية وتسلية الثقافة، مجلة الإذاعات العربية، تونس، العدد 2000، 2، ص7.

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص8.

<sup>3</sup> محمد عابد الجابري، العولمة والهوية الثقافية، مجلة المستقبل العربي، بيروت، العدد 2، 1998، ص18.

<sup>4</sup> Yahya El Yahyaoui, **Sur la télévision**, Rubrique « Lu Pour Vous », Rabat , 20 Avril 2006, article publié dans le site de Yahya El yahyaoui : [www.elyahyaoui.org](http://www.elyahyaoui.org), consulté le 20/04/2010.

حول هذا النوع من البرامج التلفزيونية.

من هنا يأتي هذا البحث في إطار دراسة الجمهور النشط للإعلام الثقافي ، والذي لا يكتفي بتلقي المضامين الإعلامية بسلبية، إنما ينتقي ما يشاهده ويتماشى مع آرائه واتجاهاته، في محاولة لدراسة الركن الرابع في النموذج اللاسويلي - نسبة إلى عالم الاجتماع الأمريكي هارولد لاسويل Harold Lasswell ( من / يقول ماذا / لمن / بأي وسيلة / لأي هدف ) بتناول الجوانب السوسيولوجية والثقافية لمتلقي الرسالة الإعلامية - جمهور الأساتذة الجامعيين - وكيفية تلقيهم لهذا النوع من البرامج التلفزيونية.

وتنطلق الدراسة من التساؤل الأتي: ما مدى ارتباط البرامج التلفزيونية الثقافية باهتمامات

وإشباع الأساتذة الجامعيين، وما هي اتجاهاتهم نحوها؟

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيس أسئلة فرعية تسعى الدراسة إلى الإجابة عنها هي:

- ما هي عادات وأنماط مشاهدة الأساتذة الجامعيين للبرامج التلفزيونية الثقافية ؟
- إلى أي مدى تشبع البرامج التلفزيونية الثقافية رغبات الأساتذة الجامعيين ؟
- ما هي اتجاهات الأساتذة نحو مضمون وشكل البرامج التلفزيونية الثقافية ؟

## 2- أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع:

أ- أهمية الدراسة: إذا كانت العلاقة بين الثقافة والتلفزيون تأخذ صورة إشكالية متعددة الأبعاد من خلال عنصرين؛ التلفزيون كعمل إعلامي، والتلفزيون كمشروع ثقافي، وبين ثقافة رفيعة نخبوية ووسيلة جماهيرية شعبية، فإن تجاوب الجمهور النخبوي مع ما يُقدّم من مضامين ثقافية من شأنه أن يسهم في فهم بعد من أبعاد هذه العلاقة.

وهنا تكمن أهمية هذه الدراسة في تناولها بعداً هاماً من أبعاد الإعلام الثقافي هو جمهور الأساتذة الجامعيين - باعتبارهم نخبة نوعية في المجتمع الجزائري - وأنماط تلقيهم للبرامج التلفزيونية الثقافية، حيث أن تشخيص أنواع البرامج التي تحظى بالإقبال الكبير عليها وتلك التي يعزف الجمهور عن مشاهدتها ومحاولة استجلاء الملامح السوسولوجية والثقافية والنفسية للمتلقي يفتح آفاقاً أوسع لفهم العلاقة الفعلية أو المأمولة التي تربط التلفزيون بجمهوره، وينأى بنا عن الخطابات التقليدية التي حصرت البحث العلمي في السعي البصري في قضايا ضيقة وظرفية من مثل دور التلفزيون في تنمية الوعي لدى هذه الفئة أو تلك .. والتي حولت الخطاب عن التلفزيون إلى خطاب دعائي وإيديولوجي.<sup>1</sup>

كما يعطي هذا النوع من البحوث لوضعي السياسات الثقافية ومخططي البرامج التلفزيونية ثقافية تصوراً واضحاً عن تفكير وحاجات الشرائح التي يستهدفونها في برامجهم، والأوقات التي يفضلها المشاهدون، لأن الرسائل الإعلامية تضحى عديمة الفائدة إن لم يكن لها صدى لدى جمهورها المستهدف.

إضافةً إلى هذا يمكن اعتبار مجال البحث في الإعلام الثقافي وجمهوره من الأساتذة مجالاً بكرًا لم يحظ بأكبر اهتمام، فمعظم الدراسات التي اتخذت الإعلام الثقافي مدار بحثها - والتي أمكن الحصول عليها - حصرت إشكالياتها حول المكانة التي تحظى بها البرامج الثقافية في التلفزيون، أو تحليل كمي أو كيفي لهذا النوع من البرامج، ولم تحاول سبر آراء الجمهور المستقبل أو دراسة أنماط تلقيه لهذا النوع من البرامج.

لذا فإن تلقي الجمهور المثقف لمضامين البرامج الثقافية يعد زاوية بحث لم تأخذ حظها من

<sup>1</sup> نصر الدين العياضي، التلفزيون دراسات وتجارب، الجزائر، دار هومة للطباعة والنشر، 1998، ص 25.

الدراسات الأكاديمية في الجزائر، وبهذا تكتسي الدراسة أهميتها لكونها تهدف بحث مدى إقبال الأساتذة الجامعيين على المجال الثقافي، ومعرفة عادات وأنماط مشاهدتهم لها واتجاهاتهم نحوها وتقييمهم لها.

**ب-أسباب اختيار الموضوع:** إضافة إلى أهمية الموضوع سابقة الذكر، توفرت أسباب أخرى دفعتني إلى اختياره دون غيره من المواضيع، منها ما هو ذاتي ومنها ما هو موضوعي، أذكر منها:

1- الرغبة في معرفة دور البرامج التلفزيونية في خدمة الثقافة، خاصة في سياق السجلات المطروحة عن ثنائية ثقافة نخبوية / ثقافة جماهيرية.

2- الرغبة في معرفة مكانة البرامج التلفزيونية - والثقافية منها على وجه الخصوص - لدى الأستاذ الجامعي ومدى ملامتها لاحتياجاته الثقافية والمعرفية.

3- ارتباط الموضوع بالتخصص العلمي المدروس من جهة، ومن جهة أخرى قلة الدراسات في مجال الإعلام الثقافي خاصة فيما يتعلق بجمهور الإعلام الثقافي، حيث أن أغلب الدراسات التي أمكنني الإطلاع عليها تبحث في واقع الإعلام الثقافي، أو مكانة البرامج الثقافية في وسائل الإعلام.

**3-أهداف الدراسة:** لكل بحث أو دراسة علمية مجموعة أهداف تُحدد بدقة بغية الوصول إليها في النهاية، ومن خلال تناولي لهذا الموضوع يمكنني أن أحدد الأهداف التي تسعى إليها دراستي فيما يلي:

1- الكشف عن عادات وأنماط مشاهدة البرامج الثقافية التلفزيونية لدى فئة من المثقفين الجزائريين ممثلة في الأساتذة الجامعيين.

2- معرفة اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو شكل ومحتوى البرامج التلفزيونية الثقافية، وإلى أي مدى ترتبط باهتماماتهم ورغباتهم.

3- التمرس والتدرب بغية اكتساب معارف في كيفية القيام ببحوث إعلامية اجتماعية ميدانية تخضع لإجراءات ومتطلبات البحث العلمي الإعلامي.

4- **نمط وحدود الدراسة:** يقتضي الحديث عن حدود المشكلة الخاصة بموضوع الدراسة التطرق إلى المجال أو النمط الذي يُصنّف في إطاره البحث، وتنوع تصنيفات محاور البحث في مجال علوم الإعلام والاتصال تبعاً لمتغيرات متعددة، ففي الولايات المتحدة، وفي فرنسا وفي كندا وفي العالم

العربي خمسة محاور يركز عليها البحث في علوم الإعلام<sup>1</sup>

1- تحليل الوسائل السمعية البصرية: تاريخها، أنواعها، دراسة الخطابات والتلقي.

2- دراسة الاتصال في المؤسسات والاتصال في العمل.

3- معرفة الاستخدامات المختلفة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وبصورة عامة لسياقات

الابتكار التقني.

4- مقارنة الاتصال السياسي، والاتصال العام، والاتصال العلمي، والاتصال الثقافي: ويتعلق

الأمر هنا بتصور العلاقات التي تُقام بين هذه الحقول.

5- دراسة خصائص الصناعات الثقافية: وخضوعها المتزايد لمتطلبات الجماعات الاتصالية

والشروط الاجتماعية الجديدة.

وتبعاً لهذا التقسيم يندرج الإطار النظري لهذه الدراسة ضمن المحور الرابع الذي يُعنى بالعلاقات

بين الحقول البحثية المتعددة، حيث تنطرق الدراسة إلى الإعلام الثقافي وعلاقات التأثير والتأثر بين

الوسائل الإعلامية - التلفزيون - من جهة والحقل الثقافي من جهة أخرى، فيما يتناول الإطار

الميداني تحليل أنماط تلقي الرسائل السمعية البصرية بدراسة جمهور البرامج التلفزيونية الثقافية من

الأساتذة الجامعيين.

كما يُجمع الباحثون في علوم الإعلام والاتصال على اعتبار النموذج اللاسويلي نسبة إلى

لاسويل Lasswell مرجعاً لتصنيف بحوث الاتصال في إطار تقسيمه لعناصر العملية الاتصالية

إلى: من؟ يقول ماذا؟ لمن؟ بأي وسيلة؟ لأي تأثير؟ وتبعاً لهذا المخطط يتموقع البحث المراد إنجازه في

المجال الثالث الذي يُعنى بالإجابة عن السؤال لمن قيل؟ مستهدفة معرفة خصائص وسمات جمهور

البرامج الثقافية من الأساتذة الجامعيين وكيفية تلقيهم لهذا النوع من البرامج.

مفاهيم الدراسة: تُعتبر عملية تحديد المفاهيم عملية مهمة وأساسية في ضبط التصور والمسار

البحثيين، حيث يكون الدارس على بينة من أمره وهو يحاول الإجابة عن إشكالية بحثه، وكما يقول

كروسمان crossman في كتابه Plato to day "إذا لم نكن نعرف بالضبط المعنى الحقيقي

<sup>1</sup> مي العبد الله، إشكاليات علوم الإعلام والاتصال وانعكاساتها على واقع البحوث العربية، مؤتمر التعليم العالي، بيروت، مؤسسة الفكر العربي، 2005، ص12.

لل كلمات التي نستخدمها فلن نتمكن من مناقشة أي شيء بصورة مفيدة " <sup>1</sup>.

فالمفاهيم هي الخلفية التي يركز عليها البحث العلمي، وتحديدًا يساعد الباحث على توضيح معانيها وإزالة الغموض حولها، وذلك طبعًا لا يتم بطريقة عفوية أو اعتباطية، بل وفق منطق علمي ووحدة منهجية ملائمة <sup>2</sup>.

وعملها تتضمن دراستي مجموعة من المفاهيم الأساسية يتعين تحديدها بادئ الأمر، وتمثل في: الأستاذ، والبرنامج التلفزيوني الثقافي، والعادات، والأنماط، والاتجاهات. حيث تمت معالجة هذه المفاهيم بعرض عناصر من التراث النظري المتعلق بها، ثم التوصل إلى تقديم تعريفات إجرائية تتواءم ومنطلقات الدراسة وأهدافها.

**أ-الأستاذ الجامعي:** هو الشخص الذي يحمل مؤهلا علميا، أي مجموع المعارف والقدرات والمهارات والصفات العامة والشهادات الدراسية والخبرات اللازمة لشغل وظيفة التدريس.

وقد ورد عن ابن الجواليقي أن كلمة أستاذ ليست بعربية، حيث كان يُقال للماهر بصنعتهم أستاذ، ولا توجد هذه الكلمة في الشعر الجاهلي، وأصلها فارسي، وقيل عبراني، حيث لو كان الأصل عربيا لوجب أن يكون اشتقاقه من السند وليس ذلك بمعروف. <sup>3</sup>

أما إبراهيم السامرائي صاحب المعجم التربوي فيذكر أن كلمة "أستاذ" هي المعرب الذي ذُكر في كتب المعربات القديمة والحديثة، والأصل هو الفارسي "أسته" وهذا ما عرّبه العوام في العراق وبلاد الشام، فقالوا "اسطه" لكل ماهر في صنعتهم كالبناء والصائغ والحداد وغيرهم، ولم يعيروها إلى العالم المبرز في علمه <sup>4</sup>. على أن الأستاذ قد استعمل لقبًا تشريفيا للعالم المبرز في القرن الخامس والقرن السادس هجري، فقد عُرّف العالم ابن سينا بالأستاذ الرئيس. وعن المعنى المعاصر لكلمة أستاذ فهو حسب معجم مصطلحات التربية والتعليم المدرّس الحاصل على أعلى الدرجات الأكاديمية في إحدى مؤسسات التعليم العالي، ويُطلق عليه "full professor" ويليه

<sup>1</sup> جون - م - فيفتر وآخرون: التنظيم الإداري، ترجمة توفيق رمزي، القاهرة، مؤسسة فرانكلين، 1995، ص20.

<sup>2</sup> فضيل دليو، أسس البحث وتقنياته في العلوم الاجتماعية، قسنطينة، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1994، ص90.

<sup>3</sup> إبراهيم السامرائي، من المعجم التربوي، مجلة الثقافية، الجامعة الأردنية، عمان، العدد 52، 2002، ص111.

<sup>4</sup> المرجع السابق، ص112.

"Associated professor" ويليهِ "assistant professor"<sup>1</sup>

أما الجامعة فهي حسب موسوعة Encarta مؤسّسة شعبية رسمية للتعليم العالي والبحث العلمي، متميّزة بنوع من الحرية والقدرة على التمكين من شهادات ذات صفة وطنية.<sup>2</sup> وهي حسب اتحاد الجامعات العربية مؤسسة تعليم عالٍ وث علمي ذات شخصية اعتبارية مستقلة معترف بها من قبل الدولة القائمة فيها، تُعنى بالتعليم ما بعد الثانوي، وتقدم برامج لا تقل مدة الدراسة فيها عن ثلاث أو أربع سنوات، أو ما يعادلها من ساعات معتمدة للمرحلة الجامعية الأولى، مع مراعاة النظم المعمول بها دولياً، وتمنح إحدى الدرجات الجامعية- بكالوريوس، ماجستير، دكتوراه، أو ما يعادلها-<sup>3</sup> ومذا يُقصد بالأستاذ الجامعي في هذه الدراسة: الأستاذ المنتسب بصفة دائمة لهيئة التدريس بجامعة فرحات عباس بسطيف (أستاذ مساعد، أستاذ محاضر، أستاذ).

#### ب- البرنامج الثقافي التلفزيوني:

\* البرنامج التلفزيوني: إن أبسط تحديد للبرنامج التلفزيوني هو اعتباره رسالة من مرسل، عبر قناة (مجموعة مشاهد مصورة يصحبها صوت)، إلى مستقبل (مشاهد)، تريد أن تحقق أهدافاً محددة، عبر معلومات عقلية ووجدانية، تناسب ميول ورغبات المستقبل وقدراته العقلية، تُرسل بأساليب وطرق تبث الإمتاع والترويح فيه.<sup>4</sup>

كما يُعرّف على أنه فكرة تُجسّد وتُعالج تلفزيونياً، باستخدامه كوسيلة تتوافر لها إمكانيات الوسائل السمعية البصرية، وتعتمد على الصورة المرئية، سواء كانت مباشرة أو مسجلة على أفلام وشرائط، ويتشكل ويتخذ قالباً واضحاً ليعالج جميع جوانبها خلال مدة زمنية محددة<sup>5</sup>. وتتطور برامج التلفزيون باستمرار، حيث تلاحظ أشكالاً برنامجية جديدة من وقت لآخر، وتهدف إلى الإعلام

<sup>1</sup> معجم مصطلحات التربية والتعليم، إنجليزي- فرنسي - عربي، ط 1، دار الفكر العربي، 1980، ص 205.

<sup>2</sup> محمد بن موسى باباعمي، هل نحن في حاجة إلى إعادة تعريف الجامعة؟ مقال منشور على شبكة veeco المعرفية <http://www.veecos.net> تاريخ الولوج 21 ماي 2011.

<sup>3</sup> ندیم رحی محمد الحسن، اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، رسالة ماجستير إعلام، غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، جويلية 2008، ص 13.

<sup>4</sup> فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني: كتابته ومقومات نجاحه، ط 1، بغداد، دار الفجر للطباعة والنشر، 2008، ص 21.

<sup>5</sup> زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، ط 1، القاهرة، دار الكتاب المصري، 1985، ص 65.

والتثقيف والتوجيه والتسلية والإعلان، وذلك لجذب المشاهدين.

وتتنوع أصناف البرامج التلفزيونية من حيث القيم التي تتضمنها ومحتوى الفكرة والهدف الذي تسعى إليه، فمنها العلمية والإخبارية والإعلانية والرياضية والترفيهية. كما تتنوع من حيث الشكل ( لقاءات، ندوات، برامج حوارية...)، ومن حيث الجمهور الذي تتوجه إليه ( برامج أطفال، برامج الأسرة، برامج الشباب...).

وإن لقيت هذه البرامج اتفاقاً حول نوعيتها ومضامينها، فإن البرامج الثقافية تجد صعوبة في تحديدها ورسم معالمها لارتباطها بمفهوم الثقافة المتشعب والواسع الدلالات، لذا تجد معظم الدراسات صعوبة كبيرة في الفصل بين ما هو ثقافي وما هو غير ثقافي في البرامج التلفزيونية، حيث لا يمكن الحديث عن برامج تلفزيونية ثقافية دون التطرق لماهية الثقافة ومحاولة تحديدها إجرائياً.

**\*الثقافة:** من أعماق العصور انبثق مفهوم الثقافة الذي ما برح يُنال بالحدس أكثر منه بالفهم، وهو مفهوم شديد التعقيد يثير الاختلاف على الدوام تبعاً للمنطلقات الفكرية للدارسين.

ففيما يخص الجذر اللغوي لمادة "ثقف" في اللغة العربية نجد يدل على معنى الحدق والفهم والضبط وسرعة التعلم والفتنة، ويقال ثقف لقف بمعنى رام راو ضابط لما يجويه قائم به<sup>1</sup>، والثِّقاف ما تُسَوَّى به الرماح، وتثقيفها تسويتها وتهديبها.

والثقافة كلمة قديمة في استخدامها في اللغة العربية، استخدمت بمعنى الحدق والتهديب في المعاجم والأمثال العربية، ووردت في التنزيل الكريم بمعنى الفعل وجد في قوله عز وجل ﴿وَأَقْتُلُوهُمْ حَيْثُ ثَقِفْتُمُوهُمْ وَأَخْرِجُوهُمْ مِّنْ حَيْثُ أَخْرَجْتُمُوهُمْ وَالْفِتْنَةُ أَشَدُّ مِنَ الْقَتْلِ وَلَا تُقَاتِلُوهُمْ عِنْدَ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ حَتَّىٰ يُقَاتِلُوكُمْ فِيهِ فَإِن قَاتَلُوكُمْ فَاقْتُلُوهُمْ كَذَلِكَ جَزَاءُ الْكَافِرِينَ﴾<sup>2</sup>

أما الثقافة بمعناها الشائع فلم يكن لها وجود قبل الاحتكاك الأخير بالغرب، حيث تشير الدراسات أن مصطلح الثقافة *kultur* أول ما ظهر ظهر في ألمانيا خلال القرنين السابع عشر والثامن عشر، على اختلاف في ذلك بين أول من استعمل اللفظ، فمن قائل أن ظهوره لأول مرة كان على يد المفكر والقانوني سيميل بوثندروف الذي عاش ما بين 1632 و1694، ومن قائل أن

<sup>1</sup> لسان العرب لابن منظور، ط1، المجلد الخامس، دار الكتب العلمية، لبنان، 2005، ص197.

<sup>2</sup> الآية 191 من سورة البقرة

ظهور الكلمة كان في قاموس ألماني سنة 1793. ومهما يكن من أمر هذه الاختلافات فهي تقرر أن أصل المصطلح ألماني.<sup>1</sup> ورغم تعدد التعريفات التي توصل إليها علماء الفكر والثقافة حول مصطلح الثقافة إلا أنه من الصعوبة بمكان الاتفاق على تعريف، لاختلاف الرؤى المعرفية ولاتساع وشمولية مفهوم الثقافة في حد ذاته حيث يعتبر مفهوم الثقافة من أعقد المفاهيم الاجتماعية تحديداً إلى جانب مفهوم المجتمع، وتشير إحصاءات إلى وجود أكثر من 200 تعريف للثقافة.

ويُعدّ التعريف الذي قدمه مؤسس الثقافة الانثروبولوجية في أوروبا إدوارد تايلور Taylor سنة 1871 في كتابه عن الثقافة البدائية أقدم وأشهر تعريف على الإطلاق، ويعرفها على أنها ذلك الكل المركب الذي يشتمل على المعرفة والمعتقدات والفنون والأخلاق والقانون، والعرف وغير ذلك من الإمكانيات أو العادات التي يكتسبها الإنسان باعتباره عضواً في مجتمع.<sup>2</sup>

وبهذا يُركّز هذا التعريف الانثروبولوجي للثقافة على العناصر اللامادية لحياة الفرد في الجماعة، إضافة إلى العناصر المادية، كما ينظر للثقافة من زاوية مكوناتها، فهو تعريف وصفي يرى في الثقافة من شمولية الحياة الاجتماعية للإنسان. تتميز ببعدها الجماعي. والثقافة، في نهاية الأمر، مكتسبة، وبالتالي فهي لا تنشأ عن الوراثة البيولوجية.

وقد عرّفت المنظمة الدولية للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) الثقافة في إعلان مكسيكو للثقافة سنة 1984 على أنها: "جميع السمات الروحية والمادية والفكرية والعاطفية، التي تميز مجتمعاً بعينه، أو فئة اجتماعية بعينها، وهي تشمل الفنون والآداب وطرائق الحياة، كما تشمل الحقوق الأساسية للإنسان، ونظم القيم والتقاليد والمعتقدات".<sup>3</sup>

وتعريف اليونسكو للثقافة يشبه إلى حد بعيد تعريف تايلور من حيث تركيزه على البعد الوصفي في تعداد عناصر الثقافة. ويعرّف راييموند وليامز Raymond Williams الثقافة على أنها اسم يحدد صيرورة داخلية تخص الحياة النخبوية والفنون، وهي أيضاً اسم لصيرورة عامة تخص تشكيلات سبل الحياة ووسائطها، وقياساً على أي من الصيرورتين تملي منظورها على الثقافة تتغير

<sup>1</sup> Denys CUCHE, **La notion de culture dans les sciences sociales**, La Découverte, 2001. [http:// www.sceco.paris.iufm.fr/ page pdf /culture](http://www.sceco.paris.iufm.fr/page_pdf/culture). Consulté le 08/02/2010.

<sup>2</sup> محمد السويدي، مفاهيم علم الاجتماع الثقافي ومصطلحاته، ط1، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1991، ص50.

<sup>3</sup> المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الخطة الشاملة للثقافة العربية، تونس، 1996، ص16.

دلالة الثقافة وتوجهها.<sup>1</sup> وهو بهذا لا يأخذ بالمعنى العام للثقافة إنما يميز بين نوعين أو مستويين لها : المستوى الأول يتعلق بالجانب الفني والإبداعي ويمثل الثقافة النخبوية فيما يتمثل المستوى الثاني في الصيرورة العامة التي تشكل تفاصيل الحياة وسبل العيش.

ومن اعتبار الثقافة طريقة الملبس والمأكل والمضحك، إلى اعتبارها ذاكرة جماعية وحيالا اجتماعيا ورأسمال رمزي، ومن اعتبارها قدرا ضخما من المعلومات والمعرفة يتكيف من خلالها الناس ويتفاعلون مع محيطهم ويساهمون فيه، إلى اعتبارها ذلك الكل المركب الذي يكتسبه الفرد باعتباره عضوا في الجماعة، تمايزت التعريفات التي أسندت لمفهوم الثقافة، لكنها لا تكاد تخرج عن اتجاهين مهمين<sup>2</sup>، ينظر أحدهما للثقافة على أنها تتكون من القيم والمعتقدات والمعايير والتفسيرات العقلية والرموز والأيدولوجيات و شاكلها من المنتجات العقلية، أما الاتجاه الآخر فيرى الثقافة على أنها تشير إلى النمط الكلي لحياة شعب ما، والعلاقات الشخصية بين أفراد وكذلك توجهاتهم.

وبين الزوايا الضيقة والآفاق الرحبة تعددت وتمايزت التعريفات، وتعددت معها معاني مشتقات اللفظة ومدلولات المفاهيم المركبة منها من مثل المثقف، المثاقفة، التثقيف، المادة الثقافية، البرامج الثقافية... وغيرها. وتوقفت معانيها على المعاني المتبناة للثقافة - وإن كان قصر المفاهيم والمعاني الواسعة التي تحملها لفظة ثقافة على واحد فقط من التعريفات يعد إجحافا في قيمة المفهوم-، إلا أن ضوابط البحث العلمي تقتضي حصرها إجرائيا للمفاهيم بـس النظر عن مدلولاتها الواسعة والفضفاضة بـغية التحكم في زوايا البحث وإطاره الإشكالي.

ومن هذا المنطلق أجدني في هذه الدراسة أستبعد التعريف الواسع والشامل للثقافة والذي يجعلها مرادفا لأي نشاط بشري وأحصرها في مضمونها الفكري ومعناها النخبوي الجاد في مقابلة مع المعنى الجماهيري المسلع والمنمط حتى يتسنى الوصول إلى أغراض البحث المذكورة آنفا.

**خصائص الثقافة:** برغم تمايز التعريفات وتعدد المنطلقات في تحديد مدلول الثقافة إلا أن هذا

<sup>1</sup> سعد لبيب، خمسون عاما من الثقافة الرفيعة، الفن الإذاعي، مجلة تصدر عن اتحاد الإذاعة والتلفزيون، تونس، العدد 187، جويلية 2007، ص 24.

<sup>2</sup> مجموعة من الكتاب، ترجمة علي سيد الصاوي، نظرية الثقافة، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والأدب، جويلية 1997، العدد 223، ص 10.

التنوع في التعريفات أفضى إلى تجلية بعض من خصائص الثقافة والتي أذكر منها:<sup>1</sup>

\* الثقافة نتاج اجتماعي إنساني: ترتبط الثقافة بالمجتمع ارتباطاً وثيقاً يجعل من الصعوبة بمكان الفصل بينها عملياً، فالثقافة لا توجد من دون وجود مجتمع، والمجتمع لا تقوم له قائمة إلا بالثقافة، فالثقافة هي التي تنفخ روح التميز والأصالة في الجماعات الإنسانية، وتمدها بثوابت الاستمرار، حتى يُقال مجازاً أن الإنسان كائن ثقافي بالأساس.

\* الثقافة مكتسبة: فالثقافة ليست خاصية فطرية أو غريزية، إنما هي نسق من المعارف والمعتقدات والخصائص والعلاقات والأنماط... التي ينتشأ عليها الفرد من خلال انتمائه إلى جماعة معينة، فالمرء يشترك مع جميع البشر في خصائص معينة هي الخصائص البيولوجية، ويشترك مع عدد قليل منهم في الخصائص النفسية، وقد لا يشترك مع الكثير منهم في الخصائص الاجتماعية والثقافية التي تميز جماعته عن باقي الجماعات.

\* الثقافة انتقالية وتراكمية: تنتقل الثقافة والأنماط الثقافية عبر الزمان وعبر المكان بواسطة العمليات الاتصالية المختلفة، حيث تنتقل القيم والعادات المختلفة أو ما يُطلق عليه في مفهوم نظرية الثقافة بالتحيزات الثقافية من جيل لآخر ومن مجتمع إلى آخر.

\* الثقافة متغيرة: تخضع الثقافة لقانون التغير الذي يخضع له الكون بأسره، وكما قيل كل شيء يتغير ما عدا قانون التغير ذاته، وقد نُقل عن هيريقلطس قوله أن التغير هو قانون الوجود، والتغير يطال العناصر المادية للثقافة والمتمثلة في الجانب الحضاري كما يطال منظومة القيم والعادات التي تشكل الجانب المعنوي للثقافة.

\* الثقافة معيارية: حيث تشكل المكونات الثقافية مجموعة أنساق مثالية تصبح بمثابة الأعراف والنواميس التي يمثل لها أعضاء الجماعة ويحكم من خلالها على مشروعية الفعل الاجتماعي من عدمها.

\* البرنامج الثقافي التلفزيوني/ المادة الثقافية: إن أبرز الإشكالات التي تحكم العلاقة:

<sup>1</sup> محمد كحط عبيد الربيعي، الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية: المضامين والأشكال والتلقي، دراسة تحليلية وميدانية لنماذج مختارة من القنوات الفضائية، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمرك، 2007، [www.ao-accademy.org](http://www.ao-accademy.org) تاريخ الولوج: 25 أبريل 2009.

ثقافة – تلفزيون هي تحديد طبيعة هذه العلاقة، هل هي علاقة احتواء تجعل التلفزيون معطى ثقافيا يُنظر إلى كل مواده وبرامجه بمنظور انثروبولوجي للثقافة يرى فيها ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة والفن والعقائد وكل ما يكتسبه الإنسان من حيث هو عضو في جماعة، وبذلك تصب كل البرامج التلفزيونية في خانة الثقافي بما فيها الرياضة وبرامج الأخبار .. وغيرها. أم هل يُحدد ويميّز الثقافي عن الرياضي وعن السياسي بتحديد زوايا معينة يُطلق عليها الثقافة.

أعتقد أن رسم حدود البرنامج التلفزيوني الثقافي يتحدد بوضوح بتمييزه عن المادة التلفزيونية الثقافية، حيث أن تحديد إطار كل واحد منهما يرفع اللبس عن معاني كليهما، كما يُقيد المفهوم إجرائيا ويضبط مسار البحث عمليا.

فالبرنامج الثقافي ليس مفهوما مرادفا للمادة الثقافية، فمفهوم المادة الثقافية شامل ومرن يحمل في طياته إمكانية كامنة لممارسة الدور الثقافي للتلفزيون بمنظور متطور يتفق مع شمولية الأهداف الثقافية.<sup>1</sup>

\*المادة الثقافية: مادة الشيء ليست الشيء نفسه، ولكن هي ما يتكون منه الشيء. حيث يتكون أي برنامج أو رسالة اتصال من عدة عناصر يمكن اعتبار كل عنصر منها مادة، فموضوع البرنامج مادة، والغرض منه مادة، وأسلوبه مادة، وضيوفه مادة..<sup>2</sup>

وقد تكون مادة ما هي مكونات الشيء (البرنامج) فتصبغه بلونها وصفاتها وطبيعتها، أو قد تكون بعض مكوناته حيث تشاركها مواد أخرى في تكوينه، فالبرنامج التلفزيوني قد يتطرق لموضوع واحد- مادة واحدة- أو عدة موضوعات مستقلة.

وبتطبيق هذا المفهوم المرن والشامل للمادة على التلفزيون تتوفر فرص أكبر لتحقيق الرسالة الثقافية للتلفزيون بمفهوم أشمل وبأسلوب أقل مباشرة من البرامج الثقافية، فالمادة الثقافية من هذا المنطلق تعطي إمكانية تطعيم كل نوعيات البرامج التلفزيونية بلمسة ثقافية سواء موضوعها، أو غرضها أو أساليب تناولها في فقرات معينة أو في كل البرنامج.

بمعنى آخر ينطلق مفهوم المادة الثقافية التلفزيونية من النظرة الكليانية للثقافة، حيث أن تقديم

<sup>1</sup> عفاف طبالة، حول الدور الثقافي للتلفزيون، مجلة الإذاعات العربية، تونس، العدد الثالث، 2001، ص63.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص63.

برنامج يتناول مجالات الإبداع الفني والفكري والعلمي يُعتبر مادة ثقافية، وأسلوب الحوار الديمقراطي في برنامج سياسي يعتبر مادة ثقافية، كما أن تعزيز اللغة الرصينة هو مادة ثقافية.. وكل هذه الزوايا تؤثر في الممارسات الثقافية للمتلقي من قريب أو من بعيد .

أما عن محاولات تعريف البرامج الثقافية التلفزيونية فنجد محاولة سهير جاد التي تعتبر البرامج التلفزيونية الثقافية هي البرامج التي تُقدم من خلال التلفزيون بهدف تبسيط موضوع أو فكرة ثقافية في صورة تلفزيونية مقبولة تقوم على الإفادة من إمكانات الفن التلفزيوني، وتتميز بالتجديد 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 المزيد من التفوق والإجادة.<sup>1</sup>

وتركز سهير جاد في تعريفها هذا على اعتبار التلفزيون أداة لتبسيط الثقافة ودمقرطتها بنشرها على أوسع نطاق، كما تعتبره وسيلة من وسائل التجديد والرقى في الإنتاج الثقافي.

في حين يحصر نصر الدين العياضي البرامج التلفزيونية الثقافية في الجوانب الإبداعية التي يبثها التلفزيون، مما يتناول الكتاب والمؤلفين والموسيقى والأدب والشعر والرقص والمسرح والفنون التشكيلية بمختلف الأشكال التعبيرية من ريبورتاجات، تحقيقات صحفية، أفلام وثائقية، حوارات<sup>2</sup>

وهو بهذا ينأى بالبرامج الثقافية من الزاوية الاثنوبولوجية ويحصرها فيما سماه رايغوند ويليامز في الصيرورة النخبوية التي تضم الإبداعات الإنسانية بمختلف أشكالها.

وفي دراسته عن الإعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون يعرف عبد الله تايه البرامج الثقافية على أنها البرامج التي يتم بثها في الإذاعة والتلفزيون، وتتضمن ألوانا من المعرفة والثقافة في المجالات المختلفة التي يتم تزويد الإنسان بها، وتعتمد على السرد أو الحوار أو المقابلة وأشكال أخرى تقدم من خلالها إلى الجمهور،<sup>3</sup> ويميز بينها وبين البرامج التعليمية، التي تحتوي هي الأخرى على قدر من الثقافة والمعرفة، والتي ترتبط أساسا بمفهوم التعليم الذي يهدف إلى تربية النشء وإعداد المواطن الصالح جسميا ونفسيا وخلقيا.

وقد أوضح الباحث أنه من الصعب تعيين الحدود بين البرامج الثقافية والعامّة أو السياسية،

<sup>1</sup> سهير جاد، البرامج الثقافية في التلفزيون، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1987، ص 97.

<sup>2</sup> نصر الدين العياضي، مفهوم المادة الثقافية في التلفزيون، مجلة الإذاعات العربية، تونس، العدد الثالث، 2001، ص 48.

<sup>3</sup> عبدالله تايه، الإعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون، ط 1، رام الله، فلسطين، دار الماجد للطباعة والنشر، 2006، ص 32.

سيما وأن الكثير من البرامج تشترك في جوانب متداخلة قاسمها الثقافة، أو هناك برامج ثقافية تنحى منحى عاما أو سياسيا، والعديد من الموضوعات السياسية تتضمن جوانب ثقافية، وليس من السهل الفصل بين ما هو سياسي وما هو ثقافي. وبهذا حدد البرامج الثقافية في البرامج التي لها علاقة بالثقافة من حيث الأدب بأنواعه، المسرح، السينما، الإذاعة والتلفزيون، الفن التشكيلي، الموسيقى، الغناء والرقص والأوبرا، وكل ما يقدم من برامج تلفزيونية تحمل مضامين فكرية.<sup>1</sup>

وبهذا تكون البرامج التلفزيونية الثقافية المقصودة في هذه الدراسة هي البرامج التلفزيونية التي تتناول الفنون الأدبية والفكرية، والإبداعات الفنية الراقية والمعارف، وتعالجها بطريقة جادة ورفيعة، وبمختلف الأشكال التعبيرية التلفزيونية من ريبورتاجات وتحقيقات وبرامج حوارية وأفلام وثائقية.. وغيرها.

أي هي البرامج التلفزيونية ذات المحتوى الثقافي التي تُعالج في مختلف القنوات التلفزيونية والتي يُقبل على مشاهدتها الأساتذة الجامعيون.

**ج- عادات مشاهدة البرامج التلفزيونية:** العادات جمع مفردة عادة habit لغة مشتقة من العود والمعاودة والاعتياد، وهي ثاني البدء، بمعنى الرجوع إلى الأمر الأول.<sup>2</sup>

جاء في معجم العلوم الاجتماعية أن العادة هي صيغة مكتسبة في السلوك كمهارة حركية أو نظرية أو طريقة في العمل أو في التفكير، وتكرر العادة بحيث يتصرف الفرد بطريقة آلية مع السرعة والدقة والاقتصاد في المجهود.<sup>3</sup>

وهي نمط من السلوك والتفكير المكتسب والذي يصبح راسخا حتى يعود في معظمه لا واعيا وآليا.<sup>4</sup>

كما تُعرف العادة في علم النفس على أنها استعداد مكتسب ودائم لإنجاز الأشغال نفسها أو

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 34.

<sup>2</sup> لسان العرب لابن منظور، المجلد الثاني، ص 703.

<sup>3</sup> أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، بيروت، مكتبة لبنان، 1988، ص 190.

<sup>4</sup> Gilles Ferréol, et autres, **Dictionnaire de sociologie** 3<sup>ème</sup> édition, Paris, France, Armand colin, 2004, p84.

### تحمل الآثار نفسها.<sup>1</sup>

وإن تعددت وتميزت تعريفات العادة في ميدان علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي، فإنها تُقرّر أن أصل العادة الاكتساب، وأنها بنت التكرار على حد تعبير أرسطو، فالتكرار عامل أساس في تكوين العادة لأن العادة قلما تتكون من المرة الواحدة.

كما تتميز العادة بثبات واستقرار نسبي مع سهولة في الأداء إلى حد الآلية يُسهل على الفرد التكيف مع بيئته الاجتماعية. فالفرد يُنمي أساليب تُعتبر اعتيادية بالنسبة له في التفكير والشعور والإدراك والحديث والمشى، وبالمثل يُنمي عادات تتمثل في ردود الفعل والإيماءات والتعبيرات اللفظية وغير اللفظية التي تميزه عن غيره.

### ومذا تنقسم العادات إلى:<sup>2</sup>

\* عادات حيوية: وترتبط بالتكيف الحيوي للكائن الحي - تعود البرد أو الحر/ تعود نمط من أنماط الغذاء -

\* عادات حركية: وهي استعداد مكتسب لتكرار بعض الحركات والقيام ببعض الأفعال وفق آليات ثابتة تولدت بالتكرار والتعلم الإرادي ثم أصبحت بعد التمرين غير محتاجة إلى الجهد والإرادة - الكتابة على الحاسوب -

\* عادات نفسية محضة: هي استعدادات مكتسبة تبعث الإنسان على الإحساس أو التفكير أو فعل على الصورة التي أحس أو فكر أو عمل بها من قبل، فمن عادات التفكير الترتيب والتناسق في الأفكار والتعمق فيها، والتأني في الحكم، أو السرعة فيه والتعمق في الخيال.. وغيرها. ومن عادات الانفعال والإرادة، ضبط النفس وكظم الغيظ ومحاربة الهوى والعفة والمروءة وغيرها من العادات الأخلاقية.

أما عن مصطلح العادات في علوم الإعلام والاتصال فيعرفه خضير شعبان على أنه سلوك إنساني وظاهرة فردية لها ضوابطها، تتكون من التعلم وتكرار الاستجابات وتكرر في مواقف متشابهة، وهناك عادات اجتماعية وأخرى جماعية تنشأ في المناسبات الخاصة كازدياد الأطفال

<sup>1</sup> جميل صليبا، علم النفس، ط2، بيروت، لبنان، دار الكتاب اللبناني، 1984، ص692.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص690.

وحالات الزواج<sup>1</sup>

بمعنى أن عادات المشاهدة هي سلوك يسلكه المتلقي إزاء وسائل الإعلام، وهو سلوك تحكمه معايير ومتغيرات متعددة . وعادات المشاهدة في هذه الدراسة تعني الأوقات والأحجام الزمنية التي تعود الأستاذ الجامعي على قضائها في مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية، أي الوقوف على الحجم الزمني للمشاهدة، والأيام المفضلة مع إبراز الكيفية التي تتم بها الظروف التي تتبع ذلك.

**د- أنماط المشاهدة:** لغة مفردتها نمط وأنمط، ويُجمَع أيضا على نمط، وهي الطريقة والنوع. كما تُطلق على ضرب من البسط، وعلى الجماعة من الناس أمرهم واحد، والنمط هو الصنف، أو الأسلوب أو الطريقة أو المذهب، والتنميط هو التصنيف وفقا لمعيار معين، أو مجموعة معايير<sup>2</sup> اصطلاحا: النمط نموذج يتكون من خصائص فرد أو جماعة أو ثقافة أخرى وتُستخدم النماذج من أجل توفير وسيلة لتصنيف الأشخاص أو الثقافات، كما أنها تُفيد في التحليل في الوقت نفسه، ويستخدم التنميط في تصنيف العناصر الثقافية أو الجماعات الإنسانية أو المجتمعات المحلية.<sup>3</sup> ويُعرّف علماء الاجتماع النمط على أنه جزء من السلوك التفاعلي الذي يتكرر بشكل غالب، فهو مجموعة متناسقة من السلوكيات التي تلبى التي يقوم بها الشخص، والتي تربط بين الأشخاص وتوجد بينهم تأثيرا واعتمادا متبادلا<sup>4</sup> بالتالي فإن أنماط المشاهدة تعني أساليب وطرق المشاهدة التلفزيونية، أي ما يُفضّل أساتذة الجامعة مشاهدته من برامج تلفزيونية ثقافية، وأسس اختيارهم وتفضيلهم لها.

**هـ-الاتجاهات:**

**لغة:** وجه كل شيء مستقبلة،<sup>5</sup> جاء في التنزيل العزيز {فأينما تولوا فثم وجه الله}<sup>6</sup> سورة البقرة، الآية 115 من سورة البقرة. اتجه يتجه اتجاهها بمعنى المسلك، أو الطريق، أو القصد {وأقم وجهك

<sup>1</sup> خضير شعبان، مصطلحات في الإعلام والاتصال، الجزائر، دار اللسان العربي، 2001، ص184.

<sup>2</sup> محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، مصر، دار المعرفة الجامعية، 1996، ص491.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص491.

<sup>4</sup> إبراهيم مذكور، معجم العلوم الاجتماعية، مصر، الهيئة العامة للكتاب، 1975، ص692.

<sup>5</sup> لسان العرب لابن منظور، المجلد السادس، ص4775.

<sup>6</sup> سورة البقرة، الآية 115 .

للدين حنيفا { الآية 30 من سورة الروم ، أي اتبع الدين القيم.

اصطلاحاً: يستخدم مصطلح الاتجاهات كترجمة عربية لمصطلح Attitude الذي ينتسب تاريخياً إلى ميدان علم النفس التجريبي الألماني أين برز كمفهوم في نهايات القرن التاسع عشر للدلالة على الحالة العصبية النفسية التي تهيئ وتسهل القيام بعمل ما، ويعود استخدام كلمة aptitudo اللاتينية إلى أصلين اثنين هما:<sup>1</sup>

— أُشتق من الأصل اللاتيني Aptus والذي يشير إلى معنى اللياقة، وأول من استخدمه هربرت سبنسر Herbert Spencer حين قال في كتابه "المبادئ الأولى first principales " عام 1862 "إن وصولنا إلى أحكام صحيحة في المسائل الجدلية يعتمد على حد كبير على الاتجاه الذهني الذي نحملة أثناء إصغائنا إلى هذا الجدل والاشترك فيه"<sup>2</sup>.

— يرتبط بكلمة posture التي تعني وضع الجسم عند التصوير، ثم تطور استخدام المصطلح ليشير إلى الوضع المناسب للجسم للقيام بأعمال معينة.

وحظي مفهوم الاتجاه بأهمية بالغة باعتباره من أهم دوافع السلوك، والتي تؤدي دوراً أساسياً في توجيهه، لذا تعددت تعريفاته في ميادين علم النفس وعلم النفس الاجتماعي، ومختلف العلوم التي تحاول أن تبلور صورة متوقعة للسلوك الاجتماعي من خلال التعرف على موقف الإنسان واتجاهه من قضية أو ظاهرة معينة، وحتى علم السياسة اهتم بموضوع الاتجاهات النفسية على اعتبار الرأي العام هو إجمالي مختلف الاتجاهات السائدة بين أفراد المجتمع.

وليس أدل على هذه الأهمية العدد الكبير من التعريفات التي أحصاها نيلسون E.Nelson سنة 1939، ونشرها في قائمة تضم أزيد من مائتي وجهة نظر مختلفة في تحديد طبيعة الاتجاه، وتمييزه عن بعض المفاهيم المرتبطة من مثل الرأي، المعتقد، القيمة وغيرها..<sup>3</sup>، لذا يجدر استعراض بعض التعريفات الاصطلاحية لمفهوم الاتجاه، وتوضيح الفرق بينها وبين بعض المفاهيم المتداخلة لتقديم صورة أوضح لدلالة المفهوم.

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص17.

<sup>2</sup> عبد اللطيف محمد خليفة، عبد المنعم شحاتة محمود ، سيكولوجية الاتجاهات، د.ط، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، د.س، ص3.

<sup>3</sup> المرجع السابق، ص8.

يُعد تعريف عالم النفس السلوكي جوردن ألبورت Gordon Alport أشهر تعريف للاتجاه، حيث يذكر في بحث له حول الاتجاهات النفسية أن الاتجاه هو " إحدى حالات التهيؤ والتأهب العقلي العصبي التي تنظمها الخبرة، وتكون ذات تأثير توجيهي دينامي على استجابة الفرد في جميع الموضوعات والمواقف التي ترتبط بهذا الاتجاه ".<sup>1</sup>

أي أن الاتجاه يُعبّر عن رأي الإنسان فيما يمر به من مواقف وخبرات وأحداث رفضاً أو قبولا، وهو بذلك يمثل حالة مكتسبة تُعبّر بشكل خاص عن جوانب عقلية وعصبية تجعل الإنسان متجهها في رأيه سلباً أو إيجاباً في تقييم تلك الظاهرة أو ذلك الموقف.

وبهذا يكون الاتجاه تحفظاً نحو السلوك داخل الموقف، ولكنه ليس السلوك في حد ذاته، لأن الموقف الاجتماعي تحكمه ظروف تفاعلية مختلفة تؤثر في انسياق الإنسان في سلوك دون آخر قد لا يُعبّر عن حقيقة موقفه أو اتجاهه، كما هو الحال في بعض المواقف السياسية أو الدينية التي تجر الفرد نحو سلوك قد لا يرتضيه في حال زوال المؤثرات المحيطة بالموقف والتي تمنعه من أن يتخذ القرار السلوكي المناسب.<sup>2</sup>

ويُعرف معجم علم الاجتماع لجامعة كامبردج Cambridge الاتجاه على أنه وضع أو موقف أو رأي disposition أو اعتقاد مكتسب يسمح لنا بالتنبؤ بالسلوك، مثلاً لو اكتشفنا أن فرداً يحمل اتجاهها إيجابياً اتجاه مرشح للرئاسة، فبإمكاننا أن نتنبأ بأنه سيصوت \_ سلوك \_ لصالح هذا المرشح.<sup>3</sup>

وطبقاً لهذا التعريف يمثل الاتجاه مدخلاً هاماً لدراسة السلوك الفردي والتنبؤ به، حيث يعتبر الاتجاه تحفيزاً نحو سلوك معين داخل موقف معين، لكنه لا يمثل بأي حال من الأحوال السلوك في حد ذاته، لأن الموقف الاجتماعي - الانتخابي في المثال السابق - محكوم بظروف تفاعلية مختلفة تؤثر في انسياق الإنسان في سلوك دون آخر قد لا يُعبّر عن حقيقة موقفه أو اتجاهه.

ويُورد دينكن ميتشل في معجم علم الاجتماع أن الاتجاه ميل أو نزعة يتعلمها الفرد من بيئته

<sup>1</sup> صالح محمد علي أبو جادو، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، ط2، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2000، ص190.

<sup>2</sup> عقيل نوري محمد، قياس اتجاهات الشباب العربي نحو المرأة، دراسة في أبعاد الوعي التنموي، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد300، فبراير2004، ص95.

<sup>3</sup> Bryan S. Turner, *The Cambridge Dictionary of sociology*, Cambridge, U.K., Cambridge University Press, 2006,p25.

الاجتماعية، وتهدف إلى تقويم الأشياء بطريقة متميزة وبتماسكة وبعيدة كل البعد عن التضاد والتنافر<sup>1</sup>.

أما لوجندر فيُعرّف الاتجاه على أنه حالة ذهنية ( شعور، إدراك، فكرة، قناعة، إحساس) واستعداد داخلي مكتسب من قبل الفرد اتجاه نفسه أو اتجاه عنصر من عناصر بيئته أو محيطه (أشخاص، أشياء، وضعيات، أحداث، إيديولوجيات، أساليب تعبير... ) يدفعه إلى تبني طريقة أو أسلوب معين في الوجود أو التصرف بشكل سلمي أو إيجابي.<sup>2</sup>

و يُمثّل الاتجاه حالة نفسية للشخص تتركز على معارفه ومعتقداته وتوجه استجاباته وسلوكياته في مواقف معينة، بل وترسم إلى حد ما أسلوبه في الوجود وتحرك تصرفاته ، أي أن الاتجاه ينطوي على ثلاثة عناصر مترابطة، عقلائي، ووجداني، وسلوكي، أي فكر وشعور وعمل. وكان سميث Smith أول من قدم تحليلاً منظماً وشاملاً عن الاتجاهات، مميزاً في وصفه بين ثلاث فئات من الخصائص:<sup>3</sup>

الفئة الأولى وتمثل في الجوانب الانفعالية التي يمكن قياسها من حيث وجهتها - - إيجاباً أو سلباً - وشدها - قوة وضعفا- وترتبط بدرجة ميل الفرد على الإقبال أو الإحجام، أو بدرجة التحيز أو النفور بالنسبة لموضوع الاتجاه،

وتمثل هذه الفئة المكون الوجداني من مكونات الاتجاه، ويشير إلى الحالة الوجدانية أو الانفعالية للفرد أي مشاعره وأحاسيسه نحو موضوع ما.

الفئة الثانية وتشمل الجانب المعرفي ممثلاً في مجموعة الأفكار والمعتقدات والعمليات العقلية المتعلقة بموضوع الاتجاه والتي يبني عليها اتجاه الفرد.

ويميز سميث بين الوسط المعلوماتي informational context الذي يتضمن معلومات الفرد ومعتقداته عن موضوع الاتجاه، وبين المنظور الزمني time perspective وهو مقدار الدور الذي

<sup>1</sup> سعاد مسلم الشبو، أسعد علي وطفة، بنية العقل الوجداني واتجاهاته، دراسة حالة طلاب جامعة الكويت، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، السنة الثالثة والعشرون، العدد 264، فبراير 2001، ص60.

<sup>2</sup> عبد الوهاب بوخوفة، المدرسة، التلميذ، المعلم، وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2006-2007، ص41.

<sup>3</sup> عبد اللطيف محمد خليفة، عبد المنعم شحاتة محمود ، سيكولوجية الاتجاهات، مرجع سبق ذكره، ص10.

تؤديه التطورات المتوقعة بالنسبة لموضوع الاتجاه في نظرة الفرد الحالية.

ويعرف روكتش الاتجاه استنادا إلى المكون المعرفي بأنه تنظيم من المعتقدات له طابع الثبات النسبي حول موضوع أو موقف معين يؤدي بصاحبه إلى الاستجابة بشكل تفضيلي<sup>1</sup> أما الفئة الثالثة فتتمثل في الجانب النزوعي أو السلوكي، ويتصل بطرق العمل التي يرغب الشخص في إتباعها نحو موضوع الاتجاه، أي أنماط السلوك والتصرفات التي يسلكها الشخص نحو موضوع الاتجاه.

وهكذا نجد أن التعريفات السابقة للاتجاه تقع في ثلاث مجالات هي علم النفس الاجتماعي، وعلم النفس وعلم الاجتماع، وإذا كان علم النفس يُركّز على الخصوصية الفردية والسيكولوجية للاتجاهات- ويظهر ذلك من خلال تعريف عالم النفس السلوكي ألبورت الذي يرى في الاتجاه إحدى حالات التهيؤ والتأهب العقلي العصبي التي تنظمها الخبرة - فإن علم الاجتماع يُركّز على خصوصيته الاجتماعية برؤيته للاتجاه على أنه ميل أو نزعة يتعلمها الفرد من بيئته الاجتماعية - تعريف معجم علم الاجتماع لجامعة Cambridge - في حين يولي علم النفس الاجتماعي أهمية خاصة للتكامل بين الجانب النفسي والجانب الاجتماعي.

وعلى الرغم من التباين الملحوظ في التعريفات، فإن تحليلها يقود إلى استجلاء بعض نقاط التجانس ويؤكد بعض المحاور المشتركة بينها والتي تُشكّل الخصائص العامة للاتجاهات وهي:<sup>2</sup>

- 1- الاتجاهات مكتسبة ومتعلمة وليست متوارثة.
- 2- يميل الفرد إلى نوعين من الاتجاهات سلبية وإيجابية، فالإتجاه استعداد مسبق لردود تتراوح بين الإيجابية والسلبية ( نحو نوع من البرامج مثلا)، وهذا ما يطلق عليه في ميدان علم النفس الاجتماعي وجهة الإتجاه - الإقبال أو النفور-
- 3- قابلية اتجاهات الفرد للقياس والتقويم.
- 4- قابليتها للتعزيز والتطوير أو التعديل والتغيير، ومن أبرز وسائل تعزيز الاتجاهات أو تغييرها قادة الرأي ووسائل الإعلام وخاصة منها التلفزيون بما يملكه من سمات تأثيرية تجعله يساهم في تغيير الاتجاهات أو تعديلها.

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص20

<sup>2</sup> ماهر محمود عمر، سيكولوجية العلاقات الاجتماعية، ط2، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1992، ص183.

5- الاتجاهات مشحونة بالطابع الانفعالي حول موضوع معين ذلك أنها تتصل بالقيم والعادات.

6- الاتجاهات نسبية في مستوى ديمومتها واستمراريتها وثباتها؛ فهي تقع بين ثبات المعتقدات وتغيير الآراء.

7- والنقطة المحورية التي تتفق حولها معظم التعريفات تؤكد أن الاتجاه يشكل مدخلا أساسيا لدراسة السلوك الاجتماعي والفردى، وبوابة مشروعة لإدراك الذهنية الخاصة بالفرد أو بالجماعة.

### \* الاتجاهات وبعض المفاهيم المشابهة:

الاتجاهات والمعتقدات والآراء: يُميّز علماء النفس وعلماء الاجتماع عادة بين ثلاثة مستويات لما يفكر ويشعر به الأفراد.

المستوى الأول: هو المعتقدات belief أو القيم value، وهي محددات عقلية وشعورية عريضة ومتعمقة وشبه ثابتة لدى الأفراد والجماعات، تحدد النظرة الكلية والأساسية للفرد نحو الحياة والعالم والمجتمع ونحو نفسه، وتمتاز بخاصية الثبات النسبي<sup>1</sup>. وقد اعتبر بعض العلماء أن الاتجاه والقيمة وجهان لعملة واحدة ومنهم بوجاردوس الذي يرى أن كل اتجاه مصحوب بقيمة وأن الاتجاه والقيمة جزءان لعملية واحدة. ولا معنى لأحدهما دون الآخر<sup>2</sup>، فإذا كان الاتجاه اتجاه إقدام وقبول ورضا، كانت القيمة التي تصحبه وترتبط به قيمة إيجابية، أما إذا كان الاتجاه اتجاه إحجام وعدم قبول كانت القيمة سلبية. وفي كثير من الأحيان يطلق علماء الاجتماع على نمط المعتقدات والقيم هذه - إذا كانت مترابطة ومتسقة - لفظ الإيديولوجيا، أو النظرة الكلية.

المستوى الثاني هو الاتجاهات، والاتجاه هو التهيؤ أو الميل للإدراك والتفكير والشعور والسلوك، وهو أقل ثباتا وأكثر قابلية للتغير من المعتقدات، والعلاقة بين المعتقدات والاتجاهات هي العلاقة بين العام والخاص، بين الأكثر ثباتا والأقل ثباتا. نال الإيمان بدين معين يجعل اتجاه الفرد نحو المؤمنين بهذا الدين إيجابيا في معظم الأحيان، ولكن هذا الاتجاه قابل للتغير في ضوء ظروف معينة حتى ولو لم يغير هذا الفرد من معتقده، فهذا الأخير أكثر عمقا ورسوخا، وبتعبير آخر إذا تغير المعتقد فإن

<sup>1</sup> سعد الدين إبراهيم، اتجاهات الرأي العام العربي نحو مسألة الوحدة - دراسة ميدانية - ، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ط2، أكتوبر 1981، ص48.

<sup>2</sup> عبد اللطيف محمد خليفة، عبد المنعم شحاتة محمود، سيكولوجية الاتجاهات، مرجع سبق ذكره، ص35.

الاتجاهات النابعة منه تتغير، ولكن العكس ليس صحيحاً.<sup>1</sup>

المستوى الثالث هو الآراء، والرأي هو حالة تفكيرية موقفية مرنة تجاه شيء أو شخص أو مسألة معينة في لحظة زمنية محددة، والرأي ينبع عموماً من الاتجاه ويتلون به، فهو وسيلة التعبير اللفظي عن الاتجاه ولكن الآراء أكثر قابلية للتغير من الاتجاهات، والرأي قد يتغير مع ثبات الاتجاه ولكن لو تغير الاتجاه فإن الآراء النابعة منه لا بد أن تتغير .

وخلاصة القول أن الاتجاهات هي الحالة الوسطى من حيث درجة الثبات بين المعتقدات من ناحية والآراء من ناحية أخرى.

ويتصور الباحثون مفهوم الاتجاه على النحو الآتي:الاتجاه يشبه خطاً مستقيماً يمتد بين نقطتين، إحداها تمثل أقصى القبول للموضوع الذي يتعلق به الاتجاه، والأخرى تمثل أقصى الرفض لهذا الموضوع، والمسافة القائمة بينهما تنقسم إلى نصفين عند نقطة الحياد التام، ويتدرج أحد النصفين شيئاً فشيئاً نحو ازدياد القبول كلما ابتعدنا عن نقطة الحياد، ويتدرج النصف الآخر نحو ازدياد الرفض.<sup>2</sup>



ومما سبق، وبعد الإطلاع على المفاهيم والتعريفات السابقة يمكنني اعتبار الاتجاه تأهباً نفسياً واستعداداً عقلياً مكتسباً من التجارب والخبرات التي يمر بها الفرد، يتميز بالثبات النسبي، ويوجه إلى حد ما مشاعر الفرد وسلوكياته نحو الأشياء أو الأفراد أو الموضوعات أو المواقف، يقع بين الرفض والقبول أو الإيجاب والسلب.

وبهذا يمكن اعتبار اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو البرامج التلفزيونية الثقافية : تأهباً نفسياً واستعداداً عقلياً مكتسباً من التجارب و خبرات التي مر بها الأستاذ الجامعي، يتميز بالثبات النسبي، يوجه استجاباته وسلوكياته نحو البرامج التلفزيونية الثقافية سواء بالإقبال أو الإحجام، أو القبول أو

<sup>1</sup> سعد الدين إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 49.

<sup>2</sup> عبد اللطيف محمد خليفة، عبد المنعم شحاتة محمود، سيكولوجية الاتجاهات، مرجع سبق ذكره، ص 65.

الرفض لمضامين ومستوى هذا النوع من البرامج التلفزيونية، باعتبار الاتجاه مفسرا للسلوك الاتصالي من خلال عادات المشاهدة وأنماطها.

فعلماء الاتصال يعتبرون السلوك ناتجا عن متغير ما خفي يعمل كوسيط بين المنبه والاستجابة، ويمكن استنتاجه من السلوك العلني، فهو يعمل كمتغير مستقل في علاقته بالسلوك الاتصالي، كما قد يكون تابعا في علاقته ببعض الرسائل الإعلامية<sup>1</sup>

\* مقاييس الاتجاه: لا يمكن فهم الاتجاهات النفسية وكل ما يتعلق بها من عوامل تسهم تكوينها أو تطورها، أو ثبوتها أو تعديلها ما لم يكن هناك أساس علمي يمكننا من تحديدها وقياسها بدقة باعتبارها مؤشرات لتفسير السلوك ومحاولة التنبؤ به.

لذلك يعتبر قياس الاتجاهات النفسية من المجالات البحثية البارزة، والتي شغلت علماء النفس وعلماء الاجتماع على حد سواء، لما للاتجاهات من أهمية في كثير من ميادين الحياة العامة سواء كانت سياسية، اقتصادية، دينية، اجتماعية، تربوية وغيرها..

وذكر فورسيث Forsyth أن الاتجاهات النفسية يمكن قياسها بطرق شتى، لعل أبسطها وأسرعها على الإطلاق هو القياس التخميني الذي يعتمد على سؤال الأفراد عن اتجاهاتهم نحو ظاهرة ما في المجتمع، أو بناء على تجميع ملاحظاتهم وآرائهم ووجهات نظرهم حولها مباشرة.<sup>2</sup>

وجدير بالذكر أنه لا يمكن الاعتماد على هذا المقياس التخميني بصورة أساسية في تقدير اتجاهات الأفراد نحو ظاهرة ما سائدة في المجتمع، لأنه قد لا يعبر عن اتجاهاتهم الحقيقية الدينية في نفوسهم نحوها، والتي يحتفظون بها لأنفسهم ولا يريدون الإفصاح عنها لغيرهم مما يشكك في صدق المقياس وصحة نتائجه.

وعلى العموم تتنوع الأساليب المستخدمة في مجال قياس الاتجاهات بين:<sup>3</sup>

— مقاييس التقدير الذاتي.

— مقاييس ملاحظة السلوك الفعلي.

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 1993، ص97.

<sup>2</sup> ماهر محمود عمر، سيكولوجية العلاقات الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص208.

<sup>3</sup> عبد اللطيف محمد خليفة، عبد المنعم شحاتة محمود، سيكولوجية الاتجاهات، مرجع سبق ذكره، ص84.

\_\_ مقاييس الاستجابة الفيزيولوجية .

\_\_ الأساليب الإسقاطية.

● **مقاييس التقدير الذاتي:** تعد مقاييس التقدير الذاتي من أكثر الأساليب شيوعاً واستخداماً في مجال قياس الاتجاهات، حيث بدأت باستخدام السؤال التقريري للاتجاه، وهو عبارة عن سؤال واحد يُطلب فيه من الفرد إبداء رأيه حيال موضوع هذا السؤال، ثم يقوم الباحث بالتحليل الكمي والكيفي لمضمون إجابات الفرد أو مجموعة الأفراد للوقوف على اتجاهاتهم نحو موضوع الدراسة<sup>1</sup> وتتميز هذه الطريقة ببساطتها وسطحيتها، حيث لا يمكنها الإحاطة بكافة جوانب الاتجاه وأبعاده.

وتطورت طرق مقاييس التقدير الذاتي في قياس الاتجاهات وأخذت أشكالاً متعددة منها:<sup>2</sup>

طريقة المسافة الاجتماعية لبوجاردوس، طريقة المقارنة الزوجية لثيرستون، طريقة المسافات المتساوية البعد لثيرستون وشيف، طريقة التقديرات التجمعية لليكرت، طريقة التدرج التجمعي لجوتمان، أسلوب مميز المعنى لأوسجود وآخرين.

وإن تعددت مقاييس التقدير الذاتي وابتدأت صفاتها فهي تركز بشكل أساسي على التقديرات التي تقرها استجابات المبحوث، كما أنها تركز على بعد واحد من أبعاد الاتجاه وهو وجهة الاتجاه، أي على المشاعر الإيجابية أو السلبية نحو الموضوع المراد دراسة الاتجاه نحوه.

وسأتطرق لبعض هذه المقاييس بشيء من التفصيل في العنصر الموالي ( الطرق العلمية لقياس الاتجاهات).

● **مقاييس تعتمد على ملاحظة السلوك الفعلي نحو موضوع الاتجاه:** حاول علماء النفس الاجتماعي إيجاد طريقة دقيقة لقياس الاتجاهات لا تقوم على التقرير الذاتي، وتمثلت هذه الطريقة في ملاحظة السلوك، باعتبار أن ما يشعر به الفرد يظهر من خلال التعبيرات والسلوكيات الخارجية التي تُعتبر مؤشرات تكشف بطريقة غير مباشرة عن اتجاهات الفرد من حيث موافقته أو معارضته، تقبله أو رفضه، حبه أو كراهيته.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 85.

<sup>2</sup> Bryan S. Turner, **The Cambridge Dictionary of sociology**, opcit, p27.

<sup>3</sup> Ibid, p27.

وتعتمد هذه الطريقة على المعاينة المباشرة لأشكال السلوك الظاهر للشخص من خلال مراقبة حركاته أو ملاحظة نبرات صوته.. وغيرها من المؤشرات السلوكية الدالة على الاتجاهات.

• **الأساليب الإسقاطية:** تعتمد الأساليب الإسقاطية على أدوات أو مواقف مُعدّة، يُعبّر فيها د عن اتجاهاتهم أو مشاعرهم الداخلية لمثيرات لفظية أو شكلية مرتبطة بموضوع الاتجاه، حيث تُعطى للمبحوث عبارات مرتبطة بموضع معين ويطلب منه تكملتها، أو تُعرض عليه صور ويطلب منه التعليق عليها بما يناسب مكنوناته الشعورية.

**الطرق العلمية لقياس الاتجاهات:** : من أهم وأشهر الطرق لقياس الاتجاهات بناء مقاييس تتكون من إجابات لعدد من العبارات تتدرج من السلب إلى الإيجاب أو العكس، وتعددت مقاييس الاتجاهات وتنوعت مجالات استخدامها واتخذت مسميات أصحابها مثل مقياس ليكرت، ثيرستون، بوجاردوس، غوتمان، أوسجوود.. وغيرها، وسأقتصر في دراستي على ذكر أشهرها وفق تسلسلها الزمني:

\*مقياس بوجاردوس Bougardus: أو كما يعرف بمقياس المسافات الاجتماعية، وهو من أكثر المقاييس شيوعاً في قياس الاتجاهات نحو الجماعات الإثنية، طوره إيموري بوجاردوس Emory Bogardus (1882-1973) في عشرينات القرن العشرين لقياس اتجاه التعصب العنصري من قبل الأمريكيين نحو المقيمين على الأرض الأمريكية من الجنسيات الأخرى ومدى تقبلهم أو نبذهم لهم.<sup>1</sup>

يتكون المقياس من سبع استجابات متدرجة تبدأ بأقصى درجة من التقبل والتقارب الاجتماعي، تُمثّلها الاستجابة رقم واحد بعبارة يتزوج الأجنبي من أفراد عائلتك/ الارتباط بأحد أفراد جنسية ما بالمصاهرة، وينتهي بأقصى درجة من النبذ والتباعد بالاستجابة رقم سبعة والتي تتضمن العبارة لا يدخل الأجنبي وطنك/الرغبة في طردهم من وطنك، وينحصر بين هاتين الاستجابتين استجابات متدرجة من قمة التقبل إلى قمة التباعد الاجتماعي، ممثلة في خمسة عبارات أخرى متتابعة كالاتي:<sup>2</sup>

- يتزوج الأجنبي من أفراد عائلتك.

<sup>1</sup> Ibid, p30.

<sup>2</sup> Ibid, p 35.

- الأجانب كأصدقاء شخصيين.

- الأجانب كجيران/يعيش الأجانب بجوارك.

- الأجانب كزملاء مهنة.

- قبولهم كمجنسين/ حق المواطنة.

- الزيارة العابرة لأي منهم لوطنك.

- الرغبة في طردهم من الوطن.

وبهذا يقيس مقياس بوجاردوس المسافة التي يريد المواطن الأمريكي أن يحتفظ بها بينه وبين أفراد جنسية من الأقليات المقيمة على الأرض الأمريكية، لهذا سمي مقياس المسافات الاجتماعية بقياسه درجة تقبل أو رفض الأشخاص في مجال العلاقات الاجتماعية.

ويعتبر مقياس بوجاردوس من المقاييس التجمعية فمن يوافق على قبول جماعة ما كأصدقاء (الوحدة رقم 2)، يوافق أيضا على أن يعيش مع هذه الجماعة كجار (الوحدة رقم 3)، وهذا هو المقصود بالمنطق التجمعي في مقاييس الاتجاهات.

\*مقياس المسافات المتساوية البعد لثيرستون Thurstone وشيف Chief: يُسمى هذا المقياس مقياس الأوزان المتساوية لأنه يتصف بتساوي الأوزان وتدرجها من قمة التأييد إلى قمة الرفض للظاهرة المراد قياس الاتجاهات نحوها، بما يحدد درجة معينة ومحددة للتأييد أو درجة معينة ومحددة للرفض.

نشر ثيرستون تفاصيل هذا المقياس في مقالة بعنوان "الاتجاهات يمكن قياسها" سنة 1928، حيث استعمله أول مرة في قياس الاتجاه النفسي نحو المؤسسات الدينية التي تمثلها الكنائس.<sup>1</sup>

ويمكن تلخيص طريقة ثيرستون في تصميم وبناء مقياسه على النحو الآتي:<sup>2</sup>

- تجميع عدد كبير من العبارات المختلفة التي تمثل درجات متفاوتة من الاتجاه النفسي نحو

المؤسسات الدينية (الكنائس) حيث تم كتابة كل منها على بطاقة خاصة بها.

<sup>1</sup> ماهر محمود عمر، سيكولوجية العلاقات الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص 210.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 210.



### المبحث الثاني: الدراسات السابقة والمشابهة.

تقتضي المنهجية السليمة ضرورة وقوف الباحث على التراث العلمي أو ما يسمى الدراسات السابقة أو المشابهة ليتمكن من تحديد وصياغة مشكلة البحث بدقة، وبالنسبة لهذه الدراسة فإن الدراسات التي اطلعت عليها لا ترتبط بصورة مباشرة بموضوع البحث الذي أنا بصدد البحث فيه، والمرتبطة بالجمهور التوعوي للإعلام الثقافي المتمثل في الأساتذة الجامعيين، ومع ذلك فالاطلاع على هذه الدراسات قد دعا إليه الاهتمام بمحوري الدراسة وهما: دراسة جمهور وسائل الإعلام من جهة، والإعلام الثقافي من جهة أخرى. وفيما يخص الإعلام الثقافي أو البرامج الثقافية التلفزيونية فهناك عدد من الدراسات التي تناولت مكانة هذا النوع من البرامج في الشبكة البرمجية التلفزيونية، وتحليل مضمونها ودورها التثقيفي، فحين لم يحظ جمهور هذه البرامج بالدراسة الكافية، حيث لم يتم العثور على أي دراسة تناولت جمهور الإعلام الثقافي من النخبة، أو تناولت أنماط تلقي المثقفين البرامج الثقافية ونجاحاتهم نحوها، لهذا أقتصر على دراسات مشابهة مرتبطة بموضوع البحث وتخدم سياقه العام، وقد نُحجت في عرض هذه الدراسات نَحجا وصفيا يتناول عنوان الدراسة وصاحبها ثم إدراج ملخص يتناول أهم فصول الدراسة، وإشكالياتها، ومنهجيتها، مع عرض أهم نتائجها ثم تقييم الدراسة ومدى الاستفادة منها بالنسبة لموضوع دراستي.

#### \* دراسات عن الإعلام الثقافي:

1- دراسة سهير جاد: البرامج التلفزيونية و الإعلام الثقافي<sup>1</sup>: وهي دراسة عن البرامج الثقافية في التلفزيون المصري من خلال تحليل مضمون هذه البرامج في تلفزيون جمهورية مصر العربية عامي 1981-1984.

وتتمحور الدراسة حول الدور الذي يقوم به التلفزيون في مصر اتجاه الثقافة المعاصرة، وكيفية قيامه بهذا الدور، وما هو المضمون الذي تنقله البرامج الثقافية وماهي خصائصها الفنية، وقد قامت الباحثة بطرح مجموعة من التساؤلات:

ما هي الخصائص التي تميز التلفزيون كوسيلة تثقيف؟

<sup>1</sup> سهير جاد، البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1987.

هل يعمل التلفزيون على رفع ثقافة الجمهور وتحسين مستواه الفكري، من خلال تبسيط الثقافة وتقديمها في شكل مستساغ سمعياً ومرئياً لجمهور مختلف النوعيات؟  
ما علاقة التلفزيون بوسائل الاتصال الأخرى: صحافة، كتاب، مسرح، سينما، من حيث أداء الوظيفة الثقافية؟

ما المقصود بالبرامج الثقافية بوجه عام، وفي تلفزيون جمهورية مصر بشكل خاص؟  
هل تقدم البرامج الثقافية المتنوعة في التلفزيون المعارف وتفسرها و تعلق عليها؟  
ما هي العقبات التي تعيق التلفزيون عن أداء وظيفته الثقافية، وكيف يمكن التغلب عليها؟  
وبناء على التساؤلات التي طرحتها الباحثة، قامت بتحديد الموضوعات التي تستهدفها دراستها وهي:

\* نسبة البرامج الثقافية في تلفزيون جمهورية مصر العربية مقارنة بالبرامج الترفيهية و السياسية.

\* مدى مساهمة البرامج الثقافية في التلفزيون المصري في التذوق الفني و الجمالي.

\* مستويات التعبير اللغوي في البرامج الثقافية في التلفزيون المصري.

واعتمدت الباحثة على نوعين من المناهج:

المنهج التاريخي بتعرضها لنشأة وتطور البرامج الثقافية في جمهورية مصر العربية.

منهج المسح، واستخدمت الباحثة منهج المسح بالعينة وأسلوب تحليل المضمون.

اختارت الباحثة عينة من البرامج الثقافية خلال الدورة التلفزيونية أبريل - يونيو 1981م، والدورة التلفزيونية يناير-مارس 1984م، وذلك لإجراء المقارنة بينهما.

وقد تضمنت الدراسة اثني عشر فصلاً، تناول الفصل الأول وسائل الإعلام ووظيفة التثقيف، وتناول الفصل الثاني الخصائص التثقيفية للتلفزيون، وتناول الفصل الثالث والرابع تعريف البرامج الثقافية والمعايير التلفزيونية للبرامج الثقافية، وتناول الفصل الخامس تخطيط البرامج الثقافية، والفصل السادس تناول الأساليب الفنية في إنتاج البرامج الثقافية، والثامن كان عن اتجاهات البرامج الثقافية، والتاسع عن هذا النوع من البرامج والتذوق الفني والجمالي، والعاشر حول البرامج الثقافية والثقافة الأدبية، والفصل الحادي عشر عن البرامج الثقافية وتبسيط العلوم، والثاني عشر كان حول الشكل

الفني للبرنامج الثقافي في مصر.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- يعتبر التلفزيون من الوسائل الغنية بالخصائص التثقيفية التي تؤدي إلى إيجاد الوفرة والتنوع لإفادته من الكلمات والصور وتعبيرات الوجه والموسيقى وغيرها.

- كما بينت الدراسة أن التلفزيون كوسيلة للثقافة يعرض مواد متنوعة في الآداب والفنون والعلوم، ويسمح بأساليب متعددة، وبذلك يصعب الفصل بين البرامج الثقافية وغيرها من البرامج، إذ يمكن أن توظف أغلب الأعمال التلفزيونية، بما في ذلك البرامج الترفيهية والمسلسلات، تحت عنوان الثقافة.

- توصلت الدراسة إلى أن البرامج الثقافية احتلت الترتيب الثاني بعد الأعمال الدرامية بنسبة 19.73% وحقت تقدما ملموسا عام 1984 مقارنة بعام 1981.

- احتلت البرامج الثقافية المتمحورة حول الثقافة الفنية صدارة الترتيب، تليها البرامج الثقافية المتعلقة بالمعارف العامة بنسبة 24.12%، ثم المتعلقة بالثقافة العلمية بنسبة 15.97%، أما التي تعنى بالأدب وفنونه فلم تتعد نسبتها 9.7%.

- أن البرامج الثقافية تقدم للجماهير كافة وليس من أجل الصفوة وحدهم.

- أن الثقافة في مضمون البرامج التلفزيونية ليست ترفا أو ترفيها، وإنما هي ضرورة في مجتمع يسعى إلى بناء ذاته.

- تنوعت الأشكال التلفزيونية للبرامج الثقافية من برامج وصفية ومقابلات وندوات ومسابقات وهي تهدف على تحقيق الديمقراطية وتوصيلها بمختلف المستويات، فصحي وعامية، إلى أوسع القطاعات الجماهيرية بما يتلاءم واهتماماتها ومستوياتها التعليمية المختلفة.

**تقييم الدراسة ومدى الاستفادة منها:** تُعتبر هذه الدراسة من الدراسات المشاهدة للدراسة التي

أنا بصدد إعدادها، حيث أن تطابقهما نسبي، فبينما نجد متغيري دراسة سهير جاد الثقافة والتلفزيون، تربط دراستي بين متغيري الأساتذة الجامعيين والبرامج الثقافية التلفزيونية، لذا فالتشابه بين الدراستين يكمن في الإطار العام النظري لكليهما وهو الإعلام الثقافي، كما يكمن الاختلاف أيضا

في طبيعة كل دراسة، حيث تهتم الأولى بوصف واقع الإعلام الثقافي والبرامج الثقافية في القنوات المصرية و دراسة محتواها لتقييم وظيفتها التثقيفية، بينما تهتم دراستي بجمهور هذه البرامج واتجاهاته نحوها، لذلك تندرج الدراسة الأولى ضمن دراسات المحتوى الإعلامي معتمدة على المنهج المسحي التحليلي باستخدام تحليل المحتوى كأداة للقياس، بينما تندرج دراستي ضمن دراسات الجمهور معتمدة على المنهج المسحي باستخدام أداة الاستبيان، و على الرغم من الفروق بين الدراستين فقد أمكن استخدام الدراسة والاستفادة منها في تدعيم الإطار النظري للدراسة المتعلق بالإعلام الثقافي والدور الثقافي للتلفزيون.

## 2- دراسة د. عفاف طهالة دور البرامج الثقافية في التلفزيونات العربية في تعريف

### الجمهور العربي بالثقافات العربية<sup>1</sup>.

وتهدف الدراسة التي أجريت عام 1998 إلى التعرف على مكانة المادة الثقافية العربية التي تتناول فروع الثقافة المختلفة والنشاط الثقافي والإبداعي والفكري والفني للكيانات العربية المختلفة في التلفزيونات العربية، ومقارنة هذه المكانة بالدور المفترض أن تقوم به للتعريف بهذه الثقافات، والتعرف على العوامل المؤثرة على هذه المكانة.

واعتمدت الباحثة في جمع البيانات على استطلاع رأي القائم بالاتصال في أربع قنوات، وتحليل مضمون للبرامج الثقافية لخمس قنوات عربية، كما اعتمدت إلى جانب ذلك على لقاءات مع بعض القائمين على البرامج الثقافية لتدعيم بعض البيانات.

وتضمنت عينة الدراسة القنوات الآتية: القناة المصرية الثانية، قناة النيل الثقافية، قناة فلسطين، التلفزة المغربية، قناة الجزيرة، وشمل استطلاع آراء القائمين بالاتصال عينة تكونت من 35 مبحوثاً اختيرت بطريقة عشوائية طبقية من أربعة قنوات هي: مصر- القناة الأولى والثانية - فلسطين، المغرب.

وتبلورت الدراسة حول خمسة محاور هي: 1- دور التلفزيونات في التعريف بالثقافات المختلفة

<sup>1</sup> عفاف طهالة، دور البرامج الثقافية في التلفزيونات العربية في تعريف الجمهور العربي بالثقافات العربية، مجلة الإذاعات العربية، تونس، العدد 3، 2006، ص 86.

2-التلفزيون بين الحفاظ على الذات والانفتاح على الآخر 3- الحفاظ على الثقافة الوطنية 4- الانفتاح على الثقافات الأخرى 5- التلفزيونات العربية بين مفهوم الهوية والانفتاح على الآخر.

\* تقييم الدراسة و مدى الاستفادة منها: تُعتبر هذه الدراسة دراسة مشابحة للدراسة التي أنا بصدددها، حيث تبحث في الوظيفة التثقيفية للتلفزيون، ودوره في خدمة الثقافة العربية وتعريف الجمهور العربي بثقافته، واستطلاع آراء بعض القائمين بالاتصال حول هذا الدور (التعريف بالثقافات الوطنية) من خلال الانفتاح أو الحفاظ على الهوية.

وهذه الدراسة لا تلتقي مع دراستي سوى في الإطار النظري الذي يبحث في العلاقة بين الثقافة والتلفزيون، ودور التلفزيون في عمليات المثاقفة بين أبناء الوطن العربي، لذا فقد أمكن الاستفادة من خلفيتها النظرية في الموضوع.

3- دراسة عبد الله التايه: الإعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون<sup>1</sup>: وهي دراسة وصفية تحليلية للبرامج الثقافية في إذاعة وتلفزيون فلسطين لسنوات 2002/2003/2004/2005، من خلال قراءة للشبكة البرنامجية لإذاعة صوت فلسطين وقناة فلسطين الفضائية كعينة للدراسة. وتضمنت الدراسة سبعة فصول، تناول الفصل الأول سردا تاريخيا لتطور إذاعة وتلفزيون فلسطين، وتناول الفصل الثاني، والذي جاء بعنوان الإعلام الثقافي في فلسطين، مقاربات للإعلام والثقافة والفرق بين قطاعي الإعلام والثقافة.

ثم ماهية الإعلام الثقافي الذي لا يعتبره الكاتب مجرد لقاء حوارى، أو جلسة نقاش، أو ندوة فكرية، إنما هو إعلام يلاحقنا في الشارع والبيت والمدرسة والجامعة ووسائل المواصلات والنوادي والتجمعات العديدة اليومية.. مما يجعل له وقعا دائما وإلحاحا يوميا وتأثيرا يتراكم على مر الوقت. وبهذا تتعدد وسائل الإعلام الثقافي، حسب الكاتب، من كتب وصحف وجامعات ووسائل إعلامية وغيرها، ويعتبر التلفزيون أهم هذه الوسائل لأنه يجعل المشاهد مشاركا بكل حواسه من سمع ورؤية وانتباه وتركيز.

أما في الفصل الثالث فيتطرق الكاتب للعلاقة بين الإعلام الثقافي والهوية، معتبرا الإعلام الثقافي بابا هاما من أبواب الدفاع عن الهوية وتحصين ثقافة الأمة ضد التيارات الثقافية الغازية.

<sup>1</sup> عبد الله تايه، الإعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون، ط1، رام الله، فلسطين، دار الماجد للطباعة والنشر، 2006.

ليخصص الفصل الرابع للحديث عن البرامج الثقافية في الإذاعة والتلفزيون والتي تمثل حسب مشروعها ثقافياً يتكامل ويتداخل بقوة مع السياسة الثقافية القائمة.

أما الفصل الخامس فخصه الكاتب للتحليل الكمي لحساب زمن بث البرامج الثقافية في كل من إذاعة صوت فلسطين وقناة فلسطين الفضائية، بملاحظة الدورات البرنامجية لسنوات 2002/2003/2004/2005، حيث سجل الكاتب تذبذباً في نسبة البرامج الثقافية في إذاعة صوت فلسطين التي بلغت سنة 2002 نسبة 2.96%، ونسبة 16.4% سنة 2003، لتتخفص إلى 4.8% سنة 2004 و في سنة 2005 بلغت 6.39% من زمن البث العام.

أما بالنسبة لقناة فلسطين الفضائية فبلغت سنة 2002 نسبة 13.98%، لتتخفص إلى 6.35% سنة 2004، و نسبة 7.73% للدورة البرنامجية لسنة 2005.

ليخصص الكاتب الفصل السادس للحديث عن البرامج الثقافية و علاقتها بالبرامج الأدبية التي يعتبرها أقرب الأنواع للإعلام الثقافي بما تؤديه من دورٍ في ترسيخ وتعميق ما ينتجه الفكر والوعي الإنساني وفي تعبيرها عن الاهتمامات الإنسانية. ليتطرق في الفصل الأخير إلى أشكال البرامج الثقافية المتنوعة من برامج وصفية، جماهيرية، حوارية، برامج المسابقات وغيرها.

وقد عزي الكاتب عبد الله التايه هبوط مستوى الأداء في الشكل والمضمون والمهنية في برامج الهيئات الإعلامية الفلسطينية عامة، وبرامج الإعلام الثقافي بوجه خاص، إلى ممارسات الاحتلال الصهيوني التي تضيق الخناق على المؤسسات الإعلامية الفلسطينية مادياً و أمنياً - على مستوى التجهيزات وأيضاً حرية التعبير - إضافة إلى ظروف الانتفاضة الاستثنائية التي أدت إلى التركيز على البرامج الإخبارية والسياسية على حساب زمن بث البرامج الثقافية وبرامج الآداب والفنون.

\* تقييم الدراسة و مدى الاستفادة منها: انطلقت الدراسة السابقة من إشكالية الإعلام

الثقافي في وسائل الإعلام الثقيلة - الراديو والتلفزيون - لدولة فلسطين المحتلة، وحاولت مقارنة زمن البرامج الثقافية إلى الزمن الإجمالي للبث، من خلال قراءة إحصائية للشبكات البرنامجية لبضع سنوات، وتحليل للعوامل المساهمة في تدني نسبة هذا النوع من البرامج ومستواها، لكن تعدد سنوات الدراسة 2002/2003/2004/2005 أثر في عمق التحليل وقصره في مستوى كمي لنسب البرامج الثقافية ونوعها - محلية أو أجنبية - دون الولوج في ماهيات هذه البرامج وأنماط تلقيها لدى المشاهد الفلسطيني.

كما أن الباحث انطلق من إطار شمولي في مقارنة البرامج الثقافية والإعلام الثقافي عموماً حيث اعتبر الإعلام الثقافي إعلاماً يلاحقنا في الشارع والبيت والمدرسة والجامعة ووسائل المواصلات والنوادي والتجمعات العديدة اليومية وهذا الطرح يطرح إشكالات على مستوى التحديد الإجرائي للدراسة. لكن ثراء الإطار النظري الذي تعرّض للإعلام الثقافي عموماً، ثم البرامج الثقافية وفرّ إطاراً نظرياً متكاملًا أفادني في إثراء الإطار النظري لدراستي التي تضع الإعلام الثقافي كخلفية نظرية.

#### 4- دراسة محمد كحط عبيد الربيعي الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية: المضامين،

والأشكال والتلقي<sup>1</sup> و دراسة وصفية تحليلية ميدانية تهدف إلى التعرف على طبيعة البرامج الثقافية في بعض القنوات العربية، ودراسة جمهورها في عدد من الدول العربية، وقد عمد الباحث إلى اختيار عينة من الفضائيات العربية حاول أن تكون ممثلة للمنطقة العربية من الناحية الجغرافية، وحاول ل مع مضامينها تعاملاً وصفياً من خلال تحليل المضامين الممررة بها من الفترة 15 مارس إلى 25 أوت 2007.

وتوزعت الدراسة على أربعة فصول، تناول الفصل الأول الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة، وفيه تم تحديد مشكلة البحث التي تمحورت حول أهمية التلفزيون بوصفه أبرز الوسائل الاتصالية والإعلامية والثقافية اليوم، وواقع البرامج الثقافية التلفزيونية ودورها في تشكيل الوعي الثقافي لدى المشاهد العربي، وذلك من خلال طرح مجموعة من الأسئلة تهدف بالأساس إلى معرفة مدى تأثير المواد والبرامج الثقافية التي تقدمها القنوات الفضائية العربية وهل تسهم في إغناء التذوق الفني والجمالي، وهل تتكامل مع وسائل الفنون والثقافة الأخرى وتروج لها، ولخص الباحث أهداف دراسته في النقاط الآتية:

\* التعرف على طبيعة مضامين وأشكال وأساليب البرامج الثقافية التلفزيونية من ناحية الإعداد، الإخراج، التقديم، التلقي.

<sup>1</sup> محمد كحط عبيد الربيعي، الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية: المضامين والأشكال والتلقي، دراسة تحليلية وميدانية لنماذج مختارة من القنوات الفضائية، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمرك، 2007، [www.ao-accademy.org](http://www.ao-accademy.org) تاريخ الولوج: 25 أبريل 2009.

\* تحديد الجوانب السلبية واقتراح سبل تجاوزها وتأشير مواضع التميز والدعوة لتوسيع دائرة تطبيقاتها.

\* التعرف على حجم الاهتمام الممنوح للبرامج الثقافية، من خلال دراسة نسبة الفترة الزمنية المخصصة فعلياً للبرامج الثقافية، ودراسة مضامين لنماذج بعض تلك البرامج.

\* التعرف على الإطار الأيديولوجي الذي تعبر عنه كل قناة في تناولها للشأن الثقافي.

\* محاولة تشخيص عناصر التشابه والاختلاف بين القنوات الفضائية العربية في تناولها للبرامج الثقافية، مع الأخذ بنظر الاعتبار التفاوت والاختلاف الثقافي والاقتصادي والاجتماعي لدول الفضائيات قيد الدراسة.

وفي سبيل الوصول إلى الأهداف المبتغاة من البحث اعتمد الباحث منهج البحث الوصفي الاستدلالي والذي يستند إلى دراسة وتحليل المضامين والأشكال والأساليب التي تتضمنها المادة المبحوثة مستعيناً بوحدة تحليل المضمون وبعض الجداول الإحصائية اللازمة كونها تتناسب مع موضوع البحث ومشكلته.

كما قام الباحث بالعمل الميداني وصياغة الاستبيانات الخاصة للقائمين بالاتصال (المخرجين ومعدّي ومقدمي البرامج الثقافية في القنوات الفضائية العربية)، ولعينة من جمهور المتلقين المهتمين بالشأن الثقافي.

وتمثلت حدود الدراسة التحليلية للبرامج الثقافية في القنوات الفضائية العربية التي تم اختيارها من مناطق مختلفة تشمل الفضاء العربي وهي البغدادية، والمصرية، والسورية، والتونسية وقناة دبي. في الفترة الممتدة من 15 مارس إلى 25 أوت 2007.

أما دراسة القائمين على الاتصال فاقترنت على مخرجين ومعدّين ومقدمين للبرامج الثقافية في القنوات الفضائية العربية. وفيما يخص الجمهور المتلقي أخذ الباحث عينات من مصر، سوريا، العراق، اليمن، ليبيا، تونس، ومن دول المهجر، مراعيًا في ذلك أن يكون هؤلاء من الجمهور الذي يهتم بالشأن الثقافي.

في حين تناول الفصل الثاني مقاربات عن ثقافة الصورة، وخصائص الصورة التلفزيونية، ثم

البرامج الثقافية كمادة إعلامية، والبرامج الثقافية في الخطط البرنامجية التلفزيونية، والعلاقة بين البرامج الثقافية والمشاهد.

وقد أوضح الباحث أنه من الصعب تعيين الحدود بين البرامج الثقافية والعامّة أو السياسية، سيما وأن الكثير من البرامج تشترك في جوانب متداخلة قاسمها الثقافة، أو هناك برامج ثقافية تنحى منحى عاما أو سياسيا، والعديد من الموضوعات السياسية تتضمن جوانب ثقافية، وليس من السهل الفصل بين ما هو سياسي وما هو ثقافي.

هذا عن الإطار النظري للدراسة، أما الإطار الميداني فتوزع على الفصلين الثالث والرابع؛ تناول الفصل الثالث توصيف عينة الدراسة الخاصة بالإطار التحليلي والميداني وعرض تفصيلي لأهم الفروض التي انطلق منها الباحث في دراسته لكل من القوائم بالاتصال في البرامج الثقافية، والبرامج الثقافية في القنوات محل الدراسة، وجمهور البرامج الثقافية التحليل الوصفي لأهم البرامج الثقافية في القنوات محل الدراسة، وتناول الفصل الرابع تحليل نتائج البحث الخاصة بكل عنصر.

ولاحظ الباحث من خلال النتائج المتوصل إليها أن جميع القنوات الفضائية العربية تضع ضمن خططها للبرامج حيزا للبرامج الثقافية، ولكنها متباينة بين فضائية وأخرى. فبعض الفضائيات لا تهتم كثيرا بذلك، بينما نجد أخرى تضع نسبا محددة للبرامج الثقافية المتخصصة، إضافة إلى البرامج العامة التي تحتوي مضمونا ثقافيا.

أما عن مكانة البرامج الثقافية بمجموعة الفضائيات العربية محل البحث فتبين أنها لا تتجاوز نسبة 15%. إذ يبلغ الحد الأدنى 4% لقناة دبي، 24% للفضائية التونسية (17% للبغدادية و 20% للفضائية المصرية).

ولاحظ أيضا تراجع البرامج الثقافية ذات المضمون الأدبي، لصالح البرامج ذات المضامين الفنية، كالغناء والسينما والموسيقى والرقص والتمثيل، وكذا الثقافة العامة، مع ازدياد نسبة البرامج الثقافية التي تبث بشكل مباشر إلى 46% قياسا بالسنوات الماضية، حيث لم تكن تتعدى 3%.

أما حدود الفترة الزمنية لهذه البرامج فهي بحدود 60 دقيقة لـ 48% منها، ثم 30 دقيقة بنسبة 19%، و 90 دقيقة بنسبة 15%، من هنا فإن 60 دقيقة تبدو هي المهيمنة حيث تتيح تقديم مادة جيدة من ناحية الكم، ولا تبعث على الملل لدى المتلقين.

ويؤكد الباحث أن البرامج الثقافية العامة والمواضيع الخاصة بالثقافة والتوعية هي البرامج الرئيسية بنسبة 28% تليها البرامج الفنية بنسبة 13%، والأدبية بنسبة 12%، والفكرية بنسبة 10%، والفنون التشكيلية بنسبة 10%، والوثائقية بنسبة 8%، وهذا يعني انحسار المواد الأدبية التي كانت طاغية بالسنين السابقة.

كما تؤثر النتائج إلى ازدياد استخدام اللهجة المحلية في سياق تقديم البرامج الثقافية، فهناك 74% من البرامج تستخدم اللهجة المحلية، منها 25% تستخدمها بكثرة، و35% بشكل متوسط و 40% تستخدمها أحيانا، والغريب في الأمر أن الجمهور فضل أن تقدم البرامج الثقافية كخليط بين الفصحى والعامية بنسبة 61%، و 33% فقط يفضل الفصحى. وتعتبر نسبة من يفضلون العامية نسبة كبيرة خاصة في هذا النوع من البرامج التي يفترض أن تكون باللغة الفصحى.

وحول استخدام المصطلحات والكلمات الأدبية فإن 57% من البرامج توظف هذا النوع من لغة الاختصاص، ومن هذه النسبة توجد فقط 17% تستخدمها بكثرة، و30% بشكل متوسط، و53% تستخدمها فقط عند الضرورة.

وعن طبيعة الجمهور المستهدف فهو عامة الجمهور بنسبة 52%، والمتقنين بنسبة 20%، والنخبة بنسبة 11%، وفئات الطلبة والشباب بنسبة 9%، والنساء بنسبة 6%، والمهاجرين بنسبة 2%، أي أن معظم البرامج الثقافية موجهة لجمهور عام غير متخصص.

ويلاحظ الباحث أن 73% من القائمين على الاتصال يعتقدون بأن البرامج الثقافية تحظى بمتابعة الجمهور، أما دراسة أسباب إحجام البعض عن متابعتها فكانت المؤشرات كالاتي: 21% يعزى لتفضيل الجمهور لبرامج المنوعات والتسلية، 20% لانخفاض درجة ثقافة بعض الأفراد، و13% لتوقيت عرض البرامج الثقافية غير المناسب، و11% لابتعاد الموضوعات المطروحة عن اهتمامات الجمهور.

أما عن أهداف البرامج الثقافية فيرى القائمون على الاتصال بأن الأهداف التي ينبغي أن تعمل البرامج الثقافية على تحقيقها هي: تنمية القيم الإنسانية والحضارية بنسبة 20%، وتعريف الجمهور بالقضايا الثقافية بنسبة 19%، والانفتاح على الثقافات العالمية بنسبة 17%، وتنمية الحس الجمالي بنسبة 13%، وتعزيز الانتماء والهوية الثقافية بنسبة 11%.

وخرج الباحث باستنتاجين هامين هما:

- الأول: عدم وجود تخطيط مدروس أو خطط بعيدة المدى، خطط استراتيجية لتطوير الواقع الثقافي من خلال البرامج الثقافية في القنوات الفضائية العربية، بل نجد الارتجالية والتخبط.
- الثاني: معظم البرامج الثقافية من إنتاج القنوات الفضائية العربية التي تقدمها، وقليل منها من إنتاج خارجي.

\* تقييم الدراسة ومدى الاستفادة منها: تعتبر هذه الدراسة دراسة شاملة حاولت الإحاطة بالرسالة ومستقبل الرسالة واستقصاء آراء بعض القائمين بالاتصال في المجال الثقافي، حيث أنها تجمع بين بحث مكانة البرامج الثقافية في بعض القنوات العربية، ودراسة الجمهور الذي يتعرض لهذا النوع من البرامج، ومعرفة عادات وأنماط مشاهدته لها، وبالتالي فهي أقرب دراسة وأشبهها بموضوع دراستي، حيث زيادةً على الإطار النظري الذي تتخذه الدراسات كخلفية - الإعلام الثقافي - فهما تشتركان كذلك في دراستهما لجمهور البرامج الثقافية التلفزيونية وأنماط تعرضه لها. لكن ما يمكن ملاحظته من أوجه الاختلاف هو أن الباحث اختار عينة مكونة من جمهور المتلقين العام، لكن دراستي حصرت وحددت مجتمع البحث في فئة النخبة ممثلة في أساتذة الجامعة لمعرفة اتجاهاتها فيما يقدم من مضامين ثقافية تلفزيونية.

و ا فقد أفادتني الدراسة في إثراء الجانب النظري بقراءة شاملة لواقع البرامج الثقافية في مجموعة من القنوات الفضائية، إضافة إلى الفائدة المنهجية في صياغة أسئلة الاستمارة استرشادا بالنتائج المتحصل عليها في الدراسة.

5- دراسة José Videl بإشراف Milagros del Corel et Jean Michel Bear

Beneyto بعنوان البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية الأوروبية العمومية<sup>1</sup>.

وهي دراسة أجريت لحساب اليونسكو واللجنة الأوروبية استهدفت إجراء تحليل مقارنة

<sup>1</sup> Milagros del Corel et Jean Michel Bear, Les programmes culturels sur les chaînes publiques de télévision européennes approche comparative, Etude en ligne :unesdoc.unesco.org/images/0011/001134/113404fo.pdf (consulté le 01/05/2010).

للمكانة التي تحتلها البرامج الثقافية في الشبكة البرمجية لأهم القنوات التلفزيونية الأوروبية العمومية خلال الفترة الزمنية الممتدة بين 1991-1994.

انظمت الدراسة وفق مجموعة معادلات حاولت طرح العلاقة المعقدة بين البرامج الثقافية والتلفزيون:

معادلة: مفهوم الثقافة في المحيط المتغير، وتتطرق لسعة دلالة مفهوم الثقافة، واختلاف الرؤى حوله في البلدان الأوروبية بين المعنى الانثروبولوجي والمعنى الجمالي، ما ينعكس على مفهوم البرامج الثقافية الذي يتنوع بتنوع الاستعمالات المهيمنة لمفهوم الثقافة، فبالنسبة للبعض كل البرامج النوعية programmes de qualité هي برامج ثقافية، في حين ينتقل البعض الآخر من المعنى الانثروبولوجي للثقافة إلى معناها الدقيق المنحصر في كل ما هو نوعي وجمالي. وتتخذ الدراسة تعريفاً رايها للبرامج الثقافية على أنها برامج الموسيقى الكلاسيكية، برامج الفن، برامج الثقافة العامة، برامج العلوم البرامج الثقافية programmes cultivées المتعلقة بالفنون الجميلة، وثائقيات حول المجالات الفنية - موسيقى رقص أدب مسرح فن تراث هندسة سينما مسرح-، البرامج التثقيفية programmes cultivant التي تهدف إلى الإخبار والتثقيف والترفيه، وثائقيات الاستكشافات والمعارف.

معادلة: ديكتاتورية الجمهور وتتطرق لعلاقة البرامج الثقافية بالجمهور منطلقاً من مبدأ أن البرامج ذات التوجه الثقافي لا تهدف الوصول إلى جمهور واسع، وهو ما يتعارض مع المنطق الربحي لمعظم القنوات التلفزيونية، ما يحكم على البرامج الثقافية إما بالاختفاء التدريجي من البرمجة، وإما في حالة تضمينها في دفتر الشروط بالبحث في ساعات ضعف المشاهدة أين لا يكون المشاهد المفترض في الموعد.

وفي سبيل الوصول إلى إجابات عن المعادلات المذكورة قام الباحثان برصد التطور الكمي للبرامج الثقافية في مجموعة من القنوات الأوروبية، إضافة إلى دراسة عينة من جمهور البرامج الثقافية في التلفزيونات الأوروبية.

وبعد القيام بتحليل مقارن لوضعية البرامج الثقافية في عدد من القنوات الأوروبية تأكدت صحة المعادلات التي طرحت كابتدائيات.

1- معادلة مفهوم الثقافة في محيط متغير: تشهد بوجود عائق أمام اتفاق الفاعلين في الحقل التلفزيوني في تناولهم لعلاقة تلفزيون ثقافة.

2- معادلة ديكتاتورية الجمهور وهي قطاعا التي تتحكم في علاقة التلفزيون بالثقافة، فمعظم القنوات الأوروبية في حالة حرب حول الجمهور وهذا ما يدفع بالبرامج الثقافية إلى أوقات ضعف المشاهدة، كما أكدت النتائج التحليلية أن نسب البرامج الثقافية في عديد من القنوات التلفزيونية الأوروبية تشهد تذبذبا وعدم استقرار بل وحتى تراجع ملحوظا لصالح البرامج الفنية و غيرها.

واختتمت الدراسة بمجموعة توصيات تمثلت في:

\* ضرورة تحديد فئات ومؤشرات عامة متفق عليها تسمح بتجاوز العقبات المتعلقة بالبرامج الثقافية.

\* العمل على مناهج بحث كيفية لقياس الجماهير وتأثير البرامج التلفزيونية.

\* تقييم الدراسة و مدى الاستفادة منها: تتطرق الدراسة للإشكاليات التاريخية التي ميزت العلاقة تلفزيون ثقافة في عدد من الدول الأوروبية وما يميزها من طابع نظامي يجعل من التلفزيون خدمة عمومية للخدمة العمومية تتمثل مهمته في تجسيد الحلم الاجتماعي في ديمقراطية الثقافة وفق الثلاثية التي يتأسس عليها الإعلام وهي الإخبار والتثقيف والتسلية لكن تعدد القنوات وتنوع الجمهور والمنافسة المطروحة في السنوات الأخيرة جعلت الترفيه أولوية القنوات الأوروبية، مما انعكس على مكانة البرامج الثقافية.

وبذا فإن إطار الدراسة المنصب على قراءة كمية للبرامج الثقافية في التلفزيونات الأوروبية، رغم اختلافه من حيث الزاوية والمنهج مع الدراسة التي أنا بصدد إعدادها، إلا أنه أفادني في سبر غور العلاقة الإشكالية بين الثقافة والتلفزيون.

مستخلصات من الدراسات السابقة: من خلال استعراض الدراسات السابقة الخاصة

بالإعلام التلفزيوني الثقافي توصلتُ إلى أن أهم النتائج التي خلصتُ إليها هذه الدراسات هي:

- صعوبة تحديد تعريف إجرائي مانع لمفهوم البرامج التلفزيونية الثقافية لسعة مفهوم الثقافة في حد ذاته وارتباطه بالمعاني التي تُضفى عليه، كما يصعب وضع حدود فاصلة بين البرامج الثقافية

وغيرها من البرامج لاشارك معظم البرامج على تعددها وتنوعها في جوانب متداخلة قاسمها الثقافة.  
- تطرح علاقة التلفزيون بالثقافة إشكاليات متعددة الأوجه من حيث التوازن بين الوظائف التي يقوم بها التلفزيون كوسيلة إعلامية من إخبار وتثقيف وتسلية من جهة، ومن حيث الجمهور الموجه إليه والذي يمارس سلطة تُخل بنظام هذه الوظائف وتعطي الهيمنة للتسلية على حساب الوظائف الأخرى.

- من الملاحظ جليا أن معظم القنوات التلفزيونية تخصص ضمن خططها البرمجية حيزا متفاوتا للبرامج الثقافية، لكن نسبتها متفاوت وتتضاءل أمام البرامج الجماهيرية الفنية والاستعراضية.

- معظم الدراسات اهتمت بدراسة البرامج التلفزيونية الثقافية سواء بإحصاء مكانتها في الشبكة البرمجية، أو بتحليل مضامينها، ورغم أنها رصدت - في مجملها - ضعف مشاهدة هذا النوع من البرامج وعدم الاهتمام به، وعزوف الجمهور عنه في مقابل الإقبال على برامج التسلية والترفيه والأخبار، إلا أنها لم تنبر لدراسة مسببات هذا العزوف وموقف المشاهد من هذه البرامج.

- من الأهمية بمكان دراسة جمهور البرامج التلفزيونية الثقافية ومعرفة حاجاته واتجاهاته وأفضل السبل للوصول إليه في سبيل تطوير هذه البرامج وتكييفها مع متطلبات الجمهور لأن الملاحظ في الواقع هو غياب خطط إستراتيجية لتطوير الواقع الثقافي من خلال كسب رضا الجمهور المتلقي.

\* **دراسات عن عادات وأنماط المشاهدة وقياس الاتجاهات: زيادةً على الأهمية التي يجتلبها الإعلام الثقافي في دراستي باعتباره إطارا عاما للبرامج الثقافية التلفزيونية، تقتضي طبيعة البحث المتعلق بدراسة جمهور الإعلام الثقافي من الأساتذة الإطلاع على دراسات تتمحور حول أنماط التعرض واتجاهات الجمهور نحو أنواع البرامج التلفزيونية بغية إثراء الجانب المنهجي للدراسة، والتحكم في كلا المتغيرين (إعلام ثقافي/ عادات و أنماط واتجاهات).**

1- دراسة وردة بوجلال: الجمهور القسنطيني وبرامج قناة إقرأ الفضائية - دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات-<sup>1</sup>: هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى وحجم أنماط وعادات، وشدة

<sup>1</sup> وردة بوجلال: الجمهور القسنطيني وبرامج قناة إقرأ الفضائية - دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات- مذكرة ماجستير في الدعوة والإعلام والاتصال، غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية 2002-2003.

اتجاهات الجمهور نحو برامج قناة إقرأ الفضائية من خلال انطلاقتها من التساؤلات الآتي ذكرها:

- ما هي عادات وأنماط مشاهدة الجمهور القسنطيني لبرامج قناة إقرأ؟
- ما هي اتجاهات أفراد العينة نحو محتوى برامج قناة إقرأ؟
- ما هي العوامل والمتغيرات الاجتماعية والثقافية المحددة لسلوك واتجاهات الجمهور القسنطيني نحو قناة إقرأ؟
- ما هي تقييمات أفراد الجمهور القسنطيني لطريقة تقديم برامج قناة إقرأ، وما هي مقترحاته للوقوف بالإعلام الإسلامي ليفي بغرض الدعوة الحقيقي؟
- هل توجد علاقة إحصائية قوية بين المتغيرات الاجتماعية ( النوع، المستوى التعليمي، محل الإقامة، السن ) تؤثر على عادات وأنماط واتجاهات الجمهور القسنطيني نحو برامج قناة إقرأ؟

وتلخصت أبرز نتائج الدراسة فيما يلي:

- تشهد قناة إقرأ إقبالا كبيرا من طرف أفراد العينة، حيث يقبل على مشاهدتها 91.01%.
- أكبر نسبة لوقت المشاهدة هي 49.34% على حسب وقت البرنامج.
- أعلى نسبة لمعية المشاهدة كانت لصالح مع العائلة بنسبة 46.05%، ولم تسجل أية فروق ذات دلالة إحصائية بين معية المشاهدة ومتغيري النوع والسن.
- يتذكر كل أفراد العينة المعلومات التي يشاهدونها على القناة في أوقات متفاوتة، فبعضهم وهي النسبة الأكبر 70.39% يتذكرونها أحيانا، والآخرون يتذكرونها دائما بنسبة 27.63%.
- جل أفراد العينة يتناقشون مع أسرهم حول ما تقدمه القناة، حيث بلغت نسبة المناقشة الكبرى عند أحيانا 73.68% ثم دائما 11.18%

كما خلصت الدراسة أن اتجاهات الأفراد لا يمكن التنبؤ بها وأن هناك فرقا بين الاتجاهات المعلنة والكامنة، كما دلت نتائج الدراسة على أن المكون العاطفي للاتجاه هو الذي يطغى في مثل هذه المواضيع وأن الجانب المعرفي يصبح غير ذي أهمية إذا تعلق الأمر بالدين أو أي ممثل عنه.

## 2- دراسة ندسم ربحي محمد الحسن: اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات

الفضائية العربية\*<sup>1</sup>: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، وإلى معرفة العادات الاتصالية وأنماط المشاهدة، إضافة إلى حجم تعرضهم لهذه المحطات. تكوّن مجتمع الدراسة من جميع الطلبة الملتحقين بالجامعات الأردنية الحكومية والخاصة. أما عينة الدراسة فقد شملت 5 جامعات تمثل جميع أقاليم الأردن، وتم انتقاؤها بالطريقة العشوائية البسيطة.

توزعت الدراسة على خمسة فصول، تناول الفصل الأول الإطار العام للدراسة وإشكالياتها المتمثلة في قياس اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، لمعرفة أكثر المحطات متابعة، والبرامج الأكثر مشاهدة، ولمعرفة عادات وأنماط المشاهدة لديهم، وكذلك دراسة تأثير هذه المحطات الفضائية على الطلبة أفراد العينة.

وانطلقت الدراسة من التساؤلات الآتي ذكرها:

- ما هي اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية؟
- ما هي المحطات و البرامج المفضلة لدى عينة الدراسة؟
- ما هي العادات الاتصالية وحجم التعرض وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للمحطات الفضائية العربية؟ وإلى أي مدى يؤثر عدد ساعات مشاهدتهم وتعرضهم للمحطات الفضائية العربية على تحصيلهم العلمي؟
- إلى أي مدى تحقق المحطات الفضائية العربية بأنواعها المختلفة إشباعاً لرغبات واحتياجات طلبة جامعة الأردن؟

وتناول الإطار النظري للدراسة فصلين تناول الأول الاتجاهات في علم النفس الاجتماعي، وتناول الثاني نشأة المحطات الفضائية وارتباطها بالشباب، فيما تناول الفصلان الرابع والخامس على التوالي التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج الفرعية، ثم أهم النتائج والتوصيات، وتلخصت أبرز

<sup>1</sup> ندسم ربحي محمد الحسن، اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، رسالة مكملة لنيل درجة الماجستير في الإعلام غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، جويلية 2008.

النتائج التي توصلت لها الدراسة فيما يلي:

تأتي محطات الدراما ( المسلسلات و الأفلام) في المرتبة الأولى من حيث تفضيل المشاهدة لدى الطلبة بنسبة 60 بالمائة، تليها المحطات الغنائية والموسيقية بنسبة 40 بالمائة، ثم المحطات الدينية بنسبة 30 بالمائة.

أظهرت الدراسة أن البرامج الدرامية الأفلام و المسلسلات هي الأكثر تفضيلا لأفراد العينة، تليها برامج المنوعات والمسابقات في المرتبة الثانية، وفي المرتبة الثالثة جاءت البرامج العلمية.

كما أظهرت الدراسة أن الدافع الأول لمشاهدة المحطات الفضائية العربية هو التسلية والترفيه، ثم قتل الملل وإضاعة الوقت بنسبة إجمالية بلغت 97.9 بالمائة.

وتعكس هذه النتيجة تهميش الدور الثقيفي للقنوات الفضائية العربية، وللتلفزيون كوسيلة إعلام من أهم وظائفها الثقيف، وقصر دورها على المجال الترفيهي الذي لا يسمن ولا يُغني من جوع في ظل تهميش الركائز والابتعاد عن الإعلام الهادف.

## المبحث الثالث: منهج الدراسة

**1- منهج الدراسة وأدواتها:** يُعتبر اختيار المنهج من الخطوات الأساسية في أي بحث علمي، لأنه يعطي مصداقية وموضوعية للنتائج المتوصل إليها، ويُعرف منجد *le petit robert* المنهج على أنه مجموعة من الإجراءات التي يتبعها الذهن لاكتشاف الحقيقة والبرهنة عليها.<sup>1</sup>

هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة، أو هو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة من أجل الكشف عن الحقيقة حين نكون بها جاهلين، وإما من أجل البرهنة عليها للآخرين حين نكون بها عارفين.<sup>2</sup>

وتطبيقا لذلك ولطبيعة الدراسة المختارة والتي تنتمي إلى النوع الوصفي وجب استخدام المنهج المسحي الوصفي - مسح جمهور وسائل الإعلام- لأن هذا المنهج يصف الظاهرة وصفا موضوعيا من خلال البيانات المتحصل عليها مستهدفا وصف بناء وخصائص جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكه بصفة عامة من خلال تسجيل وتحليل مجموعة من البيانات المنظمة .

ولا يقتصر المنهج الوصفي على التعرف على معالم الظاهرة وتحديد أسباب وجودها، وإنما يشمل تحليل البيانات وقياسها وتفسيرها والتوصل إلى وصف دقيق للظاهرة ونتائجها<sup>3</sup>، وذلك باستخدام العمليات الإحصائية والنسب المئوية، كما أنه يستهدف التعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات والانطباعات لدى مجموعة معينة من المبحوثين تبعا للهدف من إجراء البحث.

وقد ارتبطت نشأة هذا المنهج بالمسوح الاجتماعية في فرنسا وإنجلترا، وبالدراسات الانثروبولوجية في الولايات المتحدة الأمريكية باعتماده مصدرا لجمع البيانات لدراسة الظواهر الاجتماعية في ظروفها الطبيعية.<sup>4</sup>

لهذه الأسباب وقع اختياري على المنهج المسحي الوصفي من حيث أنه الأنسب لما يتميز به من خصائص تتلاءم وطبيعة موضوع الدراسة الذي يهدف بالأساس الوصول إلى جمهور البرامج

<sup>1</sup> أ.لارامي، ب.فالي، البحث في الاتصال عناصر منهجية، ترجمة ميلود سفاري و آخرون، جامعة منتوري، قسنطينة، مخبر علم اجتماع الاتصال، الجزائر، 2004، ص 26.

<sup>2</sup> عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1985، ص 20.

<sup>3</sup> ماثيو جيدر، ترجمة ملكة أبيض، منهجية البحث، د.ط.، د.س. ص 101.

<sup>4</sup> المرجع السابق، ص 104.

التلفزيونية الثقافية ومعرفة دوافع تعرضه لها وأوقاته والإشباع المحققة من هذا التعرض من خلال وصف وتحليل عادات وأنماط المشاهدة، ثم قياس اتجاهاتهم نحو هذا النوع من البرامج.

و الدراسة المسح بالعينة نظرا لصعوبة حصر كافة مفردات المجتمع الأصلي، أما فيما يخص أدوات جمع البيانات فتستعين الدراسة باستمارة الاستبيان لرصد عادات وأنماط مشاهدة ج الثقافية لدى عينة الدراسة، ثم قياس اتجاهاتهم من خلال مقياس التقدير الذاتي خماسي الدرجات لليكرت .

وتعتبر استمارة الاستبيان من أدوات البحث الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية، خاصة منها علوم الإعلام والاتصال، لكونها تسمح بالحصول على معلومات دقيقة عن موضوع البحث، وتستمد الاستمارة أهميتها من كونها تجمع أهم محاور الدراسة في شكل مجموعة من الأسئلة تُوجه إلى أفراد العينة، ومعرف الاستمارة على أنها " أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استشارة الأفراد الباحثين بطريقة منهجية ومقننة ويسمح بتقديم الحقائق والآراء والأفكار".<sup>1</sup>

\* تصميم استمارة الاستبيان: باستخدامي لاستمارة الاستبيان كأهم أداة لجمع البيانات الخاصة بالدراسة حاولت جاهدة أن تتسم بالمواصفات الآتية:

- أن تأخذ على عاتقها تغطية مختلف جوانب الموضوع قدر المستطاع من خلال تنوع وتعدد الأسئلة، واشتمالها على كافة المتغيرات الواردة في أسئلة الدراسة (أسئلة عن عادات مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية وأنماطها، أسئلة عن الإشباع المحققة منها، بنود ترتبط باتجاهات الباحثين نحو هذه البرامج)

- صياغة الأسئلة بلغة مبسطة ليس فيها لبس أو غموض، و لكنها في الوقت نفسه ليست لغة العوام من الناس، لاسيما وأن مجتمع البحث مجتمع مثقف، لذا جاءت الصياغة متسقة مع أهداف البحث ومستوى أفراد العينة.

- نجت الاستمارة منهج التدرج والمرحلية في ترتيب الأسئلة، فبدأت بالعموميات حول التعرض للتلفزيون وأوقاته المفضلة ثم القنوات والبرامج المفضلة، من خلال محور العادات ثم محور الأنماط لتأتي الأسئلة عن الاتجاهات نحو هذه البرامج على اعتبار أن الاتجاه هو تفسير للشكل الذي يتخذه

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، 1993، ص248.

السلوك من خلال العادات والأنماط، وهكذا حاولت أن يكون سياق الأسئلة سياقاً منطقياً يساعد الباحث على الاستمرار في الإجابة دون ملل أو نقلات غير منطقية.<sup>1</sup>

وبعد تحديد البيانات المطلوب جمعها ميدانياً بناءً على إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وبعد الإطلاع على الدراسات السابقة والمشاهدة، تم إعداد الاستمارة في صورتها النهائية وفق التدرج المذكور سابقاً وهكذا تنوعت الأسئلة بين العادات والأنماط والاستخدامات ثم بنود تقيس الاتجاهات، فمقاييس الاتجاه يمكن أن تستغل في بناء منفصل لقياس الاتجاه نحو موضوع معين من خلال فئات متعددة، كما يمكن الاستفادة منها في بناء وحدات فرعية داخل الاستمارة أو المقابلة لوضع تقديرات للخصائص أو السمات<sup>2</sup>

\*مراجعة الاستمارة و تحكيمها: بعد عرض الاستمارة على الأستاذ المشرف وموافقته عليها تم اختبار صدقها كأداة للقياس بالاعتماد على الصدق الظاهري من خلال عرضها على مجموعة من الأساتذة المختصين في علوم الإعلام والاتصال الآتي ذكرهم لتقييمها وتحكيمها: الأستاذ الدكتور فوزيل دليو، جامعة منتوري قسنطينة، الأستاذ الدكتور السعيد بومعيرة، جامعة الجزائر. الأستاذ الدكتور بوبكر عواطي، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، الأستاذ الدكتور بوعلي نصير، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية.

وأُسفرت ملاحظاتهم على عشرين سؤالاً ( 20 ) وخمسة عشر ( 15 ) بنداً لمعرفة الاتجاهات.

\*الاختبار القبلي: تم اختبار الاستمارة بواسطة إجراء اختبار قبلي على 10 مبحوثين من أساتذة وأستاذات بجامعة سطيف وذلك بغية اختبار لغة الاستمارة ومعرفة مدى تجاوب المبحوثين مع محتواها والزمن الذي يمكن أن تستغرقه في الإجابة عنها.

وبناءً على ملاحظات الأساتذة المحكمين واقتراحاتهم، وبناءً على نتائج الاختبار القبلي وبعد ديلات اشتملت الاستمارة في صورتها النهائية عشرين سؤالاً وخمسة عشر بنداً لمعرفة الاتجاهات. وجاءت على أربعة محاور خصص المحور الأول منها للبيانات الشخصية للمبحوثين، شمل خمسة أسئلة، واهتم المحور الثاني بالمؤشرات الخاصة بعادات وأنماط مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية واحتوى أحد عشر سؤالاً. فيما ارتبط المحور الثالث باستخدامات البرامج التلفزيونية الثقافية

<sup>1</sup> محيي الدين عبد الحليم، الدراما التلفزيونية والشباب الجامعي، جامعة الأزهر، دار الفكر العربي، 1984، ص 24.

<sup>2</sup> فوزيل دليو، تقنيات تحليل البيانات، قسنطينة، مطبوعات جامعة منتوري، 2004، ص 34.

والإشباع المحققة منها، واشتمل أربع أسئلة، أما المحور الرابع فقد خصص لقياس الاتجاهات التي تكونت لدى الأساتذة من خلال متابعتهم للبرامج التلفزيونية الثقافية باستخدام فقرات تنوعت بين الإيجابية والسلبية وفق مقياس ليكرت خماسي الدرجات (موافق جدا، موافق، محايد، معارض، معارض جدا) والتي تعطى في حالة العبارات الإيجابية الأوزان 5, 4, 3, 2, 1، والعكس في حالة العبارات السلبية.

## 2- مجالات الدراسة

المجال المكاني- الجغرافي- يتمثل المجال المكاني للدراسة في جامعة سطيف ، وتعد هذه الجامعة من أهم الجامعات الجزائرية، حيث افتتح المركز الجامعي في أفريل 1978 بعدد محدود من التخصصات وبعد مرورها بمرحلة المعاهد الوطنية في فترة الثمانينات، تحولت في أوت 1989 إلى جامعة أطلق عليها سنة 1992 اسم المجاهد فرحات عباس<sup>1</sup>.

تحتوي جامعة سطيف ست 06 كليات هي:

كلية علوم المهندس: قسم الهندسة المعمارية

كلية العلوم: قسم البيولوجيا، علوم الأرض، علوم زراعية، كيمياء، فيزياء

كلية الطب: الطب، الصيدلة، جراحة الأسنان

كلية الحقوق: قانون عام، قانون خاص

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير: العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية، علوم التسيير

كلية الآداب والعلوم الاجتماعية: اللغات، اللغة والأدب العربي، علم الاجتماع والديموغرافيا،

علم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا، علوم الإعلام والاتصال، تاريخ، ترجمة، فلسفة.

المجال البشري: يتمثل المجال البشري للدراسة في الجمهور النوعي للبرامج التلفزيونية الثقافية

من الأساتذة المنتسبين بصفة دائمة لهيئة التدريس بجامعة فرحات عباس بسطيف ويبلغ تعدادهم 1497 أستاذا دائما.

المجال الزمني: تمت الدراسة الميدانية خلال الموسم الجامعي 2009م-2010م، فبعد موافقة

<sup>1</sup> جامعة فرحات عباس، دليل الطالب، الموسم الجامعي 2009-2010.

الأستاذ المشرف على الاستمارة في صورتها النهائية بعد التعديلات التي أجريت عليها تم النزول إلى الميدان وتوزيعها ابتداء من تاريخ 30 ماي 2010 و دام ذلك أربع أسابيع ( إلى غاية 29 جوان 2010) حيث تزامنت الدراسة الميدانية مع فترة امتحانات السداسي الثاني للموسم الجامعي.

### 3- مجتمع الدراسة وعينتها:

\*مجتمع البحث وخصائص أفراد عينة الدراسة الميدانية: من البديهي أن الباحث يصعب عليه دراسة شاملة لكل المفردات، و بما أن البحوث العلمية في معظم حالاتها تكتفي بعينة ممثلة للمجتمع الأصلي، وخاصة إذا كان للإمكانات المادية والفترة الزمنية تأثير على سير البحث، فقد ائتمت أن تكون العينة ممثلة للمجتمع الأصلي، حيث كلما كانت العينة قادرة على تمثيل المجتمع المدروس بموضوعية، كانت النتائج أكثر مصداقية، وأقدر على التعميم.

1- وحدة العينة: تتكون الدراسة من مجموعة وحدات، وتختلف وحدة العينة باختلاف الهدف من البحث، ويتوقف تحديدها على الصفات الأساسية التي تتوفر عليها، ووحدة العينة في هذه الدراسة هي الأستاذ المنتسب بصفة دائمة لهيئة التدريس بجامعة سطيف.

2- نوع العينة: تُعرف العينة على أنها " اختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث اختيارا عشوائيا أو منظما، أو قصديا، ليشكل هذا الجزء المادة الأساسية للدراسة."<sup>1</sup> حيث يراعى في هذا الاختيار بعض القواعد والاعتبارات العلمية التي تجعل منه ممثلا للمجتمع المدروس وتعطي نتائج البحث صدقا وقابلية للتعميم.

ولطبيعة الدراسة المرتبطة بجمهور مشاهدي البرامج التلفزيونية الثقافية ولخصوصية مجتمع البحث ممثلا في أساتذة جامعة سطيف، والذي يصعب الوصول إلى كافة مفرداته، فإن عينة هذه الدراسة من النوع العمدي- القصدي ( عينة قصدية)، ويستخدم هذا النوع من العينات في الأبحاث ذات المجتمعات الواسعة التي لا يمكن حصر كافة مفرداتها في شكل قوائم - لاستحالة هذا الحصر أو لضخامة تكاليف إنجازها من حيث الوقت والإمكانات المادية- مع توفر بعض المعطيات الإحصائية الأساسية عن مجتمع الدراسة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط2، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص170.

<sup>2</sup> Maurice Angers, **initiation pratique à la méthodologie des sciences**

**humaines**, Alger,casbah universite, 1997, p95

ولتجاوز حاجز التمثيل الذي يعاب على العينات غير الاحتمالية التي تتهم دائما بالتحيز وندم تمثيل المجتمع المأخوذة منه تمثيلا صحيحا أو علميا حاولت أن أجعلها ممثلة للمجتمع المدروس من خلال اختيار ثلاث كليات من أصل ستة كليات اجتهدت أن تمثل تنوع وتعدد التخصصات في الجامعة محل الدراسة، وتمثلت هذه الكليات الثلاثة في: كلية العلوم، كلية الحقوق، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية.

3- حجم العينة: تؤثر مجموعة من العوامل في تحديد حجم العينة، منها درجة التجانس في المجتمع الأصلي، حيث يقل حجم العينة في حالة تجانسه، أما في حالة تباينه فيتحتم أن تكون العينة كبيرة للتقليل من خطأ الصدفة، وبناء على أن اختيار مفردات العينة الحصصية لا يعتمد التمثيل وفق حجم المجتمع الأصلي، إنما يتحدد طبقا للأهداف الأساسية من البحث، وفي حدود الإمكانيات المادية والزمنية المتاحة، مع الاستعانة بأهل الخبرة من ذوي الاختصاص<sup>1</sup>، وبعد استشارة مجموعة من أساتذة علوم الإعلام و الاتصال، وبالاتفاق مع الأستاذ المشرف تم تحديد حجم العينة بـ 150 مفردة، وهو ما يمثل نسبة 35.54% من حجم المجتمع الإحصائي، وهي نسبة ممثلة.

278	←	422	% 100
69	←	150	% 35.54
75			

أما نسبة العينة إلى العدد الإجمالي لأساتذة جامعة سطيف فهو 10%

1497 ← %100

150 ← % 10.02

وتعتبر نسبة 10% من مجموع مجتمع البحث نسبة ممثلة على اعتبار أن حجم العينة ضمن المجتمع الأصلي يتراوح بين نسبة 10% كحد أدنى ونسبة 15% كأعلى حد<sup>3</sup>

وتم اعتماد طريقة الحصص المتساوية في توزيع الاستمارات المائة والخمسين على الكليات

<sup>1</sup> أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 192.

<sup>2</sup> جامعة فرحات عباس، دليل الطالب، مرجع سبق ذكره.

<sup>3</sup> المرجع السابق، ص 422.

الثلاثة حيث كان نصيب كل كلية خمسين استمارة (50=3/150)

ونظرا لعدم التمكن من الحصول على الإحصاءات المتعلقة بمتغير النوع وبنسبة كل من الأساتذة الذكور والأساتذات الإناث من مجمل حجم الأساتذة في كل كلية - ما عدا كلية الآداب والعلوم الاجتماعية التي توفرت الإحصاءات الكاملة- تم توزيع الاستمارات بالتساوي على الجنسين 75 ذكور و 75 إناث.

وضمن هذه الكليات الثلاث اخترت الأقسام المعنية بإجراء الدراسة الميدانية من خلال استحضار القائمة الاسمية لكافة الأقسام بالكليات الثلاثة , ثم اختيار الأقسام من كل كلية على حدة بترقيمها ترقيما تسلسليا ثم كتابة كل رقم من تلك الأرقام على قصاصة ورقية وطيهها, وبعد خلط الأوراق تم سحب عدد من الأوراق يتناسب مع العدد الإجمالي للأقسام بالكلية فمن كلية الآداب والعلوم الاجتماعية والتي تحوي ثمانية أقسام اخترت أربعة أقسام تمثلت في قسم علم النفس وعلوم التربية، قسم علوم الإعلام والاتصال، قسم اللغة والأدب العربي، قسم الترجمة. ومن كلية العلوم التي تحوي ستة أقسام اخترت قسم الفيزياء، قسم البيولوجيا وقسم الكيمياء. ومن كلية الحقوق اخترت قسم القانون.

وبهذا تم اختيار ثمانية أقسام تمثلت في قسم علم النفس وعلوم التربية، قسم علوم الإعلام والاتصال، قسم اللغة والأدب العربي، قسم الترجمة، قسم الفيزياء، قسم البيولوجيا، قسم الكيمياء، قسم الحقوق.

تناولت في الفصل الأول الموسوم بإطار الدراسة ومنهجيتها إشكالية الدراسة والتساؤلات التي تثيرها وتسعى للإجابة عنها، ثم بينت الإطار العام لها، والمبررات التي تعطي للبحث في الموضوع الشرعية والأهمية، ثم حددت المفاهيم الأساسية للبحث بطريقة منهجية تبتدئ بالمعنى اللغوي، ثم الاصطلاحي، لتصل إلى المعنى الإجرائي الذي يخدم أهداف البحث وغاياته. وقد رأينا صعوبة تحديد المفاهيم في العلوم الاجتماعية بشكل عام، وما يرتبط منها بمفهوم الثقافة بشكل خاص. ثم عرجنا إلى مبحث الدراسات السابقة والمشاهدة التي تثري موضوع البحث فكريا ومنهجيا. ليختتم الفصل ببيان الإجراءات المنهجية للدراسة وأدواتها التطبيقية والتي تمثلت في المنهج المسحي-الوصفي بأداة استمارة الاستبيان، ثم تحديد مجتمع الدراسة ونوع العينة المختارة.

## الفصل الثاني:

# الإعلام الثقافي والبرامج التلفزيونية الثقافية

المبحث الأول: الإعلام الثقافي - منطلقات عامة -

المبحث الثاني: التلفزيون والثقافة.

المبحث الثالث: البرامج التلفزيونية الثقافية.

يتناول هذا الفصل بعض تعريفات الإعلام الثقافي لا بغرض تحديده لأن المفهوم مرتبط بجمالية مفهوم الثقافة واتساع دلالاته، لكن بغرض بيان أهميته، وخصائصه، والمقاربات النظرية التي تبحث علاقة الإعلام بالثقافة، وتحاول تفسير الصيرورة الثقافية في ارتباطها بوسائل الإعلام الجماهيرية.

ثم يعرج إلى تحليل العلاقة بين الثقافة والتلفزيون على اعتبار المكانة التي يحتلها التلفزيون في المعادلة الثقافية المعاصرة، والتي تشكل الصورة مركز ثقلها، ومصدرها الأول في عصر يشهد بسطوة الصورة التلفزيونية في تحويلها للصيغ الثقافية من الكتابية إلى الشفاهية الصورية- نسبة إلى الصورة-، وتأسيسها لمفاهيم ثقافية جديدة من مثل ثقافة الصورة والثقافة التلفزيونية والثقافة الجماهيرية، محالاً إلقاء الضوء على هذه المفاهيم والبحث في أصولها التاريخية والمفهومية لفهم أعمق للعلاقة تلفزيون/ثقافة.

ويتهيء الفصل بمبحث عن البرامج التلفزيونية الثقافية محالاً تفكيكها من منطلق لاسويلي- نسبة إلى العالم لاسويل Lasswell- بدراسة خصوصية هذا النوع من البرامج بين الشكل والمضمون، ثم خصوصية القائم بالاتصال في مثل هذه البرامج، وأخيراً جمهور البرامج التلفزيونية الثقافية.

### المبحث الأول: الإعلام الثقافي: منطلقات عامة.

#### 1- الإعلام والثقافة: طبيعة العلاقة

يقوم الإعلام الثقافي كمصطلح مركب جديد على فهم طبيعتي الإعلام والثقافة كمتغيرين متكاملين تجمعهما علاقة بنيوية وثيقة تركز بالأساس على النشاط الاتصالي الذي هو جوهر العملية الإعلامية، ورافد هام من روافد الثقافة.

فباعتبار الثقافة مجموع إنجازات الإبداع الإنساني - كل ما أضافه الإنسان إلى الطبيعة -، أو هي تجسيد لما يسمو بالحياة الإنسانية لتشمل كافة جوانب الحياة وكل طرائق التفاهم والتواصل، كون الاتصال أداة من أدواتها، باعتباره أهم نشاط إنساني يقوم على الاشتراك والتفاعل، فالمعنى الأصلي للاتصال، والذي ينحدر من الأصل اللاتيني *communus* يعني الاشتراك، أي الاشتراك في المعاني والرموز والأنماط التي تُشكّل الثقافة، كما يعني التفاعل؛ أي نقل هذه المعاني والرموز

والأنماط الثقافية عبر الزمان والمكان على المستويين الفردي والجماعي<sup>1</sup>. بمعنى آخر يمكن اعتبار الثقافة تعبيراً عن عملية اجتماعية تتعلق أصلاً بالاتصال و تتفاعل بين أفراد المجتمع لخلق وحدة تضامنية على أسس تراكمت عبر الزمن.

وبهذا يكون الاتصال ثقافة والثقافة اتصالاً على حد تعبير هال، فالإتصال لا يحدث في فراغ إنما يتم في سياق نموذج ثقافي أي مرجعية ثقافية معينة، ويتحدد ضمن مجموعة معايير وقواعد، (قد لا يعيرها الفرد اهتماماً لاعتياده عليها، لكنها تؤثر في سلوكه الاتصالي)، كما أن كل ثقافة تتأسس على الإتصال بما يعنيه من اشتراك وتفاعل.

والإعلام الثقافي بهذا المعنى هو انتقال المعلومات والأفكار والاتجاهات والعواطف من شخص إلى جماعة، من خلال الرموز، ويوصف الإعلام بأنه ثقافي عندما يُقدّم مضموناً ثقافياً، أو يُقدّم رسالة ثقافية، وإذا كان الإتصال هو نقل المعاني عن طريق الرموز، فإن الإعلام الثقافي هو نقل المضمون الثقافي عن طريق الرموز في وسائل الإعلام<sup>2</sup>.

من هنا ارتبط الإعلام بالثقافة ارتباطاً وثيقاً باعتبارهما أهم أوجه النشاط البشري وأعمقها تعبيراً على الصيرورة الاجتماعية، حيث يكاد التأريخ للحضارة الإنسانية يقوم على المتغير الإعلامي – الحتمية الإعلامية لمارشال ماكلوهان Marchal Macluhan – والتي تفسر التطور الحضاري تفسيراً اتصالياً يُحدد حقب التغير الثقافي التي يساهم فيها بشكل مباشر العامل التكنولوجي الإعلامي – من الحضارة الشفوية، إلى حضارة التدوين، إلى حضارة الموجة الثالثة –

وتتداخل مجالي الإعلام والثقافة تأسست العلاقة بينهما على اعتبارات عدة منها ما هو ذاتي ومنها ما هو موضوعي في المجالين فرضت هذا النوع من الاعتماد والتفاعل المتبادلين<sup>3</sup>.

#### دوافع الإعلام:

\* يتأسس الإعلام على هاجس الإبداع التفاعلي مع الواقع الموضوعي – الذي تُعتبر الحياة

<sup>1</sup> رضوان بوجمة ، التكنولوجيا الجديدة للاتصال وعولمة الثقافة: الهوية شرط في الاتصال، مجلة فكر ومجتمع، العدد الأول، طاكسيكوم للنشر والدراسات، الجزائر، يناير 2008، ص 11.

<sup>2</sup> عبد العزيز شرف، في تقديمه لكتاب البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي تأليف سهير جاد، مرجع سبق ذكره، ص 4.

<sup>3</sup> أديب خضور، الإعلام الثقافي المتخصص: طبيعة العلاقة بين الإعلام والثقافة، محاضرة دون تاريخ، ص 6.

الثقافية شكلا هاما من أشكاله- وهذا أصبح الإعلام طرفا أساسيا معنياً بمسيرة ومواكبة الشأن الثقافي الغني والمتسارع التطور والتغير .

\* اندفع الإعلام صوب آفاق الثقافة لما له من خصائص ومميزات تسهم في تكوين الأنساق المعرفية والقيمية والسلوكية للفرد والجماعة، على أمل الاستفادة منها في تحقيق المشروع الفكري الهادف.

\* تطور المجال الثقافي أظهر مواهب وطاقات بشرية واعدة، كان على الإعلام أن يستفيد منها في إثراء الإرسال الإعلامي والإفادة من خبرات مفكرين وأدباء في الحقل الثقافي وتوظيف طاقاتهم الإبداعية في المعادلة الإعلامية.

\* ظهور جمهور ثقافي يتميز بقدر كبير من الفاعلية الفكرية والمعرفة الاجتماعية لم يتردد الإعلام الثقافي في السعي إلى الوصول إليه واستمالته بما يتوافق وميوله.

### 1 دوافع الثقافة:

\* وجدت الثقافة الباحثة على الانتشار ضالتها في وسائل الإعلام الجماهيري للوصول إلى أوسع الجماهير.

\* كما وجدت الثقافة الباحثة على التأثير ضالتها في وسائل الإعلام الجماهيري التي أصبحت قوية الحضور وبالغة النفوذ والتأثير في حياة الفرد والمجتمع.

\* التطور الحاصل على المستوى الاجتماعي، وظهور مصطلح الجماهير والإعلام الجماهيري، غير من معايير الثقافة، التي لم تعد حبيسة الكتب والإبداعات الراقية بظهور أشكال جديدة مثل الفيلم والدراما وغيرها، وفرض أنماطا جديدة على الفعل الثقافي غيرت من أشكاله وحتى من مضامينه وأنماط تلقيه.

## 2- الإعلام الثقافي؛ محاولة لتحديد المفهوم:

إذا كانت العلاقة بين الإعلام والثقافة علاقة واضحة جلية لا مرء حولها ولا مجال لنكرانها أو تهميشها في الخطابين الإعلامي والثقافي على حد سواء، فإن التحديد الدقيق للمقصود بمصطلح الإعلام الثقافي صعب المنال، ذلك أن الإعلام الثقافي محالاً، لذا فمن الصعب تحديد مفهوم قاطع للإعلام الثقافي، لأنه لا تخلو أ

إني يوحد بين الثقافة كمضمون و

يُعرف السيد أحمد مصطفى الإعلام الثقافي بتفكيكه إلى أساسه وهو الإعلام ويعتبره عملية يتم عن طريقها توجيه رسالة معينة إلى مستقبل، مع توقع نتائج مترتبة على هذه المستقبل فيتحول المرسل إلى مستقبل في كثير من الأحيان<sup>1</sup> التعريف عن التعريفات المتداولة للإعلام إلا في كونه يركز على النتائج المترتبة على الرسالة، أي أن للإعلام الثقافي أهدافا يصبو إلى تحقيقها من م لها هدف في سياق فلسفة الإعلام الثقافي التي تنطلق من مرجعيات هادفة .

أما أديب حضور فيعرف الإعلام الثقافي المتخصص على أنه الإعلام الذي يُعالج الأحداث الحاصلة في الحياة الثقافية، ووجه أساسا إلى جمهور ي معني ومهتم بالشأن الثقافي، يظهر الإعلام الثقافي في مرحلة معينة من تطور الحياة الثقافية، ويسعى لمواكبة هذه الحياة ضج الإعلام الثقافي مستوى تطور و

ذاتها. 2

لثقافي من زاوية عموميته و

الهادفة، ينطلق تعريف أديب حضور من زا يرى في الإعلام الثقافي إعلاما يعتمد على ركني التخصص وهما: المادة الإعلامية المتخصصة يعتبره لإعلام الثقافي لا تقوم له قائمة ما لم تتوفر له بيئة ثقافية تشجع الاستثمار في المجال الثقافي وتعمل على تطويره.

أما عبدالله تايه فيعرف الإعلام الثقافي على أنه الجزء المحدد من الإعلام الذي يهتم بقضايا الثقافة وأسئلة الإبداع ، و يناقش قضايا وهموم المعرفة ، و أسئلة وإشكاليات الحضارة والهوية.<sup>3</sup>

لغة الأهمية وهي اعتبار الإعلام الثقافي وسيلا

التعبير عن الهوية، ووسيلة من وسائل الحفاظ عليها، فالإعلام الثقافي إ يسعى لترسيخ مبادئ الهوية الوطنية بإة المجال للتعبير عنها، بما يُشكّل حصنا منيعا في وجه

<sup>1</sup> السيد أحمد مصطفى، الإعلام الثقافي والحركة الثقافية، محاضرة بقصر الشارقة، بتاريخ 14-02-2007 .2

<sup>2</sup> الإعلام الثقافي المتخصص: طبيعة العلاقة بين الإعلام والثقافة، مرجع سبق ذكره، 1.

<sup>3</sup> الإعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون، مرجع سبق ذكره، ص 26.

ية التي تسعى إلى طمس كل تمييز وخصوصية تتسم بها الثقافات الفرعية.

### 3- الفرق بين الإعلام والثقافة:

م التداخل الكبير بين المجالين لدرجة ضمهما في مجال واحد في كثير من

/ /

كلاهما

لجوهر كل منهما تستبين فروقات عدة ترتكز بالأساس على اختلاف مركز ثقل كل منهما في المعادلة

معادلة الثقافية، فإن المجال الثقافي يتعلق بالإبداعات

الإنشاء الثقافي عملية ذاتية تنبثق أصلا من المرشد

في الأغلب لا يهتم بالتكليف حسب رغبة الآخر، بل على

العكس يفترض تقرب الآخر من الإبداعي طاقة رمزية غنية

ما دامت القيمة التعبيرية في النص الثقافي هي المسيطرة فإنه يترتب على ذلك أن تد

صا، تنحو باتجاه الدقة و لكنها تحمل طاقة رمزية ، فاللغة في الخطاب الثقافي لا

تعدو مجرد تعبير أو أداة اتصال، أي مقصودة لغيرها، بل تكون مقصودة لذاتها فالقصيدة

وبهذا فالخطاب الثقافي يسعى للديمومة و

في حين ينحو مركز ثقل المعادلة الإعلامية نحو المستقبل بالتالي يتعلق أساسا بالاستقبال

الجماهيري للرسالة الإعلامية، والتي تتميز بكونها آنية تتجدد موضوعاتها بين الفينة و

خصائص منها الجماهيرية و

التعميم مما يجعل النص الإعلامي نصا مغلقا غير قابل - في معظمه -

مي محكوم بمدى استجابة الجمهور ومقدرته على استيعاب المعاني المرسلّة،

فهم الخطاب الإعلامي من طرف جمهور المسته  
 بؤرة تركيزها، لهذا احتلت دراسات إضفاء المعاني على الرسالة ، وعملية الترميز و لترميز مكانة  
 خاصة في الدرا- البحوث الإعلامية، في سبيل الإجابة عن التساؤل الآتي: هل الجمهور مجبر  
 على فهم الرسالة بالطريقة نفسها التي يريد المرسل؟  
 في هذا السياق تُعدُّ بحوث التلقي، أو بحوث الجمهور الجديدة من التوجهات التي بحثت في  
 الطريقة التي يُضفي من خلالها جمهور المتلقين  
 ستيوارت هال في فهم الخطاب التلفزيوني دراسة رائدة في إطار دراسة أنماط تلقي الرسالة الإعلامية -  
 المعاني - لها بناء على السياق الثقافي و  
 مختلف رموز التي يتم من خلالها بناء المعاني  
 يتنوع من موقع استقبال إلى آخر ويمكن أن يتغير من المرسل إلى المستقبل، أو بالأحرى من المرز  
 إلى الذي يفك الرموز وفق ثلاث أطر هي:<sup>1</sup>

: في هذه الحالة يتم فهم الرموز في الإطار الدلالي نفسه

يطلق على نموذج الاتصال في هذه الحالة اسم الاتصال الشفاف.

إطار المفاوضات: يقبل المشاهد في هذه الحالة بعض خصائص المعاني المهيمنة، إلا أنه يغير

: في هذه الحالة بقراءة في الاتجاه المعارض للرموز المهيمنة، في إطار

هذه الحالة يفهم المشاهد الخطاب الإعلامي-التلفزيوني- فهما جيدا في

لكنه يفسر الرسالة بطريقة مخالفة تماما.

تأخذ دراسات التلقي بعدا أوسع مع المقتر ثنوغرافي لنموذج التفاعل و

دافيد مورلي بتركيزه على فعالية الجمهور في بنائه لمعاني نصوص وسائل الإعلام، بدلا من

استيعابه للمعاني المحددة المفروضة عليه في إطار الرموز المهيمنة، حيث يعطي دافيد مورلي أهمية

<sup>1</sup> فهم الخطاب التلفزيوني في السياق الثقافي عند هال، فكر ومجتمع، فصلية محكمة

يبحث في التفاعلات فيما به

وبهذا يُركّز مقترَب التلقي لدافيد مورلي على الجمهور

1.

#### 4- خصائص وأنواع الإعلام الثقافي:

##### أ- الخصائص

مميزة للحقل الثقافي عن الحقل الإعلامي صبغتها على الإعلام الثقافي

خصائصه التي يمكن تلخيصها في النقاط الآتي ذكرها:<sup>2</sup>

- يرتبط الإعلام الثقافي ارتباطا وثيقا بالحقل الثقافي ودرجة حركيته أو جموده، فهو انعكاس للنشاط الثقافي ومرآة لصيرورة الفعل الثقافي والسياسة الثقافية .

- مجال الإعلام الثقافي غير ملموس في جميع أحيانه، بل هو أقرب إلى التجريد والتنظير

التي ترتبط بوقائع ومجريات .

- علامية مفتوحة أكثر من غيرها على قراءات وتأويلات متعددة ومختلفة، فهي

تأخذ من الحقل الثقافي تعقده وغموضه.

- زداد أهمية المجال الثقافي في المجتمع بازدياد مستوى التطور الحضاري فيه. وفي مرحلة معينة

من تطور المجتمع، تتكسد التحولات الثقافية وتتجمع تراكمياً، وفي

إلى تبدل نوعي، يحدث التغيير الثقافي.

##### ب- أنواع الإعلام الثقافي:

يرتكز التفريق بين نوعي الإعلام الثقافي على مبدأ شمولية الثقافة من خصوصية

<sup>1</sup> أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم

الاتصال، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2005-2006 49.

<sup>2</sup> الإعلام الثقافي المتخصص: طبيعة العلاقة بين الإعلام والثقافة، مرجع سبق ذكره، ص8.

حمولي للثقافة، والذي يمثله التيار الأنجلوسكسوني ينظر للثقافة من وجهة نظر انثروبولوجية يعتبرها بذلك للإعلام الثقافي العام، و  
 جلية كما في البرامج التي تتخذ الثقافة موضوعا لها، أو بطريقة غير  
 مباشرة أو حتى ضمنية كما في البرامج العامة التي يمكن اعتبار لغتها و  
 ثقافية معينة على اعتبار أن كل برنامج يقدم معلومة جديدة أو معرفة في شتى المجالات هو بالضرورة  
 يضيف إلى الرصيد الثقافي والمعرفي للمتلقي.

الذي يمثله التيار الفرانكفوني الذي يربط الثقافة بالإنتاج الأدبي والفني  
 الجمالي الرفيع، فيؤسس للإعلام الثقافي المتخصص، ويحصر الثقافة في  
 جمهور نخبوي غير عام.

انطلاقا من هذه التباينات يُعرّف الإعلام الثقافي العام على أنه الإعلام الذي يتوجه إلى  
 جمهور العام بكل فئاته بالتجديد والتبسيط في تقديم ثمرات الفكر والفن و التراث، بهدف  
 تثقيفه وتهيئة العقول لقبوله، و

مسلسلات وغير ذلك.<sup>1</sup>

أما الإعلام الثقافي المتخصص فيتعلق بفرع ثقافي معين، وجمهور معين، فهو يقوم على ركني  
 اللذان يتمثلان في المادة المتخصصة في فرع معين، أو الجمهور النوعي المتخصص  
 يتميز بمستواه التعليمي والثقافي والحضاري المرتفع نسبيا، كما أن جمهور الإعلام الثقافي  
 يتميز غالبا بالإيجابية و . فهو إعلام يعالج الأحداث والظواهر والتطورات الحاصلة في  
 الحياة الثقافية، ويتوجه أساسا إلى جمهور نوعي مهتم بالشأن الثقافي.<sup>2</sup>

الإعلام الثقافي بنوعيه العام و

يشكل منبرا ثقافيا متميزا، و هامة في ديمقراطية الثقافة، و

## 5- أهداف ووظائف الإعلام الثقافي:

<sup>1</sup> السيد أحمد مصطفى، الإعلام الثقافي والحركة الثقافية، مرجع سبق ذكره، ص8.

<sup>2</sup> الإعلام الثقافي المتخصص: طبيعة العلاقة بين الإعلام والثقافة، مرجع سبق ذكره، ص1.

الإعلام الثقافي على وجه الخصوص على مبدأ أنه لها هدف،<sup>1</sup> الحديث عن الغائية في الإعلام حديثٌ مُحمّلٌ بالإيديولوجيا و تسعى للتعزيز أو التغيير أو التأثير، بغض النظر عنيجابية هذا التأثير أو سلبيته. ، فزيادةً على الأهداف العامة التي يهدف لها الإعلام عموماً، يصبو الإعلام الثقافي إلى تحقيق أهداف خاصة من و استراتيجي، ومن هذه الأهداف:

- بق ديمقراطية الثقافة وتوصيلها إلى أوسع قطاعات الجماهير بما يستجيب لاهتماماتها يتلاءم مع احتياجاتها. فالإعلام الثقافي هدف بالأساس إلى الخروج بالثقافة من حصونها العاجية وجعلها في متناول الجماهير المختلفة، ويدخل في هذا الإطار نشر وتبسيط العلوم la vulgarisation scientifique الاهتمام بما تعميقها في العقل والوجدان.<sup>2</sup>

- سهام في تحقيق التكامل الثقافي بين عناصر المجتمع بما يساعد على وحدته واندماجها، نافة عامل مهم من عوامل التماسك الاجتماعي بما تضيفه على المجتمع من روابط وعلاقات انتماء يمكن الاستفادة منها في الجانب الإعلامي لتعزيز الانتماء والهوية.

- لثقافي في تحقيق التبادل الثقافي على المستوى الدولي، وتشجيع الحوار والحث على تبادل المعارف مع الآخر، دون التفریط في الهوية، فالتبادل والحوار بين الثقافات شرط البقاء، خاصة في هذا العصر الذي تتجاذبه أمواج العولمة الإعلامية والثقافية التي تكاد تعصف ، الثقافية، وبهذا يكون الإعلام باباً لإثبات الهوية الثقافية لنا

بما يخلق حصانة لجمهور الإعلام الثقافي، ويجسد مقولة المهاتما غاندي " أريد أن تحب ثقافات كل الأراضي بمحاذاة منزلي، حرية، لكني أرفض أن أنقلب محبوب أي

- عدة دراسات الدور الريادي للإعلام في التنمية، وفي المساهمة في التغيير السوسيو- ثقافي، فمن لرنر الذي يربط في تحليله بين التعرض لوسائل الإعلام الجماهيري والتحضر في المجتمعات

<sup>1</sup> السيد أحمد مصطفى، الإعلام الثقافي والحركة الثقافية، مرجع سبق ذكره، ص9

<sup>2</sup> سهير البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي مرجع سبق ذكره، ص 85.

التقليدية، إلى نموذج انتشار المبتكرات لروجرز ، إلى دراسات ولبير شرام عن دور وسائل الإعلام في التنمية واهتمامه بالذات بعملية الربط الثقافي الذي يعتبره شرطاً في إحداث التنمية بما يعنيه من إلمام بالثقافة المحلية وضرورة ارتباط البرامج الإعلامية بالثقافة التي تخاطبها.<sup>1</sup> وبهذا يكون الإعلام الثقافي ق من فلسفة الإعلام الهادف، الذي يرمي إلى التوعية والتثقيف والتغيير الإيجابي والفعال، بما يساعد على تكوين نمط ثقافي يدفع بالقوى الاجتماعية إلى تغيير واقعها نحو .

- يلعب الإعلام الثقافي دوراً هاماً في التعريف بالتراث الثقافي الإنساني وتقديمه بأساليب من خلال الاهتمام بمجالات الإشعاع الثقافي والعلمي، وتسهيل الضوء على حركية الفعل الثقافي وتقريب الجمهور أكثر من فعاليتها.

- يضطلع الإعلام الثقافي بوظيفة تربية بالأساس في محاولته لتهديب ملكات النفس وتعويدها على تذوق الفنون الثقافية من أدب وفن .. وغيرها، بترسيخ القيم الأخلاقية والجمالية، وطبعها على الأسلوب الراقي غير المبتذل.

- يرى بعض المحللين أن من وظائف الإعلام الثقافي ما يلي:<sup>2</sup>

- تهديب الذوق العام ودفع الجماهير إلى التفاعل مع الإنتاج الفكري والإبداع الفني.

- ضمان الأمن الثقافي للمجتمع، حتى لا يكون ضحية الغزو الفكري الأجنبي.

-

.

## 6- أهم المقاربات والنظريات في الإعلام الثقافي: النظريات التي تهتم بالعلاقة

### بين الإعلام والثقافة

<sup>1</sup> من حتميات التحديث إلى الحتمية القيمية، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، قسنطينة،

2009 .45

<sup>2</sup> محمد نبيل طلب، البرامج التعليمية والثقافية بالإذاعة والتلفزيون، ، 2009 ، 60.

\* تعريف النظرية: إن قيمة أي مجال علمي ترتبط بغزارة نظرياته التي تُفسّر العلاقات بين ظواهره متغيراته، وتحدد هويته تميّزه عن باقي المجالات العلمية، يذهب البعض إلى اعتد أهم محدّد للعلوم، ودورها أكثر أهمية من دور المنهج العلمي، على اعتبار أن المنهج العلمي شيء علم فهي التي تحدد موضوعه ونظم عملياته وأدواره، بل مساره.<sup>1</sup>

مرف النظرية على أنها تصور أو فرض أشبه بالمبدأ، له قيمة التعريف على نحو ما، يتسم التفسير ويربط النتائج بالمبادئ.<sup>2</sup> في البحث العلمي تُوفّر الأطر والمفاهيم وتساعد على تحديد الأبعاد ظواهره.

multi disciplinary sciences تشترك

نسائي الذي يعكس علاقة الإنسان تفاعله مع بيئته، فهي تغترف إطارها النظري من هذه تحاول تكيفه وفق خصوصية الظاهرة الاتصالية، للوصول إلى خلفية نظرية تُثري البحث العلمي في مجال العلاقات بين متغيرات الظاهرة الاتصالية ومكوناتها. من بين أهم المتغيرات المرتبطة بالظاهرة الاتصالية المتغير الثقافي، والذي شكّل في سنوات لعشرين هاجسا لعدد من الأبحاث والمقاربات التي عكفت على دراسة الظا في سياقها العام و ر الثقافي كإطار مرجعي للتفسير و بالإعلام حقيقة لا مرء حولها، و ن الاكتفاء بالتفسيرات المادية و في ظل الحراك الذي يشهده المجتمع و في تقسيمات الثقافة التقليدية، ولم تعد ب المتخصصة، إنما أصبحت ثقافة جماهيرية وصناعة ثقافية وثقافة افتراضية وغيرها من غوية التي تعكس علاقات التأثير و في هذا الاتجاه شهد النصف الثاني من ال ر مقاربات جديدة تبحث في

<sup>1</sup> اتجاهات نظرية في علم الاجتماع، سلسلة عالم المعرفة، العدد 44 1981 10

<sup>2</sup> محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية الاجتماعية 1 2003 75

ثقافة والثقافة الجماهيرية من حيث كونها نقطة التقاء بين المجالين، ومدة

مركز برمنغهام للدراسات الثقافية مساهمات هامة في تفسير الصيرورة الثقافية في ارتباطها بوسائل

حيث يعتبر مركز برمنغهام للدراسات الثقافية من أهم التيارات الفكرية التي بحثت في العلاقة

ميا في سياقها الثقافي الكلي، وسعت إلى الاقتراب من

أبني في سياقه الاجتماعي بدراسة وتحليل الصيرورة الثقافية في زمن إنتاجها الصناعي

الجماهيري.<sup>1</sup> ترجع أصول هذا المركز إلى مدرسة فرانكفورت النقدية، وأعمال المفكرين الألمان

جامين، أدورنو الذين هاجروا إلى الولايات المتحدة

أسسوا فيما بعد مركز الدراسات الثقافية المعاصرة في مدينة برمنغهام الإنجليزية.

#### \* مدرسة فرانكفورت؛ أصول التحليل النقدي:

كأحد أهم المدارس الاجتماعية الحديثة في الغرب على مزيج من أفكار فرويد - في تحليل ظاهرة

انية في المجتمع التقني الحديث، و

عورية الكامنة في

- في اعتماد مقاربات التغيير

2.

فيبر-

قد مثلت هذه المدرسة ابتداء من منتصف العشرينات من

الفلسفة في الغرب، تميز الإشكال المعرفي في تقديمات منظري النظرية النقدية في

التحليل النقدي الذي خص مجال الثقافة باعتباره فضاء تتصارع فيه القيم المستقلة م

على عكس النموذج الماركسي المتمحور حول المنظور المادي الاقتصادي بتركيزه

على البنى التحتية - وسائل الانتاج- لبني الفوقية -

أو ما يطلق عليها اسم الماركسية المحدثه new marxisme الأولوية في تحليل

اهتمت بالثقافة كمؤسسة اجتماعية تتفاعل مع غيرها من المؤسسات في إطار المنظومة

اجتماعية، في محاولة من المدرسة تجاوز الثغرات في الفكر الماركسي كما عبر عن ذلك أحد روادها -

<sup>1</sup> فهم الخطاب التلفزيوني في السياق الثقافي عند هال، مرجع سبق ذكره، ص 35

<sup>2</sup> عزى عبد الرحمان، الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية 1994

- بقوله: "انشغالي الأساسي هو تناول ما صمت عنه ماركس؛ ما هو ثقافي و" <sup>1</sup>  
 ما جعل البعض يطلق على المدرسة النقدية اسم المدخل الاجتماعي الثقافي لدراسة الظاهرة  
 فورت إلى الميدان ابتداء من سنة 1923 عندما قام مجموعة من  
 قفنين الألمان بتأسيس معهد البحوث الاجتماعية بمدينة فرانكفورت الألمانية، بهدف إعادة بعث  
 1922. <sup>2</sup>

لكن صعود هتلر إلى السلطة في  
 ماركيزوز.. إلى الهجرة واللجوء إلى أمريكا نقل أعمال المعهد مؤقتا إلى جامعة  
 كولومبيا بالولايات المتحدة الأمريكية حتى عام 1950.

في المدينة الأصل فرانكفورت  
 ليشتهر باسم المدينة "مدرسة فرانكفورت النقدية"، ولم تبق مدرسة فرانكفورت مجرد معهد، إنم  
 في مقدمتها الظاهرة

وفي أمريكا وبتوظيف المناهج الإمبريقية الأمريكية  
 معالم الاضمحلال الثقافي في ظل الإنتاج الصناعي للمواد الثقافية، والتركيز على البعد  
 في مؤلفهما المعنون بجدلية العقل خصص كل من أدورنو  
 صناعات الثقافية كمفهوم جديد يجمع بين ميدان  
 ظاهريا هما الصناعة و يبين كيف حول الإنتاج الصناعي الثقافة إلى سلعة لا فرق بينها و  
 السلع الأخرى إلا بمقدار تواجدها في السوق التجاري.

فالصناعة الثقافية نموذج لإفلاس الثقافة، لأن تحول الفعل الثقافي إلى قيمة تجارية يقضي على

3

<sup>1</sup> Armand Mattelart, **cultural studies stories :la domestication d'une pensée sauvage?** © Réseaux n° 80CNET – 1996, p.5

<sup>2</sup> Olivier Dhilly, **La critique des industries culturelles par l'école de Frankfort la mystification des masses** 27/06/2007, texte en ligne  
 www.clemi.org/ecole.de.frankfort. pdf consulté le 15/02/2010

<sup>3</sup> Marie FRANCO, **Regards sur la réception : la culture de masse, pour qui ?**

بالأخص الأمريكية في زمن تسليعها التجاري إلى أن

في سياق تحليل الثقافة في إطار انتاجها الصناعي تندرج تحليلات المدرسة لمنتجات الثقافة الجماهيرية على اعتبار أن الصناعة الثقافية تُمثّل الأشكال التاريخية الأولى للإنتاج اللامؤسستي للثقافة المشتركة culture commune لا بمعنى أن تكون الثقافة ملكا للجميع،  
1 الإنتاج الجماهيري: الجمهرة و

يأتي نقد الثقافة الجماهيرية من لدن مدرسة فرانكفورت في سياق اتجاهها النقدي للأوضاع على عكس الاتجاه البنيوي الذي يرى في وسائل الإعلام عاملا مساعدا على الحفاظ على توازن واستقرار المجتمع، ترى النظرية النقدية أن وظيفة وسائل الإعلام هي

إسائهم النقدية للأوضاع الإعلامية وانتشار الثقافة الجماهيرية بديلا عن الثقافة الراقية أو الرفيعة التي ترتقي بأذواق الجماهير لوضع تفسيرات خاصة بانتشار صور المحتوى الذي تنشره وسائل الإعلام للترويج لمصالح الفئات أو الطبقات المسيطرة على المجتمع.<sup>2</sup>

هكذا تركزت أبحاث المدرسة النقدية على المنظور الاقتصادي بتوظيفها لمقاربات سياسي في دراسة المؤسسة الإعلامية بصفتها مؤسسة اقتصادية تساهم في الإنتاج الصناعي للثقافة على المنظور الثقافي في تحليلها للنصوص الإعلامية، وعلى مقترب التلقي في دراستها لتلقي للتأثيرات الاجتماعية والإيديولوجية للثقافة الجماهيرية.

" Marcuse

Horkheimer Adorno " صاحب كتاب جدلية العقل الذي يدرس

الثقافة الجماهيرية و

برماس بهذا تنوعت المداخل الفكرية للنظرية في تحليلها لمنتجات وسائل الإعلام

**Pour quoi faire ?** Université de Paris 12 Val de Marne p305, texte en ligne  
www.crec.univ-paris3.fr/pdf consulté le 15/02/2010.

<sup>1</sup> Eric Macé, **penser les media cultures ;nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation de monde**, Armand colin, , Paris, p.12

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص 209.

بذلك تحليلاتهم ومواضيع دراساتهم من أدب وموسيقى شعبية و تيارات الأنموذج le paradigme أنها تستهدف جميعا تجديد النموذج النقدي دي في دراسات الاتصال الجماهيري.

1964

\* مركز برمنغهام للدراسات الثقافية:

في جامعة برمنغهام في بريطانيا، و في دراسات الدكتوراه حول أشكال و المؤسسات الثقافية في علاقتها بالمجتمع بالتغير الاجتماعي.<sup>1</sup> في بداياته حمل اسم مركز الدراسات

إجليزي، إلى البريطانية Birmingham Centre For Contemporary Cultural Studies=BCCCS الرأسمالية.

يُج العملي للنظرية النقدية في معالجتها للظاهرة الثقافية، حيث تسعى الدراسات الثقافية حسب مؤسسيها إلى فهم الكيفية التي من خلالها تقوم الهويات المختلفة لتي تجري في إطارها، وذلك بالنظر إلى السياقات التي يُ كيف تكون هذه الهويات بدورها محددة من طرف هذه الممارسات من

2

الدراسات الثقافية؛ مقارنة تاريخية: ظهرت الإرهاصات الأولى للدراسات الثقافية كتيار فكري خلال الثلث الأخير من القرن التاسع عشر، في سياق السجلات التي عرفت بريطانيا والتي والمجتمع، أين سيطرت الأذواق السيئة وقر ثقافتها على المجتمع الجماهيري في عصر أُصطلح عليه على أنه عصر النفاش Matew<sup>3</sup> Arnold, John Ruskin, William Morris الذين اتفقوا على اتخاذ موقف ثقافوي نقدي ضد ما أسموه ضحالة الثقافة في زمن المجتمع الجماهيري الصناعي.

<sup>1</sup> Armand Mattelart, **cultural studies stories : la domestication d'une pensée sauvage?** Op. cit. p.3.

<sup>2</sup> فهم الخطاب التلفزيوني في السياق الثقافي عند هال، مرجع سبق ذكره، ص25.

<sup>3</sup> Armand Mattelart, **cultural studies story : la domestication d'une pensée sauvage?** op cit, p.4

في هذا السياق تأسست مجلة *Scrutiny* 1932 Leavis أُريد لها أن تكون منبرا لحرب أخلاقية  
إعادة بعث التقليد الأصيل للثقافة الإنجليزية *la grande tradition*<sup>1</sup> بهذا مثلت *scrutiny*  
مقاومة البلاهة التي تنشرها مضامين وسائل الإعلام لاسيما  
بمثابة الإرهاصات الأولى للدراسات الثقافية البريطانية.

وقف إصدار المجلة سنة 1953

على ساحة النقاش في بريطانيا، وفي هذه الفترة شهد مركز الدراسات الثقافية نشأته الحقيقية

– Richard Hoggart

1957 الذي حمل عنوان *The Uses of Literacy: Aspects of Working-Class Life*

2

فيه يصف الكاتب تأثير ثقافة وسائل الاتصا  
ل على نمط حياتهم وممارساتهم،  
التي تؤثر عليهم –  
تأثيرا تراكميا على المدى البعيد.

تمحور الإشكال المعرفي للدراسات الثقافية حول تحليل مضامين وسائل الإعلام من  
دورها في المجتمع، في ظل الإشكالات التي طرحت  
هيمنة وسائل الإعلام على عقول الناس، و

\* **نظرية الغرس الثقافي / الإنماء الثقافي:** تُعتبر نظرية الغرس الثقافي تصورا تطبيقيا  
للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى و  
التعلم من خلال وسائل الإعلام، حيث تعتبر  
هذه النظرية وسائل الإعلام عاملا هاما في التأثير على معرفة الأفراد وإدراكهم للعالم المحيطة بهم

ظهرت النظرية في سبعينيات القرن الماضي في  
الباحث الأمريكي جورج جرينر، والتي تمحورت حول "المؤشرات الثقافية" *cultural indicators*

<sup>1</sup> ibid , p.6

<sup>2</sup> فهم الخطاب التلفزيوني في السياق الثقافي عند هال، مرجع سبق ذكره، ص 27.

التي هدف من خلالها إقامة الدليل الإمبريقي على تأثير وسائل الإعلام على البيئة الثقافية التي تتواجد بها، واهتمت بحوث المؤشرات الفردية بثلاث قضايا متداخلة هي<sup>1</sup>:

- هياكل والضغوط والعمليات التي تؤثر على إنتاج الرسائل الإعلامية.
  - دراسة الرسائل والقيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام.
  - دراسة الإسهام المستقل للرسائل الإعلامية على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي المعاش
- تتمحور بحوث الإنماء حول النقطة الأخيرة والتي تدرس دور وسائل الإعلام في إدراك

في تشكيل في رسم صورة عن الواقع الحقيقي.

تركزت أبحاث النظرية حول التلفزيون كأهم وسيلة إعلامية في الولايات المتحدة الأمريكية في تلك الفترة، إلى جانب كونه وسيلة لتنمية الصور الذهنية لما له من تأثير على الجماهير، حيث ألفت المداخل الأساسية للنظرية الضوء على أهمية كل ما هو ثقافي في التلفزيون باعتباره أداة تثقيفية على وفق النظرية: سيرورة الغرس الثقافي.

يُعرف جرينر الغرس الثقافي، أو الإنماء على أنه عملية اكتساب المعرفة أو السلوك من خلال الوسط الثقافي الذي يعيش فيه الإنسان، فكأن البيئة الثقافية بأدواتها هي التي تقوم بعملية إكساب الثقافية في المجتمع من خلال وسائل الإعلام.<sup>2</sup>

الإعلام الفرد بحقائق الثقافي الذي يتواجد به، و

لهذه الرسائل الإعلامية تتشكل الصور الذهنية عن هذا

من أهم أساسيات نظرية الغرس الثقافي<sup>3</sup>:

- يُعتبر التلفزيون وسيلة منفردة تتطلب مدخلا خاصا لدراساتها.

2001

الاتصال ونظرياته المعاصرة 2

1

.299

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير مرجع سبق ذكره ص125.

<sup>3</sup> الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص304.

- تُشكّل الرسائل التلفزيونية نظاماً متماسكاً يعبر عن الاتجاه السائد في النظام الثقافي، حيث أن ثبات أو تماسك العالم الرمزي للتلفزيون يعكس تماسك اله التي تحكم صناعة البرامج التلفزيونية.
- تحليل النظم العامة للرسائل التلفزيونية يُقدّم دليلاً عن عملية الغرس الثقافي.
- يُركّز تحليل الغرس على رصد مساهمة التلفزيون في بناء الأفكار والأفعال في المجتمع.
- ت الغرس الثقافي من خلال التلفزيون في مجالات العنف والجريمة داخل أين أصبح التلفزيون يُشكّل هاجساً لبروز عديد الأدبيات التي ربطت التلفزيون بالجريمة واتهمت الصورة التلفزيونية بتشجيع الجريمة،
- الغرس الثقافي" التي طرحت التساؤل الآتي: هل هناك علاقة وثيقة بين انتشار الجريمة في الأحياء الأمريكية ومشاهدة البرامج التلفزيونية؟ هل يكمن التلفزيون فعلاً وراء انتشار الجريمة؟
- دنت نتائج الدراسة أن التلفزيون لا يُعلّم الناس التغيير، إنما يُعلّمهم مقاومة التغيير بتكرار الحفاظ على الوضع القائم. كما أكدت النظرية أن تأثير التلفزيون ليس مباشراً، إنما هو تأثير تراكمي بصيرورة الغرس الثقافي.

### ثانياً: التلفزيون والثقافة

**1- طبيعة العلاقة:** يُعتبر التلفزيون وسيلة إعلام ثقافية من الدرجة الأولى حيث لا دوره على تقديم المعرفة والخبرات للمشاهدين من خلال الصوت والصورة الحية، بل هو أداة من أدوات ديمقراطية الثقافة لكونه وسيلة جماهيرية تُساهم في حصول الملايين من الجماهير على الثقافة الإطلاع على أشكال الإبداع الثقافي من دون عائق ثقافي أو تعليمي، وما يجعل التلفزيون متميزاً عن أشكال الاتصال المعروفة هو شخصيته التركيبية، أي قابليته على استخدام الصورة والصوت، والمؤثرات الصوتية، فالتلفزيون له القدرة على البث مباشرة لملايين المشاهدين، والتفسير الفني للحدث لحظة وقوعه، هذه القدرة تقرر عاملي الزمان والمكان الحقيقيين

الثقافية، وأكثرها نفاذاً وتأثيراً على البنية الاجتماعية وال

ذلك يعتبر من أخطر مجالات التأثير في الحياة الإنسانية، فالصورة والكلمة والمعلومة أصبحت شكلاً ومضموناً أهم أداة فكرية تعبر القارات والدول لتشكّل تأثيراً على الرأي العام وعلى الثقافات<sup>1</sup>

لُتساهّم في إدخال الجماهير العريضة ساحة الاستقبال الثقافي، بعد أن كانت الثقافة حكراً على المركز - الفئة - كانت الجماهير العريضة على هامش الثقافة إما لسبب ثقافي يعود إلى عدم قدرتها على القراءة بسبب الأمية، أو لسبب اقتصادي لعدم قدرتها على شراء الكتب وبهذا انحصرت الثقافة و على فئات محددة مثلت النخبة و

لكن الموازين انقلبت في المجتمعات المعاصرة التي جعلت من الصورة كتاب البسطاء من البشر على حد مقولة كيرغوار<sup>2</sup> الإطلاع على مجريات ا لا تمييز في فضاء التلفزيون، هذا الفضاء الذي لم يكسر وصاية النخبة على نجوم جدد بل و

إلى المستمر كما عبّر عن ذلك أحد المتخصصين في "3

من هنا احتل التلفزيون موقع الصدارة في المعادلة الثقافية المعاصرة التي تُة ثقافية تتربع على عرش الثلقي والتأويل والتأثير المباشر على لذي بات أسير الصور الذهنية

**2- ثقافة الصورة:** التي لم يبق مجال خارج طائلة التغيير، يتحكم في زمام هذه التحولات

<sup>1</sup> محمد كحط الربيعي، الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية: المضامين والأشكال والتلقي، مرجع سبق ذكره، ص30.

<sup>2</sup> العولمة الإعلامية 1 2002 237.

<sup>3</sup> كيف نحمي وسائل الاتصال الجماهيري؟ ومن يحمي المجتمع منها؟ مجلة الإذاعات ال

التغيرات الثقافية هو وسائل الاتصال، التي رسمت م  
انتقلت بها من حضارة  
تسيطر فيها حاسة السمع على غيرها من  
الحواس، إلى حضارة تدوينية للكلمة  
السلطتها وسلطانها، وللرؤية والقراءة فيها مكانها  
لتصل بها إلى مرحلة حضارة الصورة أين تتجاوز كل الحواس و  
نغ التعبيرية  
وتهيمن الصورة على النسق الثقافي و  
ع الصيغ التقليدية، لأن هذا لم ولن يحدث،  
يُد آليات التفكير والاستقبال والتأويل حتى  
ي حد تعبير سيد الميديولوجيا ريجيس دوبريه.

واقع الأمر أن الاهتمام بالصور ليس حكرا على عصر أو حقبة زمنية دون غيرها، فقد عرف  
البشرية على اختلاف ثقافتها وأدواتها التعبيرية الصو  
(  
جدران الكهوف)، حيث لا يمكن استثناء فترة من التاريخ تكون خالية من إنتاج الصور أو التفكير  
بها.

فالصورة ليست ظاهرة تبرز وتختفي، إنما هي حقيقة متلازمة مع عمليات التفكير و  
إذ تُشير أدبيات الصورة إلى أن 90 بالمائة من المدخلات الحسية للأفراد إنما هي مدخلات  
نظرةً فاحصةً في  
مدى ارتباطه بالجهاز العصبي تُنبؤ أن  
التفكير إنما تدور مدياته حول الصور واقعيةً كانت أو مُتخيلةً.

بالتالي ف  
الثقافي لهذا العصر لا يعني أن الصورة أمر  
مستجد في التاريخ الإنساني، فتعرض الإنسان إلى الصور أمر تقليدي، إنما يعني من ضمن ما يعنيه  
الصورة من الهامش إلى المركز، ومن الحضور الجزئي إلى موقع الهيمنة والسيادة على غيرها من  
1.

بهذا سجلت الحقبة المعاصرة انتقال الثقافة من ثقل الحرف إلى ثقل الصورة، ولم تعد الك  
لا حتى ذات صدى في زمن أضحت فيه القراءة فعلا كلاسيكيا بل  
تقادما في قناعة الأجيال الجديدة التي لا تحتم بثقافة الأدب أو الثقافة الجا  
وسائط الكترونية متعددة.

<sup>1</sup> استخدام الصورة في تغطية العدوان الإسرائيلي على غزة

تُعرف الصورة في اللغة العربية بأنها الشكل، يقول الله عزوجل { في أي صورة ما شاء رَكَّبكَ }<sup>1</sup>  
 يُقصد بالصورة الهيئة، و له في الذهن أو العقل، و  
 image اللاتينية فتعود في الأصل إلى الكلمة ا imago  
 imitar بمعنى يحاكي أو يمثّل، وبهذا تحمل الصورة معنى محاكاة الواقع<sup>2</sup> لكن في عصر

الصورة بطابع سحري نافذ، كما يدل على ذلك ارتباط اسمها image,  
 ما يجعلها تمارس سحرها وسطوتها على فكر imagerie  
 لذا فهي تعيد صياغة عقلية الجماهير وفقا لخصائصها ومضامينها، فالافتتان بالصورة  
 وقدرتها الإغرا التي لا يمكن اختصارها في الشبه، بل يمكن  
 حصرها في التمثيل أو التصور، بمعنى أن الصورة تُمثل الشيء المصوّر، فالصورة  
 تغييب الحاضر حتى ليستحيل التفكير من دون صور على حد تعبير أرسطو،  
 ما يؤكده جيروم برونر (Bruner) %10  
 يقرأه ، و 80% مما يراه أو يقوم به.<sup>3</sup> %30

لصياغة عقول وعواطف الجماهير المختلفة، بل وأداة ثقافية تتحكم في  
 احتلال هذه الثقافة لعمليات الاستقبال البشري جعل الصورة هي الأصل المعرفي،  
 صير الواقع مجرد انعكاس للصورة وصادر عنها، بدلا من أن يكون هو الأساس المحاكي.<sup>4</sup>  
 مصطلح "ثقافة الصورة" من المصطلحات الجديدة في مجالات التداول الثقافي المعاصر يعكس  
 رة على النسق الثقافي المعاصر، وهيمنتها على آليات التعبير البشري،

<sup>2</sup> Roland Barthes, *Rhétorique de l'image*, communications, novembre, 1964, texte en ligne [www.valeriemoriginat.net](http://www.valeriemoriginat.net), consulté le 27/05/2010.

<sup>3</sup> محمود حسن الأستاذ، سيميائية الصورة إستراتيجية مقترحة في تنمية تجليات إبداعية وفضاءات دلالية، مؤتمر فيلادلفيا الدولي الثاني عشر ثقافة الصورة في الفترة 24-26 - 2007 .3

<sup>4</sup> الثقافة التلفزيونية: سقوط النخبة وبروز الشعبي، مرجع سبق ذكره، ص 15.

صجاري هذه الثقافة على أنها الثقافة التي تتوسل لغة جديدة هي لغة الصورة، وأبجدية الحواس، مما . ثقافة الصورة التي تقدمها كبريات

الشركات الإعلامية الخاصة حولت الثقافة إلى مشروع ربحي أساساً.<sup>1</sup>

ويرى محمد عابد الجابري أن ثقافة الصورة هي ثقافة إخبارية إعلامية تصنع الذوق

للإنسان، والمجتمع، والتاريخ، إنها ثقافة الاحتراق، تُقدمها العولمة بديلاً من الصراع الأيديولوجي<sup>2</sup> يث أنها تسعى إلى تسطيح الوعي بهدف تكريس نوع معين من الاستهلاك، لنوع معين من

### 3- الثقافة التلفزيونية:

#### حول مفهوم الثقافة التلفزيونية:

الجماهيري، تزعم لم تعد الموازنة مقتصرة على ثقافة عامة أو ثقافة متخصصة أدبية كانت أو علمية أو فنية؛ حيث تعمق الإشكال الثقافي في المجتمع الجماهيري تعددت مدياته ما بعده، واتخذت المفاضلات مسميات و ثقافة جماهيرية ثقافة نخوية، و

إن تعددت الأسماء أو المسميات فهي تُنبئ على كثرتها تعددها بأن الثقافة تنوعت تسطيحاً خفت جودة في ظل هذا التطور التكنولوجي الرهيب الذي لم يؤثر على أثر حتى على مضامينها ومستوياتها.

فالتلفزيون على سبيل المثال لم يبق مجرد أداة نقل حيادية للمضامين الثقافية، إله دوره في قبوله و صنع المخيال الجماهيري\* مضامينه التي لها من الخصوصية ما يجعلها تختلف عن ثقافة المطبوع أو الشفهي

ودلالاتها-<sup>3</sup>

<sup>1</sup> حصار الثقافة بين القنوات الفضائية والدعوة الأصولية، بيروت، المركز الثقافي العربي، 1998، 12.

<sup>2</sup> محمد عابد الجابري، العولمة والهوية الثقافية، مجلة المستقبل العربي، العدد 2، بيروت، 1998، 8.

\* ات التفكير والتحليل والتصور والتماثل، كما أنه مجموعة الأنساق تشكل الهوية الثقافية والتي تمثل عالماً حياً في ذهن الأفراد والجماعات السياسية التي

وبهذا طرح حضور التلفزيون وهيمنة خطاباته على السياق الثقافي العام إشكالات متعددة

الثقافة التي تتخذ سمات الحركة

والإبحار إن لم تكن منبثقة عن شاشة التلفزيون<sup>1</sup>.

الثقافة التلفزيونية فيقصد بها الوعي بالخصوصية التقنية والتعبيرية للتلفزيون بوصفه مؤسسة خصوصيته كأداة سمعية بصرية<sup>2</sup>، بمعنى

الممارسات التي تحكم الممارسة التلفزيونية.

الثقافة التلفزيونية هي ثقافة توظيفية لما تملكه الوسائل السمعية البصرية من مؤهلات تسمح

لها بـ الجغرافية، ما يجعلها قـ

مجالات الحياة بثها على شاشة التلفزيون في قالب جماهيري استعراضي لزيادة عدد المشاهد بغض النظر عن طبيعة المادة الإعلامية. وفي هذا الصدد يقول أحد المختصين: إن عيب التلفزيون لا يكمن في كونه يُقدّم مواده في قالب ترفيهي يعرضه على الجمهور إلى

3

إن خاصية الأداة الموصلة لهذه الثقافة والمتمثلة في الـ اعتماده على جاذبية الصورة تُؤثّر

في تلقيها، حيث تتميز هذه الوسائط بالإبحار، كما قيل الإبحار نقيض الإبصار،

م لجمهور واسع، جمهور عريض

Dominique Walton

غير معروف، جمهور لا يُشاهد برامج التلفزيون سوى لكونها تُعتبر استعراضاً أو تمشيداً، لأنها تُسلي

4

<sup>3</sup> ماجي الحلواني حسين، حول مفهوم الثقافة التلفزيونية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد الإذاعات العربية، تونس، العدد 2005 15.

<sup>1</sup> هل يجوز الحديث عن ثقافة جديدة، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد الإذاعات العربية، تونس، العدد 2005 9.

<sup>2</sup> يحيى ا هل للمغاربة ثقافة تلفزيونية؟ جريدة العمل الديمقراطي، 7-15 مارس 2002.

<sup>3</sup> إشكالية وسائل الاتصال السمعي البصري بين تسلية الثقافة وثقافة التسلية مرجع سبق ذكره 10.

<sup>4</sup> المادة الثقافية في التلفزيون الإذاعات العربية، مرجع سبق ذكره، ص 45.

هذه النظرة للوظائف الإعلامية للتلفزيون تعكس تغليب الوظيفة الترفيهية الإخبارية، كما أنها تُعبّر عن نظرة تراتبية لوسائل الإعلام الجماهيري في المجال الثقافي تضع النمط المكتوب على رأس السلم الثقافي، بينما يحتل التلفزيون مكانه لا الهرم، وفي هذا الصدد يرى Bruno Bettelheim أسر الخيال لكنه لا يُجرّره، أما يجره في الوقت نفسه.<sup>1</sup> يخلق الانطباعات بدل الأفكار، يشجع العواطف بدل التفكير يخاطب الأحاسيس بدل العقل، بهذا فهو يبهر ولا يُنير، ويُرفّه و

**4- الثقافة الجماهيرية: دى تحوّل المجتمعات من الزراعة إلى الصناعة وما بعدها إلى التأثير** في كثير من جوانب الحياة تبعاً لهذا التحول، وإفرازات هذه المرحلة ظهور المجتمعات الجماهيرية التي بدأت تتكون حول المدن الصناعية الكبرى، والتي تخلت عن الروابط الآلية المشاركة الاجتماعية التي كانت تربطها لصالح العلاقات العضوية بما تعنيه من تفكك تخصص.<sup>2</sup>

كما أن النقلات النوعية في طبيعة وسائل الات بعدها الجماهيري، مروراً بوسائل الإعلام التي جسّدت مفهوم الجمهور غير المحدد وغير المتجانس- الإذاعة في التلفزيون في خمسينيات القرن العشرين- ساهمت في بلورة مفهوم الجمهور العام masse تحديد أبعاده و

المجتمع وزيادة تعقيدات الحياة وارتفاع المستوى التعليمي و توافرها لعدد كبير من الناس متنامي باستمرار، اتضح ملامح المجتمع الجماهيري كمجتمع حديث يتكون من جماهير غير اجتماعي؛ تلك  
يشير إلى  
3  
بهذا صار م  
اتصالية قائمة بذاتها، تزداد تعقيدا باتساع

<sup>1</sup> الأطفال والإدمان التلفزيوني، ترجمة عبد الفتاح الصبحي، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة و

247 1999 70.

<sup>2</sup> جمال العيفة، الثقافة الجماهيرية عندما تخضع الثقافة لقوى السوق ت جامعة باجي مختار، 2003 29.

<sup>3</sup> 20.

ا وزيادة الارتباط بها، أين أصبح الحديث عن جمهور وسائل الإعلام الجماهيرية حديثاً متقدماً في ظل ظهور مفهوم الجماهير الذي هو أقرب الأشكال الجماعية إلى جمهور وسائل الإعلام في صورتها المعاصرة التي يغلب عليها طابع التخصص، والتي نأت بالجمهور العمومية التي تغلب على الجماهيرية المتخصصة التي بمفهومه العام، إلى آفاق أكثر تعقيداً التي فئات تزداد صغراً في

ومن المجتمع الجماهيري، وجماهير وسائل الإعلام، أضحت "الجماهيرية" خطاباً بار ما بعده، ليس بما يحمله من دلالات التعدد والتنوع وعلام جماهيرية تتشابه مضامينها وأشكالها حتى ليكاد

لتجانس في المعلومات المقدمة القائم على قاعدة توحيد المصادر كرس على حد تعبير عالم الاجتماع الفرنسي بيار :

يرى بعض الباحثين أن الاتجاه نحو النمطية الواحدة أو النظرة المتشابهة نتيجة التعرض لمؤثرات تمثل في وسائل إعلام جماهيرية، وثقافة جماهيرية، ورفيه جماهيرية، وسياسة جماهيرية قد أدى إلى خلق العقل الجماهيري mass mind الذي يجد مقنناته ومستويات أحكامه في النظرة<sup>1</sup>. تمثل الثقافة الجماهيرية أحد أبرز محددات هذا العقل الجماهيري بصفتها تمثل مجمل التأثير الجماهيرية من

على الجماهير.

يطرح مفهوم الثقافة الجماهيرية إشكالات عدة على مستوى تحديد مدياته وتمييزه عن الثقافة يذهب البعض إلى

الجماهيرية مجرد شكل متطور من أشكال الثقافة الشعبية مثلما يرى Françoise

1 "la culture populaire a l'âge du loisir de masse" Gaillard

يمكن تفسير هذا الخلط بين المفهومين بغموض مفهوم الجمهور في بداياته، وعدم تحديده بدقة مما يجعله يلتقي في بعض خصائصه مع الشعب، كما يمكن تفسيره أيضا باتساع دلالة مفهوم "شعبية" التي تعني فيما تعنيه المشهور أو الشائع بين الناس، بمعنى أن الثقافة ما ينطبق أيضا على الثقافة الجماهيرية من حيث كونها الثقافة الشائعة لدى جماهير

غير أن الثقافة الجماهيرية مفهوم جديد يختلف في بنيته عن الثقافة الشعبية التي تعني الموروث الثقافي لطبقة أو وسط شعبي معين، في حين لا يرتبط مفهوم الثقافة الجماهيرية بوسط شعبي بغض النظر عن الخصائص السوسيوثقافية للأفراد، بمعنى أن الثقافة الجماهيرية هي مفهوم عام ليس خاصا بطبقة بعينها، كما أنه مفهوم شديد الارتباط بوسائل ، بل هو منبثق عنها، فالثقافة الجماهيرية هي ثقافة تكونت بفعل تأثير

تُمثّل الثقافة الجماهيرية الثقافة الوسط بين ثقافة culture éditoriale

culture cultivée

لكل فئة اجتماعية ثقافتها انتشاره في جميع الأوساط الاجتماعية خلق ثقافة جديدة، ثقافة ليست خاصة بفئة اجتماعية نون غيرها، بل هي ثقافة للجميع، إنها ثقافة

فالثقافة النخبوية هي الثقافة الراقية التي تحصلت عليها نخبة المجتمع بواسطة عدة وسائل أهمها تعبير

يطلق عليها محمد

المج

ية لكي تمنح لكل أمة خصوصيتها، وهي معدن اله

<sup>1</sup> Véronique campa, **discussion autour de la notion de la culture de masse**, séminaire de communication interculturelle et internet, institut national des langues et civilisations orientales (INALCO), paris, 2002-2003, p13. [http://www.semionet.fr/ressources\\_enligne\\_culture\\_masse.pdf](http://www.semionet.fr/ressources_enligne_culture_masse.pdf) dossier en ligne consulté le 11/02/2010.

، إلى مكونات الذاكرة الجماعية والخيال الاجتماعي والرأسمال

1

أما الثقافة الشعبية فتقف على النقيض الآخر، فهي ثقافة شفوية تتناقلها الأجيال جيلا بعد جيل بطرائق شفوية تعتمد في غيرها من الإبداعات الشفوية. تضم التراث و

يُطلق عليها في الغرب مصطلح folklore هو مصطلح مركب من شطرين folk بمعنى الناس lore بمعنى معرفة أو حكمة، هكذا تعني كلمة فولكلور حكمة الناس أو معارف الناس.<sup>2</sup> تمثل الثقافة الشعبية فيما يصطلح عليه في عرف الثقافة قاعدة الهرم الذي نمط تفكير عموم الناس

الثقافة الجماهيرية فهي مفهوم حديث يختلف عن المفهومين السابقين في كونها ترتبط بوسائل الاتصال الجماهيرية وتنقل من خلالها إلى الجماهير المتعددة، حيث يقسم المحتوى الإعلامي إلى ثلاثة درجات حسب ساندرا بول روكيتش<sup>3</sup>:

1- المحتوى الهابط: وهو الذي يثير استياء النقاد بشكل مستمر، مثل الدراما التلفزيونية التي تؤكد على العنف، أو البرامج الجنسية الفاضحة، أو الموسيقى المثيرة، أو أي محتوى يساهم في خفض إفساد الأخلاق أو الإثارة للقيام بسلوك غير مقبول اجتماعيا .

ن الثقافة الجماهيرية في إطار هذا المحتوى لما تتميز به من تبسيط و أنه تسطيح ال ينأى بالثقافة عن مرجعياتها الأصيلة مها السامق ليقوعها في البهجة التمشهدية التي تفرضها وسائل الإعلام الجماهيرية.

2- المحتوى الذي لا يثير جدلا: مثل تقارير الطقس، ومحتوى بعض الأخبار، و محتوى لا ن ولا يحط من قدره، كما أنه لا يُشكّل تهديدا للمستويات الأخلاقية.

3- محتوى الذوق الرفيع: وهو المحتوى الذي يرقى بالأخلاق و

<sup>1</sup> جمال العيفة، الثقافة الجماهيرية عندما تخضع الثقافة لقوى السوق، مرجع سبق ذكره، ص 42.

<sup>2</sup> جمال العيفة، الثقافة الجماهيرية: عندما تخضع الثقافة لقوى السوق، مرجع سبق ذكره، ص 43.

<sup>3</sup> الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 129.

أو الدراما الهادفة، أو الم... هو محتوى يقع ضمن الذوق الأفضل أو الأسمى لما يتميز به من جدية في الطرح، ترفع في المستوى.

تُعرف الثقافة الجماهيرية على أنها مجمل العناصر الثقافية الإيديولوجية التي تتناقلها وسائل الجماهيري الكبرى مثل الإذاعة والصحافة و التي التصورات التي تتعرف فيها الجماهير على بعضها<sup>1</sup>. أنها البرامج والمواد والفقرات المختلفة التي تقوم عبر قنوات الاتصال الجماهيري.

فيرونيك كامبا Véronique campa فيرى أن الثقافة الجماهيرية هي

اتجاه المعارف الثقافية، اتجاه النظام طريقة تفكير، طريقة سلوك تُترجم بأفعال استهلاكية لرموز المعرفة الاجتماعية.<sup>2</sup>

وبهذا لا ترتبط الثقافة الجماهيرية بالمعايير التقليدية لتقسيم الثقافة و : .. وغيرها، بل إنها ثقافة ديمقراطية تخص كل المجتمع، ومتاحة للجميع بغض النظر عن انتماءاتهم الطبقية.

ون الثقافة الجماهيرية ومضامينها بداراما الاتصال، حيث يرى عزبي عبد الرحمان

تخدمة في إطار الوسائط الواسعة

والمتمثلة في البرامج الشهيرة لأنماط الاستهلاك وقيمها التي عادةً ما

تندس اندساسا لا شعوريا في ثنايا الدراما الترفيهية والأفلام والحصص و

3.

ترتكز وجهة النظر القائلة باعتبار الثقافة الجماهيرية نوعا من أنو

جاذبية للجماهير، كما أنها نوع تلفزيوني يقوم على

الكثير من

يخلق عالمين: عالم واقعي من خلال البرامج ا

توظيف الخيال في الأفلام

<sup>1</sup> المادة الثقافية في التلفزيون، مرجع سبق ذكره، ص42.

<sup>2</sup> Véronique campa, **discussion autour de la notion de la culture de masse**, op cit, p14

<sup>3</sup> جمال العيفة، الثقافة الجماهيرية، مرجع سبق ذكره، ص 52.

## Jean Marie Piemme

الجماهيرية، في النقاط الأربعة الآتية<sup>1</sup>:

1- ما خطاب عام يقع في ملتقى خطابات أخرى يحتفظ كل منها بخصوصيته، و

الجماهيرية في هذه الحالة يُولّد الغموض ويقوم بالانتقاء باعتباره مستخرجا من ميادين ذات طبيعة علمية مختلفة غير متكافئة.

2- ثقافة الجماهيرية خطاب مثقفين، حيث يتمتع كل الذين يتحدثون عن الثقافة الجماهيرية بتكوين ثقافي غير جماهيري، و ما فهم يُقصون أنفسهم من تأثيرها، لكنهم يُشكّلون طرفا في النقاش الذي تُثيره، وبالتالي فهم يقومون بشرح ظاهرة خارجية عنهم وتلاحظ

3- يُعاني جماهيرية من عدم الدقة هي موضوعه وفي مجال بحثه، ح

المتمايزة في إطار مفهوم الثقافة الجماهيرية، فالثقافة الجماهيرية بالمعنى الموسّع تعني شيئا شديدا الارتباط بالترفيه، أما بالمعنى الضيق فتركز على وظيفة مفترض ل في تلبية الحاجة إلى الترفيه والحاجة إلى الإعلام في آن واحد.

4- خطاب عن الثقافة الجماهيرية خطاب يتطور بمعنى خطاب آخر، فهو خطاب المجتمع

الجماهيري الذي يعد شديد الارتباط بالثقافة الجماهيرية، كما توجد ضمن الخطاب عن الجماهيرية طريقة لفهم و الك النظام الاجتماعي الذي تتطور فيه هذه الثقافة التي تبدو خطيرة سواء نبرت كسبب ممكن لقدم المجتمع الاستبدادي، أو تم تعيينها كأثر مرئي لمجتمع استبدادي قيد

ط الثقافة الجماهيرية بالتحوّل والتغيّر في المجتمع.

ولتداخل هذه الخطابات تعقدها آثار انتشار الثقافة الجماهيرية في معرض القرن العشرين،

في البلدان الغربية والأوربية على وجه التحديد حول مدى تأثير هذه الثقافة على المتلقين لها، ما أدى

<sup>1</sup> جمال العيفة، الثقافة الجماهيرية، مرجع سبق ذكره، ص 545.

إلى نشوء تخصص علمي جديد يبحث في تأثيرات هذه الثقافة -  
الجماهير، و

وبهذا تباينت الآراء و ت النظر حول طبيعة هذه الثقافة ومشروعيتها، بين مبرر لوجودها  
كإطار لثقافة وسطى بين النخبوي والشعبي، بل وإطار لثقافة جديدة لها خصائصها لها  
جاذبيتها في أوساط الجماهير كما في أوساط الأكاديميين .

Morin violette التي تدافع عن الثقافة

الجماهيرية بقولها: "من منا نحن المثقفون لا يترك كتابا لكانط ليتابع على شاشة التلفزيون في  
جديدا من أفلام الويسترن"<sup>1</sup>

غير أن وجهة النظر هذه تكاد تكون وحيدة منفردة في بحر الانتقادات والتنديدات التي  
تعرضت لها الثقافة الجماهيرية من لدن المثقفين والأكاديميين، الذين رأوا أن التلفزيون مؤسسة منتجة

للترفيه المبتذل . في معرض هذا ال Laurent

Laflante "أن التلفزيون يظل الآلة المخزنة التي تعيق التفكير، ذلك بغض النظر عن أهمية  
2"

يستند هذا الطرح إلى الأدبيات النقدية لمدرسة فرانكفورت التي تعد من أشد المنتقدين لهذه  
من أشد المنددين لها، من خلال تشكيكها في تقديم هذه الثقافة من خلال قنوات  
التي تقوم، حسبهم، بتشويه الأعمال الثقافية الراقية بحجة إلهاء الناس وكسب رضاهم. وبهذا

يندرج أيضا في هذا الإطار ما ذهب إليه عالم الاجتماع الفرنسي بيار بورديو في معرض

الفرنسي على وجه التحديد بالمثقفين في كتابه عن

sur la télévision الذي اعتبر فيه أن التلفزيون لم يعد م

الإنتاج الرمزي، بل أضحى العنصر المهيمن على باقي مختلف أنشطة الإنتاج الثقافي بما فيها أنشطة

<sup>1</sup> - محمد عباس نور الدين، أهمية التنشيط الثقافي والاجتماعي في تأطير الأطفال والشباب، مجلة عالم ا

المجلس الوطني للثقافة لأداب، الكويت، المجلد 27، 1، سبتمبر 1998 25

<sup>2</sup> المادة الثقافية في التلفزيون، مرجع سبق ذكره، ص 45.

الإنتاج العلمي والفني.

ون بأنها تُفبرك كتابا

جدارة المواقع التي يحتلوها في مهنتهم المعرفية لأنهم لم يدفعوا "ثمن الدخول" إلى هذه المهن، وبالتالي فهم ينتهكون الحقول التي يشتغلون بها، و بهذا يعتبر أن وسائل الإعلام تُسهّم في تكريس أسماء على غير مسمياتها.<sup>1</sup>

محددات الثقافة الجماهيرية بتمايز الخلفيات المعرفية و تضاربت الرؤى بين مشروعيتها أو دونيتها، نفعها أو ضررها، إلا أنها تتفق على أن جوهر هذه الجماهيرية،

### ثالثا: البرامج التلفزيونية الثقافية:

بر الو وأخطر الوظائف التي يضطلع بها التلفزيون كوسيلة جماهيرية الأساس في إرساء قواعد الثقافة وتحصين شخصية الأمة و كونها أداة من أدوات التنشئة الاجتماعية تقوم بغرس إذ لا يختلف اثنان على أهمية الثقافة كعنصر شديد الحساسية في إثبات الهوية، خاصة في ظل يحقق ما تعجز عنه القوة الصارمة.

في خضم هذا الصراع تظهر القنوات ح الأكثر فاعلية في - هذه القنوات - من جماهيرية وسطوة لدى جماهيرها بفعل التأثير

لبرامج الثقافية ضرورة إعلامية

هذا لا يتأتى إلا من خلال توفير المناخ الثقافي القادر على

الجاد للقضايا بعيدا عن التعكير

غير أن واقع البرامج التلفزيونية الثقافية ي في معظمه مع أهمية العنصر الثقافي

<sup>1</sup> أصنام النظرية وأطياف الحرية 1، الدار البيضاء، المغرب، المركز الثقافي العربي، 2001 29.

حيث تحتل البرامج الثقافية مكانها لا مكانتها أسفل الترتيب، بميزانيات ضحلة، وفي

...

مع وجود إيجابيات للبرامج الثقافية التلفزيونية ، كونها أداة لتعميم الثقافة و  
دائرتها، بابا من أبواب التنوع البرمجي الهادف هو الطابع السلي لهذه  
البرامج و الدراسات التي أفضت نتائجها إلى تقزيم الدور الثقافي للتلفزيون من  
خلال النسب الضعيفة التي تحتلها البرامج الثقافية في الشبكات البرمجية<sup>1</sup>

لتسليط الضوء على واقع البرامج التلفزيونية الثقافية سأطرق لبعض الزوايا المتعلقة بالبرام

يقال في هذا النوع من البرامج و

خصوصية المضمون الثقافي عن غيره من ، ثم البرامج التلفزيونية الثقافية و  
القائم بالاتصال، ثم البرامج التلفزيونية الثقافية وجمهور . علاقات التأثير

#### 1- البرامج التلفزيونية الثقافية بين المضمون والشكل: ترتبط البرامج التلفزيونية

الثقافية بالمحتوى الثقافي الذي يتخذ من الشكل التلفزيوني وعاء له، هي بهذا تجمع بين مضمون  
شديد الخصوصية ووعاء إعلامي جماهيري، ما يجعلها أكثر البرامج التلفزيونية تميزا، بل و  
للجدل في كونها منبر الثقافة في التلفزيون و العلاقة التلفزيون بالجمال الثقافي.

وبهذا فإن المحتوى الثقافي في التلفزيون ليس مجرد ترف فكري، أو مادة إعلامية تملأ بها ساعات

ستوفي البرامج الإخبارية إنما البرامج الثقافية في التلفزيون

تجسيد ووسيلة من وسائل التكامل الثقافي

مجريات الحدث الثقافي ونقله عبر الصوت و

من ثراء المنبع الثقافي تستمد البرامج

الأدبية البرامج التي تعنى بالشعر وف النقد الأدبي التي يمثل فيها ال

الأمثل لإيصال الثقافة والترويج لها من خلال عرضه أجمل و

، إلى البرامج الفنية التي تعنى بالمرسح و عات الراقية التي لم تكن لتعرف و

<sup>1</sup> Milagros del Corel et Jean Michel Bear Les programmes culturels

محمد كحط عبيد الربيعي، sur les chaines publiques de télévision européennes

الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية: المضامين والأشكال والتلقي.

التلفزيونية التي جسدها ووسعت من مديات استقطابها.

1:

ترى سهير جاد أن البرنامج التلفزيوني لا يكون ثقافيا إلا إذا

- إضافة معلومات هامة يمكن استخدامها في الأغراض الاجتماعية.

-

-

ير الفني.

خصوصية البرنامج التلفزيوني الثقافي تعطي المضمون أهمية أكبر على اعتبار أن هذا النوع من

البرامج يعتمد على بمرجة الإخراج أو الأساليب الاستعراضية،

الأسلوب الراقي في معالجة القضايا بهدف

غير أن خصوصية التلفزيون كأداة إعلامية جماهيرية، وانطلاقا من الفكرة الماكلوهانية في كون

الرسالة هي الوسيلة، لم ت

على خصوصية المضمون الثقافي تجرده من كل عمق وتعقيد،

حة بحجة أن التلفزيون ليس تقنية توزيع، إنما هو استعراض يقدم لجمهور واسع،

عريض، غير معروف، جمهور لا يشاهد برامج التلفزيون إلا لكونها استعراضا أو تمشيدا، لأنها

2

بين مطرقة الوظيفة الترفيهية للتلفزيون، وسندان ما يطلبه المشاهدون، تاهت البرامج الثقافية؛

خفت مضامينها جودة، وأضحت إما استعراضية ممثلة في برامج المسابقات،

تخرج من نقاش جاف وملل حول موضوع ثقافي يكاد لا يثير انتباه أحد

## 2- البرامج التلفزيونية الثقافية وخصوصية القائم بالاتصال: إن نجاح البرنامج

<sup>1</sup> سهير جاد، البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي، مرجع سبق ذكره 39.

<sup>2</sup> إشكالية وسائل الاتصال السمعي البصري بين تسلية الثقافة وثقافة التسلية، مرجع سبق ذكره،

التلفزيوني الثقافي في تجسيد القيم الثقافية والارتقاء بالمشهد الثقافي العام لا يتأتى على صياغة هذا النوع من البرامج بالكفاءة المطلوبة، فالقائم بالاتصال في البرامج إلى جانب كونه إعلامياً، عليه أن يكون مطلعاً على مجريات الحدث الثقافي، عارفاً بخباياه، ينبع أدائه للمهنة الإعلامية من رؤية ثقافية عميقة.

1

ومن الخصائص المطلوب توافرها في الق

- يكون القائم بالاتصال مؤهلاً تأهيلاً إعلامياً عاماً أو متخصصاً.
- يكون على درجة من الثقافة تؤهله أن يقدم البرنامج المعني به، كأن يكون ملماً بالأدب أو المسرح أو السينما أو الفن التشكيلي... الخ، لا أن يكون مقمداً أو معداً بسيطاً يتطلب منه إثراء وتطوير المادة المراد إيصالها .
- ملماً بالحياة الثقافية بشكل عام، والنشاطات التي تقام في مختلف المجالات .
- يكون كفؤاً ملماً بكافة جوانب الموضوع ويقدم معالجة إعلامية للأحداث والظواهر والتطورات المختلفة التي تصاحب الحياة الثقافية، ويعرف جيداً طبيعة الشريحة الاجتماعية التي يتوجه لها. وأن يقدم مادته ببساطة ووضوح دون الإخلال بالمضمون، حتى لا يحول البرنامج إلى ندوة جامدة، بل لا بد من الحيوية المستمرة طيلة البرنامج، كي يبقى الجمهور على تواصل .

### 3 - جمهور البرامج التلفزيونية الثقافية: رغم اعتبار الجمهور في الأعراف

حاسماً في الحكم على جودة البرامج التلفزيونية من منطلق الفكرة القائلة "رائعة لأنها"، إلا أن البرامج  
وهذه القاعدة بل و  
وسبل معالجتها لتصبح البرامج شعبية لأنها رائعة.

فالبرامج التلفزيونية ذات التوجه الثقافي من منطلق أنها برامج هادفة غير ربحية بالأساس  
تهدف الوصول إلى جمهور واسع بقدر ما تهدف الوصول إلى جمهور نخوي طلائعي<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد كحط عبيد الربيعي، الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية: المضامين والأشكال والتلقي، مرجع سبق ذكره، ص 28.

<sup>2</sup> Milagros del Corel et Jean Michel Bear ,Les programmes culturels sur les chaines publiques de télévision européennes, op cit,p9 .

مجهود في تلقيها، هي بهذا تعاني من الجماهير عنها لصالح الأخبار الخفيفة التي لا تحتاج إلى أعمال للفكر وتغرق المشاهد في عالم من الأفكار الخيالية.

ساس فلا

المعرفة في محتوياته وبرامجه، تؤكد هذه الفكرة النتيجة التي وصل إليها محمد

كحط الربيعي في دراسته عن البرامج التلفزيونية الثقافية 21%

، أما في دراسته عن اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات

ندسم رنجي محمد الحسن إلى أن البر

.60%

تبرر هذه النسب واقع البرامج التلفزيونية الثقافية التي أضحت خاضعة لما يسمى بديكتاتورية

<sup>1</sup> ما يجعله بالاختفاء التدريجي من البرمجة، وإما في حالة تضمينها في دفتر

الشروط بالبحث في ساعات ضعف المشاهدة أين لا يكون المشاهد المفترض في الموعد.

إضافة إلى طبيعة البرامج التلفزيونية في حد ذاتها، تتدخل عوامل أخرى تسهم في عزوف

البرامج منها الأسلوب الفني الذي تعرض به، إذ تفتقد معظم البرامج

يجعل

نقاش بين المعد و

الصورة النمطية التي يرسمها الجمهور عن هذا النوع من البرامج، إما في قالب

استعراضى مبهرج يعتمد على طابع المسابقات التلف الكثير من التسلية.

تناول الفصل الثاني للدراسة والموسوم بالإعلام الثقافي والبرامج التلفزيونية الثقافية بعض

المقاربات النظرية للإعلام الثقافي

الإعلام الثقافي وسعة مدياته،

الوسيلة الإعلامية الأكثر جماهيرية والأكثر بروزا في النشاط الاجتماعي

التي غيرت مقاييس الثقافة التقليدية إرسالا واستقبالا

جماهيرية. وصولا إلى البرامج التلفزيونية الثقافية باعتبارها تجسيدا

فزيون، وصورة من صور الإعلام الثقافي السمعي البصري، من خلال تناول

<sup>1</sup> Ibid , p25

خصوصية هذه البرامج بين الشكل والمضمون، وخصوصية القائم بالاتصال في مثل هذه البرامج، وأخيرا جمهور هذه البرامج التلفزيونية.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

## الفصل الثالث:

عادات وأنماط مشاهدة الأساتذة الجامعيين

البرامج التلفزيونية الثقافية

المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.

المبحث الثاني: عادات وأنماط مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية

والإشباع المحققة.

يتناول الفصل الثالث للدراسة والموسم بعادات وأنماط مشاهدة الأساتذة الجامعيين البرامج التلفزيونية الثقافية الإجراءات المنهجية للدراسة من خلال بيان مجتمع البحث وخصائص أفراد عينة الدراسة الميدانية، وتفصيل مرحلة التفرغ والجدولة، بتحديد أهم المعاملات الإحصائية التي استعنت بها في سبيل قراءة وتحليل البيانات. ثم يعرج إلى تحليل عادات وأنماط مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية من خلال البيانات الواردة في الجداول الإحصائية، ومحاولة تفسيرها وفق المتغيرات المعتمدة.

### المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

#### • مجتمع البحث وخصائص أفراد عينة الدراسة الميدانية:

تكونت عينة الدراسة من 150 أستاذا وأستاذة من المنتسبين بصفة رسمية إلى جامعة فرحات عباس بسطيف، حيث شملت الدراسة ثلاثة كليات من مجموع ستة كليات وهي كلية الآداب والعلوم الإنسانية، كلية الحقوق، كلية العلوم.

تم توزيع الاستمارات على عينة الدراسة وفق الطريقة القصدية بنظام الحصص المنتظمة quota بالتساوي على الكليات، نصيب كل كلية خمسون استمارة (50) وبالتساوي أيضا حسب متغير النوع 75 ذكور و75 إناث، وقد شملت الدراسة الميدانية الأقسام التالية:

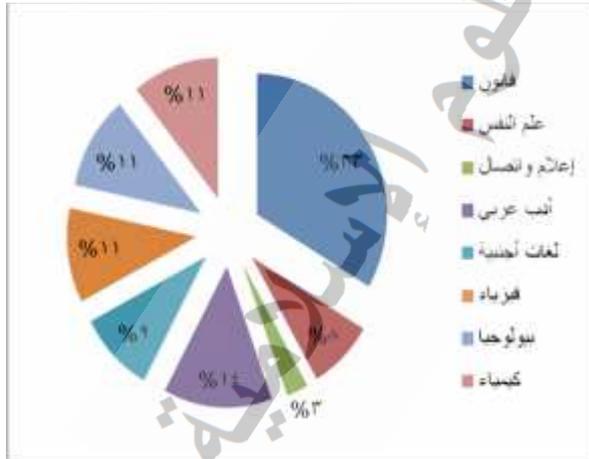
من كلية الحقوق: قسم القانون. ومن كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية أربعة أقسام من أصل ثمانية أقسام وهي: اللغة العربية وآدابها، علوم الإعلام والاتصال، علم النفس، اللغات الأجنبية. ومن كلية العلوم الطبيعية ثلاث أقسام من أصل ستة أقسام وهي: الفيزياء، البيولوجيا، الكيمياء.

تمت الدراسة الميدانية خلال الفترة الممتدة بين 30 ماي 2010 إلى غاية 29 جوان 2010. وبعد توزيع 150 استمارة على ثلاث كليات استرجعت 148 استمارة بعد استبعاد استمارتين من كلية العلوم لم يجب أصحابها على معظم الأسئلة، وبعد مراجعة الاستمارات والتأكد من إجابات الباحثين اتضح ملامح مجتمع البحث كما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم 01 يوضح توزيع أفراد العينة تبعا للكليات والأقسام.

الكلية	القسم	ك	المجموع	%
العلوم الإنسانية والاجتماعية	قانون	50	50	33.3
	علم النفس	12	50	8.1
	إعلام واتصال	04		2.7
	أدب عربي	20		13.5
العلوم الطبيعية	لغات أجنبية	14	9.4	
	فيزياء	16	48	10.8
	بيولوجيا	16		10.8
كيمياء	16	10.8		
المجموع		148		100

شكل 01 يوضح توزيع العينة حسب الكليات شكل 02 يوضح توزيع العينة حسب الأقسام

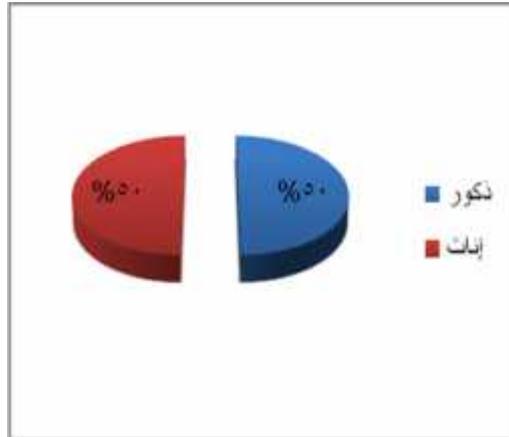
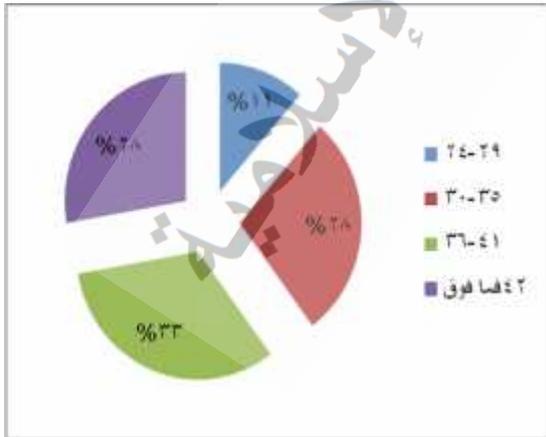


يتضح من خلال الجدول رقم 01 والرسمين البيانيين المرفقين به أن الدراسة شملت ثلاث كليات من أصل ستة كليات بالجامعة، أما عن الأقسام داخل الكليات فحاولت أن يكون عدد الأقسام المختارة متناسبا مع العدد الإجمالي للأقسام بالكلية، ففيما يخص قسم الحقوق به قسم واحد لا غير هو قسم القانون، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بها 08 أقسام اخترت منها أربعة ما يمثل النصف، وأيضا فيما يخص كلية العلوم التي تحوي ستة أقسام اخترت منها ثلاثة بما يعادل النصف أيضا. كما أن اختيار المفردات داخل القسم تم بطريقة تناسبية مع العدد الإجمالي للأساتذة الدائمين في كل قسم.

جدول رقم 02 يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغيري النوع والسن.

النوع السن	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
29-24	04	5.4	13	17.5	17	11.4
35-30	15	20.2	27	36.4	42	28.3
41-36	27	36.4	21	28.3	48	32.4
42 فما فوق	28	37.8	13	17.5	41	27.7
المجموع	74	100	74	100	148	100

شكل 03 يوضح توزيع العينة حسب النوع شكل 04 يوضح توزيع العينة حسب السن

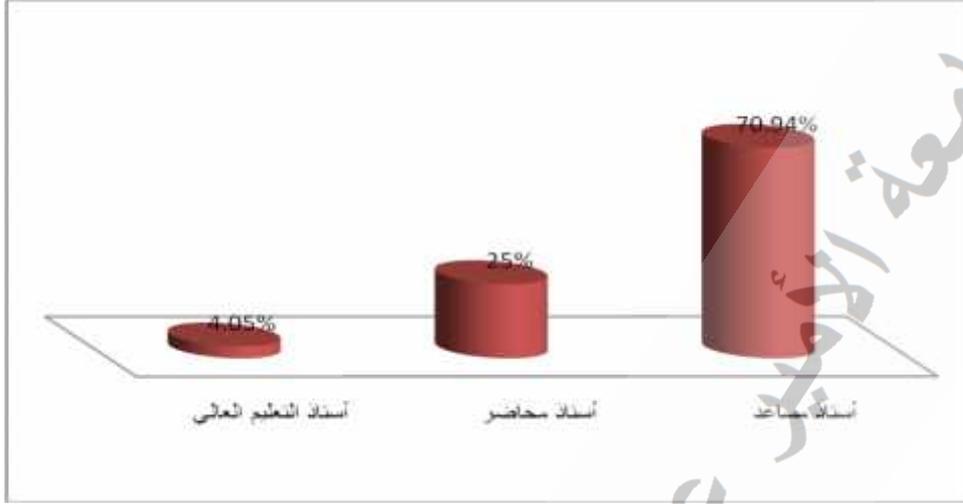


يتضح من خلال الجدول السابق والرسمين البيانيين المرفقين به أن توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع تم وفق الطريقة الحصصية بتساوي عدد الذكور مع عدد الإناث: 74 ذكور و74 إناث. أما عن سن الباحثين فتعكس النسب الموضحة في الجدول وبيانات الشكل رقم 04 أن الاتجاه العام يميل نحو فئة السن المتراوححة بين 36-41 بنسبة 32.4%، تليها الفئتان العمرية 35-30، و42 فما فوق، بنسبتين متقاربتين 28.3 و27.7 على التوالي، لتكون أقل نسبة للفئة العمرية 29-24. وهذا التوزيع منطقي على اعتبار أن سن 36 سنة فما فوق يتوافق مع إنهاء متطلبات الدراسات العليا - ماجستير أو دكتوراه - والتوظيف في الجامعة. إضافة إلى هذا، لمتغير السن دلالة في تفسير نتائج الدراسة على اعتبار أن أفراد العينة يتميزون بالنضج والرشد ما يجعل اتجاهاتهم نحو البرامج التلفزيونية تتسم بالعقلانية والمنطقية وتبتعد عن الانبهار.

جدول رقم 03 يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير الرتبة.

الرتبة	تخصص	حقوق	العلوم الإنسانية والاجتماعية				العلوم الطبيعية			المجموع	%
			علوم الإعلام	علم النفس	أدب عربي	لغات	فيزياء	بيولوجيا	كيمياء		
أستاذ مساعد		35	04	09	14	13	08	13	09	105	70.94
أستاذ محاضر		15	-	03	06	01	04	03	05	37	25
أستاذ التعليم العالي		-	-	-	-	-	04	-	02	06	4.05
المجموع		50	04	12	20	14	16	16	16	148	100
		50			50		48			148	100

شكل 05 يوضح توزيع العينة حسب الرتبة



يتضح من خلال بيانات الجدول والشكل التوضيحي المرفق أعلاه أن النسبة الغالبة لرتبة أستاذ مساعد ( 70.94% ) تليها رتبة أستاذ محاضر بنسبة 25% و بنسبة جد ضئيلة أستاذ التعليم العالي 4.05%، وما هذا إلا انعكاس للتأطير البيداغوجي لجامعة فرحات عباس إذ يقدر عدد الأساتذة المساعدين- قسم أ و ب - ب 963 من مجموع 1497 ما يعادل نسبة 64.32 بالمائة<sup>1</sup>.

وبناء على المعطيات الموضحة في الجداول أعلاه، تم اعتماد متغيرات النوع والسن والتخصص (علوم إنسانية واجتماعية، حقوق، علوم) في تحليل البيانات، نظرا للدور الهام الذي تلعبه هذه المتغيرات في كافة العمليات الاجتماعية بحيث يجب التركيز عليها في الدراسات التي تحاول رصد مقارنات والوصول إلى استنتاجات علمية دقيقة. وبهذا تهدف الدراسة إلى معرفة ما إذا كان لهذه المتغيرات دور في تمييز عادات وأنماط مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية والاتجاهات نحوها. كما تم استبعاد متغير الرتبة على اعتبار معظم المبحوثين في رتبة الأستاذ المساعد حيث بلغت نسبة الأساتذة المساعدين 70.94 بالمائة من مجموع أفراد عينة الدراسة وهي النسبة الغالبة.

#### التفريغ والجدولة والتحليل الإحصائي: بعد الفراغ من عملية توزيع الاستمارات والتي دامت

حوالي شهر، بدأت عملية التفريغ والجدولة باعتبارها العملية ما قبل النهائية في البحوث الميدانية، حيث تم وضع الإجابات في جداول لحساب التكرارات وتحويل النتائج المحصل عليها إلى أرقام

<sup>1</sup> إحصاءات الموسم الجامعي 2009-2010.

ونسب مئوية، وقد استعملت الطريقة اليدوية للتفريغ واستغرقت مني حوالي شهرين ونصف تخللتها فترات انقطاع. وبعد الانتهاء من عملية التفريغ وحساب التكرارات، وفي سبيل الإجابة عن تساؤلات الدراسة اعتمدت في قراءة وتحليل البيانات المحصل عليها على عدد من المعاملات الإحصائية هي:

1- التكرارات والنسب المئوية لكل جدول على حدة.

2- مقاييس النزعة المركزية ومنها المتوسط الحسابي الذي يمثل المعدل العام المتعلق بمجموعة

البيانات، أو هو حاصل قسمة مجموع البيانات على عددها، وحسابه يتم من خلال المعادلة

$$\text{التالية:}^1 \quad \bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

ن

أما في حالة البيانات المئوية فيحسب بتطبيق المعادلة التالية:

$$\text{المتوسط الحسابي} = \frac{\text{مجموع مراكز الفئات } X \text{ التكرارات}}{\text{عدد القيم}}$$

عدد القيم

3- معامل الارتباط سيرمان ر: يستخدم هذا المعامل لدراسة الارتباط بين البيانات النوعية،

أي تلك التي لا يمكن قياسها كميًا والتي يكون فيها العدد صغيرًا، ويعتمد في حسابه على

إعطاء المتغيرات رتبًا لتحل محل القياس العددي<sup>2</sup>

وتعتمد الطريقة الإحصائية على ترتيب المتغيرات ترتيبًا تنازليًا ثم حساب الفرق ف بين كل

رتبتين متقابلتين وبحساب مربعات هذه الفروق يمكن إيجاد معامل ارتباط الرتب من خلال العلاقة:

$$r = \frac{6 - 1}{n(n-1)}$$

حيث ر هو معامل الارتباط سيرمان، ف هو الفرق بين رتب القيم، ن هو عدد القيم.

4- حساب كاي مربع كا<sup>2</sup>: يستخدم مقياس التوزيعات كا<sup>2</sup> في اختبار درجة الفرق المعنوي بين

المتغيرات المختلفة، أي بين البيانات الفعلية التي حصل عليها الباحث في دراسته والبيانات

<sup>1</sup> عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، مرجع سبق ذكره،

ص 49.

<sup>2</sup> فضيل دليو، تقنيات تحليل البيانات، مرجع سبق ذكره، ص 103.

النظرية المفترضة من طرفه.<sup>1</sup> ولحسابه تتبع الخطوات التالية:

أ- حساب البيانات النظرية بتطبيق المعادلة التالية:

$$ب ن = \text{مج العمود} \times \text{مج الحقل}$$

المجموع الكلي

ب- حساب الفرق بين قيم البيانات الفعلية وقيم البيانات النظرية المحصل عليها.

ت- تربيع الفرق بين قيم البيانات الفعلية وقيم البيانات النظرية المحصل عليها.

ث- مجموع مربعات الفروق من بين قيم البيانات الفعلية وقيم البيانات النظرية يمثل  $\chi^2$  و بهذا تكون معادلة  $\chi^2$  كالآتي:  $\chi^2 = (\text{التكرار المشاهد} - \text{التكرار المتوقع})^2$

على التكرار المتوقع

ج- ثم حساب درجات الحرية للجدول أو ما يعرف أيضا بـ  $\chi^2$  الجدولية عن طريق المعادلة:

$$\text{درجة الحرية} = (\text{عدد الأعمدة} - 1) \times (\text{عدد الصفوف} - 1)$$

ح- مقارنة  $\chi^2$  المحسوبة مع  $\chi^2$  الجدولية , فإذا كانت قيمة  $\chi^2$  المحسوبة أكبر من الجدولية نقول

أن هناك ارتباط معنوي بين المتغيرين, وإذا كان العكس نقر بعدم وجود ارتباط معنوي بينهما

5- حساب معامل التوافق: يعتبر معامل التوافق  $Q$  من مقاييس التطابق للبيانات التي يمكن

وضعها في فئات, أي ذات المستوى الاسمي, و هو يرتبط بـ  $\chi^2$ , إذ لا يحسب إلا بعد تطبيق

$\chi^2$ , و يتم الاستدلال من هذا الاختبار على وجود علاقة بين المتغيرين, و من غير الضروري

حسابه إذا تبين من خلال  $\chi^2$  أن المتغيرين مستقلين عن بعضهما, ولا استخراج معامل

التوافق من قيمة  $\chi^2$  تستخدم المعادلة التالية  $Q = \frac{\chi^2}{\chi^2 + n}$

6- حساب درجات مقاييس الاتجاهات: لاستخراج درجات مقاييس ليكرت للاتجاهات تتبع

عادة الخطوات الآتي ذكرها:<sup>3</sup>

<sup>1</sup> أحمد بن مرسلبي, مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال, مرجع سبق ذكره, ص 467.

<sup>2</sup> عبد الله عامر الهماي, أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته, ط2, بنغازي ليبيا, منشورات جامعة قار يونس, 1998, ص 238.

<sup>3</sup> فضيل دليو, تقنيات تحليل البيانات الاتجاه, مرجع سبق ذكره, ص 38.

أ- تحدد الإجابة عن كل فقرة من فقرات المقياس بخمسة مستويات في الغالب، من 5 (موافق بشدة) إلى 1 (غير موافق بشدة)، ويعكس هذا التوزيع في حالة الفقرات السلبية: من 1 (موافق بشدة) إلى 5 (غير موافق بشدة)

ب- يحسب المدى النظري لدرجات المقياس والذي يتراوح بين أقل علامة اتجاه في حال حصول مجموع فقرات المقياس على العلامة الدنيا، وأعلى علامة اتجاه في حالة حصول المقياس على العلامات العليا.

ت- يحدد اتجاه أفراد العينة بالإيجاب أو السلب بمقارنة علامة المبحوثين بعلامة الاتجاه المحايد، فإذا زادت علامة المبحوث على علامة الاتجاه المحايد اعتبر اتجاهه إيجابياً، وأما إذا كان أقل من علامة الاتجاه المحايد كان الاتجاه سلبياً.

ث- تستخرج العلامة الكلية الممثلة لدرجة اتجاه العينة ككل ثم للعينة تبعاً لمتغيرات الدراسة، أو لمجاور المقياس بحساب متوسطاتها.

كما يمكن حساب درجات الاتجاه بالنسب المئوية والمتوسطات الحسابية، وذلك على النحو التالي:<sup>1</sup>

أ- حساب النسب المئوية للإجابات على كل فقرة أو اقتراح في المقياس بخمسة مستويات.  
ب- تحديد الاتجاه بحساب مجموع إجابات " موافق بشدة " و " موافق " لكل محور أو مجال ثم لكل المحاور، فإذا زاد مجموعها عن خمسين كان الاتجاه إيجابياً، والعكس بالعكس.

وفي دراستي اعتمدت حساب درجات العبارات بالنسب المئوية، وفق التدرج من 5 (موافق بشدة) إلى 1 (غير موافق بشدة) في حالة العبارات الإيجابية و من 1 (موافق بشدة) إلى 5 (غير موافق بشدة) في حالة العبارات السلبية.

**المبحث الثاني: عادات وأنماط مشاهدة الأساتذة الجامعيين للبرامج التلفزيونية الثقافية.**

تحتل عادات المشاهدة وأنماطها أهمية كبيرة في هذه الدراسة، فهي بمثابة المدخل الطبيعي والمنطقي لمعرفة السلوك الاتصالي للأستاذ الجامعي نحو البرامج التلفزيونية والثقافية منها على وجه الخصوص، ومعرفة تفاعله معها واتجاهاته نحوها بناء على معدلات الإقبال وكيفياته. ولذا تتمثل عادات مشاهدة

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص38.

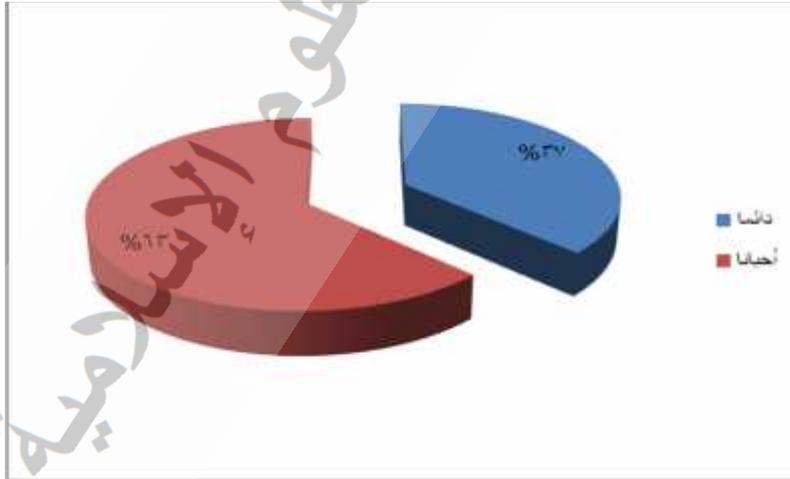
البرامج التلفزيونية الثقافية في حجم الإقبال على هذه البرامج من حيث صفة المشاهدة دائما، أحيانا، أبدا، طبيعة القنوات والبرامج المشاهدة، متوسط حجم المشاهدة في اليوم مع إبراز الكيفية التي تتم بها الظروف التي تتبع ذلك. أما الأنماط فهي ما يُفضّل أساتذة الجامعة مشاهدته من برامج ثقافية، وأسس اختيارهم وتفضيلهم لها.

### 1- صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية

جدول رقم 04 يبين توزيع عينة الدراسة حسب صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية.

صفة المشاهدة	التكرار	%
دائما	55	37.2
أحيانا	93	62.8
أبدا	—	—
المجموع	148	100

شكل 06 يوضح توزيع العينة حسب صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية



يوضح الجدول رقم 04 والشكل التوضيحي أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية، ويلاحظ من خلال بياناته أن كل أفراد العينة يشاهدون التلفزيون حيث يمثل خيار

أبدا 0 بالمائة، وهذا ما يدل على أن التلفزيون يبقى الوسيلة الإعلامية الأكثر استعمالا دون منازع. وتوزعت المشاهدة بين دائما وأحيانا، حيث بلغت نسبة الذين يشاهدونه أحيانا 62.83%، وهي نسبة تتماشى مع طبيعة عينة الدراسة من الأساتذة الذين تكثروا انشغالهم وارتباطهم بالبحث العلمي غير أن هذا لم يقض على عادة مشاهدة البرامج التلفزيونية، وهي نتيجة تفند القول بأنه كلما زاد المستوى الثقافي للفرد قل تعامله مع التلفزيون،<sup>1</sup> حيث يبقى للتلفزيون مكانته وجمهوره رغم تعدد الوسائط والمستويات. بينما بلغت نسبة الذين يشاهدونه دائما 37.16% وهي نسبة معتبرة تعكس ارتباط جمهور الأساتذة بالتلفزيون وترسخ عادة المشاهدة لديهم.

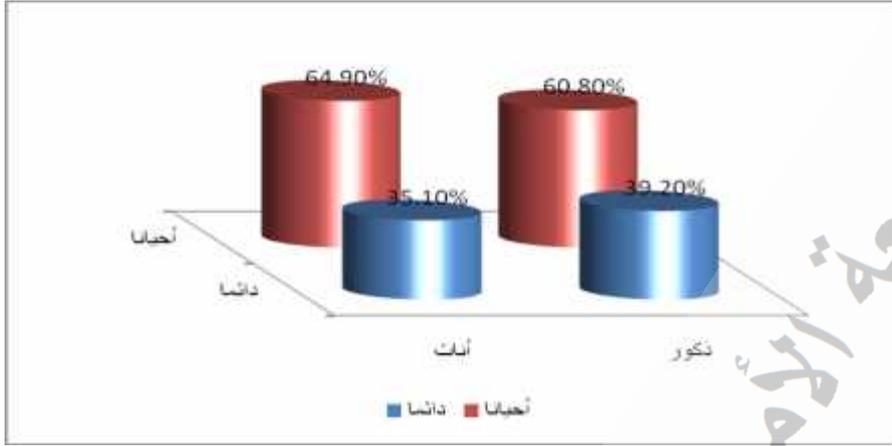
جدول رقم 05 يبين توزيع عينة الدراسة حسب صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية ومتغير النوع.

النوع	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
دائما	29	39.2	26	35.1	55	37.17
أحيانا	45	60.8	48	64.9	93	62.83
أبدا	—	—	—	—	—	—
المجموع	74	100	74	100	148	100

كاف المحسوبة = 0.24 تحت درجتين للحرية. كافي الجدولية = 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05 النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية

شكل 07 يوضح توزيع العينة حسب صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية ومتغير النوع.

<sup>1</sup> محمد نبيل طلب، البرامج التعليمية والثقافية بالإذاعة والتلفزيون، مرجع سبق ذكره، ص 147.



يبين الجدول رقم 05 والشكل البياني المرفق به توزيع عينة الدراسة حسب صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية ومتغير النوع حيث يتضح من خلال البيانات أن التلفزيون وسيلة إعلام هامة لها مكانتها لدى الأساتذة عينة الدراسة من كلا النوعين، حيث يشاهد البرامج التلفزيونية أحيانا 48 أستاذة بنسبة 64.9% و 45 أستاذا بنسبة 60.8%، ويشاهد البرامج التلفزيونية بصفة دائمة 29 أستاذا بنسبة 39.2%، و 26 أستاذة بنسبة 35.1%، ولا أحد من أفراد العينة أجاب بأنه لا يشاهد التلفزيون أبدا، وتؤكد هذه النتيجة ما تم التطرق إليه سابقا في كون التلفزيون يحتل صدارة الوسائل الإعلامية ويعتبر الوسيلة الأكثر جماهيرية لدى كافة الفئات الاجتماعية.

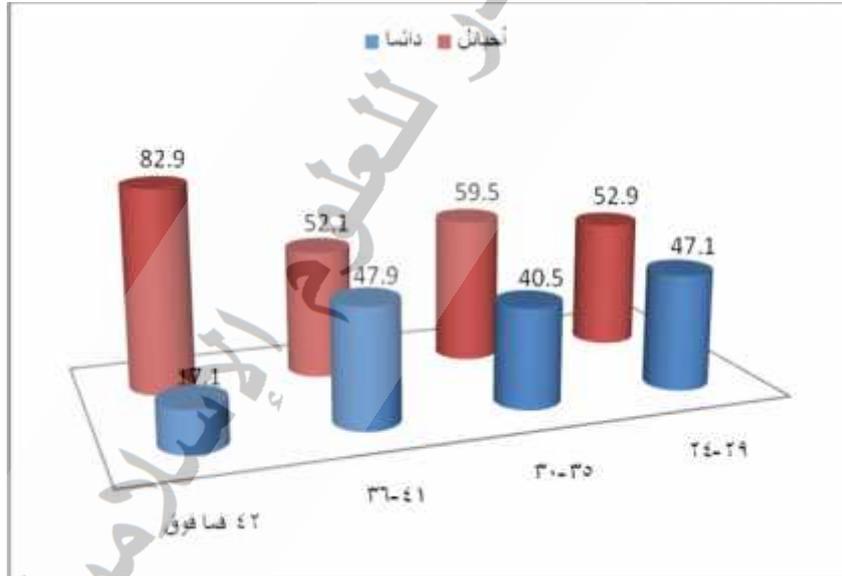
وبتطبيق اختبار  $\chi^2$  على بيانات الجدول السابق نجد قيمته المحسوبة  $\chi^2 = 0.24$  وهي أقل من قيمة  $\chi^2$  الجدولية 5.99 بمستوى ثقة 95% عند مستوى الدلالة 0.05% المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند درجتين للحرية، وبهذا نستنتج أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في الإقبال على مشاهدة البرامج التلفزيونية.

جدول رقم 06 يبين توزيع عينة الدراسة حسب صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية ومتغير السن.

%	المجموع	42 فما فوق		41-36		35-30		29-24		السن صفة المشاهدة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
37.17	55	17.1	07	47.9	23	40.5	17	47.1	08	دائما
62.83	93	82.9	34	52.1	25	59.5	25	52.9	09	أحيانا
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	أبدا
100	148	100	41	100	48	100	42	100	17	المجموع

كالمحسوبة = 10.34 تحت ست درجات للحرية. كالمجدولية = 12.59 عند مستوى الدلالة 0.05  
النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الفئات العمرية في صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية.

شكل 08 يوضح توزيع العينة حسب صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية ومتغير السن.



يوضح الجدول رقم 06 والشكل التوضيحي المرفق به توزيع عينة الدراسة حسب صفة مشاهدة

البرامج التلفزيونية ومتغير السن، حيث كانت النتائج كالاتي:

- مشاهدة البرامج التلفزيونية بصفة أحيانا جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 82.9% لدى الفئة العمرية 42 سنة فما فوق، وبنسب متقاربة لدى باقي الفئات العمرية الأخرى ( 59.5% لدى الفئة العمرية 35-30 سنة، 52.9% للفئة العمرية 29-24 سنة، و 52.1% بالنسبة للفئة

العمرية 36-41).

– أما مشاهدة البرامج التلفزيونية بصفة دائمة فكانت بنسبة 47.9 % عند الفئة العمرية 36-41 سنة، تليها نسبة 47.1% لدى الفئة العمرية 24-29، ثم نسبة 40.5 % لدى الفئة العمرية 30-35. وأخيرا نسبة 17.1 % لدى الفئة العمرية 42 سنة فما فوق.

وبتطبيق اختبار كاي<sup>2</sup> على بيانات الجدول السابق نجد قيمته المحسوبة كاي<sup>2</sup> المحسوبة = 10.34 وهي أقل من قيمة كاي<sup>2</sup> الجدولية 12.59 ( بمستوى ثقة 95 % عند مستوى الدلالة 0.05 %) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند ست درجات حرية وبهذا نستنتج أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الفئات العمرية المختلفة في الإقبال على مشاهدة البرامج التلفزيونية. مع التنويه إلى أن الفئات العمرية 24-29 سنة و 36-41 سنة تشاهده بنسب أكبر، أما فيما يخص الفئة العمرية 42 سنة فما فوق فتشاهده دائما بنسب أقل و هذا راجع إلى كون الفئات الأكبر سنا تكون في الغالب أقل ارتباطا بالوسائل الإعلامية وخاصة منها السمعية البصرية، وتكون أميل إلى الوسائل المكتوبة والمطالعة.

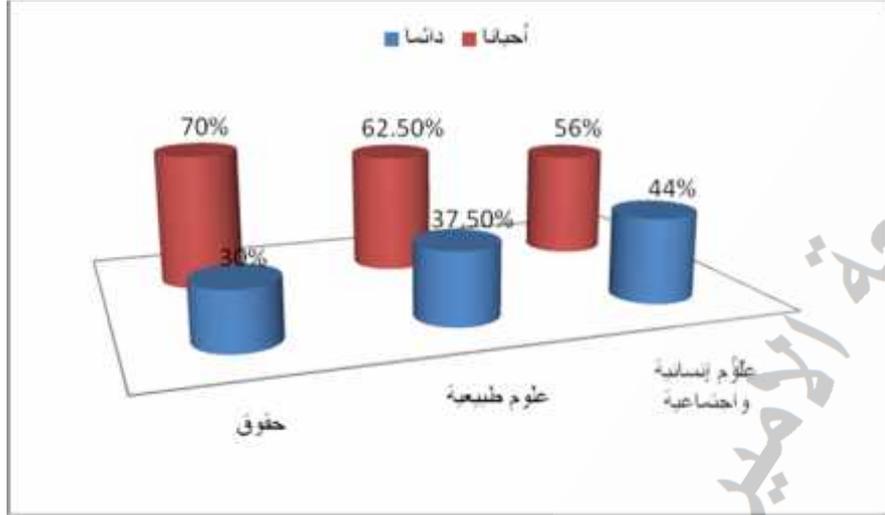
جدول رقم 07 يبين توزيع العينة حسب صفة مشاهدة البرامج ومتغير التخصص .

%	المجموع	حقوق		علوم طبيعية		علوم إنسانية واجتماعية		التخصص صفة المشاهدة
		%	ك	%	ك	%	ك	
37.17	55	30	15	37.5	18	44	22	دائما
62.83	93	70	35	62.5	30	56	28	أحيانا
–	–	–	–	–	–	–	–	أبدا
100	148	100	50	100	48	100	50	المجموع

كاي<sup>2</sup> المحسوبة = 1.44 تحت أربع درجات للحرية كاي<sup>2</sup> الجدولية = 9.48 عند مستوى الدلالة 0.05

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين التخصصات العلمية ومشاهدة البرامج التلفزيونية

شكل 09 يوضح توزيع العينة حسب مشاهدة البرامج التلفزيونية ومتغير التخصص.



توضح البيانات أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية ومتغير التخصص حيث جاءت إجابات الباحثين من خلال بيانات الجدول وفق ما يوضحه الشكل رقم 09 كما يلي:

- يشاهد برامج التلفزيون أحيانا 70% من أساتذة كلية الحقوق، مقابل 62.5% من أساتذة العلوم الطبيعية، و56% من أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- يشاهد برامج التلفزيون بصفة دائمة 44% من أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، مقابل 37.5% من أساتذة العلوم الطبيعية، و30% من أساتذة كلية الحقوق.
- لم يصرح أحد من أفراد العينة بأنه لا يشاهد التلفزيون مطلقا وبهذا فإن خيار أبدا كان بنسبة 0 بالمائة. وبتطبيق اختبار كاي<sup>2</sup> على بيانات الجدول السابق نجد قيمته المحسوبة كاي<sup>2</sup> المحسوبة = 1.44 وهي أقل من قيمة كاي<sup>2</sup> الجدولية 9.48 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرات تحت أربع درجات حرية عند مستوى الدلالة 0.05%.

ومن خلال الجداول السابقة يتبين لنا أن مشاهدة التلفزيون والبرامج التلفزيونية ظاهرة اتصالية وعادة راسخة لدى الأساتذة الجامعيين، حيث أن كل أفراد العينة يقبلون على مشاهدة البرامج التلفزيونية المختلفة وهذا ما يؤكد سطوة التلفزيون على مختلف الشرائح الاجتماعية وتربعه على عرش الوسائل الإعلامية المتعددة.

ومشاهدة البرامج التلفزيونية عادة اجتماعية لا ترتبط بمتغيرات النوع أو السن أو التخصص العلمي إذ لم تسجل أي فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات الباحثين، رغم وجود تباين بين

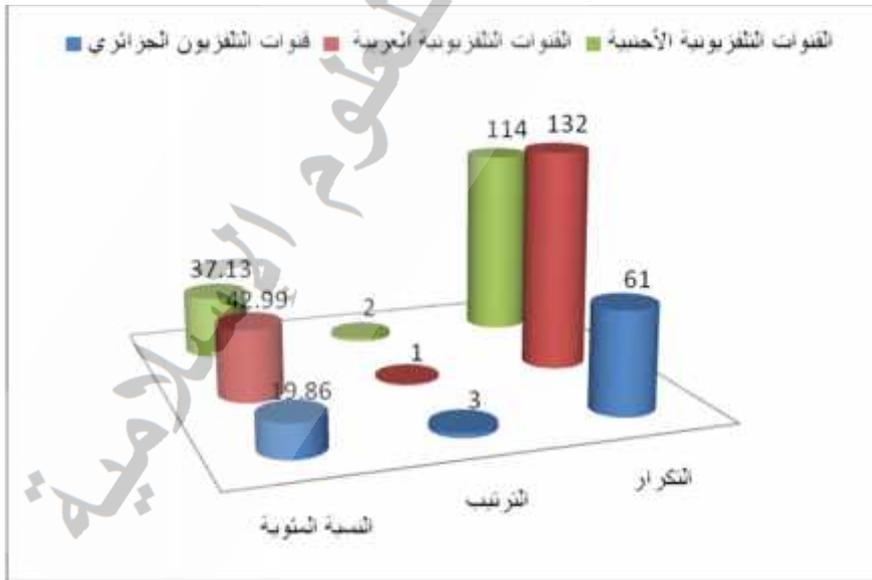
بعض التخصصات، حيث يقبل أساتذة العلوم الإنسانية والاجتماعية أكثر من غيرهم على برامج التلفزيون، حيث بلغت نسبة الذين يشاهدونه دائما 44% وقد يكون هذا لفهم وتحليل الظواهر الاجتماعية من خلال البرامج التحليلية والوثائقية، بينما يشاهده أساتذة الحقوق أحيانا بنسبة 70% وقد يرجع هذا إلى انشغالهم المهنية الأخرى (ممارسة المحاماة).

## 2- القنوات التلفزيونية المفضلة للمشاهدة

جدول رقم 08 يبين توزيع القنوات المفضلة للمشاهدة لدى عينة الدراسة:

القنوات	التكرار	الترتيب	%
قنوات التلفزيون الجزائري	61	3	19.86
القنوات التلفزيونية العربية	132	1	42.99
القنوات التلفزيونية الأجنبية	114	2	37.13
المجموع	307	—	100

شكل 10 يوضح توزيع العينة حسب القنوات المفضلة للمشاهدة.



يظهر من خلال الجدول رقم 08 وبيانات الشكل التوضيحي المرفق به أن القنوات العربية تأتي في المرتبة الأولى بنسبة 42.99%، تليها القنوات الأجنبية بنسبة مقاربة بلغت 37.13%، أما القنوات الجزائرية فتأتي في المرتبة الأخيرة بنسبة 19.86%.

وتعكس هذه النسب المتقاربة بين القنوات العربية والقنوات الأجنبية التحول الكبير في بنية المشاهدة لدى المشاهد العربي - والنخبوي منه على وجه الخصوص- الذي كان إلى وقت قريب يفضل القنوات الأجنبية على القنوات العربية. والإقبال المتزايد على القنوات العربية والقنوات الأجنبية على حد سواء هو نتيجة لتطور القنوات التلفزيونية على المستويين الكمي والنوعي بظهور قنوات رائدة في سماء الإعلام السمعي البصري العربي، كما أنه دليل على أن القنوات التلفزيونية العربية تحقق إشباعات معرفية ووجدانية لجمهور المشاهدين من خلال القنوات المتعددة- العامة منها والموضوعاتية- أما عن قنوات التلفزيون الجزائري فكانت نسبتها من المشاهدة 19.86 %، وهي نسبة تعكس عزوف المشاهد الجزائري عن مشاهدة القنوات الوطنية باعتبارها قنوات لا تخدم ولا تشبع ما يطمح إليه المشاهد الجزائري سواء نفسيا أو اجتماعيا.<sup>1</sup>

هذا فيما يخص عادات المشاهدة عموما لدى عينة الدراسة، أما فيما يخص مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية فسيتم لاحقا نزوع أفراد العينة إلى مشاهدة البرامج الثقافية الأجنبية على حساب البرامج العربية على اعتبار أن البرامج الثقافية العربية تقلد للبرامج الثقافية في القنوات الأجنبية ما يخلق انطبعا لدى المشاهد بغياب الإبداع في البرامج العربية، إضافة إلى أن القنوات العربية الرائدة لا تهتم بهذا النوع من البرامج إلا بنسب ضئيلة وتعطي الأهمية والمكانة للبرامج الإخبارية على حساب باقي الأنواع البرمجية.

جدول رقم 09 يبين توزيع عينة الدراسة حسب القنوات المفضلة للمشاهدة ومتغير النوع.

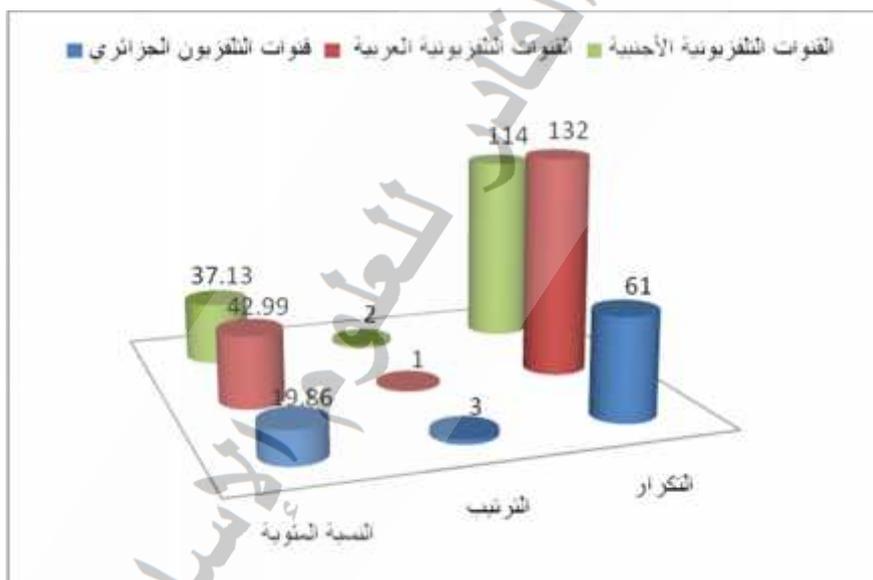
النوع	ذكور	إناث	المجم
-------	------	------	-------

<sup>1</sup> حوار مع الدكتور عمار بوسعدة، دكتور في الإعلام والاتصال، منشور في جريدة الجزائر نيوز الثلاثاء 05 يناير 2010.

وع	%	الرتبة	ك	%	الرتبة	ك	القنوات المشاهدة
61	8.58	03	12	29.35	03	49	قنوات التلفزيون الجزائري
132	56.42	01	79	31.73	02	53	القنوات التلفزيونية العربية
114	35	02	49	38.92	01	65	القنوات التلفزيونية الأجنبية
307	100	140	100			167	المجموع

كأ<sup>2</sup> المحسوبة = 27.62 تحت درجتين للحرية كأ<sup>2</sup> الجدولية = 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05%  
 النتيجة: توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في تفضيل القنوات التلفزيونية.  
 ق=0.28 ر= 0.99

شكل 11 يوضح توزيع العينة حسب القنوات المفضلة للمشاهدة ومتغير النوع.



يوضح الجدول رقم 09 والشكل البياني رقم 11 المرفق به توزيع عينة الدراسة حسب القنوات التلفزيونية المفضلة للمشاهدة ومتغير النوع، حيث دلت نتائج إجابات الباحثين من خلال البيانات على ما يلي:

- تأتي القنوات العربية في المرتبة الأولى من حيث تفضيل المشاهدة لدى فئة الإناث بنسبة 56.42% في حين تحتل المرتبة الثانية لدى الذكور بنسبة 31.73%.
- تحتل القنوات الأجنبية المرتبة الأولى لدى الذكور بنسبة 38.92%، في حين تحتل المرتبة الثانية

لدى فئة الإناث بنسبة 35%.

- تأتي برامج التلفزيون الجزائري في المرتبة الثالثة لدى كلا الجنسين بنسبة 29.34% لدى الذكور و 8.57% لدى الإناث.

وبتطبيق اختبار  $\chi^2$  على أرقام الجدول أعلاه نجد أن قيمة  $\chi^2$  المحسوبة = 27.62، وهي أكبر من القيمة الجدولية 5.99 بمستوى ثقة 95% عند مستوى الدلالة 0.05% مما ينبىء عن وجود فوارق بين الجنسين في تفضيل القنوات التلفزيونية، حيث بلغت نسبة التوافق ق=0.08 وهي نسبة ضعيفة تبين أن التوافق ضعيف بين إجابات الجنسين، ويؤكد وجود علاقة بين المتغيرين.

وتعكس هذه النسب أن الذكور يميلون لمشاهدة القنوات الأجنبية أكثر من الإناث اللواتي يفضلن القنوات العربية، مما يظهر تعلق الذكور وإعجابهم بالقنوات الأجنبية التي يجدون فيها ما يشبع حاجاتهم الإعلامية والنفسية أكثر مما يجدونه في القنوات العربية، وقد يكون هذا نتيجة لتأثر الذكور بقيم الثقافة العربية أكثر من الإناث اللواتي يملن أكثر إلى الثقافة المحافظة، ويجدون في القنوات العربية ما يشبع رغباتهم. كما وقد تعكس هذه النسب عائق اللغة الذي يحول دون مشاهدة القنوات الأجنبية من طرف الإناث. وبهذا جاءت علاقة الارتباط قوية بين متغير النوع والقنوات المفضلة للمشاهدة حيث بلغت قيمة  $r = 0.99$ .

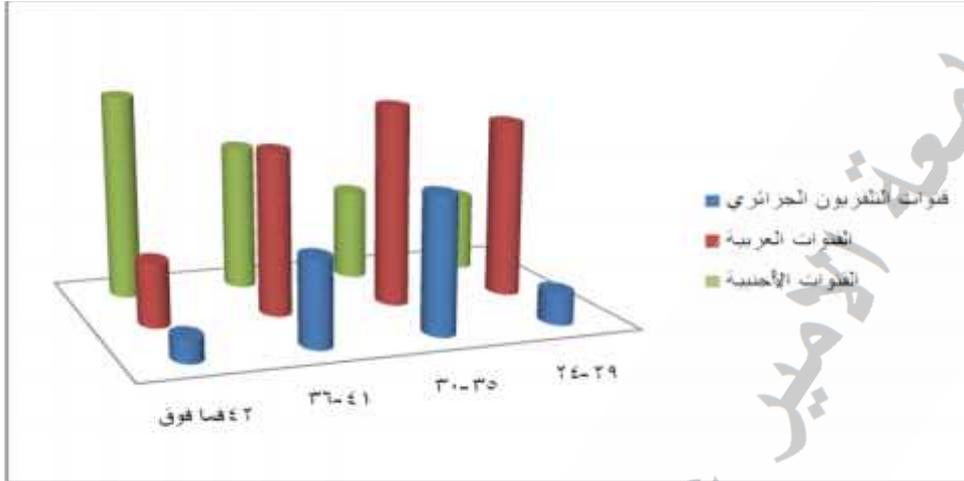
جدول رقم 10 يبين توزيع عينة الدراسة حسب القنوات المفضلة للمشاهدة ومتغير السن.

%	المجموع	42 فما فوق		41-36		35- 30		29-24		السن القنوات المفضلة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
19.87	61	7.81	05	21.83	19	31.91	30	11.11	07	قنوات التلفزيون الجزائري
43	132	21.87	14	41.39	36	46.80	44	61.9	39	القنوات التلفزيونية العربية
37.13	114	70.32	45	36.78	32	21.29	20	26.99	17	القنوات التلفزيونية الأجنبية
100	307	100	64	100	87	100	94	100	63	المجموع

$\chi^2$  المحسوبة = 53.44 تحت ستة درجات حرية  $\chi^2$  الجدولية = 12.59 عند مستوى الدلالة 0.05%

النتيجة: توجد فروق دالة إحصائية بين الفئات العمرية في تفضيل القنوات التلفزيونية . ق= 0.38

شكل 12 يوضح توزيع العينة حسب القنوات المفضلة للمشاهدة ومتغير السن.



يوضح الجدول رقم 10 والشكل التوضيحي المرفق به توزيع عينة الدراسة حسب القنوات التلفزيونية المفضلة للمشاهدة ومتغير السن، حيث دلت نتائج إجابات المبحوثين من خلال أرقام الجدول على ما يلي:

- يشاهد القنوات التلفزيونية الأجنبية 70.32% الأساتذة البالغون من العمر اثنين و أربعين سنة فما فوق، تليها نسبة 36.78% لدى الأساتذة من الفئة العمرية 36-41 سنة، تليها نسبة 26.99% لدى الفئة العمرية 24-29 سنة، وأخيرا بنسبة 21.29% لدى الفئة العمرية 30-35 سنة.

وتعكس هذه النسب ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية لدى الأساتذة الجامعيين من البالغين من العمر أكثر من خمسة وثلاثين سنة، مما يدل على أن هذه القنوات تلقى استحسانهم وتشبع رغباتهم المعرفية والوجدانية، وقد يرجع هذا إلى ازدواجية اللغة التي يتمتع بها معظم المبحوثين- دل الاتصال بهم تبين أن عددا معتبرا من أفراد العينة يجذ الاتصال باللغة الفرنسية، بل أن الكثير من أساتذة كلية العلوم حملوني على ترجمة أسئلة الاستمارة إلى اللغة الفرنسية لعدم تمكنهم من اللغة العربية - على حد قولهم-

- يشاهد القنوات التلفزيونية العربية 61.9% من الأساتذة التي تتراوح أعمارهم بين 24-29 سنة، تليها الفئتان العمرية 30-35 سنة، و 36-41 سنة بنسب 46.80% و 41.37% على التوالي لتكون أقل نسبة مشاهدة هي 21.87% لدى الفئة العمرية 42 سنة فما فوق. وتبين هذه النسب قدرة بعض القنوات الرائدة في السماء الإعلامية العربية على استقطاب المشاهدين الشباب

مثل قناة الجزيرة، والعربية و قناة ناشيونال جوغرافيك بنسختها العربية، وقناة mbc وغيرها، حيث أعادت هذه القنوات المشاهد العربي لمشاهدة القنوات العربية بعد أن كان في وقت سابق أسير الإعلام الغربي بقنواته المتعددة.

يشاهد قنوات التلفزيون الجزائري 31.91% من الأساتذة المتراوحة أعمارهم بين 30-35 سنة، و يشاهدها 21.83% من فئة 36-41 سنة، و بنسبة 11.11 لدى الفئة العمرية 24-29 وأخيرا بنسبة 7.81% لدى الفئة العمرية 42 سنة فما فوق. وتعكس هذه النسب عزوف الفئات العمرية المتقدمة والشباب عن مشاهدة القنوات الوطنية لافتقادها للتجديد وعدم مسيرتها لاهتمامات أفراد العينة من الأساتذة.

و بتطبيق اختبار  $\chi^2$  على أرقام الجدول أعلاه نجد أن قيمة  $\chi^2$  المحسوبة = 53.44 وهي أكبر بكثير من القيمة الجدولية 12.59 تحت ستة درجات حرية، بمستوى ثقة 95% عند مستوى الدلالة 0.05%، مما ينبئ بوجود فوارق بين المتغيرين وهذا ما دلت عليه قيمة معامل التوافق  $Q = 0.38$  وهي قيمة ضعيفة تعكس عدم التوافق بين الإجابات.

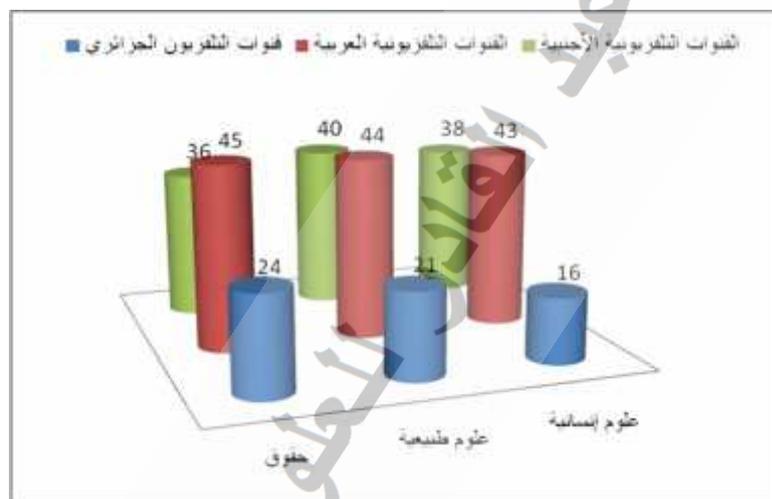
جدول رقم 11 يبين توزيع عينة الدراسة حسب القنوات التلفزيونية المفضلة للمشاهدة ومتغير التخصص.

%	المجموع	حقوق		علوم طبيعية		علوم إنسانية		التخصص القنوات المفضلة
		%	ك	%	ك	%	ك	
	ع							

19.87	61	22.85	24	20	21	16.5	16	قنوات التلفزيون الجزائري
43	132	42.85	45	41.90	44	44.3	43	القنوات التلفزيونية العربية
37.13	114	34.3	36	38.1	40	39.2	38	القنوات التلفزيونية الأجنبية
100	307	100	105	100	105	100	97	المجموع

ك<sup>2</sup> المحسوبة 1.42 تحت أربع درجات حرية ك<sup>2</sup> الجدولية 9.48 عند مستوى الدلالة 0.05% النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين التخصصات العلمية وتفضيل القنوات التلفزيونية

شكل 13 يوضح توزيع العينة حسب القنوات المفضلة للمشاهدة ومتغير التخصص.



يوضح الجدول رقم 11 والرسم البياني الموضح له توزيع عينة الدراسة حسب القنوات التلفزيونية المفضلة للمشاهدة ومتغير التخصص، حيث أبرزت نتائج إجابات الباحثين من خلال أرقام الجدول ما يلي:

- يشاهد القنوات التلفزيونية العربية 44.3% من أساتذة وأستاذات العلوم الاجتماعية والإنسانية، وبنسبة متقاربة أساتذة وأستاذات كلية الحقوق 42.85% تليها نسبة 41.90% لدى أساتذة العلوم الطبيعية. وهي نسب متقاربة في معظمها، لكن الفروقات الطفيفة بينها تعكس تأثير لغة التكوين في اختيار القنوات التلفزيونية، حيث أن لغة التكوين في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وكلية الحقوق هي اللغة العربية - طبعاً باستثناء قسم اللغات الأجنبية - مما يجعل الأساتذة يقبلون أكثر على القنوات العربية، في حين أن معظم أساتذة كلية العلوم تلقوا تكويننا

باللغة الأجنبية - الفرنسية في معظم الحالات - مما سمح لهم بالانفتاح على مشاهدة القنوات الأجنبية.

- يشاهد القنوات التلفزيونية الأجنبية 39.2% من أساتذة وأستاذات كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، و38.1% من أساتذة وأستاذات كلية العلوم الطبيعية، وأخيرا نسبة 34.28% لدى أساتذة وأستاذات كلية الحقوق.

- يشاهد قنوات التلفزيون الجزائري 22.85% من أساتذة كلية الحقوق، و21% كلية العلوم الطبيعية، و16.5% من أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. وقد يرجع إقبال أساتذة الحقوق على مشاهدة برامج القنوات الجزائرية لاهتمامهم بشؤون السياسة والثقافة الوطنية حيث تكون وسائل الإعلام المحلية - التلفزيون الوطني - أكثر قربا من المشاهد من غيرها من القنوات، أما عن عزوف أساتذة العلوم الإنسانية والاجتماعية عن برامج القنوات الوطنية فقد يرجع ذلك لغياب البرامج التحليلية والثقافية التي تلامس احتياجات الأستاذ المعرفية والنفسية.

وبتطبيق اختبار كا<sup>2</sup> على أرقام الجدول أعلاه نجد أن قيمة كا<sup>2</sup> = 1.42 وهي أقل من القيمة الجدولية = 9.48 تحت أربع درجات حرية المنبئة بوجود فروق دالة إحصائية بين المتغيرات عند مستوى الدلالة 0.05% بمستوى ثقة 0.95%، مما يدل على عدم وجود فروق دالة إحصائية تعزى لمتغير التخصص تؤثر في تفضيل مشاهدة القنوات التلفزيونية.

### 3- ترتيب البرامج التلفزيونية حسب أفضلية المشاهدة.

جدول رقم 12 يبين ترتيب البرامج التلفزيونية حسب أفضلية المشاهدة

البرامج التلفزيونية	التكرارات	الترتيب	%
السياسية	42	03	14.5

21.72	01	63	الثقافية
16.9	02	49	الدينية
13.79	04	40	الرياضية
12.06	06	35	الترفيهية
13.10	05	38	الاجتماعية
7.93	07	23	الاقتصادية
100	—	290	المجموع

شكل 14 يوضح ترتيب البرامج التلفزيونية حسب أفضلية المشاهدة



توضح البيانات أعلاه ترتيب البرامج التلفزيونية حسب أفضلية المشاهدة لدى عينة الدراسة، وهو سؤال أريد منه بيان المكانة التي تحتلها البرامج التلفزيونية الثقافية لدى المشاهدين، وتموقعها مع مختلف الأنواع البرمجية الأخرى، وتبين من خلال أرقامه النتائج الآتي ذكرها:

- تأتي البرامج التلفزيونية الثقافية في المرتبة الأولى من حيث المشاهدة لدى عينة الدراسة بنسبة 21.72% من مجموع الإجابات، وهي نسبة تعكس إقبال الأساتذة على البرامج التلفزيونية الثقافية، واهتمامهم بالجانب الثقافي من البرامج التلفزيونية.

- تأتي البرامج المتخصصة في الدين في المرتبة الثانية من حيث المشاهدة لدى عينة الدراسة بنسبة 16.89%، وهي نسبة تفسر في سياق انتشار القنوات الفضائية الدينية والإقبال المتزايد على مشاهدة البرامج الدينية، حيث أكدت عديد الدراسات تنامي جمهور البرامج الدينية من كافة الشرائح الاجتماعية و المتعلمة منها على وجه الخصوص.
- تليها في المرتبة الثالثة البرامج السياسية بنسبة 14.48%، وهي تعكس أهمية الوظيفة الإخبارية للتلفزيون، وأهميته في نشر الوعي السياسي من خلال إقبال الجماهير على البرامج السياسية.
- وتأتي البرامج الرياضية في المرتبة الرابعة من حيث التفضيل بنسبة 13.79%، تليها البرامج الاجتماعية التي احتلت المرتبة الخامسة من حيث التفضيل بنسبة 13.10%.
- أما البرامج الترفيهية فجاءت في المرتبة السادسة بنسبة 12.06%، وهي نسبة تدل على عدم الإقبال على البرامج زفهية بمعناها العام، أي الترفيه مجرد الترفيه، وتدلل كذلك على أن الأساتذة الجامعيين عينة الدراسة ينتقون البرنامج المشاهد بناء على العائد الحاصل من وراء المشاهدة، أي أن المشاهدة نفعية وهادفة تصبو إلى إشباع حاجات متعلقة بالجانب الثقافي أو الديني أو السياسي، وليست مشاهدة اعتباطية لملء الفراغ فحسب.

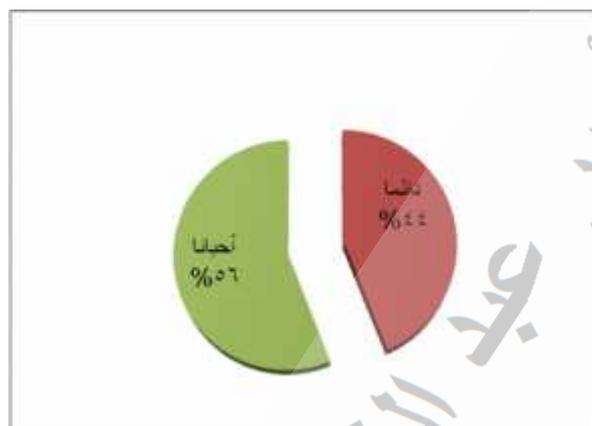
#### 4- مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية

جدول رقم 13 يبين صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية لدى أفراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	مشاهدة البرامج الثقافية
43.91	65	دائما

56.08	83	أحيانا
—	—	لا أشاهدها
100	148	المجموع

شكل 15 يوضح توزيع العينة حسب مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية.



يبين الجدول رقم 13 والشكل البياني المرفق به توزيع عينة الدراسة حسب صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية، وتشير البيانات إلى نتائج عديدة أهمها: يقبل على مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية كافة أفراد العينة بنسبة 100%، تتراوح بين المشاهدة الدائمة بنسبة 43.91%، والمشاهدة بصفة أحيانا بنسبة 56.08%، وهي نسب تدل على أن البرامج التلفزيونية من هذا النوع تحظى بمتابعة الجماهير والنخبة منهم على وجه الخصوص، كما أنها تعيد الاعتبار إلى الوظيفة التثقيفية للتلفزيون إلى جانب الوظائف الأخرى - إخبار وتسليية - وتؤكد أهمية التلفزيون كمصدر هام للثقافة لدى جمهور الأساتذة الباحثين من عينة الدراسة.

جدول رقم 14 يبين توزيع أفراد العينة حسب مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير النوع.

%	المجموع	إناث		ذكور		النوع
		%	التكرار	%	التكرار	
43.92	65	52.7	39	35.1	26	دائما
56.08	83	47.3	35	64.9	48	أحيانا

	—	—	—	—	—	لا أشاهدها
المجموع	148	100	74	100	74	
$\chi^2$ المحسوبة = 4.62 عند درجتين للحرية $\chi^2$ الجدولية = 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05% النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين النوعين في صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية.						

شكل 16 يوضح توزيع العينة حسب مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير النوع.



يبين الجدول رقم 14 والشكل البياني التوضيحي توزيع عينة الدراسة حسب صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير النوع، وتشير البيانات أعلاه إلى النتائج الآتي ذكرها:

- يشاهد البرامج التلفزيونية الثقافية بصفة دائمة 39 أستاذة بنسبة 52.7% مقابل 26 أستاذًا بنسبة 35.1 وقد تعكس هذه النسبة ارتباط الأساتذات بالبرامج الثقافية أكثر من الأساتذة لمزاحمة البرامج السياسية والرياضية اهتمامات الفئة الأخيرة.

- يشاهد البرامج التلفزيونية الثقافية أحيانا 48 أستاذًا بنسبة 64.9% مقابل 35 أستاذة ما يمثل نسبة 47.3%. بينما لا أحد من أفراد العينة سواء ذكورا أو إناثا أجاب بعدم مشاهدته المطلقة للبرامج التلفزيونية الثقافية، حيث كانت نسبة الإجابة 0%

وتعكس هذه النتائج عدم وجود فروق بين النوعين في مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية، إذ

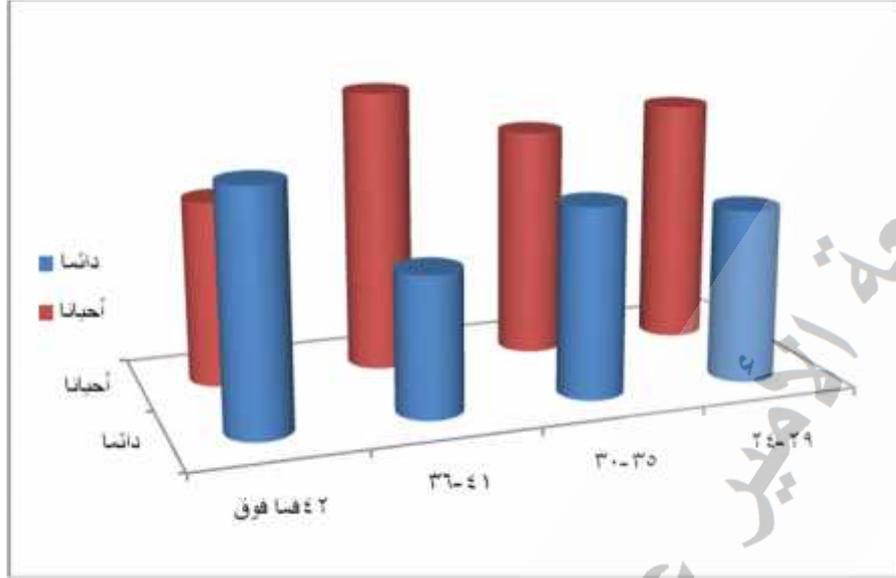
بتطبيق اختبار  $\chi^2$  على أرقام الجدول أعلاه نجد أن قيمة  $\chi^2$  المحسوبة = 4.62 وهي أقل من القيمة الجدولية  $\chi^2$  الجدولية = 5.99 تحت درجتين للحرية عند مستوى الدلالة 0.05% المنبئة بوجود فروق دالة إحصائية بين المتغيرين. وهذا يدل على أن الأساتذة من الذكور والإناث على حد سواء يهتمون بالجانب الثقافي ويهتمون بما يقدم من مضامين ثقافية عبر التلفزيون.

جدول رقم 15 يبين توزيع أفراد العينة حسب مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير السن.

السن	29-24		35-30		41-36		42 سنة		المجموع	%	صفة المشاهدة
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%			
دائما	7	41.2	19	45.2	16	33.3	23	56.	65	43.92	
أحيانا	10	58.8	23	54.8	32	66.7	18	43.	83	56.08	
لا أشاهدها	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
المجموع	17	100	4	100	48	100	41	100	148	100	

$\chi^2$  المحسوبة = 4.7 عند ست درجات للحرية  $\chi^2$  الجدولية = 12.59  
 عند مستوى الدلالة 0.05%  
 النتيجة: لا توجد فروق بين الفئات العمرية في صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية.

شكل 17 يوضح توزيع العينة حسب مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير السن.



يوضح الجدول رقم 15 والرسم البياني المرفق به توزيع عينة الدراسة حسب مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير السن، وجاءت أرقام الجدول من خلال إجابات المبحوثين لتبين النتائج الآتي ذكرها:

- يشاهد البرامج التلفزيونية الثقافية بصفة دائمة 56.1% من الفئة العمرية 42 سنة فما فوق مقابل 45.2% من الفئة العمرية 30-35 سنة، وبنسبة مقاربة الفئة العمرية 24-29 سنة 41.2%، وأخيرا بنسبة 33.3% لدى الفئة العمرية 36-41 سنة. وتعكس هذه الأرقام زيادة نسبة مشاهدة البرامج الثقافية لدى الفئات العمرية المتقدمة التي تتميز بالنضج و تبحث عن ضالتها الثقافية في محتويات البرامج التلفزيونية الثقافية.

- يشاهد البرامج التلفزيونية الثقافية بصفة أحيانا 66.7% من أفراد الفئة العمرية 36-41 سنة، بينما يشاهدها بنسبة 58.82% أفراد الفئة العمرية 24-29 سنة، وبنسبة 54.72% أفراد الفئة العمرية 30-35 سنة، وبنسبة 41.46% أفراد الفئة العمرية اثنان وأربعون سنة فما فوق. وقد ترجع هذه النسب للانشغالات المتعددة للأساتذة من تدريس وبحث علمي وأعمال إدارية متعددة تحول دون التمكن من مشاهدة البرامج الثقافية بشكل قار ومنتظم.

- لم يصرح أحد من أفراد العينة أنه لا يشاهد البرامج التلفزيونية الثقافية مطلقا لذا كانت نسبة لا أشاهدها 0%

- ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية المدروسة في مشاهدة البرامج

التلفزيونية الثقافية، إذ بلغت قيمة  $\chi^2$  المحسوبة 4.7 ، وهي أقل بكثير من نسبة  $\chi^2$  الجدولية 12.59 تحت ست درجات للحرية، عند مستوى الدلالة 0.05% المنبئة بوجود فوارق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات.

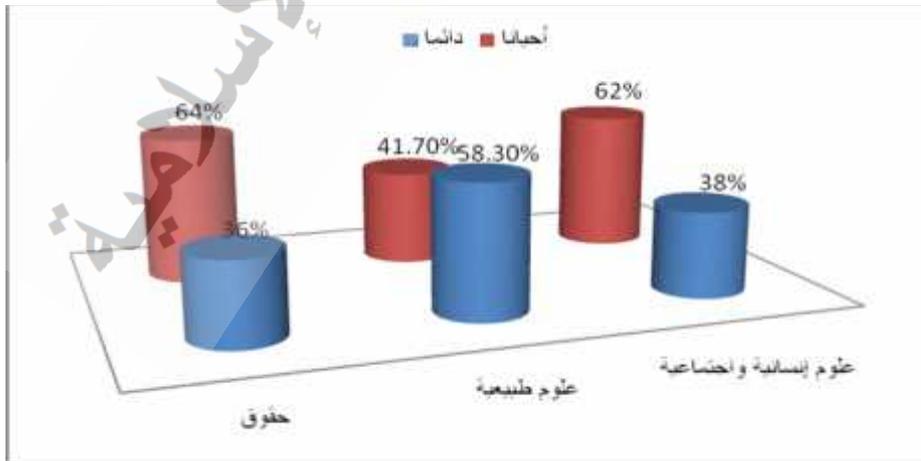
جدول رقم 16 توزيع أفراد العينة حسب مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير التخصص.

%	المجموع	حقوق		علوم طبيعية		علوم إنسانية واجتماعية		التخصص
		%	ك	%	ك	%	ك	
43.92	65	36	18	58.3	28	38	19	دائما
56.08	83	64	32	41.7	20	62	31	أحيانا
—	—	—	—	—	—	—	—	لا أشاهد
100	148	100	50	100	48	100	50	المجموع

$\chi^2$  المحسوبة = 6 عند أربع درجات حرية  $\chi^2$  الجدولية = 9.48  
 عند مستوى الدلالة 0.05%

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين التخصصات العلمية في صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية.

شكل 18 يوضح توزيع العينة حسب مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير التخصص.



يوضح الجدول رقم 16 والشكل التوضيحي أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدتها

للبرامج التلفزيونية الثقافية وعلاقة ذلك بالتخصص العلمي، حيث أظهرت إجابات المبحوثين ما يلي:

- يشاهد البرامج التلفزيونية الثقافية بصفة دائمة 58.3% من أساتذة كلية العلوم الطبيعية، تليها نسبة 38% لدى أساتذة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، ونسبة 36% لدى أساتذة كلية الحقوق. وقد يرجع ذلك لوفرة البرامج الوثائقية والعلمية التي تحقق إشباعا للحاجات العلمية والمعرفية لآساتذة العلوم، كما قد يرجع تدني نسبة المشاهدة الدائمة بالنسبة لآساتذة الحقوق لارتباطهم المهنية المتعددة.

- يشاهد البرامج التلفزيونية الثقافية أحيانا 64% من أساتذة كلية الحقوق، و 62% من أساتذة كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية 41.66% من أساتذة كلية العلوم الطبيعية.

- لم يصرح أحد من أفراد العينة أنه لا يشاهد البرامج التلفزيونية الثقافية مطلقا لذا كانت نسبة لا أشاهدها 0%.

- ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين التخصصات العلمية المدروسة في مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية، إذ بلغت قيمة  $\chi^2$  المحسوبة 6، وهي أقل من نسبة  $\chi^2$  الجدولية 9.48 عند أربع درجات للحرية، بمستوى ثقة 95% عند مستوى الدلالة 0.05% المنبئة بوجود فوارق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات.

يتبين من الجداول السابقة أن مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية عادة اتصالية شائعة بين الأساتذة الجامعيين ذكورا وإناثا، باختلاف المستويات العمرية والتخصصات العلمية، حيث يقبل على مشاهدة هذا النوع من البرامج كل أفراد عينة البحث، يتوزعون على المشاهدة دائما وأحيانا، كما لم تسجل أية فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابات حسب المتغيرات الثلاثة النوع والسن، والتخصص.

وتؤكد هذه النتائج إقبال الجمهور على برامج الإعلام الثقافي، وتفند في الوقت ذاته الفرضية الشائعة في الإعلام الثقافي والتي مفادها أن البرامج الثقافية لا تحظى بالجاهورية وبتابعة الجماهير لمضامينها، والتي تعتبر السبب الرئيس في إزاحة البرامج الثقافية إلى أوقات ميتة أو حتى حذفها من مقرر البرامج. وهذا مؤشر على أن الخلل في معادلة الإعلام الثقافي لا يتعلق فقط بديكتاتورية الجمهور كما أشارت إلى ذلك بعض الدراسات مثل دراسة Milagros del Corel et Jean

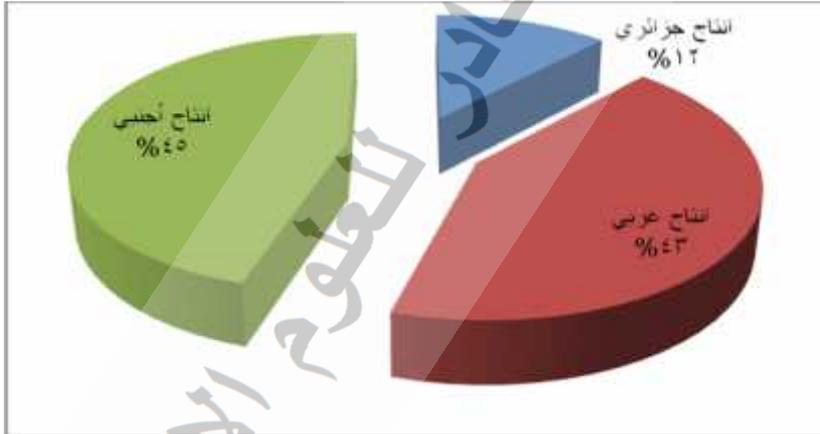
Michel Bear عن البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية الأوروبية العمومية، إنما يرتبط بعوامل عديدة تتعلق بالبرامج في حد ذاتها من مضامين و أنماط إخراج وبرمجة.

#### 5- مصدر البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة.

جدول رقم 17 يبين مصدر البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة:

مصدر البرامج الثقافية	التكرار	%
إنتاج جزائري	32	12
إنتاج عربي	114	42.7
إنتاج أجنبي	121	45.3
المجموع	267	100

شكل 19 يوضح توزيع العينة حسب مصدر البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة.



يوضح الجدول رقم 17 والشكل التوضيحي التابع له مصدر البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة لدى عينة الدراسة، وتكشف أرقامه أن البرامج التلفزيونية الثقافية من إنتاج أجنبي تحتل الصدارة بنسبة 45.31%، تليها ونسبة مقارنة البرامج التلفزيونية من إنتاج عربي والمقدرة بـ 42.7%، أما عن البرامج الثقافية من إنتاج جزائري فبلغت 12%.

ومسألة إنتاج البرامج التلفزيونية في القنوات العربية مسألة أسالت الكثير من الخبر، وكانت محل عدة دراسات ربطت الإنتاج بالهوية الثقافية للمؤسسة الإعلامية، وبمظاهر الغزو الثقافي، حيث أكدت معظم الدراسات غياب إنتاج تلفزيوني خاص بالتلفزيونات العربية وأكدت اليونسكو في

دراساتها أن التلفزيونات العربية تستورد من الدول الأجنبية ما بين 40% و60% من مجموع البرامج التي تروج ضمن التلفاز<sup>1</sup>، وإن كان هذا حال البرامج التلفزيونية عامة فإن البرامج التلفزيونية الثقافية لا تشذ عن القاعدة رغم أهمية قطاع الثقافة، و إلزامية ارتباطه بالقيم والمرجعيات . لذا فإن نسبة 45.31% التي نالتها البرامج التلفزيونية من إنتاج أجنبي تجد تبريرات لها في سياق هيمنة الإنتاج الأجنبي للبرامج الثقافية واستنساخ برامج ثقافية عن القنوات الأجنبية، حيث أن مغريات استيراد البرامج الأجنبية أكبر بكثير من الدافع إلى إنتاجها محليا، ليس فقط بسبب قلة الخبرة والجودة، وإنما لأن استيراد تلك البرامج أقل تكلفة من إنتاجها محليا.

جدول رقم 18 يبين توزيع أفراد العينة حسب مصدر البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة ومتغير النوع.

النوع مصدر البرامج التلفزيونية المشاهدة	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
إنتاج جزائري	20	14.50	12	9.30	32	11.99
إنتاج عربي	49	35.50	65	50.39	114	42.7
إنتاج أجنبي	69	50	52	40.31	121	45.31
<u>المجموع</u>	138	100	129	100	267	100

ك<sup>2</sup> المحسوبة = 14.49 عند درجتين للحرية ك<sup>2</sup> الجدولية = 5.99 مستوى الدلالة 0.05% النتيجة: توجد فروق دالة إحصائية بين النوعين ذكور وإناث ومصدر البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة ق=0.05

شكل 20 يوضح توزيع العينة حسب مصدر البرامج الثقافية المشاهدة ومتغير النوع.

<sup>1</sup> نونند القادري عيسى، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية: الوقوف على تخوم التفكيك، الطبعة الأولى، لبنان، مركز دراسات الوحدة العربية، ، 2008، ص61.



- يبين الجدول رقم 18 والشكل التوضيحي المرفق به توزيع عينة الدراسة حسب مصدر البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة ومتغير النوع، وتشير البيانات أعلاه إلى النتائج الآتي ذكرها:
- يمثل الإنتاج العربي نسبة 50.39% من مصدر البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة لدى الإناث، بينما لا يمثل سوى 35.50% من مصدر البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة لدى الذكور.
  - يمثل الإنتاج الأجنبي 50% من مجموع ما يشاهده الأساتذة الذكور من برامج تلفزيونية ثقافية مقابل 40.31% من مجموع ما يشاهده الإناث من برامج ثقافية.
  - يشاهد الأساتذة الذكور البرامج التلفزيونية الثقافية من إنتاج جزائري بنسبة 14.49% مقابل 9.30% من الإناث.

وبتطبيق اختبار  $\chi^2$  على أرقام الجدول أعلاه نجد أن قيمة  $\chi^2$  المحسوبة = 14.49، وهي أكبر من القيمة الجدولية 5.99 عند درجتين للحرية، بمستوى ثقة 95% عند مستوى الدلالة 0.05، وهذا ما ينبئ عن وجود فوارق بين الجنسين في تفضيل مصادر البرامج التلفزيونية المشاهدة، حيث بلغت نسبة التوافق  $Q=0.05$  وهي نسبة ضعيفة تبين أن التوافق ضعيف بين إجابات الجنسين، و يؤكد وجود اختلاف بين إجابات الباحثين الذكور منهم والإناث. وتتوافق هذه النتيجة مع نتائج الجدول رقم 09 التي أظهرت ميل الأساتذة الذكور لمشاهدة البرامج والقنوات الأجنبية أكثر من الإناث اللواتي يملن أكثر لمشاهدة البرامج والقنوات العربية، مما يعكس إعجاب أساتذة الذكور ببرامج الثقافة الغربية التي يظهر أنها تحقق لهم إشباعاً معرفية ووجدانية عكس

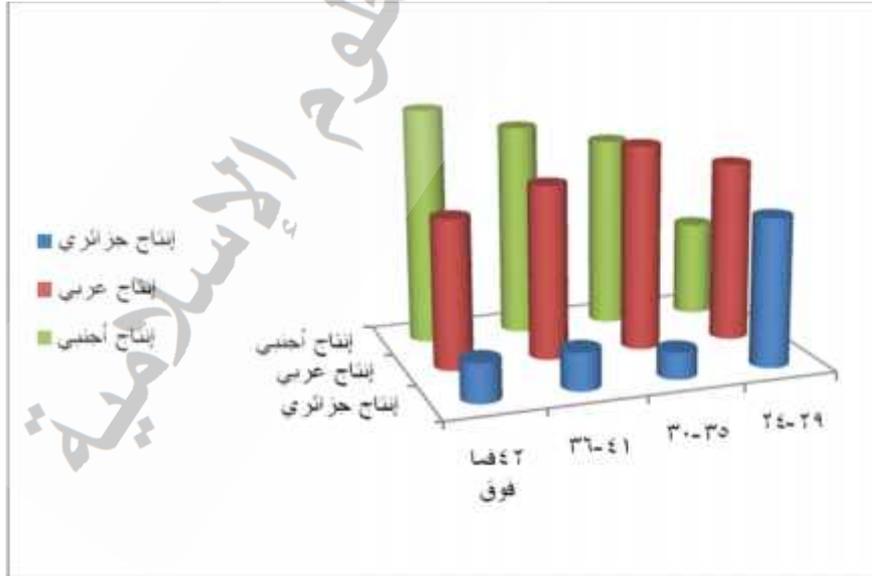
الإناث اللواتي يملن أكثر للمحافظة والتمسك بالقيم المحلية.

جدول رقم 19 يبين توزيع العينة حسب مصدر البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة ومتغير السن.

المجموع	42 فما فوق		36-41		30-35		24-29		السن مصدر البرامج
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
32	9.25	5	8.98	7	6.31	6	35	14	إنتاج جزائري
114	35.2	19	41.02	32	48.42	46	42.5	17	إنتاج عربي
121	55.55	30	50	39	45.26	43	22.5	9	إنتاج أجنبي
267	100	54	100	78	100	95	100	40	المجموع

$\chi^2$  المحسوبة = 28.83 عند ست درجات حرية  $\chi^2$  الجدولية = 12.59 عند مستوى الدلالة 0.05% النتيجة: توجد فروق دالة إحصائية بين الفئات العمرية ومصدر البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة.  $q=0.09$

شكل 21 يوضح توزيع العينة حسب مصدر البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير السن.



تتناول البيانات أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب مصدر البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة

ومتغير السن، وتشير أرقامها إلى ما يلي:

- يفضل البرامج التلفزيونية الثقافية من إنتاج أجنبي 55.55% من الأساتذة البالغين من العمر أكثر من 42 سنة، مقابل 50 من أفراد الفئة العمرية 36-41 سنة، و45.26% من الفئة العمرية 30-35 سنة، في حين لا يفضل الإنتاج الأجنبي سوى 22.5% من الأساتذة المتراوحة أعمارهم 24-29 سنة، ويلاحظ هنا أن تفضيل الإنتاج الأجنبي يتزايد طرديا مع تقدم العمر ويبلغ ذروته لدى الأساتذة أكبر من 42 سنة، وهو انعكاس لحال النخبة الجزائرية التي هي في معظمها فرانكفونية أو تميل إلى اللغات الأجنبية.

- يشاهد البرامج التلفزيونية الثقافية من إنتاج عربي 48.42% من الأساتذة المتراوحة أعمارهم بين 30-35 سنة، و 42.5% من الفئة العمرية 24-29، و 41.02% من أفراد الفئة العمرية 41-36، مقابل 35.2% من الأساتذة البالغين أكثر من 42 سنة.

- يشاهد البرامج التلفزيونية من إنتاج جزائري 35% من أفراد الفئة العمرية 24-29 سنة، مقابل 9.25% من الأساتذة البالغين أكثر من 42 سنة، و 8.98% لدى الفئة العمرية 36-41 سنة، ونسبة 6.31% لدى الفئة العمرية 30-35 سنة.

وبتطبيق اختبار كا<sup>2</sup> على أرقام الجدول أعلاه نجد أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة = 28.83، وهي أكبر من القيمة الجدولية 12.59 عند ست درجات حرية، بمستوى ثقة 95% عند مستوى الدلالة 0.05% وهذا ما ينبئ عن وجود فوارق بين الفئات العمرية محل الدراسة في تفضيل مصادر البرامج التلفزيونية المشاهدة، حيث بلغت نسبة التوافق ق=0.09، وهي نسبة ضعيفة تؤكد وجود فروق بين إجابات الباحثين إذ نلاحظ أن الأساتذة المتقدمين في السن يفضلون البرامج الثقافية من إنتاج أجنبي، في حين يميل الأفراد أقل من ثلاثين سنة إلى البرامج الثقافية من إنتاج عربي، وهذا يرجع بالأساس إلى لغة التكوين لدى الفئات العمرية المختلفة، إذ أن معظم المتقدمين في السن لديهم ميزة ازدواجية اللغة.

جدول رقم 20 يبين توزيع أفراد العينة حسب مصدر البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة ومتغير التخصص.

النسبة المئوية	المجموع	حقوق		علوم طبيعية		علوم إنسانية واجتماعية		التخصص مصدر البرامج التلفزيونية المشاهدة
		%	ك	%	ك	%	ك	
11.98	32	12.16	9	8.08	8	15.96	15	إنتاج جزائري
42.7	114	47.3	35	32.32	32	50	47	إنتاج عربي
45.31	121	40.54	30	59.6	59	34.04	32	إنتاج أجنبي
100	267	100	74	100	99	100	94	المجموع

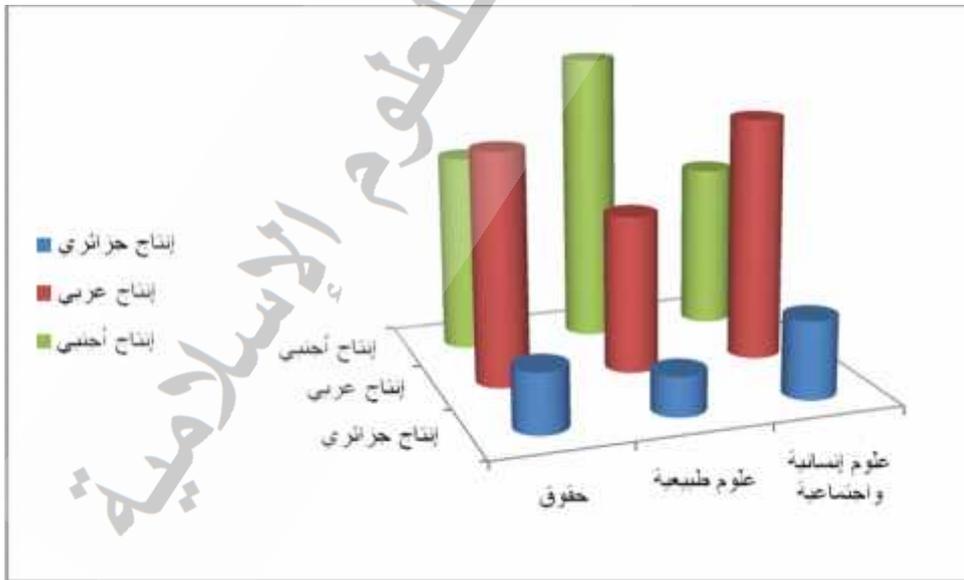
ك<sup>2</sup> المحسوبة = 13.96 عند أربعة درجات حرية ك<sup>2</sup> الجدولية = 9.48

عند مستوى الدلالة 0.05%

النتيجة: توجد فروق دالة إحصائية بين التخصصات العلمية ومصدر البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة.

ق=0.04

شكل 22 يوضح توزيع العينة حسب مصدر البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير التخصص.



يوضح الجدول رقم 20 والشكل التوضيحي المرفق به توزيع عينة الدراسة حسب درجة مصدر

البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة وعلاقة ذلك بالتخصص العلمي، حيث أظهرت إجابات

المبحوثين من خلال أرقام الجدول أعلاه ما يلي:

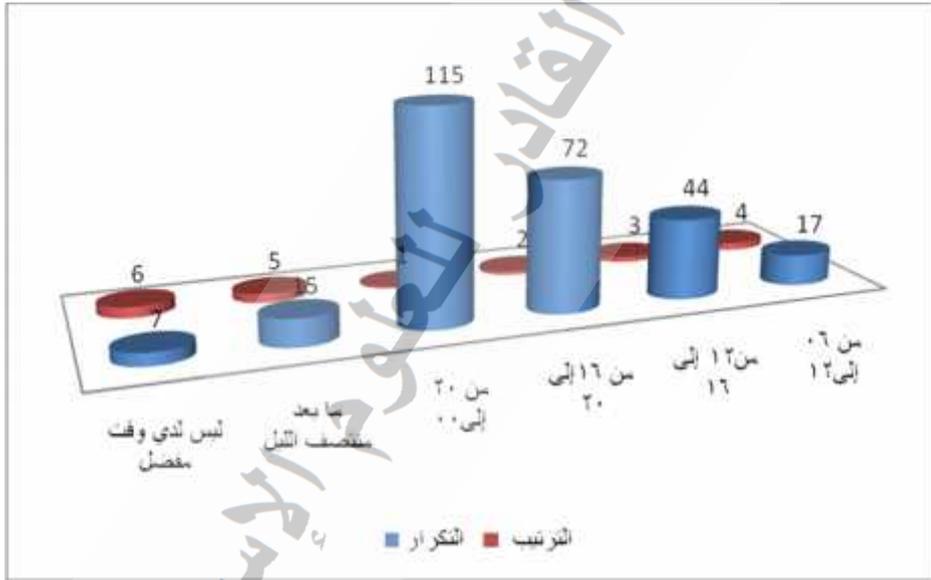
- يفضل البرامج الثقافية من إنتاج أجنبي 59.6% من أساتذة كلية العلوم الطبيعية، مقابل 40.54% من أساتذة كلية الحقوق، و34.04% من أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- يفضل البرامج التلفزيونية الثقافية من إنتاج عربي 50% من أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، مقابل 47.3% من أساتذة كلية الحقوق، و 32.3% من أساتذة كلية العلوم الطبيعية.
- يفضل البرامج التلفزيونية من إنتاج جزائري 15.96% من أساتذة كلية العلوم الإنسانية، و12.16% من أساتذة كلية الحقوق مقابل 8.08% من أساتذة كلية العلوم الطبيعية.
- بتطبيق اختبار كا<sup>2</sup> على أرقام الجدول أعلاه نجد أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة = 13.96، وهي أكبر من القيمة الجدولية 9.48 عند أربعة درجات حرية، بمستوى ثقة 95% عند مستوى الدلالة 0.05% وهذا ما ينبئ عن وجود فروق بين إجابات الباحثين تتعلق بالتخصص، حيث بلغت قيمة ق 0.04 وهي قيمة ضعيفة تعكس ارتباط الإجابات بالتخصص، حيث أن الأساتذة من كلية العلوم يميلون أكثر للإنتاج الأجنبي، بحكم إجادتهم للغات الأجنبية أكثر من اللغة العربية وهذا ما لمستته أثناء توزيع الاستمارات حيث كنت أقوم بترجمتها إلى اللغة الفرنسية شفويا بناء على طلب العديد منهم، كما يرجع تفضيلهم للإنتاج الأجنبي إلى تعودهم على مشاهدة برامج القنوات الأجنبية، حيث يقصر معظمهم مشاهدة القنوات العربية على مجال البرامج الإخبارية حسب تصريحات الكثير منهم.

## 6- الفترات المفضلة لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية

جدول رقم 21 يبين توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية

الفترة المفضلة لمشاهدة البرامج التلفزيونية	التكرار	الترتيب	%
من 06 إلى 12	17	4	6.29
من 12 إلى 16	44	3	16.29
من 16 إلى 20	72	2	26.66
من 20 إلى 00	115	1	42.59
ما بعد منتصف الليل	15	5	5.55
ليس لدي وقت مفضل	07	6	2.59
المجموع	270	—	100

شكل 23 يوضح توزيع العينة حسب الفترات المفضلة لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية



يلعب الوقت المفضل لمشاهدة الفقرات والبرامج دورا هاما في توسيع دائرة المتلقين، وتأثير العمل التلفزيوني على أكبر عدد من الجماهير، فكلما بثت البرامج في أوقات مناسبة لظروف المشاهدين كان ذلك أدعى إلى تعرض أكبر عدد منهم لهذه البرامج، كما أن هناك أوقات معينة هي بمثابة أوقات الذروة للمشاهدة التلفزيونية، وأخرى يضمحل فيها الإقبال على المشاهدة، أو ما يسمى في لغة الإعلام الأوقات الميتة. و بهذا يعتبر وقت البرمجة عنصرا فاعلا في المعادلة الإعلامية السمعية البصرية. وحين يتعلق الأمر بالبرامج التلفزيونية الثقافية يحمل الأمر أبعادا أخرى، فعلى عكس البرامج التلفزيونية الأخرى - إخبارية، فنية، اجتماعية- تعاني البرامج الثقافية أزمة برمجة ما يجعلها متذبذبة

أو يزيحها إلى أوقات ضعف المشاهدة حسب نتائج الكثير من الدراسات<sup>1</sup> ويوضح الجدول السابق رقم 21 الفترات المفضلة لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية لدى عينة الدراسة، وتشير نتائج الجدول بناء على إجابات المبحوثين إلى ارتفاع معدل الإقبال الجماهيري على مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية في الفترة الممتدة بين الثامنة ليلا و منتصف الليل بنسبة 42.59%، وهي فترة الذروة بالنسبة لمختلف البرامج التلفزيونية، أما الفترة بين الرابعة مساء والثامنة ليلا فوردت بنسبة 26.66%، تليها الفترة ما بعد منتصف النهار إلى الرابعة مساء بنسبة 16.29%. أما ما يتعلق بالفترة الصباحية المبكرة، وما بعد منتصف الليل فكانت بنسب ضعيفة 6.29%، و 5.55% على التوالي. حيث تمثل الفترة الصباحية فترة عمل لدى غالبية أفراد العينة، وتمثل فترة ما بعد منتصف الليل فترة سكون و خلود إلى الراحة، في حين لم يصرح سوى سبعة من المبحوثين بعدم تفضيل وقت أو فترة معينة لمشاهدة هذه البرامج ما يمثل نسبة 2.59%، و قد يرجع هذا لظرف العمل و الانشغالات. وتتوافق هذه النتائج مع نتائج دراسة محمد كحط الربيعي التي توصلت إلى أن 56% من المشاهدين يفضلون أوقات مشاهدة البرامج الثقافية من الساعة السادسة حتى العاشرة ليلا ، و 33% منهم يفضل بعد الساعة العاشرة حتى الثانية بعد منتصف الليل.<sup>2</sup>

جدول رقم 22 يبين توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير النوع.

النوع	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
الفترة المفضلة	11	9.1	06	4.02	17	6.29
من 06 إلى 12						

<sup>1</sup> أرجع إلى الدراسات السابقة نتائج الدراسة التحليلية عن البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية الأوروبية العمومية لكل من

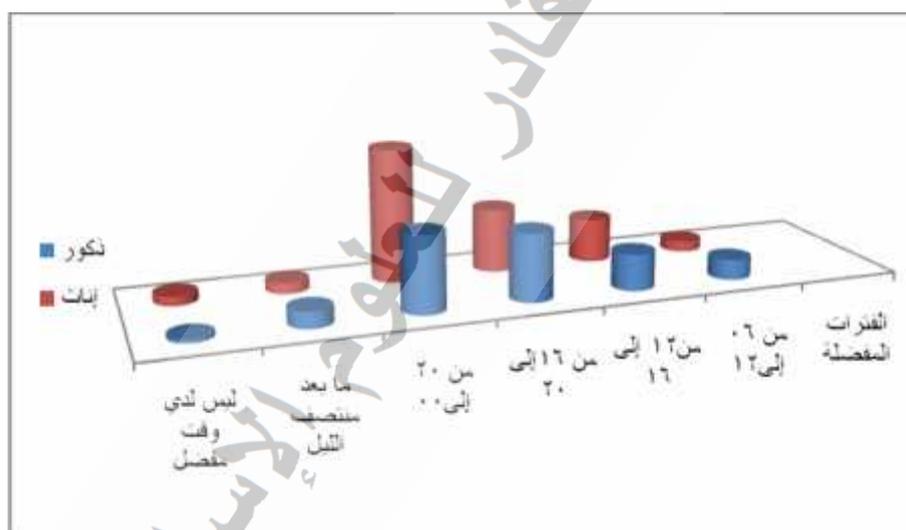
Milagros del Corel et Jean Michel Bear **Les programmes culturels sur les chaines publiques de télévision européennes** approche comparative, Etude en ligne, op cit (consulté le 01/05/2010).

<sup>2</sup> محمد كحط عبيد الربيعي، الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية: المضامين والأشكال والتلقي، مرجع سبق ذكره، ص 168

16.29	44	16.1	24	16.52	20	من 12 إلى 16
26.66	72	23.5	35	30.59	37	من 16 إلى 20
42.6	115	49	73	34.71	42	من 20 إلى 00
5.55	15	4.02	6	7.43	9	ما بعد منتصف الليل
2.59	07	3.36	5	1.65	2	ليس لدي وقت مفضل
100	270	100	149	100	12	المجموع

$\chi^2$  المحسوبة = 9.27 عند خمسة درجات حرية  $\chi^2$  الجدولية = 11.07  
 عند مستوى الدلالة 0.05% النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين متغير النوع  
 وتفضيل فترات معينة لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية.

شكل 24 يوضح الفترات المفضلة لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير النوع



يوضح الجدول رقم 22 والرسم البياني أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير النوع، حيث دلت البيانات على ما يلي:

- يفضل الأساتذة ذكورا وإناثا الفترة الممتدة بين الثامنة ليلا ومنتصف الليل لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية، بنسبة 49% للإناث و34.71% للذكور. وهي فترة تتناسب مع التفرغ من متطلبات العمل لدى كلا النوعين، كما أنها تعد من أوقات الذروة التي تتميز بإقبال الجمهور على مشاهدة التلفزيون، كما أن هذه الفترة تتميز في غالبها ببث البرامج التحليلية والثقافية والوثائقية

الجادة التي تلقى استحسانا لدى جمهور الأساتذة.

- يفضل كل من الذكور والإناث الفترة المسائية في المرتبة الثانية لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية بنسبة 30.59% للذكور، و 23.5% للإناث، وهي الفترة التي تشهد عودة الأساتذة من عملهم، ورغم أنها في عرف الإعلام تعد من الأوقات الميئة التي يتم حشوها في الغالب بالمسلسلات نانا ببعض الوثائقيات، إلا أنه يجدر الاهتمام بها و استغلالها في بث برامج ثقافية وعلمية تلامس احتياجات الجمهور في رغباته المعرفية والعلمية، خاصة و أنها تشهد إقبالا من طرف جمهور المشاهدين. ونلاحظ هنا أن نسبة إقبال الأساتذة الذكور على مشاهدة البرامج في هذه الفترة أكبر من نسبة إقبال الأساتذة الإناث، وقد يرجع هذا إلى انشغال الأساتذة العاملة بالواجبات المنزلية، حيث تعد فترة الرجوع إلى البيت فترة عمل أيضا بالنسبة للمرأة العاملة حيث تتفقد حال بيتها، وتسهر على خدمة أهلها.

- فترة ما بعد منتصف النهار تأتي في المرتبة الثالثة من حيث التفضيل بنسب متقاربة لدى الجنسين: 16.52% بالنسبة للذكور، و 16.10% لدى الإناث.

- يشاهد البرامج التلفزيونية الثقافية في الفترة الصباحية 9.09% من الذكور مقابل 4.02% من الإناث. وهي نسب ضعيفة لارتباط هذه الفترة بالعمل في غالب الأحيان.

- يشاهد البرامج التلفزيونية الثقافية ما بعد منتصف الليل 7.43% من الذكور مقابل 4.02% من الإناث. وإن كان الفرق طفيفا بين النسبتين فهو يؤكد ما توصلت إليه دراسات علمية من أن دورة النوم لدى النساء أقل منها لدى الرجال، ما يجعل المرأة تميل إلى الخلود إلى النوم مبكرا، عكس الرجل الذي يكون في الغالب أقدر على السهر ومشاهدة التلفاز ليلا.

- أما عدم ارتباط مشاهدة البرامج الثقافية بوقت معين أو بفترة محددة فكان بنسبة 3.36% عند الإناث و 1.65% عند الذكور.

وبتطبيق اختبار كا<sup>2</sup> على أرقام الجدول أعلاه نجد أن قيمته المحسوبة كا<sup>2</sup> المحسوبة = 9.27، وهي أقل من القيمة الجدولية 11.07 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت خمس درجات حرية. 95% بمستوى ثقة % عند مستوى الدلالة 0.05% وتدل هذه النتائج أنه لا توجد علاقة بين متغير الجنس وفترة المشاهدة المفضلة.

جدول رقم 23 يبين توزيع الفترات المفضلة لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير السن.

المجموع	42 فما فوق		41-36		35-30		29-24		السن	الفترات المفضلة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
17	8.06	5	3.89	3	8.10	6	5.26	3		من 06 إلى 12
44	19.35	12	12.98	10	20.27	15	12.28	7		من 12 إلى 16
72	38.7	24	22.08	17	24.32	18	22.80	13		من 16 إلى 20
115	27.41	17	49.35	38	43.24	32	49.12	28		من 20 إلى 00
15	1.61	1	9.09	7	4.05	3	7.01	4		ما بعد منتصف الليل
07	4.83	3	2.59	2	-	-	3.50	2		ليس لدي وقت
270	100	62	100	77	100	74	100	57		المجموع

كأ<sup>2</sup> المحسوبة = 18.17 عند خمس عشر درجات حرية كأ<sup>2</sup> الجدولية = 24.99 النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين متغير السن و تفضيل فترات معينة لمشاهدة البرامج التلفزيونية

يوضح الجدول رقم 23 توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية طبقاً لمتغير السن، و تظهر نتائجه ما يلي:

- تأتي فترة الذروة الممتدة بين الثامنة ليلاً حتى منتصف الليل في طليعة الفترات المفضلة للمشاهدة لدى أفراد عينة الدراسة بنسب تتجاوز في معظمها الأربعين في المائة، حيث كانت بنسبة 49.35% لدى الفئة العمرية 41-36 سنة، تليها بنسبة مقارنة الفئة العمرية 29-24 سنة بنسبة 49.12%، ثم الفئة 35-30 سنة بنسبة 43.24% لكنها تأتي في المرتبة الثانية لدى الفئة العمرية اثنين وأربعين سنة فما فوق بنسبة 27.41%، وقد يرجع هذا إلى أن هذه الفئة لا تميل إلى السهر كثيراً إذ أن القدرة على السهر تقل بتقدم السن.

- جاءت الفترة المسائية في المرتبة الأولى من حيث التفضيل لدى الفئة العمرية 42 سنة فما فوق بنسبة 38.7%، وفي المرتبة الثانية لدى باقي الفئات العمرية: 24.32% بالنسبة للفئة العمرية 30 إلى 35 سنة، وبنسبة 22.80% لدى الفئة العمرية 29-24 سنة، وبنسبة مقارنة

لدى الفئة العمرية 36 إلى 41 سنة بلغت 22.08%.

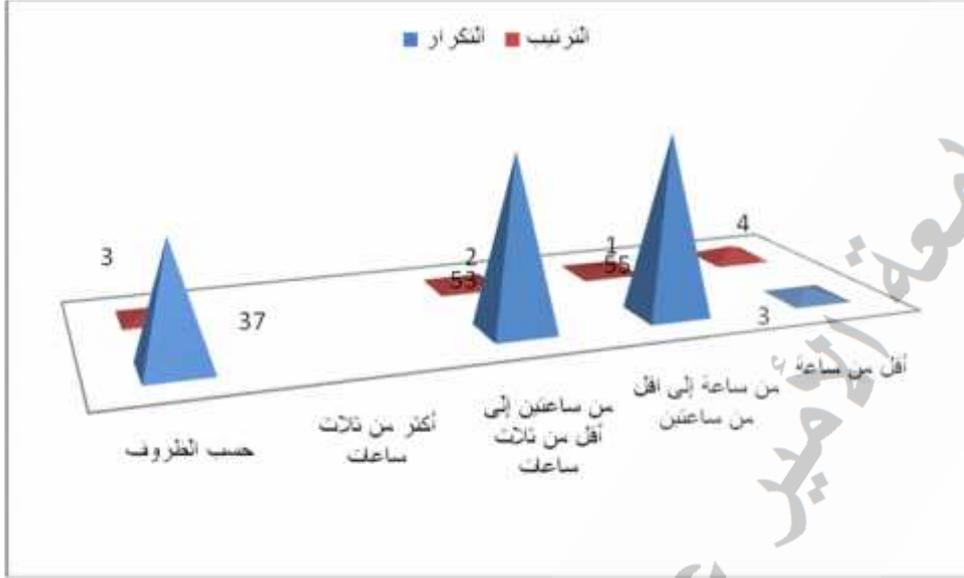
- وبتطبيق اختبار كا<sup>2</sup> على أرقام الجدول السابق، نجد قيمته المحسوبة كا<sup>2</sup> المحسوبة = 18.17، وهي أقل من القيمة الجدولية كا<sup>2</sup> الجدولية = 24.99 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرات تحت خمسة عشر درجة للحرية بمستوى ثقة 95% عند مستوى الدلالة 0.05% ونتوصل من خلال هذه الإحصاءات إلا أنه لا توجد فروق بين الفئات العمرية المختلفة في تفضيل فترات مشاهدة معينة، حيث لا يتدخل متغير السن في ترتيب فترات المشاهدة التي يكون فيها الإقبال كثيفا أو تلك التي يكون فيها الإقبال ضعيفا، باستثناء الفئة العمرية 42 سنة فما فوق والتي احتلت لديها فترة المساء صدارة الفترات المفضلة على عكس باقي الفئات التي تفضل الفترة ما بين الثامنة ليلا إلى منتصف الليل.

#### 7- الحجم الساعي اليومي المخصص لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية

جدول رقم 24 يبين الحجم الساعي المخصص لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية في اليوم:

النسبة المئوية	الترتيب	التكرار	حجم المشاهدة في اليوم
2.02	4	03	أقل من ساعة
37.17	1	55	من ساعة إلى أقل من ساعتين
35.81	2	53	من ساعتين إلى أقل من ثلاث
—	—	—	أكثر من ثلاث ساعات
25	3	37	حسب الظروف
100	—	148	المجموع

شكل 25 يوضح الحجم الساعي اليومي المخصص لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية



يعتبر الحجم الزمني أحد المؤشرات الأساسية والفعالة لكشف درجة المشاهدة من خلال الحساب الكمي لعدد ساعات التعرض، وهذا ما تحاول أن توضحه بيانات الجدول رقم 24 والشكل التوضيحي رقم 25 الذين يتناولان توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي المخصص يوميا لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية، ودلت بياناتهما على ما يلي:

- يشاهد البرامج التلفزيونية الثقافية من ساعة إلى أقل من ساعتين 55 مبحوثا بنسبة 37.17%، ويشاهدها لمدة ساعتين إلى ثلاث ساعات 53 مبحوثا بنسبة 35.81%، كما أجاب 37 مبحوثا ما يمثل 25% أن ليس لديهم فترات قارة و ثابتة للمشاهدة، إنما يرتبط الحجم الساعي المخصص للمشاهدة بالظروف والانشغالات اليومية، بينما لا يشاهد البرامج الثقافية أقل من نصف ساعة سوى ثلاثة مبحوثين بمعدل 2.02%، في حين لم يصرح أحد من أفراد العينة أنه يشاهد برامج التلفزيون الثقافية أكثر من ثلاث ساعات.

- وبحساب المتوسط الحسابي لحجم مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية يوميا نجد أنه يبلغ 1.93 ساعة في اليوم، أي ما يقارب ساعتين، وهي نسبة منطقية لطبيعة البرامج الثقافية التي لا تتجاوز في معظمها حدود الستين دقيقة، والتي تعتبرها الدراسات كافية لتقديم مضمون جيد من ناحية الكم، كما أنها لا تبعث على الملل لدى المشاهدين<sup>1</sup>، كما أن هذه النسب تتماشى مع طبيعة العمل لدى

<sup>1</sup> حسب ما توصلت إليه دراسة محمد كحط الربيعي عن الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية: المضامين والأشكال والتلقي، مرجع سبق ذكره، ص 140.

العينة محل الدراسة، وضيق الوقت المتاح للمشاهدة مع كثرة الانشغالات البحثية.

جدول رقم 25 يبين توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي اليومي المخصص لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير النوع.

المجموع	إناث		ذكور			النوع حجم المشاهدة في اليوم	
	الترتيب	%	ك	الترتيب	%		ك
3	4	2.70	2	4	1.35	1	أقل من ساعة
55	2	31.08	23	1	43.24	32	من ساعة إلى أقل من ساعتين
53	1	39.18	29	2	32.43	24	من ساعتين إلى أقل من 3 ساعات
—	—	—	—	—	—	—	أكثر من ثلاث ساعات
37	3	27.02	20	3	22.97	17	حسب الظروف
148	—	100	74	—	100	74	المجموع

ك<sup>2</sup> المحسوبة 4.61 تحت أربع درجات حرية ك<sup>2</sup> الجدولية 9.48 عند مستوى الدلالة 0.05%  
النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين متغير النوع والحجم الساعي المخصص يوميا لمشاهدة  
البرامج التلفزيونية الثقافية  $r = 0.99$

يتناول الجدول رقم 25 يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع وعلاقته بالحجم الساعي اليومي المخصص لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية، حيث نتوصل من خلال بياناته إلى النتائج الأتي ذكرها:

- تأتي مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية من ساعة إلى أقل من ساعتين في المرتبة الأولى من حيث التفضيل لدى الذكور بنسبة 43.24%، بينما تأتي في المرتبة الثانية لدى الإناث بنسبة 31.08%
- يشاهد البرامج الثقافية من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات 29 مفردة من الإناث بنسبة 39.18%، ما ييوئها المرتبة الأولى من حيث التفضيل، و 24 ذكرا ما يمثل نسبة 32.43%.
- تأتي مشاهدة هذه البرامج حسب الظروف في المرتبة الثالثة لدى الجنسين بنسبة 27.02% لدى الإناث، و 22.97% لدى الذكور.

- تأتي مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية في أقل من ساعة في المرتبة الرابعة لدى كلا الجنسين بنسبة 2.70% لدى الإناث، و 1.35% لدى الذكور.

- تنعدم المشاهدة لأكثر من ثلاث ساعات لدى الجنسين.

وبتطبيق اختبار كا<sup>2</sup> على أرقام الجدول أعلاه نجد قيمته المحسوبة كا<sup>2</sup> المحسوبة = 4.61، وهي أقل من القيمة الجدولية كا<sup>2</sup> الجدولية = 9.48 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية، بمستوى ثقة 95% عند مستوى الدلالة 0.05%

من هنا نستنتج أنه لا توجد اختلافات بين الذكور والإناث في الحجم الساعي المخصص لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية، وحيث أن  $r = 0.99$  يدلنا ذلك على أن الارتباط بين متغير النوع وحجم المشاهدة ضعيف حيث لا توجد علاقة قوية بين حجم مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير النوع ذكور وإناث.

جدول رقم 26 يبين الحجم الساعي اليومي لمشاهدة البرامج الثقافية ومتغير السن.

المجموع	42 فما فوق		41-36		35-30		29-24		السن
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
ع									حجم المشاهدة في اليوم

3	4.88	2	-	-	2.38	1	-	-	أقل من ساعة
55	43.90	18	41.68	20	33.33	14	17.64	3	من ساعة إلى أقل من ساعتين
53	12.2	5	47.91	23	35.71	15	58.82	11	من ساعتين إلى أقل 3 ساعات
-	-	-	-	-	-	-	-	-	أكثر من ثلاث ساعات
38	39.02	16	10.41	5	28.58	12	23.52	4	حسب الظروف
148	100	41	100	48	100	42	100	17	المجموع

$\chi^2$  المحسوبة = 24.01 تحت اثني عشر درجة للحرية  $\chi^2$  الجدولية = 21.02  
 عند مستوى الدلالة 0.05%  
 النتيجة: توجد فروق دالة إحصائية بين متغير السن والحجم الساعي المخصص يوميا لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ق=0.13

يوضح الجدول رقم 26 أعلاه علاقة متغير السن بالحجم الساعي اليومي لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية، ونستبين من خلال نتائجه ما يلي:

- يشاهد البرامج التلفزيونية الثقافية لمدة ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات 58.82 % من أفراد العينة من الفئة العمرية 24-29 سنة، مقابل 47.91 % من الفئة العمرية 36-41 سنة، و 35.71 % من الفئة العمرية 30-35 سنة، و أخيرا 12.2 % من الفئة العمرية 42 سنة فما فوق. وهنا يلاحظ أن فئة الشباب هي الأكثر مكوّنا والأطول مشاهدة بين الفئات العمرية الأخرى، وقد يرجع هذا لتعلق الشباب أكثر من غيرهم بالتلفزيون، كما قد يرجع إلى كثرة انشغالات الفئات الأخرى، حيث أن الأساتذة الجامعيين كلما زادت خبرتهم، زادت انشغالاتهم في سبيل خدمة الطلبة و الجامعة مما قد يحول دون مشاهدتهم للبرامج الثقافية لفترات أطول.

- يشاهد البرامج التلفزيونية الثقافية من ساعة إلى أقل من ساعتين 43.90 % من الباحثين البالغين 42 سنة فما فوق، بينما يشاهدها بنسبة 41.68 % الباحثون من الفئة العمرية 41-36 سنة، مقابل 33.33 % من الفئة العمرية 30-35 سنة، و 17.64 % من الفئة العمرية 29-24 سنة.

- يرتبط الحجم الساعي المخصص للمشاهدة بالظروف اليومية لدى الفئة العمرية 42 سنة

فما فوق بنسبة 39.02%، وبنسبة 28.58% لدى الفئة العمرية 30-35 سنة، وبنسبة 23.52% لدى الفئة العمرية 24 إلى 29 سنة، و أخيرا بنسبة 10.41% لدى الفئة العمرية -41 سنة. 36 سنة.

- لا يشاهد البرامج التلفزيونية الثقافية في مدة أقل من ساعة سوى 2 من أفراد الفئة العمرية بنسبة 4.88%، و مبحوث واحد يتراوح عمره بين 30-35 سنة، ما يمثل 2.38%
- لم يصرح أحد من المبحوثين على اختلاف الشرائح العمرية أن يشاهد البرامج التلفزيونية الثقافية لأكثر من ثلاث ساعات.

وتطبيق اختبار كاي<sup>2</sup> على أرقام الجدول أعلاه نجد أن قيمته المحسوبة كاي<sup>2</sup> المحسوبة = 24.01 و هي أكبر من القيمة الجدولية 21.02 المنبئة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية تحت اثني عشر درجة للحرية، عند مستوى ثقة 95% عند مستوى الدلالة 0.05% مما يعكس وجود فروق بين إجابات المبحوثين متعلقة بالسن وعلى هذا الأساس جاءت قيمة ق=0.13 ما ينبئ عن عدم التوافق بين إجابات المبحوثين، وارتباط ذلك بالسن. حيث نلاحظ من خلال بيانات الجدول أنه كلما زاد السن قلت فترة مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية نسبيا، وقد يرجع هذا لكثرة انشغالات الأساتذة البحثية والعلمية، إذ أنه كلما زادت الخبرة، زادت الانشغالات، كما قد يرجع هذا التفاوت إلى تعلق الفئات الأقل سنا بالتلفزيون، وترسخ عادات مشاهدة البرامج الثقافية لديهم أكثر من الفئات الأكبر سنا التي قد يأخذ البحث العلمي والأكاديمي الحيز الأكبر من وقتها.

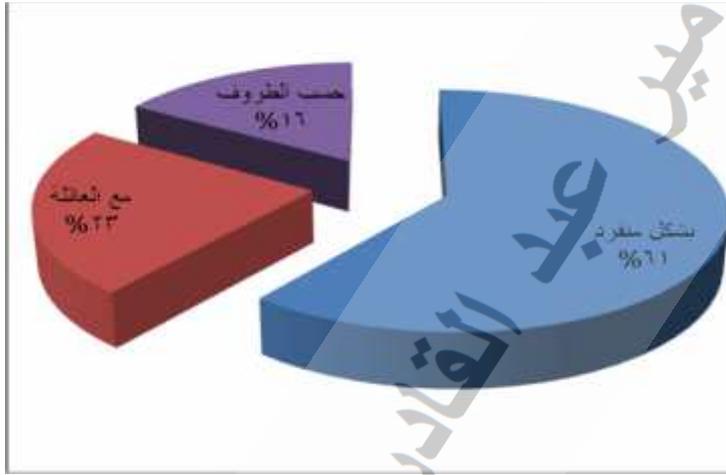
### 8- عادة مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية.

جدول رقم 27 يبين عادة مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية فردية أو جماعية:

النسبة المئوية	التكرار	عادة المشاهدة
60.81	90	بشكل منفرد

22.98	34	مع العائلة
—	—	مع الأصدقاء
16.21	24	حسب الظروف
100	148	المجموع

شكل 26 يوضح عادة مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية



تعتبر مشاهدة البرامج التلفزيونية نشاطا اجتماعيا بالأساس، يمارس في وسط عائلي تغمره روح المرح والمناقشة، بل هي فرصة للم شمل العائلة ورمز للتماسك الأسري. لكن يبدو أن طبيعة البرامج التلفزيونية هي التي تفرض نمط المشاهدة وليس الوسيلة في حد ذاتها، وهذا ما يظهر من خلال بيانات الجدول والرسم البياني أعلاه، حيث أبرزت النتائج مايلي:

يشاهد البرامج التلفزيونية بشكل منفرد 90 مبحوثا ما يشكل نسبة 60.81%، ويشاهدها مع العائلة 34 مبحوثا بنسبة 22.98%، وترتبط طبيعة المشاهدة فردية أو جماعية بالظروف لدى 24 مبحوثا ما يشكل نسبة 16.21%. بينما لم يصرح أحد من أفراد العينة على أنه يشاهد البرامج التلفزيونية الثقافية مع الأصدقاء.

وتعارض هذه النتائج ما أكدته الكثير من الدراسات الإعلامية من أن مشاهدة البرامج التلفزيونية ذات طابع اجتماعي أسري، ويرجع هذا بالأساس إلى طبيعة البرامج الثقافية الجادة التي تسترعي اهتمام المشاهد، وتتم في ظروف تساعد على تخزين المكتسبات المعرفية، كما أن مشاهدة برنامج ثقافي معين غالبا ما يكون خيارا فرديا لا جماعيا، لأنه يندر أن يتفق أفراد العائلة على

مشاهدة برنامج ثقافي في جو عائلي، ويفضلون برنامجا ترفيهيا أو اجتماعيا بدلا عنه. إضافة إلى هذا ترجع المشاهدة الفردية إلى العامل الاقتصادي حيث تضاعف عدد أجهزة التلفزيون في المنزل، وصار بإمكان الشخص اختيار برنامجه المفضل بعيدا عن الاختيارات الجماعية لأفراد العائلة.

أما عن انعدام مشاهدة البرامج مع الأصدقاء فيرجع بالأساس إلى امتلاك أجهزة تلفزيون خاصة، فمشاهدة التلفزيون وإن أضحت عادة فردية فهي في معظم الأحوال إن لم تكن غالبا ترتبط بإطار البيت، فهي نشاط يمارس بالأساس داخل المنزل.

جدول رقم 28 يبين توزيع عينة الدراسة حسب عادة مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير النوع.

النوع	ذكور		إناث		المجموع	%
	ك	%	ك	%		
بشكل منفرد	48	64.86	42	56.75	90	60.81
مع العائلة	16	21.62	18	24.32	34	22.98
مع الأصدقاء	—	—	—	—	—	—
حسب الظروف	10	13.51	14	18.91	24	16.21
<u>المجموع</u>	74	100	74	100	148	100

ك<sup>2</sup> المحسوبة = 1.16 عند ثلاث درجات حرية ك<sup>2</sup> الجدولية = 7.81  
 عند مستوى الدلالة 0.05% النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين متغير النوع وتجربة مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية (فردية أو جماعية).

يبين الجدول رقم 28 أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب ظروف مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية طبقا لمتغير النوع، حيث تدل أرقام الجدول على النتائج الآتي ذكرها:

- يشاهد البرامج التلفزيونية الثقافية بشكل منفرد 48 مبحوثا من الذكور بنسبة 64.86%، و42 من الإناث بنسبة 56.75%.

- يشاهد البرامج التلفزيونية الثقافية بشكل جماعي مع العائلة 18 مبحوثا من الإناث بنسبة 24.32%، و16 مبحوثا من الذكور بنسبة 21.62%.

- ترتبط معية مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة بظروف المبحوثين بنسبة 18.91% لدى الإناث، و13.51%.

- لا أحد من أفراد العينة ذكورا أو إناثا صرح بأنه يشاهد البرامج الثقافية مع الأصدقاء.

وبتطبيق اختبار كا<sup>2</sup> على بيانات الجدول السابق نجد قيمته المحسوبة كا<sup>2</sup> المحسوبة 1.16 وهي أصغر من القيمة الجدولية كا<sup>2</sup> الجدولية = 7.81 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ثلاث درجات حرية. بمستوى ثقة 95% عند مستوى الدلالة 0.05% مما يدل أن الذكور والإناث لا يختلفون كثيرا في تجربة مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية.

### 9- ترتيب ثلاث برامج تلفزيونية ثقافية مفضلة

يأتي السؤال عن أهم البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة، والقنوات التي بثت فيها، لمعرفة أكثر البرامج الثقافية جماهيرية لدى عينة الدراسة، وأيضا لمعرفة القنوات التلفزيونية التي تقدم برامج يقبل عليها الأساتذة عينة الدراسة ويجدون فيها ضالتهم الثقافية.

وفي الواقع صادفت صعوبة كبيرة في تفرغ هذا السؤال لتشتت إجابات المبحوثين، وتعدد البرامج المذكورة، وكذا عدم تذكرهم لعناوين البرامج، أو حتى عدم تعاون الأساتذة المبحوثين حيث اكتفى الكثير منهم بذكر موضوع البرنامج، أو القناة التي يشاهد فيها البرنامج الثقافي. كما أن الكثير منهم صوت لبرامج ليس ثقافية مثل البرنامج السياسي الاتجاه المعاكس الذي يبث على قناة الجزيرة، وبرنامج كلام نواعم وهو برنامج اجتماعي منوع تبثه قناة mbc، لذا لم أدخل هذه البرامج ضمن العينة المذكورة. ورغم ثرة أسماء البرامج، إلا أنها نزلت إلى قنوات بعينها تحمل الطابع الثقافي، مما يسمح باستنتاج أهم القنوات الثقافية التي هي محل إقبال من طرف الأساتذة.

### جدول رقم 29 يبين أحسن البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة

البرامج الثقافية	القناة التلفزيونية	التكرار	%
روافد	العربية	36	23.52
معالم عملاقة	ناشيونال جيوغرافيك أبو ظبي	27	17.64

16.99	26	العربية	إضاءات
15.03	23	العربية	عالم الكتب
12.41	19	الجزيرة	الكتاب خير جليس
9.15	14	أبو ظبي	شاعر المليون
3.26	05	التلفزيون الجزائري	فصول
1.96	03	الفضائية الجزائرية الثالثة	ضيف الثالثة
100	153	—	المجموع

يبين الجدول رقم 29 أهم البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة من قبل أفراد العينة، والقنوات التلفزيونية التي تبث فيها هذه البرامج، حيث يتبين من خلاله، أن أفراد العينة ينزعون إلى مشاهدة البرامج العربية وفي القنوات العربية، ورغم أن نسبة 37.13% من أفراد العينة يشاهدون القنوات التلفزيونية الأجنبية، و45.31% يفضلون البرامج التلفزيونية الثقافية من إنتاج أجنبي كما مر معنا في الجداول السابقة، إلا أن كل البرامج الثقافية المفضلة عربية، وقد يرجع هذا إلى عدم تذكر أفراد العينة لعناوين هذه البرامج، حيث أن كثيرا منهم وضع اسم القناة فقط دون ذكر عنوان البرنامج، فصوتوا لصالح france5 /tv5 دون ذكر عناوين حصص أو برامج بعينها.

ويلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه إقبال الأساتذة على البرامج الثقافية على قناة العربية الفضائية، إذ يحتل برنامج روافد صدارة الترتيب ب 36 تكرارا بنسبة 23.52% وهو برنامج حوارى ثقافى يتناول الإبداعات الفكرية والفنية، في قالب حوارى شيق يديره الإعلامي والروائي أحمد علي الزين. وتتوافق هذه النسبة مع نتائج دراسة محمد كحط الربيعي حيث جاء البرنامج ذاته في المرتبة الأولى بنسبة 27%<sup>1</sup>. وضمن القناة ذاتها يأتي برنامج إضاءات بنسبة 16.99% البرنامج الحوارى الأسبوعي الذي تبثه القناة ويقدمه تركي الدخيل، وبالرغم أن البرنامج ليس فكريا خالصا، لكونه يستضيف شخصيات سياسية، وفنية، واجتماعية، إلا أن طرح البرنامج طرح جاد، ويغلب عليه الطابع الثقافى. وأيضا برنامج عالم الكتب، بنسبة 15.03% وهو برنامج ثقافى أسبوعي يسلط الضوء على آخر إصدارات المكتبة العربية والعالمية.

<sup>1</sup> محمد كحط الربيعي، الدور الثقافى للفضائيات العربية: المضامين والأشكال والتلقي، مرجع سبق ذكره، ص 158

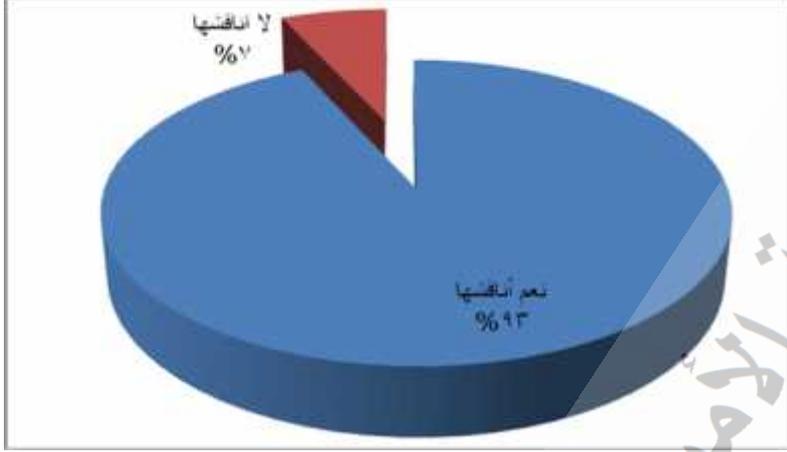
يأتي في المرتبة الثانية من حيث الإقبال برنامج معالم عملاقة على قناة ناشيونال جيوغرافيك أبو ظبي، و جدير بالذكر أن هذه القناة قناة متخصصة في الوثائقيات العلمية والجغرافيا والعلوم الطبيعية، وهي تلقى إقبالا منقطع النظير لدى العينة محل الدراسة، حيث أن عديد الإجابات لم تضع عناوين برامج ثقافية، إنما وضعت فقط اسم القناة. مما يدل على أن هذه القناة تشبع حاجات ثقافية وعلمية عديدة لجمهور الأساتذة. أما المرتبة الخامسة فبرنامج الجزيرة الشهير الكتاب خير جليس، و بالرغم من أن البرنامج متوقف، إلا أن لديه حضورا لدى أفراد عينة الدراسة لكونه برنامجا ثقافيا ممتعا يقوم على مناقشة فحوى الكتاب مع الضيف. كما حاز برنامج شاعر المليون الذي يبث على قناة أبو ظبي على نسبة 9.15%، وهو برنامج تنافسي يعنى بالشعر، و يقوم على تصويت الجمهور. أما البرامج الثقافية في القنوات الجزائرية فقد حاز برنامج فصول على نسبة 3.26% فيما برنامج ضيف الثالثة على 1.96%.

#### 10- مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة.

جدول رقم 30 يبين مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية لدى عينة الدراسة.

النسبة المئوية	التكرار	مناقشة المضامين
93.24	138	نعم أناقشها
6.75	10	لا أناقشها
100	148	المجموع

شكل 27 يوضح مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة



رغم الطابع الفردي الذي تكتسيه مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية، إلا أن هذا لا يمنع من مناقشة مضامينها والأفكار الواردة فيها، وهذا ما يتبين من خلال البيانات الواردة أعلاه والتي دلت على أن 138 من المبحوثين يناقشون مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية ما يمثل الأغلبية بنسبة 93.24% ، ولا يناقشها عشرة مبحوثين بنسبة 6.75%.

و فإن البرامج التلفزيونية الثقافية نافذة يطل من خلالها الأساتذة على جديد الساحة الثقافية، وباب من أبواب التواصل الاجتماعي مما تتيحه من فرص للحوار والمناقشة حول مضامينها، وبهذا فهي تنتقل من إطار التجربة الفردية في مرحلة المشاهدة إلى التجربة الجماعية بإشراك أطراف أخرى لمناقشة المضامين الواردة.

جدول رقم 31: توزيع عينة الدراسة حسب مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية

المشاهدة ومتغير النوع

النوع	ذكور		إناث		المجموع	%
	ك	%	ك	%		
مناقشة المضامين						
نعم أناقشها	68	91.89	70	94.59	138	93.24
لا أناقشها	6	8.10	4	5.40	10	6.75
المجموع	74	100	74	100	148	100

ك<sup>2</sup> المحسوبة 0.42 تحت درجة حرية واحدة ك<sup>2</sup> الجدولية = 3.83 عند مستوى الدلالة 0.05% النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين متغير النوع ومناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة.

يبين الجدول رقم 31 توزيع عينة الدراسة حسب مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة، وعلاقته بمتغير النوع، ويتضح من خلال بياناته أن غالبية أفراد العينة ذكورا وإناثا يناقشون محتويات ومضامين البرامج التلفزيونية الثقافية، إذ يناقشها 70 مبحوثا من الإناث بنسبة 94.59%، و68 مبحوثا من الذكور بنسبة 91.89%.

بينما لا يناقش مضامين هذه البرامج ستة مبحوثين من الذكور بنسبة 8.10%، وأربعة مبحوثات بنسبة 5.40%.

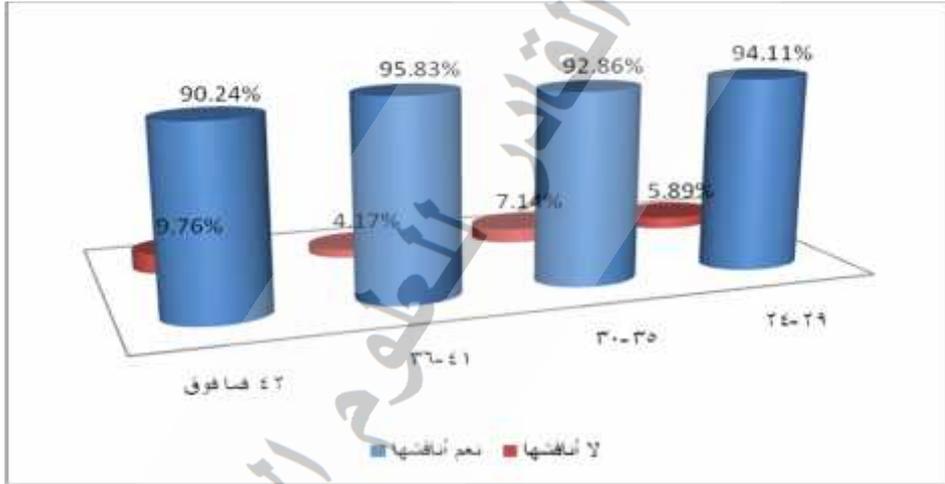
والفروق بين النوعين غير دالة إحصائية، حيث بلغت قيمة ك<sup>2</sup> المحسوبة 0.42، وهي أقل من القيمة الجدولية 3.83 المنبئة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النوعين. بمستوى ثقة 95% عند مستوى الدلالة 0.05%.

جدول رقم 32 يبين توزيع عينة الدراسة حسب مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة ومتغير السن.

%	المجموع	42 فما فوق		41-36		35-30		29-24		السن مناقشة المضامين
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
93.24	138	90.24	37	95.83	46	92.86	39	94.11	16	نعم أناقشها
6.75	10	9.76	4	4.17	2	7.14	3	5.89	1	لا أناقشها
100	148	100	41	100	48	100	42	100	17	المجموع

ك<sup>2</sup> المحسوبة = 1.22 عند ثلاث درجات حرية ك<sup>2</sup> الجدولية = 7.81 عند مستوى الدلالة 0.05%  
النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين متغير السن و مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة.

شكل 28 يوضح مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة حسب متغير السن



يتناول الجدول رقم 32 والشكل التوضيحي المرفق به توزيع عينة الدراسة حسب مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة ومتغير السن، ويتضح من خلال أرقام الجدول ما يلي:

- يناقش مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية غالبية أفراد العينة من مختلف الفئات العمرية بنسب تتجاوز التسعين بالمائة، حيث يناقشها 46 مبحوثاً من الفئة العمرية 41-36 سنة، ما يمثل نسبة 95.83%، و 16 مبحوثاً من الفئة العمرية 29-24، ما يمثل نسبة 94.11% و 39 مبحوثاً من الفئة العمرية 35-30 سنة بنسبة 92.86%، و 37 مبحوثاً ممن بلغوا أو تجاوزوا اثنين و أربعين سنة بنسبة 90.24%.

- لا يناقش مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية أربعة مبحوثين من الفئة العمرية 42 سنة فما

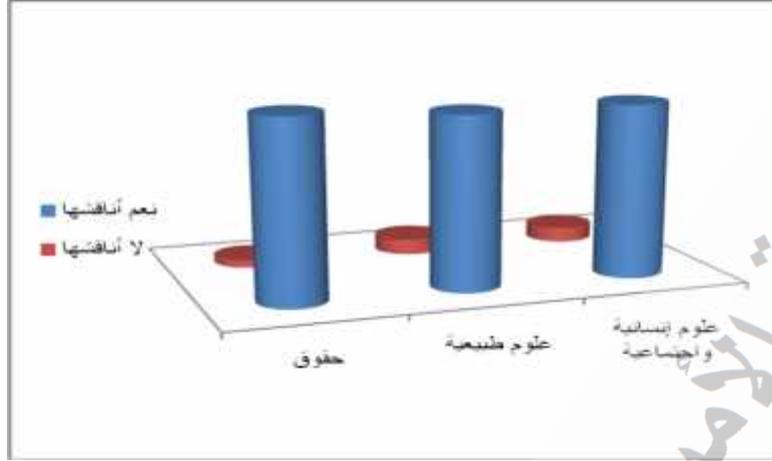
فوق بنسبة 9.76%، وثلاثة مبحوثين من الفئة العمرية 30-35 بنسبة 7.14%، وبنسبة 5.89% من الفئة العمرية 24-29، و أخيرا 4.16% من الفئة العمرية 36-41 سنة. وبتطبيق اختبار كا<sup>2</sup> نجد قيمته المحسوبة 1.22، وهي أصغر من القيمة الجدولية كا<sup>2</sup> 7.81 المنبئة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند ثلاث درجات حرية بمستوى ثقة 95% عند مستوى الدلالة 0.05% وهذا نستنتج أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين متغير السن ومناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة.

جدول رقم 33 يبين توزيع عينة الدراسة حسب مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة ومتغير التخصص.

المجموع	حقوق		علوم طبيعية		علوم إنسانية و اجتماعية		التخصص
	%	ك	%	ك	%	ك	
138	96	48	91.67	44	92	42	نعم أناقشها
10	4	2	8.33	4	8	4	لا أناقشها
148	100	50	100	48	100	50	المجموع

كا<sup>2</sup> المحسوبة 0.88 عند درجتين للحرية كا<sup>2</sup> الجدولية 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05% النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين متغير التخصص ومناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة

شكل 29 يوضح مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة حسب متغير التخصص



يوضح الجدول رقم 33 والشكل التوضيحي المرفق به توزيع عينة الدراسة حسب مناقشة

مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة ومتغير التخصص، وجاءت نتائجه كما يلي:

- ناقش غالبية الأساتذة الجامعيين على اختلاف تخصصاتهم مضامين البرامج التلفزيونية المشاهدة بنسب تفوق التسعين في المائة : 96% من أساتذة الحقوق، 92% من أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، و 91.67% من أساتذة العلوم الطبيعية.

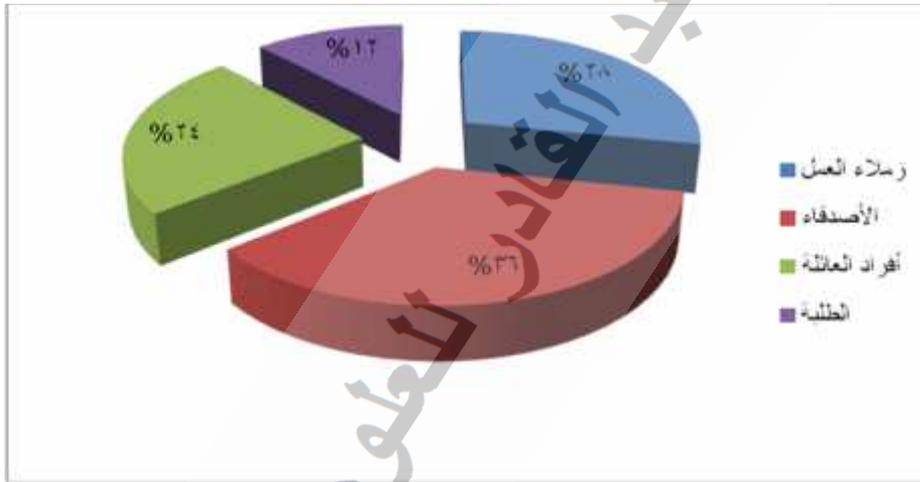
- لم تسجل فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أساتذة مختلف التخصصات، حيث أن قيمة  $\chi^2$  المحسوبة 0.88، وهي أصغر من القيمة الجدولية 5.99 بمستوى ثقة 95% عند مستوى الدلالة 0.05% المنبئة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند درجتين للحرية تعزى لمتغير تخصص، و بهذا لا توجد فروق بين متغير التخصص ومناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة.

11- معية مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة.

جدول رقم 34 يبين معية مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية:

النسبة المئوية	التكرار	معية المناقشة
28.2	73	زملاء العمل
35.90	93	الأصدقاء
23.93	62	أفراد العائلة
11.97	31	الطلبة
100	259	المجموع

شكل 30 يوضح معية مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة



يوضح الجدول والشكل البياني أعلاه معية مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية لدى أفراد العينة، ويتضح من خلال البيانات أن المناقشة تتم على عدة أصعدة : على المستوى الاجتماعي مع الأصدقاء بنسبة 35.90%، وعلى مستوى مكان العمل مع الزملاء بنسبة 28.2%، وعلى المستوى العائلي مع أفراد العائلة بنسبة 23.93%، وأيضاً على مستوى الأقسام الدراسية إذ يناقش 31 أستاذاً المضامين الإعلامية مع الطلبة، ما يمثل 11.97%.

وبهذا تستنتج أنه إلى جانب فعل المناقشة في حد ذاته والذي يفتح المجال للاشتراك والتفاعل، نلاحظ أيضاً تنوع الوسطاء الذين تتم معهم المناقشة، على صعيد العمل، والأسرة، وغيرها. وهذا دليل على أن البرامج التلفزيونية الثقافية مصدر معرفي هام، ومؤثر، وفي هذا الصدد تشير بعض الدراسات إلى وجود منافع بعد مرحلة التعرض الفعلي للبرامج الإعلامية، فإذا ما تحدث شخص عن

أشياء سمعها أو شاهدها أو قرأها، فإنه فعليا يعكس أو يستعمل المعلومات التي حصل عليها في سلوكياته الاجتماعية والنفسية، ومن ثم تتحقق لديه منافع بعد التعرض لوسائل الإعلام<sup>1</sup>

جدول رقم 35 يبين توزيع عينة الدراسة حسب معية مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة ومتغير النوع

النوع	ذكور		إناث		المجموع	%
	ك	%	ك	%		
زملاء العمل	36	29.76	37	26.81	73	28.2
الأصدقاء	45	37.2	48	34.79	93	35.90
أفراد العائلة	23	19	39	28.26	62	23.93
الطلبة	17	14.04	14	10.14	31	11.97
المجموع	121	100	138	100	259	100

ك<sup>2</sup> المحسوبة 3.38 عند ثلاث درجات للحرية ك<sup>2</sup> الجدولية 7.81 عند مستوى الدلالة 0.05% النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين متغير النوع ومعية مناقشة مضامين البرامج الثقافية المشاهدة.

يوضح الجدول رقم 35 توزيع عينة الدراسة حسب معية مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة وعلاقته بمتغير النوع، وتدل بياناته على مجموعة من النتائج أهمها:

- تأتي مناقشة المضامين مع الأصدقاء في المرتبة الأولى لدى الجنسين ذكور و إناث، بنسبة 37.2% للذكور، و 34.79% للإناث. وقد يرجع هذا التفاوت البسيط بين النسب إلى كون الرجال أميل إلى مناقشة الأفكار والمواضيع الثقافية مع أصدقائهم من النساء اللواتي تتعدد اهتماماتهن ودائرة مناقشاتهم ولا تكون بالضرورة ثقافية.

- تأتي مناقشة مضامين البرامج الثقافية مع العائلة في المرتبة الثانية بالنسبة للإناث بنسبة 28.26%، في حين تأتي في المرتبة الثالثة بالنسبة للذكور بنسبة 19%، وقد يرجع ذلك إلى

<sup>1</sup> ناجية مزبان، جمهور القنوات الفضائية العربية : دراسة مسحية لاستخدامات وإشاعات المرأة، مذكرة غير منشورة لنيل الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 2005-2006، ص106

كون نسبة الأستاذات الإناث اللواتي يشاهدن البرامج الثقافية مع العائلة أكثر من نسبة الذكور، حيث أظهرت نتائج الجدول رقم 28 أن نسبة 24.32% من الإناث يشاهدن البرامج التلفزيونية الثقافية مع العائلة مما قد يفتح باباً لمناقشة المضامين المطروحة.

- تأتي مناقشة المضامين مع زملاء العمل في المرتبة الثانية للذكور بنسبة 29.76%، في مقابل المرتبة الثالثة لدى الإناث بنسبة 26.81%

- يناقش مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية مع الطلبة 14.04%، مقابل 10.14% من الإناث.

- لا توجد فروق دالة إحصائية بين متغير النوع ومعية مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة، حيث بلغت قيمة  $\chi^2$  المحسوبة 3.38، وهي أصغر من القيمة الجدولية 7.81 المنبئة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند ثلاث درجات للحرية بمستوى ثقة 95% عند مستوى الدلالة 0.05%.

جدول رقم 36 يبين توزيع عينة الدراسة حسب معية مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية

الثقافية المشاهدة ومتغير السن

المجموع	42 فما فوق		41-36		35-30		29-24		السن معية المناقشة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
73	24.05	19	32.39	23	28	21	29.41	10	الزملاء
93	34.17	27	35.21	25	38.66	29	35.29	12	الأصدقاء
62	34.17	27	21.12	15	14.66	11	26.47	9	أفراد العائلة
31	7.59	6	11.26	8	18.66	14	8.82	3	الطلبة
259	100	89	100	71	100	75	100	24	المجموع

عند  $\chi^2$  المحسوبة = 11.96 عند تسع درجات حرية  $\chi^2$  الجدولية = 16.91 عند مستوى الدلالة 0.05% النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين متغير السن ومعية مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية.

يوضح الجدول رقم 36 أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب معية مناقشة مضامين البرامج

التلفزيونية الثقافية المشاهدة وعلاقتها بمتغير السن، وجاءت نتائجه كالاتي:

- تأتي مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية مع الأصدقاء في المرتبة الأولى لدى كافة الفئات العمرية وفق النسب التالية: 38.66% للفئة العمرية 30-35 سنة، تليها 35.29% للفئة العمرية 29-24 سنة، وبنسبة مقاربة بلغت 35.21% للفئة العمرية 36-41 سنة، وأخيرا بنسبة 34.17% للفئة العمرية 42 سنة فما فوق، و للإشارة فإن نسبة مناقشة المضامين مع الأصدقاء ومناقشتها مع أفراد الأسرة متساوية لدى الفئة العمرية الأخيرة 42 سنة فما فوق.

- تأتي مناقشة المضامين مع زملاء العمل في المرتبة الثانية لدى غالبية الفئات العمرية - عدا فئة 42 سنة فما فوق- حيث جاءت بنسبة 32.39% لدى الفئة العمرية 36-41 سنة، وبنسبة 29.41% لدى الفئة العمرية 24-29 سنة، تليها نسبة 28% للفئة العمرية 30-35 سنة، وأخيرا بنسبة 24.05% لدى الفئة العمرية 42 سنة فما فوق.

- تأتي مناقشة المضامين مع أفراد العائلة في المرتبة الثالثة لدى الفئات العمرية 24-29 سنة و-41 36 سنة بنسب 26.47%، و 21.12% على التوالي، بينما تأتي في المرتبة الأولى كما سلف الذكر لدى الفئة العمرية 42 سنة فما فوق بنسبة 34.17%، وفي المرتبة الرابعة لدى الفئة العمرية 30-35 سنة بنسبة 14.66%.

- تأتي مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية مع الطلبة في المرتبة الثالثة لدى الفئة العمرية 30-35 سنة بنسبة 18.66%، وفي المرتبة الرابعة لدى باقي الفئات العمرية، بنسبة 11.26% لدى الفئة العمرية 36-41 سنة، و 8.82% لدى الفئة العمرية 24-29 سنة، وبنسبة 7.59% لدى الفئة العمرية 42 سنة فما فوق.

وبتطبيق اختبار كا<sup>2</sup> نجد قيمته المحسوبة 11.96 ، وهي أصغر من القيمة الجدولية كا<sup>2</sup> 16.91 المنبئة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند تسع درجات حرية بمستوى ثقة 95% عند مستوى الدلالة 0.05% و نستنتج أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين متغير السن ومعية مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة. حيث نلاحظ أن كافة الفئات العمرية تفضل مناقشة مضامين هذه البرامج مع الأصدقاء، وقد يرجع هذا لوجود خلفية معرفية مشتركة بين الأصدقاء ما يسهل طرح الأفكار الثقافية ومناقشتها بين جماعة الأصدقاء. ويأتي في المرتبة الثانية زملاء العمل على اعتبار أن الخلفية الأكاديمية والبحثية المشتركة وطبيعة العمل الأكاديمي المشترك

تطرح الكثير من المناقشات وتسمح بتبادل الأفكار وطرح الأفكار المكتسبة.

جدول رقم 37 يبين توزيع عينة الدراسة حسب معية مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية

الثقافية المشاهدة ومتغير التخصص

المجموع	حقوق		علوم طبيعية		علوم إنسانية واجتماعية		التخصص
	%	ك	%	ك	%	ك	
73	32	32	11.42	8	37.07	33	زملاء العمل
93	33	33	45.71	32	31.46	28	الأصدقاء
62	24	24	35.71	25	14.6	13	أفراد العائلة
31	11	11	7.14	5	16.85	15	الطلبة
259	100	100	100	70	100	89	المجموع

كأ<sup>2</sup> المحسوبة = 22.03 عند ست درجات حرية ك<sup>2</sup> الجدولية = 12.59

عند مستوى الدلالة 0.05%

النتيجة: توجد فروق دالة إحصائية بين متغير التخصص ومعية مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية

الثقافية المشاهدة. ق=0.07

يوضح الجدول رقم 37 أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب معية مناقشة مضامين البرامج

التلفزيونية الثقافية المشاهدة ومتغير التخصص، ويظهر من خلال نتائجه ما يلي:

- يفضل 45.71% من أساتذة كلية العلوم مناقشة مضامين ما يشاهدونه من برامج تلفزيونية ثقافية مع الأصدقاء، مقابل 33% من أساتذة كلية الحقوق، و 31.46% من أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

- يناقش مضامين البرامج الثقافية مع زملاء العمل 37.07% من أساتذة كلية العلوم الإنسانية، مقابل 32% من أساتذة كلية الحقوق، و 11.42% فقط من أساتذة كلية العلوم الطبيعية، وهذا راجع إلى طبيعة التخصص حيث من المعروف أن العلوم الإنسانية والحقوق كفرع منها من العلوم التي تعتمد على المحاجاة و المناقشة، بيد أن العلوم الطبيعية ترتبط بالنظريات والبيدهيات غير القابلة في معظمها للمناقشة.

- يناقش مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة مع أفراد العائلة 35.71% من أساتذة كلية العلوم الطبيعية، مقابل 24% من كلية الحقوق، و 14.6% من كلية العلوم الإنسانية.

- يناقش المضامين الثقافية مع الطلبة 16.85% من أساتذة العلوم الإنسانية و الاجتماعية مقابل 11% من أساتذة الحقوق، و 7.14% من أساتذة العلوم الطبيعية.

يتبين بعد تطبيق اختبار كاي<sup>2</sup> وجود علاقة بين متغير التخصص ومعية مناقشة البرامج التلفزيونية الثقافية، حيث بلغت قيمته 22.03، وهي أكبر من القيمة الجدولية 12.59 عند ست درجات حرية، بمستوى ثقة 95% عند مستوى الدلالة 0.05% كما تأكد تأثير متغير التخصص على معية المناقشة من خلال معامل التوافق الذي بلغ  $Q=0.07$  وهو توافق ضعيف جدا قد يرجع لكون أساتذة العلوم الإنسانية أكثر ميلا لمناقشة مضامين البرامج الثقافية المشاهدة مع الزملاء لوجود خلفية معرفية مشتركة، وكذا لكون العلوم الإنسانية من العلوم الحجاجية التي لا تعتمد على المسلمات، وإنما تثرى مواضيعها بالنقاش والجدل.

في حين أن أساتذة العلوم أكثر ميلا لمناقشة المواضيع المشاهدة مع الأصدقاء وأفراد العائلة، وقد يرجع هذا لطبيعة التخصصات العلمية التي هي في معظمها تطبيقية عملية لا تفتح المجال كثيرا للمناقشة، وبهذا فإن جماعة الأصدقاء أو أفراد العائلة هي المتنفس والفرصة للنقاش والتحاور.

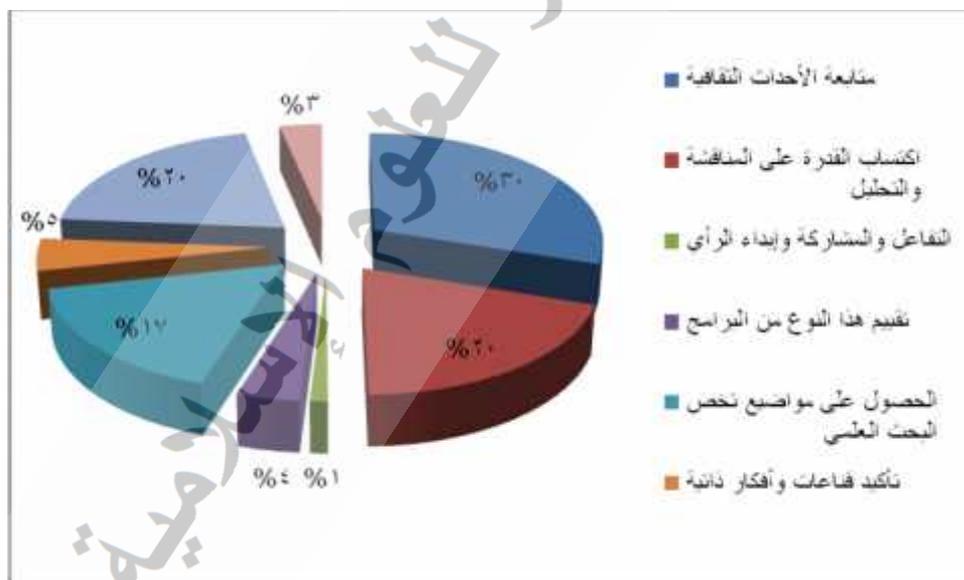
كما يلاحظ من خلال بيانات الجدول أن نسبة الأساتذة الذين يناقشون المواضيع المشاهدة مع الطلبة من كلية العلوم الاجتماعية أكبر من نسبتهم في كلية العلوم وهذا لطبيعة التخصصات الاجتماعية التي تسمح بالمناقشة بل وتعتمد على مناقشة الظواهر الاجتماعية لإثراء فكر الطالب، وتحفيزه على التساؤل والنقد البناء.

## 12- دوافع تفضيل البرامج التلفزيونية الثقافية.

جدول رقم 38 يبين دوافع تفضيل البرامج التلفزيونية الثقافية لدى عينة الدراسة:

دوافع التفضيل	التكرار	%
متابعة الأحداث الثقافية	108	30.08
اكتساب القدرة على التحليل و المناقشة	71	19.77
التفاعل و المشاركة و إبداء الرأي	04	1.11
تقييم هذا النوع من البرامج	14	3.89
الحصول على مواضيع تفيدني في مجال البحث العلمي	60	16.71
تأكيد أفكار و قناعات ذاتية	17	4.73
تنفخ و ميولي	73	20.33
أخرى تذكر	12	3.34
المجموع	359	100

شكل 31 يوضح دوافع تفضيل البرامج التلفزيونية الثقافية



يتناول الجدول رقم 38 والشكل البياني المرفق به دوافع مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية لدى عينة الدراسة، حيث أجاب 108 من المبحوثين ما يمثل نسبة 30.08% أن الدافع الأساس لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية هو متابعة الأحداث الثقافية على اعتبار هذه البرامج نافذة

لتعريف الجمهور بالقضايا الثقافية حسب ما توصلت إليه دراسة محمد كحط الربيعي<sup>1</sup>، أما السبب الثاني لتفضيل هذه البرامج فيرجع إلى كون هذا النوع من البرامج يتفق وميول أفراد العينة، حيث أجاب 73 مبحوثاً أن هذه البرامج تتفق وميولهم الشخصية، وهذا بنسبة 20.33%، وهذه النسبة تدل على أن البرامج التلفزيونية الثقافية تلي إشباعات معرفية وثقافية لأفراد العينة، وهي نسبة تتوافق كذلك مع دراسة محمد كحط الربيعي التي توصلت إلى أن 22% من أفراد العينة يرجعون أسباب متابعتهم للبرامج الثقافية لاهتمامهم بالثقافة والشأن الثقافي.<sup>2</sup>

كما وردت 71 من مجموع الإجابات بنسبة 19.77% تؤكد أن الدافع من وراء المشاهدة هو اكتساب القدرة على المناقشة والتحليل، وهي نسبة تؤكد أهمية البرامج التلفزيونية الثقافية كمصدر للمعلومات، وفهم وتحليل الأحداث، كما أنها زاوية لفتح النقاش الاجتماعي حول القضايا الثقافية مثلما أظهرت ذلك نتائج الجدول رقم 30.

كما حاز خيار الحصول على مواضيع تفيدني في مجال البحث العلمي على 60 تكراراً من مجموع التكرارات بنسبة 16.71%، وهو ما يعكس تفعيل المكتسبات الواردة من البرامج التلفزيونية الثقافية، ويؤكد على أن التلفزيون رغم كل ما قيل عنه فهو مصدر هام من مصادر الثقافة.

وجاءت باقي الخيارات بنسب متفاوتة، حيث بلغت نسبة الخيار تأكيد أفكار وقناعات ذاتية 4.73%، وخيار تقييم هذا النوع من البرامج 3.89%، وهي نسبة تظهر أن المشاهد حتى وإن ارتفع مستوى تحصيله العلمي فهو يشاهد البرامج التلفزيونية لتلبية حاجات معينة وليس مجرد تقييمها أو إلقاء نظرة عليها، أما خيار أخرى تذكر فجاء بنسبة 3.34%، وحظي دافع التفاعل والمشاركة وإبداء الرأي بأقل نسبة وهي 1.11%، وهذا راجع لطبيعة التلفزيون عامة وطبيعة البرامج التلفزيونية الثقافية على وجه الخصوص، ففيما يخص التلفزيون فهو من الوسائل الإعلامية أحادية الاتجاه حيث يغيب فيه أو يتأخر رجوع الصدى، إلا ما ندر، أما عن طبيعة البرامج التلفزيونية الثقافية فهي في معظمها تعتمد على الإلقاء الإعلامي ولا تتيح الفرصة للمشاركة الجماهيرية.

### جدول رقم 39 يبين توزيع عينة الدراسة حسب دوافع تفضيل البرامج التلفزيونية الثقافية

ومتغير النوع.

<sup>1</sup> محمد كحط الربيعي، الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية: المضامين والأشكال والتلقي، مرجع سبق ذكره، ص 156.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 156.

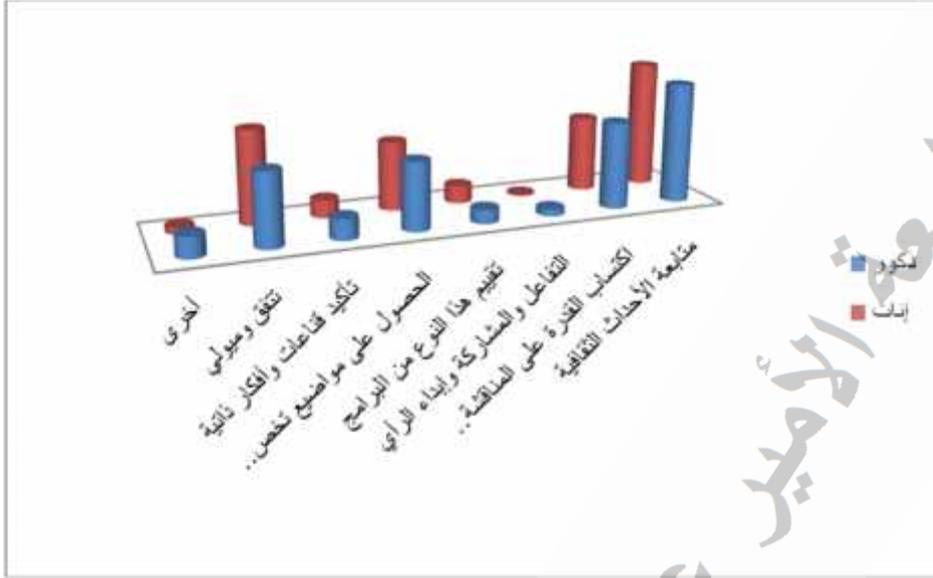
المجموع	إناث		ذكور		النوع دوافع التفضيل
	%	ك	%	ك	
108	30.97	57	29.14	51	متابعة الأحداث الثقافية
71	18.47	34	21.15	37	اكتساب القدرة على التحليل و المناقشة
04	0.54	1	1.71	3	التفاعل والمشاركة و إبداء الرأي
14	4.34	8	3.42	6	تقييم هذا النوع من البرامج
60	16.84	31	16.57	29	الحصول على مواضيع تفيدني في مجال البحث
17	4.34	8	5.14	9	تأكيد أفكار و قناعات ذاتية
73	22.82	42	17.71	31	تتفق وميولي
12	1.63	3	5.14	9	أخرى تذكر
359	100	184	100	175	المجموع

كا<sup>2</sup> المحسوبة = 6.24 عند سبعة درجات حرية كا<sup>2</sup> الجدولية = 14.06

ثقة 95% عند مستوى الدلالة 0.05%

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين متغير النوع ودوافع تفضيل مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية

شكل 32 يوضح دوافع تفضيل البرامج التلفزيونية الثقافية حسب متغير النوع



يتناول الجدول رقم 39 والشكل التوضيحي المرفق به توزيع عينة الدراسة حسب دوافع تفضيل البرامج التلفزيونية الثقافية وعلاقته بمتغير النوع، وتفصح البيانات عن النتائج الأتي ذكرها:

- يأتي دافع متابعة الأحداث الثقافية في المرتبة الأولى لدى الجنسين، بنسبة 30.97% لدى الإناث، و 29.14% لدى الذكور.

- 22.82% من الإناث صرحوا أن سبب تفضيل البرامج التلفزيونية الثقافية يعود إلى كونها تتفق مع ميولاتهم، مقابل 17.71% من الذكور، وبهذا جاء هذا الخيار في المرتبة الثانية من حيث التفضيل لدى الإناث وفي المرتبة الثالثة لدى الذكور.

- صرح 21.15% من المبحوثين الذكور أنهم يشاهدون البرامج التلفزيونية الثقافية بدافع اكتساب القدرة على التحليل و المناقشة، بينما صرح بذلك 34 من المبحوثين الإناث بنسبة 18.47%، ما يجعل هذا الدافع في المرتبة الثانية لدى الذكور وفي المرتبة الثالثة لدى الإناث.

- يأتي بعدها دافع الحصول على معلومات مفيدة في البحث العلمي بنسب متقاربة لدى الجنسين: 16.84% لدى الإناث، و 16.57% لدى الذكور.

- يشاهد 5.14% من أفراد العينة من الذكور البرامج الثقافية لتأكيد أفكار وقناعات ذاتية، وتبلغ النسبة لدى الإناث 4.34%.

- يشاهد البرامج التلفزيونية الثقافية لتقييمها 8 من أفراد العينة من الإناث بنسبة 4.34%، مقابل 6 من الذكور بنسبة 3.42%، ويشاهد هذه البرامج بدافع التفاعل والمشاركة وإبداء الرأي 3 من

الذكور، بنسبة 1.71%، وواحدة فقط من الإناث بنسبة 0.54%، ولأسباب أخرى عند الذكور 5.14%، و 1.63% بالنسبة للإناث.

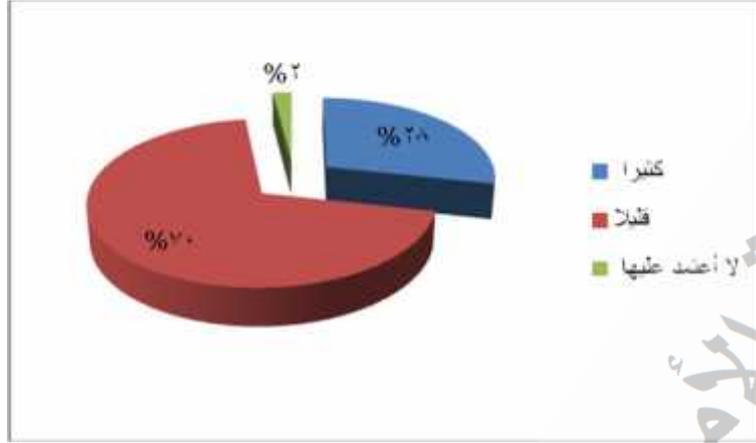
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير النوع في دوافع تفضيل مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية حيث بلغت قيمة  $\chi^2$  المحسوبة 6.24 ، وهي أقل من القيمة الجدولية 14.06 المنبئة بوجود فروق دالة إحصائية عند سبعة درجات من الحرية بمستوى ثقة 95% عند مستوى الدلالة 0.05%. حيث أظهرت نتائج الجدول أن دافع متابعة الأحداث الثقافية يأتي في المرتبة الأولى لدى الجنسين، بفرق طفيف قد يرجع إلى توفر وسائل أخرى للأساتذة الذكور لمعرفة جديد الساحة الثقافية، مثل الوسائط المتعددة التي تعرف إقبالا لدى الذكور أكثر منها لدى الإناث. ويأتي اكتساب القدرة على التحليل والمناقشة في المرتبة الثانية لدى الذكور وفي المرتبة الثالثة لدى الإناث وقد يرجع هذا إلى كون الذكور أكثر عقلانية في الاختيار من الإناث، وأكثر ميلا للتحليل، عكس الإناث اللواتي تأتي بعض خياراتهن وفق ميولاتهن، وهذا ما يبرر ورود خيار تتفق وميولي في المرتبة الأولى لدى الإناث، وفي المرتبة الثالثة لدى الذكور.

### 13- اعتماد البرامج التلفزيونية الثقافية كمصدر للمعلومات.

جدول رقم 40 يبين مدى اعتماد عينة الدراسة البرامج التلفزيونية الثقافية كمصدر للمعلومات

النسبة المئوية	التكرار	أعتمد عليها
28.37	42	كثيرا
69.59	103	قليلًا
2.02	03	لا أعتمد عليها
100	148	المجموع

شكل 33 يوضح اعتماد البرامج التلفزيونية الثقافية كمصدر للمعلومات



يتناول الجدول رقم 40 وبيانات الرسم التوضيحي أعلاه اعتماد عينة الدراسة للبرامج التلفزيونية الثقافية كمصدر للمعلومات، وهو سؤال يأتي في سياق السجلات التي تبحث في طبيعة علاقة التلفزيون بالثقافة، وهل يشاهد الجمهور التلفزيون ولبرامج التلفزيونية الثقافية لمجرد المشاهدة، أو للترفيه فحسب، أم أن البرامج التلفزيونية الثقافية مصدر من مصادر المعلومات إلى جانب المصادر الأخرى، ويظهر من خلال البيانات أن 103 من المبحوثين يعتمدون قليلا على هذه البرامج، ما يمثل نسبة 69.59%، و 42 مبحوثا يعتمدون عليها كثيرا بنسبة 28.37%، ولا يعتمد عليها 03 مبحوثين بنسبة 2.02%.

وتعكس هذه النسب الاعتماد النسبي على المعلومات المستقاة من البرامج الثقافية وتفعيلها في الحياة الاجتماعية للأستاذ، كما تبين سابقا أن معظم أفراد يناقشون مضامين هذه البرامج، وبهذا فهم يعتمدونها كمصدر للمعلومات والأفكار، حيث أثبتت الكثير من الدراسات أن التلفزيون ووسائل الإعلام مصدر هام من مصادر المعرفة الإنسانية إلى جانب المصادر الأخرى والتي يأتي على رأسها الكتاب المطبوع بالأخص لدى عينة الدراسة من الأساتذة الجامعيين. أما فيما يخص عدد الذين لا يعتمدون على هذه البرامج والذين بلغت نسبتهم 2.02%، فقد يرجع ذلك لتمسكهم بالثقافة المكتوبة، وقناعتهم بأن الكتاب هو المصدر الأمثل للمعلومات.

جدول رقم 41 يبين توزيع عينة الدراسة حسب اعتماد البرامج التلفزيونية الثقافية كمصدر

## للمعلومات و متغير النوع.

المجموع	إناث		ذكور		النوع صفة الاعتماد
	%	ك	%	ك	
ع					
42	48.21	27	16.30	15	أعتمد عليها كثيرا
103	50	28	81.52	75	أعتمد عليها قليلا
03	1.79	01	2.18	02	لا أعتمد عليها
148	100	56	100	92	المجموع

ك<sup>2</sup> المحسوبة 17.46 عند درجتين للحرية ك<sup>2</sup> الجدولية 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05%  
النتيجة: توجد فروق ذات دلالة بين متغير النوع و اعتماد البرامج التلفزيونية الثقافية كمصدر للمعلومات. ق=0.1

يوضح الجدول رقم 41 أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب اعتماد البرامج التلفزيونية الثقافية كمصدر للمعلومات وعلاقته بمتغير النوع، وتشير بياناته إلى النتائج الآتي ذكرها:

- يعتمد قليلا على البرامج التلفزيونية الثقافية 75 مبحوثا من الذكور بنسبة 81.52%، و 28 من المبحوثين الإناث بنسبة 50%.

- يعتمد على البرامج التلفزيونية الثقافية كثيرا 27 من المبحوثين الإناث بنسبة 48.21%، و 15 من الذكور بنسبة 16.30%.

- لا يعتمد على البرامج التلفزيونية الثقافية مبحوثان من الذكور بنسبة 2.18%، ومفردة من الإناث بنسبة 1.79%.

- بتطبيق اختبار ك<sup>2</sup> على أرقام الجدول السابق تبين أن لمتغير النوع أثر في اعتماد البرامج التلفزيونية كمصدر للمعلومات، حيث أن غالبية الذكور يعتمدون كثيرا على هذه البرامج كمصدر للمعلومات، في حين أن إناث عينة الدراسة يعتمدون مصادر أخرى كالكتب مثلا، وتؤكد هذه النتيجة قيمة ك<sup>2</sup> المحسوبة والتي تقدر ب 17.46، وهي أكبر من القيمة الجدولية 5.99 المنبئة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند درجتين للحرية. عند مستوى الدلالة 0.05%

وبهذا نستنتج أن اعتماد البرامج التلفزيونية الثقافية كمصدر للمعلومات يتأثر بالنوع- ذكر أو أنثى- وبهذا جاء التوافق بين الإجابات ضعيفا حيث بلغت قيمة  $Q=0.1$  مما يدل على عدم التوافق بين الذكور والإناث في اعتمادهما للبرامج الثقافية كمصدر للمعلومات.

جدول رقم 42 يبين توزيع عينة الدراسة حسب اعتماد البرامج التلفزيونية الثقافية كمصدر للمعلومات ومتغير السن

المجموع	42 فما فوق		36-41		30-35		24-29		السن صفة الاعتماد
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
42	31.70	13	25	12	28.58	12	29.41	05	أعتمد عليها كثيرا
103	60.99	25	75	36	71.42	30	70.59	12	أعتمد عليها قليلا
03	7.31	03	-	-	-	-	-	-	لا أعتمد عليها
148	100	41	100	48	100	42	100	17	المجموع

ك<sup>2</sup> المحسوبة = 8.83 عند ست درجات حرية ك<sup>2</sup> الجدولية = 12.59 عند مستوى الدلالة 0.05% النتيجة: لا توجد فروق ذات دلالة بين متغير السن واعتماد البرامج التلفزيونية الثقافية كمصدر للمعلومات

يبين الجدول رقم 42 توزيع عينة الدراسة حسب اعتماد البرامج التلفزيونية الثقافية كمصدر للمعلومات ومتغير السن، ويتضح من خلال إجابات الباحثين ما يلي:

- يعتمد على البرامج الثقافية مصدرا للمعلومات بشكل قليل غالبية الباحثين بنسب تتراوح بين الستين والسبعين بالمائة، حيث بلغت النسبة 75% للفئة العمرية 36-41 سنة، تليها نسبة 70.59% للفئة العمرية 24-29 سنة، و 71.42% للفئة العمرية 30-35 سنة، وأخيرا نسبة 60.99% للفئة العمرية 42 سنة فما فوق.

- يعتمد بشكل كبير على البرامج التلفزيونية الثقافية كمصدر للمعلومات 31.70% من أفراد الفئة العمرية 42 سنة فما فوق، و 29.41% من الفئة العمرية 24-29 سنة، و 28.58% من الفئة العمرية 30-35 سنة، وأخيرا بنسبة 25% لدى الفئة العمرية 36-41 سنة.

- لا يعتمد على البرامج التلفزيونية الثقافية كمصدر للمعلومات ثلاث مباحثين من الفئة العمرية

42 سنة فما فوق بنسبة 7.31%.

بتطبيق اختبار كاي<sup>2</sup> على بيانات الجدول السابق يتبين لنا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير السن في اعتماد البرامج الثقافية مصدرا للمعلومات، حيث تبلغ قيمة كاي<sup>2</sup> المحسوبة 8.83، وهي أقل من القيمة الجدولية 12.59 المنبئة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند ست درجات حرية عند مستوى الدلالة 0.05%. مما يؤكد اعتماد البرامج التلفزيونية الثقافية كمصدر للمعلومات لدى مختلف الشرائح العمرية.

#### 14- سبب عدم اعتماد البرامج التلفزيونية الثقافية كمصدر للمعلومات.

جدول رقم 43 يبين أسباب عدم اعتماد البرامج التلفزيونية الثقافية كمصدر للمعلومات

سبب عدم الاعتماد	التكرار	%
لا تلي حاجاتي المعرفية	—	—
أفضل التلفزيون كأداة ترفيه لا كأداة تثقيف	01	33.3
أفضل مصادر أخرى للمعلومات	02	66.7
أخرى تذكر	—	—
<u>المجموع</u>	03	100

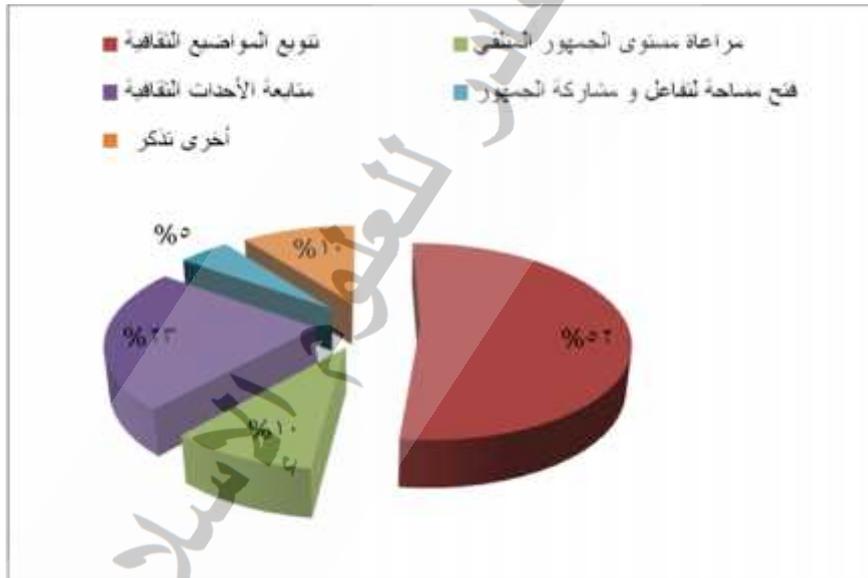
يوضح الجدول رقم 43 أسباب عدم اعتماد البرامج التلفزيونية الثقافية كمصدر للمعلومات، إذ صرح اثنان من الثلاثة الذين لا يعتمدون على البرامج التلفزيونية الثقافية كمصدر للمعلومات أنهم يفضلون مصادر أخرى للمعلومات غير التلفزيون، ويرى واحد من الثلاثة أنه يرى في التلفزيون أداة ترفيهية بالأساس. وهذه النظرة وإن اقتصرنا على ثلاثة أفراد فقط في العينة محل الدراسة إلا أنها تأتي في سياق نظرة عامة للتلفزيون على أنه أداة ترفيه وقت للوقت لا مجال للتثقيف في برامجهم.

#### 15- كيف يمكن للبرامج التلفزيونية الثقافية اكتساب قاعدة كبيرة من المشاهدين

جدول رقم 44 يبين كيف يمكن للبرامج التلفزيونية الثقافية اكتساب قاعدة كبيرة من المشاهدين

التكرار	%	اكتساب قاعدة كبيرة من المشاهدين من خلال
120	51.94	تنوع المواضيع الثقافية
22	9.52	مراعاة مستوى الجمهور المتلقي
54	23.38	متابعة الأحداث الثقافية
11	4.76	فتح مساحة لتفاعل و مشاركة الجمهور
24	10.4	أخرى تذكر (مراعاة وقت البث)
231	100	المجموع

شكل 34 يوضح اقتراحات لتوسيع قاعدة مشاهدي البرامج التلفزيونية الثقافية



يتناول الجدول رقم 44 بعض الاقتراحات التي يراها الأساتذة من أفراد العينة مناسبة لتوسيع رقعة مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية واكتسابها لقاعدة كبيرة من المشاهدين، وجاءت هذه العبارة لإلقاء الضوء على ما تناولته العديد من الدراسات التي أرجعت ظاهرة إحجام الجمهور عن متابعة البرامج الثقافية إلى عوامل موضوعية راجعة بالأساس إلى تفضيل برامج المنوعات والتسلية، وانخفاض درجة

ثقافة الجمهور<sup>1</sup>، و تمثل هذه الخيارات اقتراحات للنهوض بالبرامج التلفزيونية الثقافية وتوسيع مشاهدتها بجعلها برامج جماهيرية.

ويتبين من خلال أرقام الجدول وبيانات الشكل التوضيحي المرفق أن 51.94% من أفراد العينة يرون أن سبيل توسيع دائرة الاستقطاب الجماهيري للبرامج التلفزيونية الثقافية هو بالأساس تنوع المواضيع الثقافية. وقاعدة التحديد في البرامج التلفزيونية قاعدة مهمة تعمل على توظيف خصوصيات التلفزيون لبث مادة إعلامية لا تبعث على الملل، وقد أشارت سهير جاد في دراستها عن البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي إلى ضرورة إفادة هذه البرامج من مزايا التلفزيون بخلق تنوع ووفرة على مستوى المضمون و الشكل<sup>2</sup>

لكن الملاحظ فعليا أن معظم البرامج التلفزيونية ذات التوجه الثقافي مصابة بحالة من الجمود، وتفتقد في معظمها إلى التجديد، وهذا ما تعكسه النسبة الآتفة الذكر.

ويرى 23.38% من أفراد العينة ضرورة متابعة الأحداث الثقافية، وهذا يرتبط بالأساس بالدافع وراء مشاهدة البرامج الثقافية، حيث بينت نتائج الجدول رقم 38 أن أهم دافع لمشاهدة البرامج التلفزيونية هو متابعة الأخبار والجديد الثقافي، وبهذا فإن أفراد العينة يعربون عن حاجتهم إلى الأخبار الثقافية ويهدفون إلى إشباعها من خلال هذه البرامج.

أما عن مراعاة وقت البث فقد جاءت بنسبة 10.4% من إجابات الباحثين، وهي تدل على أن وقت البث غير مناسب في عمومته لارتباطه بأوقات ممتدة تضعف فيها نسب المشاهدة، يأتي بعده خيار مراعاة مستوى الجمهور المتلقي بنسبة 9.52%، وهو يدل على ضرورة التزام البرامج الثقافية بمعايير الجماهيرية وباللغة الإعلامية السمعية البصرية لتحقيق جماهيرية هذا النوع من البرامج.

وفي الأخير صرح 4.76% من أعضاء العينة أن فتح مساحة لتفاعل ومشاركة الجمهور هو السبيل لتوسيع رقعة المشاهدين من خلال التفاعل، وكما ذكرنا آنفا تفتقد معظم البرامج التلفزيونية الثقافية لخاصية التفاعل وتعتمد على الإعلام أحادي الاتجاه، غير أن هذه النسبة تدل على اكتفاء الجمهور بالمشاهدة وعدم اهتمامهم بالتفاعل والمشاركة قدر اهتمامهم بمادة ثقافية جيدة ومضمون

<sup>1</sup> لنظر في هذا الصدد نتائج دراسة محمد كحط الربيعي عن الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية: المضمين والأشكال

والتلقي، مرجع سبق ذكره، ص144

<sup>2</sup> سهير جاد، البرامج التلفزيونية و الإعلام الثقافي، مرجع سبق ذكره، ص95.

متجدد.

جدول رقم 45 يبين توزيع الاقتراحات المقدمة لجعل البرامج التلفزيونية الثقافية ذات قاعدة كبيرة من المشاهدين حسب متغير النوع.

المجموع	إناث		ذكور		النوع الاقتراحات
	%	ك	%	ك	
120	49.53	53	54.03	67	تنوع المواضيع الثقافية
22	9.34	10	9.67	12	مراعاة مستوى الجمهور المتلقى
54	24.29	26	22.58	28	متابعة الأحداث الثقافية
11	5.60	6	4.03	5	فتح مساحة لتفاعل و مشاركة
24	11.21	12	9.67	12	أخرى تذكر (مراعاة وقت البث)
231	100	107	100	124	<u>المجموع</u>

ك<sup>2</sup> المحسوبة = 1.23 عند أربع درجات حرية ك<sup>2</sup> الجدولية 9.48  
 عند مستوى الدلالة 0.05% النتيجة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع  
 والاقتراحات المقدمة لجعل البرامج الثقافية ذات قاعدة كبيرة من المشاهدين.

- يوضح الجدول رقم 45 توزيع عينة الدراسة حسب الاقتراحات المقدمة لجعل البرامج التلفزيونية الثقافية ذات قاعدة كبيرة من المشاهدين ومتغير النوع، ويتبين من خلال نتائجه ما يلي:
- تنوع المواضيع الثقافية جاءت في المرتبة الأولى لدى الجنسين، بنسبة 54.03% لدى الذكور، و 49.53% لدى الإناث.
  - متابعة الأحداث الثقافية تأتي في المرتبة الثانية لدى النوعين بنسبة 24.29% لدى الإناث، و 22.58% لدى الذكور.
  - يليها اقتراح مراعاة وقت البث بنسبة 11.21% لدى الإناث، و 9.67% لدى الذكور.
  - فيما حاز خيار مراعاة مستوى الجمهور المتلقى نسبا متقاربة لدى كلا النوعين، بنسبة 9.67% لدى الإناث، و 9.34% لدى الذكور.

- حيرا فتح المجال لتفاعل الجمهور جاء بنسبة 5.60% لدى الإناث، و4.03% لدى الذكور.

وبتطبيق اختبار كا<sup>2</sup> على أرقام الجدول أعلاه نجد قيمته المحسوبة تساوي كا<sup>2</sup>=1.23، وهي أقل من القيمة الجدولية 9.48 المنبئة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند أربع درجات من الحرية، بمستوى ثقة 95% عند مستوى الدلالة 0.05% وهذا نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع واعتماد البرامج التلفزيونية الثقافية كمصدر للمعلومات.

ويتبين من خلال تحليل بيانات الفصل الثالث الخاص بعادات وأنماط مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية لدى الأساتذة عينة الدراسة، أن البرامج التلفزيونية الثقافية تلقى إقبالا كبيرا لدى هذه الفئة، حيث أن كل أفراد العينة يشاهدون هذا النوع من البرامج، حيث بلغ المتوسط العام لحجم المشاهدة اليومية حوالي ساعتين.

أما عن معية المشاهدة، فخلافا لباقي الأنواع البرمجية التلفزيونية، يفضل أفراد العينة مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية بشكل منفرد لطبيعة المواد المقدمة من جهة، وللاستفادة من المضمون أكثر على اعتبار أن المشاهدة الجماعية تشتت الذهن نوعا ما. لكن هذه المشاهدة الفردية لم تمنع من شدة المضامين الثقافية المشاهدة، حيث صرح معظم أفراد العينة بأنهم يتناقشون حول البرامج المشاهدة مع أطراف متعددة.

وتبين أن دوافع التعرض لمثل هذه البرامج متعددة يأتي في مقدمتها متابعة الأحداث الثقافية، كما أن هذه البرامج تتفق وميول ورغبات هذه الشريحة من الجمهور.

ومن خلال النتائج السابقة الذكر، تبين أن جمهور البرامج الثقافية من الأساتذة الجامعيين ينفرد بعادات وأنماط خاصة في مشاهدة هذه البرامج، بما يتماشى وحاجاته وميولاته، وأهدافه من وراء مشاهدة هذه البرامج التلفزيونية .

## الفصل الرابع:

# اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو البرامج التلفزيونية الثقافية.

- 1- الاتجاهات نحو شكل البرامج التلفزيونية الثقافية.
- 2- الاتجاهات نحو محتوى البرامج التلفزيونية الثقافية.
- 3- الاتجاهات نحو جمهور البرامج التلفزيونية الثقافية.
- 4- الاتجاهات نحو برمجة البرامج التلفزيونية الثقافية.

مقاييس الاتجاهات إلى تقدير رأي الفرد أو اتجاهه نحو الأشياء، أو الموضوعات، أو الآخرين بما يؤدي إلى تصنيف أو تقدير موضوعات الاتجاهات من خلال نتائج استخدام هذا المقياس، لذلك يطلق عليها البعض مقاييس تصنيف أو تقدير الآخرين. وتستخدم مقاييس الاتجاهات في الدراسات الإعلامية في مجال قياس الرأي العام، ومعرفة الاتجاهات الكامنة للأفراد نحو الموضوعات والأفكار والأشخاص في وقت إجراء القياس.

وكما تستخدم هذه المقاييس بشكل منفصل وبناء مستقل لقياس الاتجاه نحو موضوع، أو فكرة، أو شخص من خلال فئات وعبارات متعددة تصفها وتقيس الاتجاه نحوها، فإنه يمكن الاستفادة منها في بناء وحدات فرعية داخل الاستمارة أو المقابلة لوضع تقديرات للخصائص أو السمات المتعلقة بالقائم بالاتصال، أو لتحديد درجات الرضا عن الأفكار والموضوعات والأشياء ذات العلاقة بالعملية الإعلامية مثل مستويات الاهتمام والتفضيل.

وفي هذه الدراسة استعنت بمقاييس الاتجاهات في بناء الاستمارة الموجهة لجمهور البرامج التلفزيونية الثقافية من الأساتذة الجامعيين لمعرفة تقديراتهم لهذا النوع من البرامج من حيث الشكل الذي تقدم به، والمحتوى الذي تقدمه، والجمهور الذي تتوجه إليه، والبرمجة التي تخضع لها.

ولحساب شدة الاتجاه اعتمدت حساب درجات العبارات بالنسب المئوية، وفق التدرج من 5 (موافق بشدة) إلى 1 (غير موافق بشدة) في حالة العبارات الإيجابية ومن 1 (موافق بشدة) إلى 5 (غير موافق بشدة) في حالة العبارات السلبية<sup>1</sup>.

#### 1- اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو الشكل الذي تقدم به البرامج التلفزيونية الثقافية:

ويتجسد هذا المحور في العبارات رقم: 03، 04، 05، 06، 13، 15.

تعتبر مسألة شكل البرنامج التلفزيوني الثقافي مسألة ذات أبعاد كثيرة كما تم التطرق إلى ذلك في الإطار النظري مبحث: البرامج التلفزيونية الثقافية بين الشكل والمضمون، حيث خصوصية المحتوى الثقافي، وخصوصية التلفزيون كأداة ناقلة تفرض أنماطا معينة لشكل البرنامج التلفزيوني الثقافي من حيث اللغة، وطريقة التقديم، وغيرها. وهذا ما ستحاول العبارات الآتي ذكرها إمطة اللثام عنه

<sup>1</sup> فوضيل دليو، تقنيات تحليل البيانات، مرجع سبق ذكره، ص38

من خلال وجهات نظر الأساتذة حول شكل البرامج التلفزيونية الثقافية من حيث ثنائية الموافقة بشدة والمعارضة بشدة.

جدول رقم 46 خاص بالعبارة رقم: 03 توظف البرامج التلفزيونية الثقافية اللغة الثقافية السمعية البصرية.

احتمالات الاستجابة	التكرار	%
موافق بشدة	21	14.18
موافق	107	72.29
محايد	13	8.78
معارض	07	4.72
معارض بشدة	–	–
المجموع	148	100
شدة الاتجاه=3.95		

تتناول العبارة جانبا هاما يتعلق بلغة تقديم البرامج التلفزيونية الثقافية التي تندرج في إطار اللغة الإعلامية السمعية البصرية الثقافية الهادفة إلى التبسيط، فالخطاب الإعلامي يأتي بين التحرير التدوحي الجمالي المستخدم في الأدب والفن، وبين التحرير العلمي والنظري والتجريدي المستعمل في العلوم، وهو بهذا أوسطها وأطيها<sup>1</sup>. وبهذا تأتي هذه العبارة إيجابية لاستقصاء أفراد العينة من الجمهور النخبوي حول مستوى اللغة المستخدمة، ومدى ارتباطها باللغة الإعلامية السمعية البصرية المتخصصة. وتظهر نتائج الجدول أن إجابات أفراد العينة تتجه إلى الموافقة حيث بلغت شدة الاتجاه 3.95، وهي نسبة تدل على رضا أفراد العينة عن اللغة الإعلامية التي تقدم بها البرامج التلفزيونية الثقافية. حيث بلغت نسبة المعارضة 4.72% ولم يجب أحد من أفراد العينة بأنه يعارض بشدة هذه العبارة.

<sup>1</sup> محمد شطاح، نعمان بوقرة، تحليل الخطاب الأدبي والإعلامي بين النظرية والتطبيق، ط1، القاهرة، مكتبة الآداب، 2006،

جدول رقم 47 يبرز علاقة النوع بشدة الاتجاه نحو عبارة: توظف البرامج التلفزيونية الثقافية اللغة الثقافية السمعية البصرية.

المجموع	إناث		ذكور		النوع احتمالات الاستجابة
	%	التكرار	%	التكرار	
21	14.86	11	13.51	10	موافق بشدة
107	72.97	54	71.62	53	موافق
13	08.10	06	9.45	07	محايد
07	04.05	03	5.40	04	معارض
—	—	—	—	—	معارض بشدة
148	100	74	100	74	المجموع
3.95	3.98		3.93		شدة الاتجاه
$\chi^2$ المحسوبة = 2 عند أربع درجات حرية $\chi^2$ الجدولية = 9.48					

أظهرت نتائج الجدول رقم 47 أعلاه أن الذكور والإناث لم يختلفوا كثيراً حول هذه العبارة، حيث بلغت شدة الاتجاه 3.98 عند الإناث، وبنسبة مقارنة جدا عند الذكور 3.93، ولعدم وجود اختلاف ذي دلالة إحصائية بلغت درجة الفرق المعنوي  $\chi^2$  المحسوبة 2، وهي أصغر من القيمة الجدولية 9.48 المنبئة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين. مما يؤكد رضا النوعين على مستوى اللغة التي تقدم بها البرامج الثقافية، واتفقهم على كونها تتماشى وطبيعة البرامج الثقافية والأداة الإعلامية الناقله - التلفزيون -

جدول رقم 48 يبرز علاقة السن بشدة الاتجاه نحو عبارة: توظف البرامج التلفزيونية الثقافية اللغة الثقافية السمعية البصرية.

المجموع	42 فما فوق		41-36		35-30		29-24		السن احتمالات الاستجابة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
21	9.75	04	14.58	07	19.04	08	11.76	02	موافق بشدة
107	82.92	34	77.08	37	59.52	25	64.70	11	موافق
13	-	-	06.25	03	19.04	08	11.76	02	محايد
07	7.31	03	2.08	01	2.38	01	11.76	02	معارض
-	-	-	-	-	-	-	-	-	معارض بشدة
148	100	41	100	48	100	42	100	17	المجموع
3.95	3.95		4.04		3.95		3.76		شدة الاتجاه
ق = 0.61									

تظهر نتائج الجدول رقم 48 والذي يبرز علاقة السن بشدة الاتجاه نحو عبارة توظف البرامج التلفزيونية الثقافية اللغة الثقافية السمعية البصرية، أن هناك اختلافات بين الفئات العمرية نحو هذه العبارة، ففيما تتساوى شدة الاتجاه لدى الفئتين العمريتين 35-30 سنة، و42 سنة فما فوق والتي تميل إلى الموافقة بدرجة 3.95، تبلغ شدته عند الفئة العمرية 29-24 سنة 3.76، وتميل إلى الموافقة بشدة لدى الفئة العمرية 41-36 سنة بدرجة 4.04، ما يدل على أن شدة الاتجاه نحو هذه العبارة تتجه إلى الزيادة كلما زاد السن. وقد يرجع هذا إلى عامل التعود على نمط اللغة مع الزمن. وقد تأكد وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات من خلال تطبيق اختبار دلالة الفرق المعنوي ك<sup>2</sup> الذي بلغت قيمته المحسوبة 87.86، وهي أكبر بكثير من القيمة الجدولية 21.02 المنبئة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند اثنتي عشر درجة للحرية حيث بلغت قيمة التوافق ق = 0.61. وبهذا نستنتج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير السن والاتجاه نحو كون البرامج التلفزيونية الثقافية توظف اللغة الثقافية السمعية البصرية.

جدول رقم 49 يبرز علاقة التخصص بشدة الاتجاه نحو عبارة: توظف البرامج التلفزيونية الثقافية اللغة الثقافية السمعية البصرية.

المجموع	حقوق		علوم طبيعية		علوم إنسانية		التخصص
	%	ك	%	ك	%	ك	
21	08	04	16.66	08	18	09	احتمالات الاستجابة
107	78	39	83.33	40	56	28	موافق بشدة
13	08	04	—	—	18	09	موافق
07	06	03	—	—	8	04	محايد
—	—	—	—	—	—	—	معارض
—	—	—	—	—	—	—	معارض بشدة
148	100	50	100	48	100	50	المجموع
3.95	3.88		3.5		3.84		شدة الاتجاه
ق=0.69							

يتبين من خلال الجدول رقم 49 أن شدة الاتجاه تختلف باختلاف التخصص، حيث تزداد شدة الموافقة لدى التخصصات الإنسانية والحقوق، حيث تبلغ 3.88 لدى أساتذة الحقوق و3.84 لدى أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، وتنقص لدى التخصصات العلمية لكنها تظل تميل نحو الموافقة حيث تبلغ 3.5. وقد يرجع هذا لكون أساتذة العلوم الإنسانية أكثر اهتماما باللغة ومستوياتها من أساتذة العلوم الطبيعية الذين قد لا يعيرون اهتماما كبيرا لمستويات اللغة قدر اهتمامهم بالجانب المعرفي الثقيفي. ويؤكد هذا الاختلاف قيمة التوافق التي بلغت ق=0.69، والتي تدل على اختلاف التخصصات العلمية حول هذه العبارة.

جدول رقم 50 خاص بالعبارة رقم: 04 أنسب لغة للبرامج التلفزيونية الثقافية هي اللغة الفصحى.

احتمالات الاستجابة	التكرار	%
موافق بشدة	43	29.05
موافق	62	41.89
محايد	22	14.86
معارض	21	14.18
معارض بشدة	-	-
المجموع	148	100
شدة الاتجاه = 3.85		

أثارت الدراسات السابقة مسألة لغة تقديم البرامج التلفزيونية الثقافية، وضرورة تكييفها مع خصوصية التلفزيون وجمهورية المشاهدين، حيث أشارت نتائج دراسة محمد كحط الربيعي عن الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية: المضامين والأشكال والتلقي إلى ازدياد استخدام اللهجة المحلية في تقديم البرامج الثقافية، حيث تصل نسبة استخدامها إلى 74 %، حتى أن 61 % من أفراد عينة الدراسة الميدانية فضلوا تقديم البرامج الثقافية بلغة تجمع بين الفصحى والعامية، ونسبة 33 % فقط فضلت اللغة الفصحى كلغة للبرامج الثقافية،<sup>1</sup> لذا تهدف هذه العبارة إلى معرفة اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو مستوى اللغة التي تقدم بها البرامج التلفزيونية الثقافية، ومدى موافقتهم أو رفضهم للغة الفصحى كلغة لهذا النوع من البرامج.

ويتبين من خلال نتائج الجدول أعلاه أن اتجاه المبحوثين إيجابي نحو هذه العبارة، حيث بلغت شدة الاتجاه 3.85، ما يدل على أن أفراد العينة يوافقون على أن أنسب لغة للبرامج التلفزيونية الثقافية هي اللغة الفصحى، وهو ما يتلاءم وطبيعة البرامج في حد ذاتها، التي تهدف بالأساس إلى

<sup>1</sup> محمد كحط الربيعي، الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية، مرجع سبق ذكره، ص141.

تثقيف المشاهد. كما يتلاءم مع مستوى النخبة من الأساتذة التي تميل في الغالب إلى مستوى رفيع من اللغة ولا تحبذ المستويات المتدنية أو استعمال العامية في مثل هذه البرامج.

جدول رقم 51 يبرز علاقة النوع بشدة الاتجاه نحو عبارة: أنسب لغة للبرامج التلفزيونية الثقافية هي اللغة الفصحى.

المجموع	إناث		ذكور		النوع احتمالات الاستجابة
	%	التكرار	%	التكرار	
43	27.02	20	31.08	23	موافق بشدة
62	45.94	34	37.83	28	موافق
22	13.51	10	16.21	12	محايد
21	13.51	10	14.86	11	معارض
—	—	—	—	—	معارض بشدة
148	100	74	100	74	المجموع
3.85	3.86		3.85		شدة الاتجاه
ق=0.16					

بالنظر إلى نتائج الجدول أعلاه والتي تبين علاقة النوع بشدة الاتجاه نحو كون أنسب لغة للبرامج التلفزيونية الثقافية هي اللغة الفصحى، يظهر أن شدة الاتجاه تميل إلى الموافقة لدى النوعين، وبنسب متقاربة، حيث بلغت لدى الذكور 3.85، ولدى الإناث 3.86، إلا أن نتائج التحليل الإحصائي أظهرت أن قيمة الفرق المعنوي بين المتغيرات مرتفعة، حيث بلغت قيمة  $\chi^2$  المحسوبة 25، وهي أكبر من القيمة الجدولية 9.48 المنبئة بوجود فروق ذات دلالة معنوية عند أربع درجات حرية، وتؤكد هذه النسبة قيمة معامل التوافق ق والتي بلغت 0.16 وهي نسبة ضعيفة.

جدول رقم 52 يبرز علاقة السن بشدة الاتجاه نحو عبارة: أنسب لغة للبرامج التلفزيونية الثقافية هي اللغة الفصحى.

المجموع	42 فما فوق		41-36		35-30		29-24		السن احتمالات الاستجابة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
43	36.58	15	29.16	14	30.95	13	5.88	01	موافق بشدة
62	29.26	12	52.08	25	50	21	23.52	04	موافق
22	12.19	05	12.5	06	9.52	04	41.17	07	محايد
21	21.95	09	6.25	03	9.52	04	29.41	05	معارض
-	-	-	-	-	-	-	-	-	معارض بشدة
148	100	41	100	48	100	42	100	17	المجموع
3.85	3.80		4.04		4.02		3.05		شدة الاتجاه
ق=0.72									

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن الاتجاه نحو قبول اللغة الفصحى كلغة للبرامج التلفزيونية الثقافية تزداد شدته لدى الفئات العمرية 35-30 سنة، و41-36 سنة، إذ بلغت نسبته 4.02 لدى الأولى، و4.04 لدى الثانية، وبلغت شدة الاتجاه لدى الفئة العمرية 42 سنة فما فوق 3.80، بينما 3.05 للفئة العمرية 29-24 سنة بنسبة حياد مرتفعة بلغت 41.17%، وجاءت قيمة معامل التوافق متوسطة بلغت 0.72، وهي قيمة تدل على الاختلاف بين المراحل العمرية حول هذه العبارة. حيث تميل الفئات الأكبر سناً إلى استعمال اللغة الفصحى في البرامج الثقافية، في حين أن الفئات الأقل سناً من الشباب تميل إلى الحياد ولا تشترط اللغة العربية الفصحى كلغة لهذه البرامج، وقد يرجع هذا لكون الفئات المتقدمة في السن أكثر تشبهاً بالقيم وباللغة الفصحى كلغة للتقديم من الفئات الأقل سناً.

جدول رقم 53 يبرز علاقة التخصص بشدة الاتجاه نحو عبارة: أنسب لغة للبرامج التلفزيونية الثقافية هي اللغة الفصحى.

المجموع	حقوق		علوم طبيعية		علوم إنسانية		التخصص احتمالات الاستجابة
	%	ك	%	ك	%	ك	
43	34	17	8.33	04	44	22	موافق بشدة
62	40	20	41.66	20	44	22	موافق
22	14	07	27.08	13	04	02	محايد
21	12	06	22.91	11	08	04	معارض
—	—	—	—	—	—	—	معارض بشدة
148	100	50	100	48	100	50	المجموع
3.85	3.96		3.35		4.24		شدة الاتجاه
ق=0.79							

يوضح الجدول رقم 53 أن شدة الاتجاه نحو كون اللغة الفصحى هي الأنسب للبرامج التلفزيونية الثقافية ترتفع لدى أساتذة التخصصات الاجتماعية والإنسانية، حيث بلغت 4.24 لدى أساتذة كلية العلوم الإنسانية، و 3.96 لدى أساتذة الحقوق، بينما بلغت شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 3.96 لدى أساتذة كلية العلوم الطبيعية، وهذا ما يدل على أن التخصصات الإنسانية أحرص على اللغة الفصحى كأداة للتواصل الإعلامي، و هذا يرجع لطبيعة التخصص والتكوين في حد ذاته والذي يعطي أهمية كبيرة للجانب اللغوي في التواصل، فيما يميل أساتذة التخصصات العلمية إلى البساطة والوضوح والمباشرة.

جدول رقم 54 خاص بالعبارة رقم: 05 الفيلم الوثائقي أنسب القوالب للبرامج المعرفية.

احتمالات الاستجابة	التكرار	%
موافق بشدة	50	33.78
موافق	45	30.40
محايد	07	4.72
معارض	37	25
معارض بشدة	09	6.08
المجموع	148	100
شدة الاتجاه = 3.60		

يعتبر الفيلم الوثائقي أحد أهم الأشكال التي تقدم بها المادة التلفزيونية وأكثرها ذيوعا في الفترة الأخيرة، فبالإضافة إلى كونه يزاوج بين الصورة التلفزيونية والكلمة، يقدم الفيلم الوثائقي رسالة إعلامية راقية تتميز بانفراد أسلوبها، وبقدرتها على توصيل الرسالة إلى المتلقي، وهو بذلك أقرب الأشكال إلى البرامج المعرفية باعتبار مهمته الأساسية التنوير والتثقيف لا التسلية والترفيه.

و في المكانة التي حظيت بها القنوات التلفزيونية الخاصة بالوثائقيات لدى الأساتذة الجامعيين عينة الدراسة، والتي أجمع معظمها على تفضيل الجزيرة الوثائقية و National Géographique لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية، جاءت هذه العبارة لمعرفة اتجاهات أفراد العينة نحو الشكل المناسب لتقديم المادة الثقافية. وتؤكد نتائج الجدول ميل الأساتذة نحو الموافقة على كون هذا الشكل التلفزيوني هو الأنسب للمادة الثقافية، حيث بلغت شدة الاتجاه 3.60 بنسبة موافقة 64.18%.

جدول رقم 55 يبرز علاقة النوع بشدة الاتجاه نحو عبارة الفيلم الوثائقي أنسب القوالب للبرامج المعرفية.

المجموع	إناث		ذكور		النوع احتمالات الاستجابة
	%	التكرار	%	التكرار	
50	29.72	22	37.83	28	موافق بشدة
45	33.78	25	27.02	20	موافق
07	4.05	03	5.40	04	محايد
37	27.02	20	22.97	17	معارض
09	5.40	04	6.75	05	معارض بشدة
148	100	74	100	74	المجموع
3.60	3.55		3.66		شدة الاتجاه
ق=0.44					

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن شدة الاتجاه نحو كون الفيلم الوثائقي أنسب الأشكال للبرامج الثقافية ترتفع لدى الذكور منها لدى الإناث، حيث بلغت لدى الذكور 3.66، بينما بلغت لدى الإناث 3.55، وهي تعكس ميل الأساتذة الذكور إلى هذا النوع من البرامج، وهي ظاهرة ملاحظة واقعية، حيث تشهد الوثائقيات إقبالا متزيدا من الذكور.

وتؤكد هذه الملاحظة قيمة  $\chi^2$  المحسوبة والتي بلغت 36 وهي أكبر من القيمة الجدولية 9.48 المنبئة بوجود فروق ذات دلالة معنوية عند أربع درجات حرية، كما بلغت قيمة الفرق المعنوي بين العينتين 0.44، وهي قيمة متوسطة تؤكد عدم الاتفاق حول هذه العبارة، وارتباط ذلك بمتغير النوع.

جدول رقم 56 يبرز علاقة السن بشدة الاتجاه نحو عبارة الفيلم الوثائقي أنسب القوالب

للبرامج المعرفية.

المجموع	42 فما فوق		41-36		35-30		29-24		السن احتمالات الاستجابة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
50	24.39	10	52.08	25	28.57	12	17.64	03	موافق بشدة
45	43.90	18	20.83	10	26.19	11	35.29	06	موافق
07	7.31	03	—	—	9.52	04	—	—	محايد
37	21.95	09	27.08	13	23.80	10	29.41	05	معارض
09	2.43	01	—	—	11.90	05	17.64	03	معارض بشدة
148	100	41	100	48	100	42	100	17	المجموع
3.60	3.65		3.97		3.35		3.05		شدة الاتجاه
ق=0.75									

يتناول الجدول رقم 56 أعلاه علاقة السن بشدة الاتجاه نحو عبارة الفيلم الوثائقي أنسب القوالب للبرامج المعرفية. ويظهر من خلال بياناته أن شدة الاتجاه نحو الموافقة تزيد طردياً مع ازدياد العمر، إذ كلما زاد السن زادت شدة الموافقة نحو هذه العبارة، حيث بلغت شدة الاتجاه لدى الفئة العمرية 29-24 سنة: 3.05، مقابل 3.35 لدى الفئة العمرية 30-35 سنة، تليها 3.65 لدى الفئة العمرية 42 سنة فما فوق، بينما بلغت 3.97 كأكبر قيمة لدى الفئة العمرية 36-41 سنة. وقد يفسر هذا ميل الفئات الأكبر سناً إلى البرامج الجادة التي تمثلها برامج الوثائقيات أكثر من الفئات الأقل سناً والتي تميل إلى البرامج المنوعة والمسابقات لما تثيره من حركية وتفاعل بعكس البرامج الوثائقية. وقد بلغت قيمة التوافق بين العينات ق=0.75، وهي نسبة قوية نسبياً تدل على الاختلاف النسبي بين إجابات العينتين.

جدول رقم 57 يبرز علاقة التخصص بشدة الاتجاه نحو عبارة الفيلم الوثائقي أنسب القوالب للبرامج المعرفية

المجموع	حقوق		علوم طبيعية		علوم إنسانية		التخصص
	%	ك	%	ك	%	ك	
50	44	22	22.91	11	34	17	احتمالات الاستجابة
45	20	10	29.16	14	42	21	موافق بشدة
07	06	03	_	_	08	04	موافق
37	26	13	37.5	18	12	06	محايد
09	04	02	10.41	05	04	02	معارض
148	100	50	100	48	100	50	معارض بشدة
3.60	3.74		3.16		3.9		المجموع
							شدة الاتجاه
ق=0.76							

يظهر من خلال الجدول رقم 57 أعلاه، أن شدة الاتجاه نحو كون البرامج الوثائقية أنسب القوالب للبرامج الثقافية تختلف باختلاف التخصصات العلمية، حيث بلغت أشدها لدى أساتذة كلية الحقوق بنسبة 3.74، تليها 3.16 لدى أساتذة كلية العلوم، و أخيرا 3.9 لدى أساتذة العلوم الإنسانية.

وقد يرجع هذا التفاوت إلى طبيعة ميولات أساتذة التخصصين، فبالنسبة لأساتذة الحقوق والعلوم يفضلون نمط البرامج الوثائقية على اعتبارها تسرد الأحداث السياسية والتاريخية وتشرح الظواهر الطبيعية بشكل أنسب من باقي الأنواع البرمجية، على حين أن أساتذة العلوم الإنسانية أميل للبرامج التحليلية والفكرية القائمة على الجدل والمناقشة الثقافية. ويؤكد هذا الاختلاف بين الفئات العمرية قيمة معامل التوافق والتي بلغت ق=0.76.

جدول رقم 58 خاص بالعبارة رقم: 06 البرامج التلفزيونية الثقافية استعراضية أكثر منها تثقيفية

احتمالات الاستجابة	التكرار	%
موافق بشدة	11	7.43
موافق	31	20.94
محايد	39	26.35
معارض	58	39.18
معارض بشدة	09	6.08
المجموع	148	100
شدة الاتجاه = 3.15		

يعتبر الاستعراض والتمشهد أحد أهم خصائص وسائل الإعلام الجماهيرية، فالبرامج التلفزيونية لا تحظى بالمشاهدة، إلا إذا خضعت لمقاييس الجماهيرية. ولأن خصوصية المادة الثقافية الجادة لا تستهوي نسبة كبيرة من الجماهير الذين يعبرون عن مشاهدة البرامج الثقافية لكونها جافة أو استاتيكية، تعتمد القنوات التلفزيونية إلى بث روح المرح في البرامج الثقافية من خلال تنوع قوالها مثل برامج المسابقات والأسئلة والأجوبة، لكن هذا النوع من البرامج يقتل روح البرنامج الثقافي القائمة على التثقيف ويعرقه في البهرجة والاستعراض، وفي هذا الصدد يقول أحد المختصين: إن عيب التلفزيون لا يكمن في كونه يقدم مواد في قالب ترفيهي، بل إنه حول كل ما يقدمه إلى مادة ترفيهية استعراضية<sup>1</sup>. لذا جاءت هذه العبارة لاستقصاء رأي النخبة المثقفة حول كون البرامج التلفزيونية الثقافية استعراضية، وقياس نسب الموافقة والمعارضة.

وتظهر نتائج الجدول أن شدة الاتجاه تميل نحو معارضة هذه العبارة السلبية، حيث حازت درجة معارض أعلى نسبة بلغت 39.18%، تلتها درجة الحياد بنسبة 26.35%، ثم درجة الموافقة

<sup>1</sup> نصر الدين العياضي، إشكالية وسائل الاتصال السمعي البصري بين تسليية الثقافة، وثقافة التسليية، مرجع سبق ذكره، ص10.

بنسبة 20.94%. وبلغت شدة الاتجاه 3.15، وهي تميل إلى عدم قبول هذه العبارة. وينبئ هذا عن رضى الأساتذة الجامعيين عن البرامج الثقافية التي يشاهدونها واقتناعهم بأنها ليست استعراضية، كما يؤكد ما جاء في الجدول رقم 39 من كون الدافع الأساس من مشاهدة البرامج الثقافية التلفزيونية هو متابعة الأحداث الثقافية، وأيضاً ما جاء في الجدول رقم 40 من أن 69.59% يعتمدون على هذه البرامج كمصدر للمعلومات، وفي هذا تأكيد على أن البرامج التلفزيونية الثقافية مصدر ثقافة بالنسبة للأساتذة أفراد العينة.

جدول رقم 59 يبرز علاقة النوع بشدة الاتجاه نحو عبارة: البرامج الثقافية استعراضية أكثر منها تثقيفية.

المجموع	إناث		ذكور		النوع احتمالات
	%	التكرار	%	التكرار	
11	05.40	04	9.45	07	موافق بشدة
31	25.67	19	16.21	12	موافق
39	22.97	17	29.72	22	محايد
58	41.89	31	36.48	27	معارض
09	04.05	03	08.10	06	معارض بشدة
148	100	74	100	74	المجموع
3.15	3.13		3.17		شدة الاتجاه
ق=0.51					

يظهر من خلال الجدول رقم 59 أعلاه أن شدة الاتجاه نحو كون البرامج التلفزيونية الثقافية استعراضية متقاربة لدى النوعين، حيث بلغت لدى الذكور 3.17، وبلغت لدى الإناث 3.13، وهو يدل على توافق النوعين نحو هذه العبارة، حيث بلغت قيمة معامل التوافق ق=0.51، وهي قيمة متوسطة تدل على التوافق النسبي.

جدول رقم 60 يبرز علاقة السن بشدة الاتجاه نحو عبارة: البرامج التلفزيونية الثقافية  
استعراضية أكثر منها تثقيفية

المجموع	42 فما فوق		41-36		35-30		29-24		السن	احتمالات الاستجابة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
11	14.6	06	4.16	02	7.14	03	—	—		موافق بشدة
31	21.9	09	14.58	07	30.95	13	11.76	02		موافق
39	7.31	03	29.16	14	28.57	12	58.82	10		محايد
58	51.2	21	47.91	23	23.80	10	23.52	04		معارض
09	4.87	02	4.16	02	9.52	04	5.88	01		معارض بشدة
148	100	41	100	48	100	42	100	17		المجموع
3.15	3.09		3.33		2.97		3.23			شدة الاتجاه
ق=0.78										

يظهر من خلال الجدول رقم 60 أن شدة الاتجاه نحو عبارة البرامج التلفزيونية استعراضية أكثر منها تثقيفية تختلف باختلاف الفئات العمرية، فهي تميل إلى المعارضة لدى الفئات العمرية 41-36 سنة، و 29-24 سنة، و 42 سنة فما فوق، حيث بلغت شدة الاتجاه 3.33، ثم 3.23، ثم 3.09 على التوالي. بينما يميل الاتجاه نحو الموافقة لدى الفئة العمرية 35-30 سنة، حيث بلغت شدة الاتجاه 2.97.

وقد جاء معامل التوافق قويا نسبيا إذ أن ق=0.78، مما يدل على اختلاف الشرائح العمرية حول هذه العبارة السلبية. وقد يفسر هذا بطبيعة البرامج حيث لاحظنا أن الفئات الأكبر سنا أميل إلى الشكل الوثائقي للبرنامج التلفزيوني، وهو شكل يتعد عن الاستعراض في غالبه، ويهدف إلى التثقيف بالدرجة الأولى.

جدول رقم 61 يبرز علاقة التخصص بشدة الاتجاه نحو عبارة: البرامج التلفزيونية الثقافية استعراضية أكثر منها تثقيفية.

المجموع	حقوق		علوم طبيعية		علوم إنسانية		التخصص احتمالات الاستجابة
	%	ك	%	ك	%	ك	
11	02	01	10.41	05	10	05	موافق بشدة
31	20	10	29.16	14	14	07	موافق
39	44	22	12.5	06	22	11	محايد
58	32	16	41.66	20	44	22	معارض
09	02	01	6.25	03	10	05	معارض بشدة
148	100	50	100	48	100	50	<u>المجموع</u>
3.15	3.12		3.04		3.3		شدة الاتجاه
ق=0.75							

يتبين من خلال الجدول رقم 61 والذي يتناول علاقة التخصص بشدة الاتجاه نحو كون البرامج التلفزيونية الثقافية استعراضية أكثر منها تثقيفية، أن التخصصات العلمية موضوع الدراسة تتفق على معارضة هذه العبارة السلبية بنسب متفاوتة، حيث بلغت شدة الاتجاه 3.12 لدى أساتذة كلية الحقوق، و 3.3 لدى أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، وبلغت 3.04 لدى أساتذة كلية العلوم. كما كان معامل التوافق قويا حيث ق=0.75، مما يدل على عدم اتفاق التخصصات العلمية حول هذه العبارة.

جدول رقم 62 خاص بالعبارة رقم: 13 مقدمو البرامج التلفزيونية الثقافية متميزون في أدائهم.

احتمالات الاستجابة	التكرار	%
موافق بشدة	18	12.16
موافق	66	44.59
محايد	40	27.02
معارض	20	13.51
معارض بشدة	04	2.70
المجموع	148	100
شدة الاتجاه = 3.5		

يلعب القائم بالاتصال في البرامج التلفزيونية الثقافية دورا مفصليا في معادلة نجاح البرنامج الثقافي، فهو إلى جانب كونه إعلاميا، عليه أن يكون ذا إطلاع على الحياة الثقافية، وذا ثقافة عالية، ما يرشحه أن يكون مميزا عن باقي الإعلاميين في أنواع البرامج الأخرى، وتتطرق هذه العبارة إلى مدى رضا الأساتذة الجامعيين عن مقدمي البرامج التلفزيونية الثقافية التي يشاهدونها، وقد بلغت شدة الاتجاه في هذه العبارة الإيجابية 3.5، وهو ما يدل على موافقة الأساتذة أفراد العينة على العبارة القائلة بأن مقدمي البرامج التلفزيونية الثقافية متميزون في أدائهم.

جدول رقم 63 يبرز علاقة النوع بشدة الاتجاه نحو عبارة مقدمو البرامج التلفزيونية الثقافية

متميزون في أدائهم.

المجموع	إناث		ذكور		النوع احتمالات الاستجابة
	%	التكرار	%	التكرار	
18	13.51	10	10.81	08	موافق بشدة
66	45.94	34	43.24	32	موافق
40	25.67	19	28.37	21	محايد
20	10.81	08	16.21	12	معارض
04	4.05	03	1.35	01	معارض بشدة
148	100	74	100	74	المجموع
3.5	3.54		3.45		شدة الاتجاه
ق=0.31					

يتبين من خلال الجدول رقم 63 أعلاه أن الإناث أكثر موافقة على هذه العبارة، حيث بلغت شدة الاتجاه لديهن 3.54، إذ بلغت نسبة الموافقة 59.45%، ونسبة المعارضة 14.86% بينما بلغت شدة الاتجاه لدى الذكور 3.45، بنسبة موافقة 54.05%، ونسبة معارضة 17.56%. وبلغت قيمة معامل التوافق ق=0.31، مما يدل على الاختلاف بين النوعين في الحكم على العبارة. وقد يبرر هذا الاختلاف بطبيعة المرأة التي تهتم بمقدم البرنامج وتتأثر بتميزه أكثر من الرجل.

جدول رقم 64 يبرز علاقة السن بشدة الاتجاه نحو عبارة رقم مقدمو البرامج التلفزيونية

الثقافية متميزون في أدائهم.

المجموع	42 فما فوق		41-36		35-30		29-24		السن احتمالات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
18	9.75	04	10.41	05	16.66	07	11.76	02	موافق بشدة
66	21.95	09	50	24	50	21	70.58	12	موافق
40	34.14	14	31.25	15	21.42	09	11.76	02	محايد
20	29.26	12	6.25	03	9.52	04	5.88	01	معارض
04	4.87	02	2.08	01	2.38	01	-	-	معارض بشدة
148	100	41	100	48	100	42	100	17	<u>المجموع</u>
3.5	3.02		3.60		3.69		3.88		شدة الاتجاه
ق=0.76									

بالنظر إلى نتائج الجدول رقم 64 أعلاه يتبين أن شدة الاختلاف نحو هذه العبارة الإيجابية تختلف باختلاف الفئات العمرية لأفراد العينة، حيث أن علاقة الشدة بالسن علاقة عكسية، إذ كلما زاد العمر، تناقصت شدة الاتجاه، حيث بلغت شدة الاتجاه 3.88 لدى الفئة العمرية 29-24 سنة، وبلغت 3.69 لدى الفئة العمرية 35-30 سنة، ثم 3.60 لدى الفئة العمرية 41-36، وأخيرا 3.02 لدى الفئة العمرية 42 سنة فما فوق. وهذا راجع إلى أن الفئات العمرية المتقدمة لا تكثر كثيرا بمقدم البرنامج بقدر اهتمامها بالمضمون في حد ذاته.

جدول رقم 65 يبرز علاقة التخصص بشدة الاتجاه نحو عبارة مقدمو البرامج التلفزيونية

الثقافية متميزون في أدائهم

المجموع	حقوق		علوم طبيعية		علوم إنسانية		التخصص
	%	ك	%	ك	%	ك	
18	12	06	12.5	06	12	06	موافق بشدة
66	38	19	60.41	29	36	18	موافق
40	30	15	18.75	09	32	16	محايد
20	20	10	8.33	04	12	06	معارض
04	—	—	—	—	08	04	معارض بشدة
148	100	50	100	48	100	50	المجموع
3.5	3.42		3.77		3.32		شدة الاتجاه
ق=0.69							

يبين الجدول رقم 65 علاقة التخصص بشدة الاتجاه نحو عبارة مقدمو البرامج التلفزيونية الثقافية متميزون في أدائهم، ويظهر من خلال بياناته أن شدة الاختلاف لا تختلف كثيرا بين التخصصات العلمية المدروسة، إذ بلغت 3.77 لدى أساتذة العلوم الطبيعية، و3.42 لدى أساتذة الحقوق، و3.32 لدى أساتذة العلوم الإنسانية والاجتماعية. وبلغ معامل التوافق بين الإجابات 0.69 وهو توافق قوي نسبيا، يدل على عدم الاختلاف بين التخصصات العلمية وشدة الاتجاه نحو العبارة.

جدول رقم 66 خاص بالعبارة رقم: 15 القنوات التلفزيونية المتخصصة أكثر ملاءمة للبرامج الثقافية.

الاحتمالات الاستجابة	التكرار	%
موافق بشدة	80	54.05
موافق	42	28.37
محايد	07	4.72
معارض	18	12.16
معارض بشدة	01	0.67
المجموع	148	100
شدة الاتجاه = 4.22		

بعيدا عن الطرح الأجلوسكسوني للثقافة والذي يجعلها مرادفة لأي نشاط إنساني، تبنت الدراسة آنفا الطرح الفرانكوفوني للثقافة، وحددت البرامج الثقافية في البرامج التي تتناول الفنون الأدبية والفكرية، والإبداعات الفنية الراقية والمعارف، وتعالجها بطريقة جادة و ريفية.

وعلى اعتبار العصر عصر الإعلام المتخصص، تظهر أهمية القنوات المتخصصة في الثقافة لصالح الطرح الإعلامي الجاد، الذي يساهم في تشجيع المشاهد على متابعة ما يهمه من فقرات، كما يساهم في خلق روابط بين المشاهد والقناة التلفزيونية، حيث أجمع عديد من المبحوثين من عينة الدراسة على قدرتهم على تذكر برامج قناة الجزيرة الوثائقية، و National Géographique في حين تعسر على أغلبهم تذكر عناوين البرامج الثقافية المشاهدة في باقي القنوات. كما أن واقع الحال يدل على انحسار الإنتاج التلفزيوني الجاد الذي يعمل على رفع الذائقة الفنية والثقافية للجمهور في شبكة القنوات التلفزيونية الجامعة، حيث لم يزد معدله عن 4% من مجمل ما تبثه القنوات الجامعة فاسحا المجال لنمط ثقافي بديل لثقافة طافحة و سطحية<sup>1</sup>. من هنا جاءت هذه العبارة لمعرفة اتجاهات

<sup>1</sup> نصر الدين العياضي، برامج المنوعات التلفزيونية: هل تؤدي محاولة الخروج من التماثل إلى الامتثال ، مجلة الإذاعات

أفراد العينة من حيث القبول والرفض نحو كون القنوات التلفزيونية المتخصصة أكثر ملاءمة للبرامج الثقافية، حيث بلغت شدة الاتجاه نحو هذه العبارة الإيجابية 4.22، وهي تميل نحو الموافقة بشدة، حيث بلغت نسبة الموافقة بشدة 54.05%، وبلغت نسبة الموافقة 28.37%.

جدول رقم 67 يبرز علاقة النوع بشدة الاتجاه نحو عبارة: القنوات التلفزيونية المتخصصة أكثر ملاءمة للبرامج الثقافية.

المجموع	إناث		ذكور		النوع احتمالات
	%	التكرار	%	التكرار	
80	55.40	41	52.70	39	موافق بشدة
42	27.02	20	29.72	22	موافق
07	5.40	04	4.05	03	محايد
18	12.16	09	12.16	09	معارض
01	—	—	1.35	01	معارض بشدة
148	100	74	100	74	المجموع
4.22	4.25		4.20		شدة الاتجاه
<p>ك<sup>2</sup> المحسوبة = 5 عند أربع درجات حرية ك<sup>2</sup> الجدولية = 9.48                      النتيجة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع والاتجاه نحو العبارة</p>					

يتبين من خلال الجدول رقم 67 أعلاه، والذي يبرز علاقة النوع بشدة الاتجاه نحو عبارة القنوات التلفزيونية المتخصصة أكثر ملاءمة للبرامج الثقافية أن شدة الاتجاه لا تختلف بين النوعين، حيث بلغت عند الإناث 4.25، وبلغت عند الذكور 4.20، وقد تبين أن الفروق بين النوعين غير ذات دلالة إحصائية من خلال اختبار ك<sup>2</sup> الذي بلغت قيمته 5، وهي أقل من القيمة الجدولية 9.48 المنبئة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير النوع عند أربع درجات حرية.

اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو محتوى البرامج التلفزيونية الثقافية:

و تمثل ذلك العبارات رقم 02، 07، 08، 14

جدول رقم 68 خاص بالعبرة رقم:02 تتميز البرامج التلفزيونية الثقافية بالنمطية.

احتمالات الاستجابة	التكرار	%
موافق بشدة	04	2.70
موافق	28	18.91
محايد	39	26.35
معارض	72	48.64
معارض بشدة	05	3.37
المجموع	148	100
شدة الاتجاه = 3.31		

تأتي هذه العبارة لمعرفة اتجاهات الأساتذة أفراد العينة نحو كون البرامج التلفزيونية الثقافية نمطية تفتقد للتجديد، وهي نقطة أثارها عديد الدراسات التي ترى أن صورة البرامج الثقافية لدى المشاهد لا تعدو كونها مادة رتيبة تبعث على الملل.

وبلغت شدة الاتجاه نحو هذه العبارة السلبية 3.31 وهي تميل نحو المعارضة، حيث بلغت نسبة المعارضة 48.64%، مقابل 18.91% للموافقة، بينما بلغت نسبة الحياد 26.35%، ومعارضة هذه العبارة السلبية تدل على أن موقف الأساتذة الجامعيين من البرامج التلفزيونية الثقافية التي -وها أو يشاهدونها إيجابي، حيث أن معظم البرامج الوثائقية التي يقبل عليها الأساتذة أفراد العينة تنأى عن هذه النمطية، بل وتوظف الإمكانيات السمعية البصرية في تقديم برامج عالية المستوى من حيث الإخراج وكذا من حيث المضمون.

جدول رقم 69 يبرز علاقة النوع بشدة الاتجاه نحو عبارة : تتميز البرامج التلفزيونية الثقافية بالنمطية

المجموع	إناث		ذكور		النوع احتمالات الاستجابة
	%	التكرار	%	التكرار	
04	2.70	02	2.70	02	موافق بشدة
28	22.97	17	14.86	11	موافق
39	27.02	20	25.67	19	محايد
72	45.94	34	51.35	38	معارض
05	1.35	01	5.40	04	معارض بشدة
148	100	74	100	74	المجموع
3.31	3.20		3.41		شدة الاتجاه
ق=0.41					

يظهر الجدول رقم 69 علاقة متغير النوع والاتجاه نحو عبارة تتميز البرامج التلفزيونية الثقافية بالنمطية، ويظهر من خلال بياناته أن اتجاهات الذكور أقوى من اتجاهات الإناث نحو هذه العبارة، حيث بلغت شدة الاتجاه عند الذكور 3.41، بينما بلغت عند الإناث 3.20. وبلغت قيمة معامل التوافق ق=0.41 وقد يفسر ذلك باهتمام الذكور بمضمون البرامج الثقافية وتركيزهم أكثر على المحتوى، عكس الإناث اللواتي يهتمن أكثر بالجانب التقديمي والشكلي كما تبين سابقا.

جدول رقم 70 يبرز علاقة السن بشدة الاتجاه نحو عبارة تتميز البرامج التلفزيونية الثقافية بالنمطية.

المجموع	42 فما فوق		41-36		35-30		29-24		السن	احتمالات الاستجابة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
04	-	-	-	-	2.38	01	17.64	03		موافق بشدة
28	14.63	06	22.91	11	16.66	07	23.52	04		موافق
39	48.78	20	22.91	11	14.28	06	11.76	02		محايد
72	31.70	13	54.16	26	59.52	25	47.05	08		معارض
05	4.87	02	-	-	7.14	03	-	-		معارض بشدة
148	100	41	100	48	100	42	100	17		المجموع
3.31	3.26		3.31		3.52		2.88			شدة الاتجاه
ق=0.59										

يبرز الجدول رقم 70 علاقة السن بشدة الاتجاه نحو عبارة تتميز البرامج التلفزيونية الثقافية بالنمطية، ويظهر من خلال نتائجه أن هناك فروقا في شدة الاتجاه نحو هذه العبارة ترتبط بالسن، حيث بلغت شدة الاتجاه 3.52 لدى الفئة العمرية 35-30، وبلغت 3.31 لدى الفئة العمرية 41-36، و3.26 لدى الفئة العمرية 42 سنة فما فوق، بينما يميل الاتجاه إلى الحياد لدى الفئة العمرية 29-24 حيث بلغت شدته 2.88.

جدول رقم 71 خاص بالعبارة رقم: 07 البرامج التلفزيونية المعرفية وسيلة لإثراء الثقافة العامة

احتمالات الاستجابة	التكرار	%
موافق بشدة	107	72.29
موافق	39	26.35
محايد	02	1.35
معارض	—	—
معارض بشدة	—	—
المجموع	148	100
شدة الاتجاه = 4.70		

يتناول الجدول رقم 71 أعلاه اتجاهات الأساتذة نحو الوظيفة الثقافية للبرامج التلفزيونية الثقافية، من حيث كونها وسيلة لإثراء الثقافة العامة، ويتبين من خلال نتائجه أن غالبية أفراد العينة يوافقون على كونها إثراء للثقافة العامة، حيث بلغت شدة اتجاه هذه العبارة الإيجابية 4.70، وهي تميل إلى الموافقة بشدة. وتتوافق هذه النتيجة مع بيانات الجدول رقم 40 حيث أكد 69.59% بأنهم يعتمدون على البرامج التلفزيونية الثقافية كمصدر للمعلومات ووسيلة من وسائل التثقيف، وتؤكد هذا أيضا من خلال مناقشة أفراد العينة لمضامين البرامج التلفزيونية الثقافية على عدة مستويات، فهي بهذا تعتبر مصدرا ثريا للمعلومات التي توظف اجتماعيا في إطار المناقشات العلمية أو الأكاديمية.

جدول رقم 72 يبرز علاقة النوع بشدة الاتجاه نحو عبارة: البرامج التلفزيونية المعرفية وسيلة

## لإثراء الثقافة العامة.

المجموع	إناث		ذكور		النوع
	%	التكرار	%	التكرار	
107	77.02	57	67.56	50	موافق بشدة
39	22.97	17	29.72	22	موافق
02	—	—	02.70	02	محايد
—	—	—	—	—	معارض
—	—	—	—	—	معارض بشدة
148	100	74	100	74	المجموع
4.70	4.77		4.64		شدة الاتجاه
ق=0.45					

يتبين من خلال الجدول رقم 72 عدم وجود فروق في الاتجاهات نحو هذه العبارة بين النوعين، حيث بلغت شدة الاتجاه عند الإناث 4.77، وبلغت عند الذكور 4.64، وبلغت قيمة معامل التوافق ق=0.45، وهي قيمة متوسطة تدل على اتفاق الذكور والإناث حول هذه العبارة الإيجابية.

جدول رقم 73 خاص بالعبارة رقم: 08 بعض البرامج التلفزيونية الثقافية تقوم بتسييس الفعل الثقافي.

الاحتمالات الاستجابة	التكرار	%
موافق بشدة	07	04.72
موافق	85	57.43
محايد	34	22.97
معارض	19	12.83
معارض بشدة	03	02.02
المجموع	148	100
شدة الاتجاه = 2.5		

يتناول الجدول رقم 73 اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو مسألة إقحام السياسة في المواضيع الثقافية، أو بالأحرى عدم الاهتمام بالحدث الثقافي إلا إذا كانت له أبعاد سياسية. حيث يعد الهاجس السياسي هاجس معظم التلفزيونات العربية منها والأجنبية على حد سواء ويظهر ذلك من خلال الوقت الكبير الذي تخصصه للأخبار والتحليلات السياسية، والجماهيرية المتزايدة التي تتمتع بها الفضائيات المتخصصة في السياسة عن غيرها من التلفزيونات.

لا يتحول الفعل الثقافي أو الحدث الثقافي إلى مادة إخبارية جديرة بالبحث إلا إذا تيسر أو تحول إلى موضوع سياسي، ومن أمثلة ذلك البلبلة السياسية التي أحدثتها رواية حيدر حيدر "وليمة لأعشاب البحر" والتي كان الدافع من وراء احتلال الرواية صدارة البرامج التلفزيونية المتمحورة حول الفعل السياسي<sup>1</sup>. ، وأيضاً الأبعاد السياسية التي تضيف على جائزة نوبل السنوية للإبداعات الأدبية. ويتجلى من خلال بيانات الجدول أعلاه أن شدة الاتجاه بلغت 2.5، وهي نسبة تميل إلى الحياد، حيث بلغت نسبة الموافقة 57.43%، تليها نسبة الحياد 22.97%، ثم المعارضة بنسبة 12.83%، أما الموافقة بشدة فبلغت 04.72%، وبلغت المعارضة بشدة 02.02%. وتعكس نتائج الجدول ميل أفراد العينة إلى الموافقة على هذه العبارة السلبية حيث بلغت نسبة موافق

<sup>1</sup> نصر الدين العياضي، مفهوم المادة الثقافية في التلفزيون، مرجع سبق ذكره، ص51.

57.43%، وهذا يرجع إلى كون الفضائيات التلفزيونية تولى اهتماماً أكبر بالجانب السياسي على بقية الجوانب الأخرى.

جدول رقم 74 يبرز علاقة النوع بشدة الاتجاه نحو عبارة: بعض البرامج التلفزيونية الثقافية تقوم بتسييس الفعل الثقافي

المجموع	إناث		ذكور		النوع احتمالات الاستجابة
	%	التكرار	%	التكرار	
07	6.75	05	2.70	02	موافق بشدة
85	54.05	40	60.81	45	موافق
34	21.62	16	24.32	18	محايد
19	14.86	11	10.81	08	معارض
03	2.7	02	1.35	01	معارض بشدة
148	100	74	100	74	المجموع
2.5	2.52		2.47		شدة الاتجاه
ق=0.37					

يظهر من خلال الجدول رقم 74 أعلاه أن شدة الاتجاه نحو العبارة تختلف بين النوعين، إذ بلغت شدتها لدى الإناث 2.52، وهي تميل أكثر نحو القبول، بينما بلغت لدى الذكور 2.47 وهي تميل نحو الحياد. وتظهر الفروقات بين النوعين من خلال قيمة معامل التوافق التي بلغت ق=0.37، وهي قيمة ضعيفة تدل على عدم اتفاق النوعين على العبارة، وقد يرجع هذا إلى نفور غالبية الإناث من السياسة، على عكس الذكور أكثر الذين يهتمون بالجانب السياسي.

جدول 75 يبرز علاقة التخصص بشدة الاتجاه نحو عبارة: بعض البرامج التلفزيونية الثقافية تقوم بتسييس الفعل الثقافي.

المجموع	حقوق		علوم طبيعية		علوم إنسانية		التخصص
	%	ك	%	ك	%	ك	
07	08	04	—	—	06	03	موافق بشدة
85	68	34	43.75	21	60	30	موافق
34	12	06	29.16	14	28	14	محايد
19	08	04	25	12	06	03	معارض
03	04	02	2.08	01	—	—	معارض بشدة
148	100	50	100	48	100	50	المجموع
2.5	2.32		2.85		2.34		شدة الاتجاه
ق=0.74							

يتناول الجدول رقم 75 علاقة التخصص بشدة الاتجاه نحو عبارة بعض البرامج التلفزيونية الثقافية تقوم بتسييس الفعل الثقافي، ويظهر من خلال نتائجه أن الأساتذة من مختلف التخصصات يميلون إلى الحياد نحو هذه العبارة، حيث بلغت شدة الاتجاه 2.85 لدى أساتذة العلوم الطبيعية، و2.34 لدى أساتذة العلوم الإنسانية والاجتماعية، وأخيراً 2.32 لدى أساتذة الحقوق. وتدل على اتفاق الإجابات حول هذه العبارة قيمة معمل التوافق التي بلغت ق=0.74، وهي قيمة قوية نسبياً عدم اختلاف التخصصات حول هذه العبارة.

جدول رقم 76 خاص بالعبارة رقم: 14 البرامج الثقافية في التلفزيونات العربية هي تقليد للبرامج

## الثقافية في القنوات الأجنبية.

الاحتمالات الاستجابة	التكرار	%
موافق بشدة	50	33.78
موافق	86	58.10
محايد	09	6.08
معارض	03	2.02
معارض بشدة	—	—
المجموع	148	100
شدة الاتجاه = 1.76		

يتناول الجدول رقم 76 اتجاهات الأساتذة نحو العبارة رقم: 15 البرامج الثقافية في التلفزيونات العربية هي تقليد للبرامج الثقافية في القنوات الأجنبية، ويتبين من خلال نتائجه أن الاتجاهات تميل نحو موافقة هذه العبارة السلبية التي تتطرق لضعف الإنتاج العربي في المجال الثقافي، وظاهرة التقليد الكبير الذي تشهده البرامج الثقافية التي أضحت نسخة مشابهة لبرامج ثقافية في التلفزيونات الغربية، ما أفقدها خاصية التفرد والتجديد. حيث بلغت شدة الاتجاه 1.76، وهي تدل على الموافقة، وقد بلغت نسبة موافق 58.10%، وموافق بشدة 33.78%.

جدول 77 يبرز علاقة النوع بشدة الاتجاه نحو عبارة: البرامج الثقافية في التلفزيونات العربية

هي تقليد للبرامج الثقافية في القنوات الأجنبية.

المجموع	إناث		ذكور		النوع احتمالات الاستجابة
	%	التكرار	%	التكرار	
50	27.02	20	40.54	30	موافق بشدة
86	66.21	49	50	37	موافق
09	5.40	04	6.75	05	محايد
03	1.35	01	2.70	02	معارض
-	-	-	-	-	معارض بشدة
148	100	74	100	74	المجموع
1.76	1.81		1.71		شدة الاتجاه
ق=0.67					

يظهر من خلال الجدول أعلاه عدم تأثر الاتجاه نحو عبارة البرامج التلفزيونية الثقافية هي تقليد للبرامج الأجنبية بمتغير النوع، حيث بلغت شدة الاتجاه عند الإناث 1.81، و بلغت عند الذكور 1.71، كما بلغت قيمة معامل التوافق ق=0.67 وهي قيمة قوية تدل على اتفاق العينتين على كون البرامج الثقافية تقليد للبرامج الأجنبية. ويرجع هذا إلى إطلاع النوعين ذكورا وإناثا على الإنتاج الأجنبي من خلال ما بينته نتائج الجدول رقم 17 والتي أظهرت أن نسبة معتبرة من أفراد العينة يشاهدون البرامج التلفزيونية الأجنبية، هذا ما يسمح لهم بتمييز البرامج الأصيلة من تلك المقلدة.

## 2-الاتجاهات نحو جمهور البرامج التلفزيونية الثقافية

و تتمثل في العبارات رقم: 01، 10، 11

جدول رقم 78 خاص بالعبارة رقم 01: البرامج التلفزيونية الثقافية تشد اهتمامي لمتابعتها.

احتمالات الاستجابة	التكرار	%
موافق بشدة	36	24.32
موافق	111	75
محايد	1	0.67
معارض	—	—
معارض بشدة	—	—
<u>المجموع</u>	148	100
شدة الاتجاه = 4.23		

جاءت هذه العبارة كمدخل لقياس الاتجاهات، أريد منها التأكد من تفضيل الأساتذة عينة الدراسة للبرامج التلفزيونية الثقافية، بمعرفة اتجاهاتهم نحو كون هذه البرامج تشد الاهتمام لمتابعتها، وجاءت النتائج لتؤكد هذا التفضيل حيث بلغت شدة الاتجاه 4.23 وهي تميل إلى الموافقة بشدة لهذه العبارة، كما بلغت نسبة الموافقة 75%، بينما جاءت نسبة المعارضة صفراً. وتؤكد بيانات الجدول نتائج الجدول رقم 13 المتعلقة بالإقبال على مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية.

جدول 79 يبرز علاقة النوع بشدة الاتجاه نحو عبارة البرامج التلفزيونية الثقافية تشد اهتمامي

لمتابعتها.

المجموع	إناث		ذكور		النوع احتمالات الاستجابة
	%	التكرار	%	التكرار	
36	25.67	19	22.97	17	موافق بشدة
111	74.32	55	75.67	56	موافق
1	—	—	1.35	1	محايد
—	—	—	—	—	معارض
—	—	—	—	—	معارض بشدة
148	100	74	100	74	<u>المجموع</u>
4.23	3.74		4.21		شدة الاتجاه
<p>ك<sup>2</sup> المحسوبة = 3 عند أربع درجات حرية ك<sup>2</sup> الجدولية = 9.48 النتيجة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع والاتجاه نحو عبارة البرامج التلفزيونية الثقافية تشد اهتمامي لمتابعتها.</p>					

يظهر من خلال الجدول أعلاه عدم تأثر الاتجاه نحو هذه العبارة الإيجابية بالنوع، حيث بلغت شدة الاتجاه عند الذكور 4.21، وبلغت عند الإناث 3.74، و بتطبيق اختبار ك<sup>2</sup> على بيانات الجدول بلغت قيمة ك<sup>2</sup> المحسوبة 3، وهي أقل من القيمة الجدولية 9.48 المنبئة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند أربع درجات حرية، وهذا يؤكد عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع والاتجاه نحو عبارة البرامج التلفزيونية الثقافية تشد اهتمامي لمتابعتها.

جدول رقم 80 خاص بالعبارة رقم: 10 البرامج التلفزيونية الفكرية نخوية

احتمالات الاستجابة	التكرار	%
موافق بشدة	16	10.81
موافق	43	29.05
محايد	25	16.89
معارض	53	35.81
معارض بشدة	11	7.43
المجموع	148	100
شدة الاتجاه = 03		

يتناول الجدول أعلاه اتجاهات الأساتذة عينة الدراسة نحو كون البرامج التلفزيونية الثقافية الفكرية نخبوية، وبلغت شدة الاتجاه نحو هذه العبارة الإيجابية 03 وهي تدل على الحياد، حيث توزعت إجابات الباحثين على درجات المقياس، فبلغت نسبة المعارضة لهذه العبارة 35.81%، وبلغت نسبة الموافقة 29.05%، تليها نسبة الحياد والتي بلغت 16.89%، وبلغت الموافقة بشدة 10.81%، مقابل المعارضة بشدة والتي بلغت 7.43%. وهي نسب تؤكد أن الأساتذة أفراد العينة يرون أن البرامج التلفزيونية الثقافية نخبوية من منطلق أنها برامج تقدم من خلال وسيلة إعلامية جماهيرية، وهي نتيجة تتوافق مع نتائج دراسة سهير جاد حول البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي في كون البرامج التلفزيونية الثقافية تقدم للجماهير كافة وليس من أجل الصفوة وحدهم<sup>1</sup>.

جدول رقم 81 يبرز علاقة النوع بشدة الاتجاه نحو عبارة: البرامج التلفزيونية الفكرية نخبوية.

<sup>1</sup> سهير جاد، البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي، مرجع سبق ذكره، ص 95.

المجموع	إناث		ذكور		النوع احتمالات الاستجابة
	%	التكرار	%	التكرار	
16	10.81	08	10.81	08	موافق بشدة
43	24.32	18	33.78	25	موافق
25	16.21	12	17.56	13	محايد
53	39.18	29	32.43	24	معارض
11	9.45	07	5.40	04	معارض بشدة
148	100	74	100	74	المجموع
03	2.87		3.12		شدة الاتجاه
					ق = 0.47

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن اتجاهات الذكور أقوى من اتجاهات الإناث نحو كون البرامج التلفزيونية الثقافية نخبوية، حيث بلغت شدة الاتجاه عند الذكور 3.12 وهي تميل إلى الموافقة، في حين بلغت الشدة لدى الإناث 2.87، وهي تميل إلى الحياد. وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.47، وهي نسبة ضعيفة تدل على عدم الاتفاق حول هذه العبارة. وقد يرجع هذا إلى اهتمام الذكور بالجانب التثقيفي الانتقائي أكثر من الإناث اللواتي فضلن التزام الحياد حيال هذه العبارة.

جدول رقم 82 يبرز علاقة التخصص بشدة الاتجاه نحو عبارة البرامج التلفزيونية الفكرية

نخبوية.

المجموع ع	حقوق		علوم طبيعية		علوم إنسانية		التخصص احتمالات الاستجابة
	%	ك	%	ك	%	ك	
16	08	04	8.33	04	16	08	موافق بشدة
43	50	25	14.58	07	22	11	موافق
25	08	04	12.5	06	30	15	محايد
53	30	15	54.16	26	24	12	معارض
11	04	02	10.41	05	08	04	معارض بشدة
148	100	50	100	48	100	50	المجموع
03	3.28		2.56		3.14		شدة الاتجاه
ق=0.84							

يتبين من خلال الجدول رقم 82 أعلاه التخصصات العلمية لا تختلف كثيرا حول عبارة البرامج التلفزيونية الثقافية نخبوية، حيث بلغت شدة الاتجاه 3.28 لدى أساتذة كلية الحقوق، بينما بلغت 3.14 لدى أساتذة كلية العلوم الإنسانية، وبلغت 2.56 لدى أساتذة كلية العلوم الطبيعية. وبلغت قيمة معامل التوافق 0.84، وهي قيمة مرتفعة تدل على اتفاق التخصصات العلمية حول هذه العبارة، حيث توافق كل التخصصات العلمية على كون البرامج الثقافية نخبوية من منطلق قناعتهم بقلة الإقبال الجماهيري عليها لما تتميز به من خصائص تثقيفية نخبوية.

جدول رقم 83 خاص بالعبارة رقم: 11 البرامج التلفزيونية الثقافية أداة من أدوات الديمقراطية

## الثقافية

الاحتمالات الاستجابة	التكرار	%
موافق بشدة	70	47.29
موافق	51	34.45
محايد	24	16.21
معارض	03	2.02
معارض بشدة	-	-
المجموع	148	100
شدة الاتجاه = 4.27		

يوضح الجدول رقم 83 أعلاه اتجاهات الأساتذة أفراد العينة نحو عبارة البرامج التلفزيونية الثقافية أداة من أدوات الديمقراطية الثقافية، تأتي هذه العبارة لمعرفة تقديرات الجمهور لأهمية البرامج الثقافية في التلفزيون كأداة لدمقرطة الثقافة وكسر نخبويتها من خلال مادة ثقافية جيدة لجمهور عريض.

وبلغت شدة الاتجاه نحو هذه العبارة الإيجابية 4.27 وهي تميل إلى الموافقة بشدة، حيث بلغت نسبة الموافقة بشدة 47.29%، ونسبة الموافقة 34.45%، بينما بلغت نسبة الحياد 16.21%، ونسبة المعارضة 2.02%، ولا نسبة تذكر للمعارضة بشدة. وتعكس هذه النسب أهمية البرامج التلفزيونية الثقافية كمصدر للمعلومات الثقافية، وتتماشى مع ما جاء في بيانات الجدول رقم 40 في اعتماد عينة الدراسة للبرامج الثقافية كمصدر للمعلومات.

جدول رقم 84 يبرز علاقة النوع بشدة الاتجاه نحو عبارة البرامج التلفزيونية الثقافية أداة من أدوات الديمقراطية الثقافية.

المجموع	إناث		ذكور		النوع
	%	التكرار	%	التكرار	
70	52.7	39	41.89	31	موافق بشدة
51	29.72	22	39.18	29	موافق
24	14.86	11	17.56	13	محايد
03	2.7	02	1.35	01	معارض
—	—	—	—	—	معارض بشدة
148	100	74	100	74	المجموع
4.27	4.32		4.21		شدة الاتجاه
ق=0.53					

يتبين من خلال الجدول رقم 84 أعلاه أن اتجاهات النوعين نحو كون البرامج التلفزيونية الثقافية أداة من أدوات ديمقراطية الثقافة لا تختلف كثيراً، حيث بلغت شدة الاتجاه عند الإناث 4.32، وبلغت شدته عند الذكور 4.21، كما جاءت قيمة معامل التوافق متوسطة تدل على الاتفاق النسبي بين النوعين.

4- الاتجاهات نحو برمجة البرامج التلفزيونية الثقافية

و تتمثل في العبارات 09، 12.

جدول رقم 85 خاص بالعبارة رقم: 09 تحتل البرامج الثقافية الفنية صدارة البرامج التلفزيونية.

الاحتمالات الاستجابة	التكرار	%
موافق بشدة	32	21.62
موافق	66	44.59
محايد	06	4.05
معارض	39	26.35
معارض بشدة	05	3.37
المجموع	148	100
شدة الاتجاه = 2.45		

تأتي هذه العبارة لمعرفة اتجاهات الأساتذة نحو ظاهرة تزايد وطغيان البرامج التلفزيونية ذات الطابع الفني التسلوي المنوع، على حساب البرامج الثقافية الجادة، حيث تخصص 119 قناة للمنوعات، بإمكانيات إنتاجية ضخمة، بينما لا يتعدى عدد القنوات الثقافية بضع قنوات<sup>1</sup>.

ويتبين من خلال أرقام الجدول أن اتجاهات الأساتذة نحو هذه العبارة السلبية تميل إلى الموافقة، حيث بلغت شدة الاتجاه 2.45، وبلغت نسبة موافق 44.59%، ونسبة موافق بشدة 21.62%، وبلغت نسبة المعارضة 26.35%، وبلغت نسبة الحياد 4.05%.

<sup>1</sup> نصر الدين العياضي، برامج المنوعات التلفزيونية: هل تؤدي محاولة الخروج من التماثل إلى الامتثال، مرجع سبق ذكره،

جدول رقم 86 خاص بالعبارة رقم: 12 بث البرامج التلفزيونية الثقافية في ساعات متأخرة من الإرسال دليل على تهميشها

احتمالات الاستجابة	التكرار	%
موافق بشدة	57	38.51
موافق	77	52.02
محايد	10	6.75
معارض	03	2.02
معارض بشدة	01	0.67
المجموع	148	100
شدة الاتجاه = 1.74		

إن منزلة البرامج الثقافية في التلفزيون لا تتحدد بالحجم الزمني المخصص لهذه البرامج فحسب، بل إن موعد بث البرنامج في حد ذاته له ثقل في نجاح البرنامج على المستوى الجماهيري، حيث صرح عديد الباحثين أن مسألة برمجة البرامج الثقافية سبب رئيس في عدم التمكن من مشاهدة هذه البرامج.

وتأتي هذه العبارة لمعرفة اتجاهات الأساتذة نحو كون بث البرامج الثقافية في ساعات متأخرة دليل على تهميشها، وبلغت شدة الاتجاه نحو هذه العبارة السالبة 1.74، وهي تميل إلى الموافقة، حيث بلغت نسبة موافق 52.02%، ونسبة موافق بشدة 38.51%، وهو ما يدل على أن أفراد العينة موافقون على أن البرامج الثقافية في التلفزيون تعاني التهميش من خلال أوقات البث الميئة.

جدول رقم 87 يبرز علاقة النوع بشدة الاتجاه نحو عبارة بث البرامج التلفزيونية الثقافية في ساعات متأخرة من الإرسال دليل على تهميشها.

المجموع	إناث		ذكور		النوع احتمالات الاستجابة
	%	التكرار	%	التكرار	
57	37.83	28	39.18	29	موافق بشدة
77	52.70	39	51.35	38	موافق
10	5.40	04	8.10	06	محايد
03	4.05	03	-	-	معارض
01	-	-	1.35	01	معارض بشدة
148	100	74	100	74	المجموع
1.74	1.75		1.72		شدة الاتجاه

ك<sup>2</sup> المحسوبة = 8 عند أربع درجات حرية ك<sup>2</sup> الجدولية = 9.48

النتيجة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع والاتجاه نحو بث البرامج التلفزيونية الثقافية في ساعات متأخرة من الإرسال دليل على تهميشها.

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن الاتجاه نحو كون بث البرامج التلفزيونية في أوقات ممتدة دليل على التهميش لا يختلف بين النوعين، حيث بلغت شدته عند الإناث 1.75، وبلغت عند الذكور 1.72، ويتأكد عدم الاختلاف من خلال تطبيق اختبار دلالة الفروق ك<sup>2</sup> والذي بلغت نسبته 8، وهي أقل من القيمة الجدولية 9.48 المنبئة بوجود فروق ذات دلالة معنوية عند أربع درجات حرية، وبهذا نستنتج عدم وجود فروق دالة إحصائية تعزى لمتغير النوع نحو في الاتجاه نحو هذه العبارة.

# استنتاجات الدراسة

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

استهدفت هذه الدراسة البحث في علاقة الإعلام بالثقافة، وحاولت سبر غور البرامج التلفزيونية الثقافية بالبحث في خصوصيتها، ومحاولة التعرف على عادات وأنماط التعرض لها من طرف النخبة الجامعية - أساتذة جامعة سطيف- واتجاهاتهم نحو هذا النوع من البرامج. ومن خلال شقي الدراسة - النظري والميداني- توصلنا إلى مجموعة من النتائج يمكن حصر أهمها في النقاط الآتي ذكرها:

1- يصعب تحديد تعريف إجرائي مانع لمفهوم البرامج التلفزيونية الثقافية لسعة مفهوم الثقافة في حد ذاته وارتباطه بالمعاني التي تُضفي عليه، كما يصعب وضع حدود فاصلة بين البرامج الثقافية وغيرها من البرامج لا يشارك معظم البرامج على تعددها وتنوعها في جوانب متداخلة قاسمها الثقافة.

2- تطرح علاقة التلفزيون بالثقافة إشكاليات متعددة الأوجه من حيث التوازن بين الوظائف التي يقوم بها التلفزيون كوسيلة إعلامية من إخبار وتثقيف وتسليية من جهة، ومن حيث الجمهور الموجه إليه والذي يمارس سلطة تُحل بنظام هذه الوظائف وتعطي الهيمنة للتسليية على حساب الوظائف الأخرى.

3- مشاهدة التلفزيون والبرامج التلفزيونية ظاهرة اتصالية وعادة اجتماعية راسخة لدى الأساتذة الجامعيين، حيث أن كل أفراد العينة يقبلون على مشاهدة البرامج التلفزيونية المختلفة، بين 62.8% بصفة أحيانا، و37.2% بصفة دائما، كما أن مشاهدة البرامج التلفزيونية لا تتأثر بمتغيرات النوع، أو السن، أو التخصص العلمي، إذ لم تسجل أية فروقات ذات دلالة إحصائية تعزى لهذه المتغيرات ومشاهدة التلفزيون، مع ضرورة التنويه إلى وجود فوارق طفيفة غير دالة إحصائيا بين التخصصات العلمية، حيث يقبل أساتذة العلوم الاجتماعية والإنسانية أكثر من غيرهم على برامج التلفزيون، كما أن الفئات العمرية الأكثر من 42 سنة تشاهده بنسب أقل من غيرها من الفئات العمرية.

4- تأتي القنوات العربية في المرتبة الأولى من حيث التفضيل لدى أفراد العينة تليها القنوات الأجنبية وأخيرا قنوات التلفزيون الجزائري. وتعكس هذه النتيجة التحول الكبير في بنية المشاهدة لدى المشاهد العربي - والنخبوي منه على وجه الخصوص- الذي كان إلى وقت قريب يفضل القنوات الأجنبية على القنوات العربية. والإقبال المتزايد على القنوات العربية والقنوات الأجنبية على حد سواء هو نتيجة لتطور القنوات التلفزيونية على المستويين الكمي والنوعي بظهور قنوات رائدة في سماء

الإعلام السمعي البصري العربي، كما أنه دليل على أن القنوات التلفزيونية العربية تحقق إشباعات معرفية ووجدانية لجمهور المشاهدين من خلال القنوات المتعددة - العامة والموضوعاتية - .

وقد سجلت فروق دالة إحصائية تعزى لمتغيرات النوع والسن، إذ تأتي القنوات العربية في المرتبة الأولى من حيث تفضيل المشاهدة لدى فئة الأستاذات الإناث، فيما تأتي القنوات الأجنبية في المرتبة الأولى لدى الأساتذة الذكور، كما يرتبط تفضيل القنوات بالسن، حيث يزيد الإقبال على مشاهدة القنوات التلفزيونية الأجنبية طردياً بالتقدم في السن، ويقبل الأساتذة من الفئة العمرية بين ستة وثلاثين سنة وواحد وأربعين سنة، والفئة العمرية اثنين وأربعين سنة فما فوق، أكثر من غيرهم على مشاهدة القنوات الأجنبية.

5- يفضل أغلب أفراد العينة البرامج التلفزيونية الثقافية، حيث جاءت هذه البرامج في المرتبة الأولى من حيث التفضيل بنسبة 21.72%، تليها البرامج الدينية بنسبة 16.9%، ثم السياسية بنسبة 14.5%. ويقبل على مشاهدتها كافة أفراد العينة بنسبة 100%، تتراوح بين المشاهدة الدائمة بنسبة 43.91%، والمشاهدة بصفة أحياناً بنسبة 56.08%، كما لم تسجل أية فروق دالة إحصائية بين الإجابات تعزى للمتغيرات الثلاثة المعتمدة النوع والسن والتخصص.

6- يرتفع معدل الإقبال على مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية في الفترة الممتدة بين الثامنة ليلاً ومنتصف الليل، تليها الفترة الممتدة بين الرابعة مساءً والثامنة ليلاً، ولم تسجل فروق ذات دلالة إحصائية ترتبط بمتغيرات النوع والسن وفترة المشاهدة.

7- بلغ المتوسط الحسابي للحجم الساعي المخصص يومياً لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ساعة و93 د، أي ما يقارب ساعتين، مع تسجيل تأثير الحجم الساعي المخصص لمشاهدة البرامج التلفزيونية بالسن، حيث كلما زاد السن قلت فترة مشاهدة البرامج.

8- يفضل 60.81% من أفراد العينة مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية بشكل منفرد، وهذا سلوك اتصالي تكاد تنعدم به هذه البرامج دون غيرها لطبيعتها التثقيفية الجادة التي تملي مشاهدتها بشكل انفرادي بعيداً عن الجو العائلي المصاحب للبرامج الترفيهية أو الاجتماعية. لكن هذه المشاهدة الفردية لم تمنع أفراد العينة من مناقشة مضامين البرامج المشاهدة، حيث أن نسبة 93.24% تناقش هذه المضامين، على عدة أصعدة: على المستوى الاجتماعي مع الأصدقاء بنسبة 35.90%، وعلى مستوى مكان العمل مع الزملاء بنسبة 28.2%، وعلى المستوى العائلي مع

أفراد العائلة بنسبة 23.93%، وأيضا على مستوى الأقسام الدراسية إذ يناقش 31 أستاذا المضامين الإعلامية مع الطلبة، ما يمثل 11.97%.

8- تبين من خلال الدراسة أن دوافع التعرض للبرامج التلفزيونية الثقافية عديدة، يأتي في مقدمتها متابعة الأحداث الثقافية بنسبة 30.08%، يليها كون هذه البرامج تتفق وميولات الأساتذة ورغبتهم بنسبة 20.33%.

9- يعتمد جل أفراد العينة على البرامج التلفزيونية كمصدر للمعلومات كثيرا بنسبة 28.37% وقليلًا بنسبة 69.59%.

وفي مبحث اتجاهات الأساتذة نحو البرامج التلفزيونية الثقافية توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

● نحو الشكل الذي تقدم به البرامج التلفزيونية الثقافية:

1- عبارة توظف البرامج التلفزيونية الثقافية اللغة الثقافية السمعية البصرية: دلت النتائج أن إجابات أفراد العينة تتجه إلى الموافقة حيث بلغت شدة الاتجاه 3.95، وهي نسبة تدل على رضا أفراد العينة عن اللغة الإعلامية التي تقدم بها البرامج التلفزيونية الثقافية. حيث بلغت نسبة المعارضة 4.72% ولم يجب أحد من أفراد العينة بأنه يعارض بشدة هذه العبارة.

2- عبارة أنسب لغة للبرامج التلفزيونية الثقافية هي اللغة الفصحى: تبين من خلال النتائج أن اتجاه المبحوثين إيجابي نحو هذه العبارة، حيث بلغت شدة الاتجاه 3.85، ما يدل على أن أفراد العينة يوافقون على أن أنسب لغة للبرامج التلفزيونية الثقافية هي اللغة الفصحى.

3- عبارة الفيلم الوثائقي أنسب القوالب للبرامج المعرفية: أكدت النتائج ميل الأساتذة نحو الموافقة على كون هذا الشكل التلفزيوني هو الأنسب للمادة الثقافية، حيث بلغت شدة الاتجاه 3.60 بنسبة موافقة 64.18%.

4- عبارة البرامج التلفزيونية الثقافية استعراضية أكثر منها تثقيفية: أظهرت النتائج أن شدة الاتجاه تميل نحو معارضة هذه العبارة السلبية، حيث حازت درجة معارض أعلى نسبة بلغت 39.18%، تلتها درجة الحياد بنسبة 26.35%، ثم درجة الموافقة بنسبة 20.9%. وبلغت شدة الاتجاه 3.15، وهي تميل إلى عدم قبول هذه العبارة.

5- عبارة مقدمو البرامج التلفزيونية الثقافية متميزون في أدائهم: وقد بلغت شدة الاتجاه في هذه العبارة الإيجابية 3.5، وهو ما يدل على موافقة الأساتذة أفراد العينة على العبارة.

6- عبارة القنوات التلفزيونية المتخصصة أكثر ملاءمة للبرامج الثقافية: بلغت شدة الاتجاه نحو هذه العبارة الإيجابية 4.22، وهي تميل نحو الموافقة بشدة، حيث بلغت نسبة الموافقة بشدة 54.05%، وبلغت نسبة الموافقة 28.37%.

• نحو محتوى البرامج التلفزيونية الثقافية:

1- عبارة تتميز البرامج التلفزيونية الثقافية بالنمطية: بلغت شدة الاتجاه نحو هذه العبارة السلبية 3.31 وهي تميل نحو المعارضة، حيث بلغت نسبة المعارضة 48.64%، مقابل 18.91% للموافقة، بينما بلغت نسبة الحياد 26.35%.

2- عبارة البرامج التلفزيونية المعرفية وسيلة لإثراء الثقافة العامة: وتبين من خلال النتائج أن أفراد العينة يوافقون على كونها إثراء للثقافة العامة، حيث بلغت شدة اتجاه هذه العبارة الإيجابية 4.70، وهي تميل إلى الموافقة بشدة.

3- عبارة بعض البرامج التلفزيونية الثقافية تقوم بتسييس الفعل الثقافي: ويتجلى من خلال النتائج أن شدة الاتجاه بلغت 2.5، وهي نسبة تميل إلى الحياد، حيث بلغت نسبة الموافقة 57.43%، تليها نسبة الحياد 22.97%، ثم المعارضة بنسبة 12.83%، أما الموافقة بشدة فبلغت 04.72%، وبلغت المعارضة بشدة 02.02%. وتعكس النتائج ميل أفراد العينة إلى الموافقة على هذه العبارة السلبية حيث بلغت نسبة موافق 57.43%.

4- عبارة البرامج الثقافية في التلفزيونات العربية هي تقليد للبرامج الثقافية في القنوات الأجنبية: بلغت شدة الاتجاه 1.76، وهي تدل على الموافقة، وقد بلغت نسبة موافق 58.10%، وموافق بشدة 33.78%.

• نحو جمهور البرامج التلفزيونية الثقافية

1-عبارة البرامج التلفزيونية الثقافية تشد اهتمامي لمتابعتها: بلغت شدة الاتجاه 4.23 وهي تميل إلى الموافقة بشدة لهذه العبارة، كما بلغت نسبة الموافقة 75%، بينما جاءت نسبة المعارضة صفراً.

2-عبارة البرامج التلفزيونية الفكرية نخبوية: بلغت شدة الاتجاه نحو هذه العبارة الإيجابية 03 وهي تدل على الحياد، حيث توزعت إجابات المبحوثين على درجات المقياس، فبلغت نسبة المعارضة لهذه العبارة 35.81%، وبلغت نسبة الموافقة 29.05%، تليها نسبة الحياد والتي بلغت 16.89%، وبلغت الموافقة بشدة 10.81%، مقابل المعارضة بشدة والتي بلغت 7.43%.

3-عبارة البرامج التلفزيونية الثقافية أداة من أدوات الديمقراطية الثقافية: وبلغت شدة الاتجاه نحو هذه العبارة الإيجابية 4.27 وهي تميل إلى الموافقة بشدة، حيث بلغت نسبة الموافقة بشدة 47.29%، ونسبة الموافقة 34.45%، بينما بلغت نسبة الحياد 16.21%، ونسبة المعارضة 2.02%، ولا نسبة تذكر للمعارضة بشدة.

• نحو برجة البرامج التلفزيونية الثقافية:

4-عبارة تحتل البرامج الثقافية الفنية صدارة البرامج التلفزيونية: تبين من خلال النتائج أن اتجاهات الأساتذة نحو هذه العبارة السلبية تميل إلى الموافقة، حيث بلغت شدة الاتجاه 2.45 وبلغت نسبة موافق 44.59%، ونسبة موافق بشدة 21.62%، وبلغت نسبة المعارضة 26.35%، بلغت نسبة الحياد 4.05%.

5-عبارة بث البرامج التلفزيونية الثقافية في ساعات متأخرة من الإرسال دليل على تهميشها: بلغت شدة الاتجاه نحو هذه العبارة السالبة 1.74، وهي تميل إلى الموافقة، حيث بلغت نسبة موافق 52.02%، ونسبة موافق بشدة 38.51%.

# خاتمة

جامعة الأمير عبد القادر العظم الإسلامي

يعد الإعلام الثقافي ميدانا بحثيا بكرا لم يستوف حقه من الدراسات العلمية والأكاديمية، وإن سجلت بعض المحاولات والدراسات على المستوى العربي والعالمي، فهي في الجزائر تكاد تكون منعدمة.

وعلى هذا الأساس جاءت هذه الدراسة لتلقي الضوء على زاوية ضيقة من موضوع واسع متشعب يطرح إشكالات عدة على مستويات متعددة بدء بالعلاقة بين التلفزيون والثقافة، بين وسيلة جماهيرية ومجال واسع فضفاض يصعب تحديده إجرائيا، من جهة، وبين الجمهور المتلقي للمضامين الثقافية عبر التلفزيون من جهة أخرى.

ونظرا للأهمية التي تكتسيها دراسة جمهور البرامج التلفزيونية الثقافية ومعرفة حاجاته واتجاهاته وأفضل السبل للوصول إليه في سبيل تطوير هذه البرامج، تناولت الدراسة شريحة من شرائح هذا الجمهور ممثلة في الأساتذة الجامعيين من جامعة سطيف في محاولة لدراسة عادات وأنماط مشاهدتهم لهذه البرامج التلفزيونية الثقافية، والاتجاهات التي تكونت لديهم من خلال مشاهدتها.

وقد أثبتت الدراسة أن أساتذة وأستاذات جامعة سطيف يقبلون على مشاهدة القنوات التلفزيونية العربية والأجنبية، كما يقبلون على مشاهدة البرامج الثقافية بشكل واسع مقابل باقي الأنواع البرمجية. مما خلق لديهم عادات معينة في التعرض والتفضيل، حيث سجلت الدراسة مبدأ التعرض الفردي لدى غالبية أفراد العينة لمثل هذه البرامج، وهو سلوك اتصالي تكاد تنفرد به هذه البرامج دون غيرها لطبيعتها التثقيفية الجادة.

كما تبين أن دوافع التعرض لهذه البرامج متعددة، يأتي في مقدمتها متابعة الأحداث الثقافية، ولأن هذه البرامج تتفق وميول ورغبات هذه الشريحة من الجمهور.

هذا، وقد تمت دراسة وتحليل النتائج والبيانات المستخلصة في ضوء ثلاث متغيرات مفصلية تمثلت في السن، والنوع، والتخصص العلمي، نظرا للدور الهام الذي تلعبه هذه المتغيرات في كافة العمليات الاجتماعية.

وأخيراً تعد هذه الدراسة جهداً فكرياً إنسانياً لا يكاد يخلو من نقص على حد قول العماد الأصفهاني: إني رأيت أنه لا يكتب إنسان كتاباً في يومه، إلا قال في غده لو غير هذا لكان أحسن، ولو زيد كذا لكان يُستحسن، ولو قُدِّم هذا لكان أفضل، ولو تُرك هذا لكان أجمل؛ وهذا من أعظم العبر، وهو دليل على استيلاء النقص على جملة البشر.

والله المستعان وهو قصد السبيل.

## فهرس الأشكال البيانية

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
100	توزيع العينة حسب الكليات	01
100	توزيع العينة حسب الأقسام	02
101	توزيع العينة حسب النوع	03
101	توزيع العينة حسب السن	04
103	توزيع العينة حسب الرتبة	05
107	توزيع العينة حسب صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية	06
109	توزيع العينة حسب صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية ومتغير النوع	07
110	توزيع العينة حسب صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية ومتغير السن	08
112	توزيع العينة حسب مشاهدة البرامج التلفزيونية ومتغير التخصص	09
113	توزيع العينة حسب القنوات المفضلة للمشاهدة.	10
115	توزيع العينة حسب القنوات المفضلة للمشاهدة ومتغير النوع	11
117	توزيع العينة حسب القنوات المفضلة للمشاهدة ومتغير السن.	12
119	توزيع العينة حسب القنوات المفضلة للمشاهدة ومتغير التخصص	13
121	ترتيب البرامج التلفزيونية حسب أفضلية المشاهدة	14
123	توزيع العينة حسب مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية.	15
124	توزيع العينة حسب مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير النوع.	16
126	توزيع العينة حسب مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير السن	17
127	توزيع العينة حسب مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير التخصص	18
129	توزيع العينة حسب مصدر البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة	19
131	توزيع العينة حسب مصدر البرامج الثقافية المشاهدة ومتغير النوع.	20
132	توزيع العينة حسب مصدر البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير السن	21
134	توزيع العينة حسب مصدر البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير التخصص	22

136	توزيع العينة حسب الفترات المفضلة لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية	23
138	الفترات المفضلة لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير النوع	24
142	الحجم الساعي اليومي المخصص لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية	25
147	تجربة مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية	26
152	مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة	27
154	مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة حسب متغير السن	28
156	مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة حسب متغير التخصص	29
157	معية مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة	30
163	دوافع تفضيل البرامج التلفزيونية الثقافية	31
166	دوافع تفضيل البرامج التلفزيونية الثقافية حسب متغير النوع	32
168	اعتماد البرامج التلفزيونية الثقافية كمصدر للمعلومات	33
172	اقتراحات لتوسيع قاعدة مشاهدي البرامج التلفزيونية الثقافية	34

## فهرس جداول الدراسة الميدانية

رقم صفحة الجدول	عنوان الجدول	رقم الجدول
100	توزيع أفراد العينة تبعا للكليات والأقسام.	01
101	توزيع أفراد العينة تبعا لمتغيري النوع والسن.	02
102	توزيع أفراد العينة حسب متغير الرتبة.	03
107	توزيع عينة الدراسة حسب صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية.	04
108	صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية ومتغير النوع.	05
110	صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية ومتغير السن.	06
111	صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية ومتغير التخصص العلمي.	07
113	القنوات المفضلة للمشاهدة لدى عينة الدراسة .	08
115	القنوات المفضلة ومتغير النوع.	09
116	القنوات المفضلة ومتغير السن.	10
119	القنوات المفضلة ومتغير التخصص.	11
121	ترتيب البرامج التلفزيونية حسب أفضلية المشاهدة.	12
123	صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية.	13
124	صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير النوع.	14
125	صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير السن.	15
127	صفة مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير التخصص.	16
129	مصدر البرامج التلفزيونية المشاهدة.	17
130	مصدر البرامج التلفزيونية المشاهدة ومتغير النوع.	18
132	مصدر البرامج التلفزيونية المشاهدة ومتغير السن.	19
134	مصدر البرامج التلفزيونية المشاهدة ومتغير التخصص.	20
136	الفترات المفضلة لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية.	21
138	الفترات المفضلة لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير النوع.	22
140	الفترات المفضلة لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ومتغير السن.	23

141	الحجم الساعي المخصص لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية في اليوم.	24
143	الحجم الساعي المخصص ومتغير النوع.	25
145	الحجم الساعي المخصص ومتغير السن.	26
147	تجربة مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية.	27
148	تجربة المشاهدة ومتغير النوع.	28
150	أحسن البرامج التلفزيونية الثقافية المشاهدة.	29
151	مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية.	30
153	مناقشة المضامين ومتغير النوع.	31
154	مناقشة المضامين ومتغير السن.	32
155	مناقشة المضامين ومتغير التخصص.	33
157	معية مناقشة مضامين البرامج التلفزيونية الثقافية.	34
158	معية المناقشة ومتغير النوع.	35
159	معية المناقشة ومتغير السن.	36
161	معية المناقشة ومتغير التخصص.	37
163	دوافع تفضيل البرامج التلفزيونية الثقافية.	38
165	دوافع التفضيل ومتغير النوع.	39
167	اعتماد البرامج التلفزيونية الثقافية كمصدر للمعلومات.	40
169	اعتماد البرامج ومتغير النوع.	41
170	اعتماد البرامج ومتغير التخصص.	42
171	أسباب عدم اعتماد البرامج كمصدر للمعلومات.	43
172	كيف يمكن للبرامج التلفزيونية الثقافية اكتساب قاعدة كبيرة من المشاهدين.	44
174	الاقتراحات المقدمة ومتغير النوع.	45
178	عبارة توظف البرامج الثقافية السمعية البصرية.	46
179	العبارة وعلاقتها بمتغير النوع	47
180	العبارة وعلاقتها بمتغير السن.	48
181	العبارة وعلاقتها بمتغير التخصص.	49

182	عبارة أنسب لغة للبرامج الثقافية هي اللغة الفصحى.	50
183	العبارة وعلاقتها بمتغير النوع.	51
184	العبارة وعلاقتها بمتغير السن.	52
185	. العبارة وعلاقتها بمتغير التخصص	53
186	عبارة الفيلم الوثائقي أنسب القوالب للبرامج المعرفية	54
187	العبارة وعلاقتها بمتغير النوع.	55
188	العبارة وعلاقتها بمتغير السن.	56
189	العبارة وعلاقتها بمتغير التخصص.	57
190	عبارة البرامج التلفزيونية الثقافية استعراضية أكثر منها تثقيفية.	58
191	العبارة وعلاقتها بمتغير النوع.	59
192	العبارة وعلاقتها بمتغير السن.	60
193	العبارة وعلاقتها بمتغير التخصص.	61
194	عبارة مقدمو البرامج التلفزيونية الثقافية متميزون في أدائهم.	62
195	العبارة وعلاقتها بمتغير النوع.	63
196	العبارة وعلاقتها بمتغير السن.	64
197	العبارة وعلاقتها بمتغير التخصص.	65
198	القنوات التلفزيونية المتخصصة أكثر ملاءمة للبرامج الثقافية.	66
199	العبارة وعلاقتها بمتغير النوع.	67
200	عبارة تتميز البرامج التلفزيونية الثقافية بالتمطية.	68
201	العبارة وعلاقتها بمتغير النوع.	69
202	العبارة وعلاقتها بمتغير السن.	70
203	عبارة البرامج التلفزيونية المعرفية وسيلة لإثراء الثقافة العامة.	71
204	العبارة وعلاقتها بمتغير النوع.	72
205	عبارة بعض البرامج الثقافية تقوم بتسييس الفعل الثقافي.	73
206	العبارة وعلاقتها بمتغير النوع.	74
207	العبارة وعلاقتها بمتغير التخصص.	75
208	عبارة البرامج الثقافية في التلفزيونات العربية هي تقليد للبرامج الثقافية	76

	في القنوات الأجنبية.	
209	العبارة وعلاقتها بمتغير النوع.	77
210	عبارة البرامج الثقافية تشد اهتمامي لمتابعتها.	78
211	العبارة وعلاقتها بمتغير النوع.	79
212	عبارة البرامج التلفزيونية الفكرية نخبوية.	80
213	العبارة وعلاقتها بمتغير النوع.	81
214	العبارة وعلاقتها بمتغير التخصص.	82
215	عبارة البرامج الثقافية أداة من أدوات الديمقراطية الثقافية.	83
216	العبارة وعلاقتها بمتغير النوع.	84
217	تحتل البرامج الفنية صدارة البرامج التلفزيونية.	85
218	عبارة بث البرامج في ساعات متأخرة من الإرسال دليل على تتميشها.	86
219	العبارة وعلاقتها بمتغير النوع.	87

# قائمة مصادر ومراجع الدراسة

جامعة الأمير  
علاء الدين  
القائد للعلوم  
الإسلامية

آ القرآن الكريم.

الكتب:

- 1- أبو جادو (صالح محمد علي): سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، ط2، عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2000.
- 2- أ.لارامي، ب.فالي، البحث في الاتصال عناصر منهجية، ترجمة ميلود سفاري وآخرون، قسنطينة، الجزائر: مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، 2004.
- 3- الحديثي (مؤيد عبد الجبار): العولمة الإعلامية، ط1، الأردن: الأهلية للنشر والتوزيع، 2002.
- 4- العياضي (نصر الدين): التلفزيون دراسات وتجارب، الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر، 1998.
- 5- العيفة (جمال): الثقافة الجماهيرية عندما تخضع الثقافة لقوى السوق، عنابة: منشورات جامعة باجي مختار، 2003.
- 6- الغدامي (عبد الله): الثقافة التلفزيونية: سقوط النخبة وبروز الشعبي، ط1، بيروت لبنان: المركز الثقافي العربي، 2004.
- 7- القادري عيسى (مهنود): قراءة في ثقافة الفضائيات العربية: الوقوف على تخوم التفكيك، ط1، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، 2008.
- 8- الهمالي (عبد الله عامر): أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، ط2، بنغازي، ليبيا: منشورات جامعة قار يونس، 1998.
- 9- السويدي (محمد): مفاهيم علم الاجتماع الثقافي ومصطلحاته، ط1، الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1991.
- 10- بوريتسكي: الصحافة التلفزيونية، ترجمة أديب خضور، ط1، دمشق: بناية الصحافة، 1990. 11- بوحوش (عمار): دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1985.
- 12- بن مرسللي (أحمد): مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط2، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية الجزائرية، 2005.

- 13- جاد (سهير): البرامج الثقافية التلفزيونية والإعلام الثقافي، القاهرة: الهيئة المصرية للكتاب، 1987.
- 14- جيدير (ماثيو): ترجمة ملكة أبيض، منهجية البحث، د.ط.، د.س.
- 15- دليو (فضيل): أسس البحث وتقنياته في العلوم الاجتماعية، قسنطينة، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1994.
- 16- دليو (فضيل): تقنيات تحليل البيانات، قسنطينة: مطبوعات جامعة منتوري، 2004.
- 17- وين (ماري): الأطفال والإدمان التلفزيوني، ترجمة عبد الفتاح الصبحي، عالم المعرفة، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد 247، جويلية 1999.
- 18- حجاب (محمد منير): أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003.
- 19- حجازي (مصطفى): حصار الثقافة بين القنوات الفضائية والدعوة الأصولية، بيروت: المركز الثقافي العربي، 1998.
- 20- حرب (علي): أصنام النظرية وأطياف الحرية، ط1، الدار البيضاء، المغرب: المركز الثقافي العربي، 2001.
- 21- طلب (محمد نبيل): البرامج التعليمية والثقافية بالإذاعة والتلفزيون، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009.
- 22- مجموعة من الكتاب: ترجمة علي سيد الصاوي، نظرية الثقافة، عالم المعرفة، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد 223، جويلية 1997.
- 23- محمد نبيل طلب: البرامج التعليمية والثقافية بالإذاعة والتلفزيون، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009.
- 24- محمود (فاروق ناجي): البرنامج التلفزيوني: كتابته ومقومات نجاحه، ط1، بغداد: دار الفجر للطباعة والنشر، 2008.
- 25- مكايي (حسن عماد)، السيد (ليلي حسين): الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2001.

- 26- عبد الحليم (محيي الدين): الدراما التلفزيونية والشباب الجامعي، جامعة الأزهر: دار الفكر العربي، 1984.
- 27- عبد الحميد محمد: الجمهور في وسائل الإعلام، ط1، القاهرة: عالم الكتب، 1993.
- 28- عبد الحميد محمد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، القاهرة: عالم الكتب، 1993.
- 29- عبد الحميد محمد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، القاهرة: عالم الكتب، 2004.
- 30- عبد الرحمان (عزي): الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية، الأمة، 1994.
- 31- عبد المعطي (عبد الباسط): اتجاهات نظرية في علم الاجتماع، سلسلة عالم المعرفة، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد44، 1981.
- 32- عدلي العبد (عاطف) عزمي (زكي أحمد): الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، ط1، 1993.
- 33- عيسى (مهنود القادري): قراءة في ثقافة الفضائيات العربية: الوقوف على تخوم التفكيك، ط1، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، 2008.
- 34- عمر (ماهر محمود): سيكولوجية العلاقات الاجتماعية، ط2، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1992.
- 35- فيفندر (جون) وآخرون: التنظيم الإداري، ترجمة توفيق رمزي، القاهرة: مؤسسة فرانكلين، 1995.
- 36- صليبا (جميل): علم النفس، ط2، بيروت، لبنان: دار الكتاب اللبناني، 1984.
- 37- شطاح (محمد)، بوقرة (نعمان): تحليل الخطاب الأدبي والإعلامي بين النظرية والتطبيق، ط1، القاهرة: مكتبة الآداب، 2006.
- 38- تايه (عبدالله): الإعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون، ط1، رام الله، فلسطين: دار الماجد للطباعة والنشر، 2006.
- 39- خليفة (عبد اللطيف محمد)، محمود (عبد المنعم شحاتة): سيكولوجية الاتجاهات، دار غريب للطباعة والنشر، د.س، د.ط.

الدوريات والمجلات والدراسات:

- 40- إبراهيم (سعد الدين): اتجاهات الرأي العام العربي نحو مسألة الوحدة - دراسة ميدانية - مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ط2، 1981.
- 41- بوجمعة (رضوان): التكنولوجيات الجديدة للاتصال وعولمة الثقافة: الهوية شرط في الاتصال، مجلة فكر ومجتمع، طاكسيج كوم للنشر والدراسات، الجزائر، العدد الأول، يناير 2008.
- 42- بومعزة (السعيد): من حتميات التحديث إلى الحتمية القيمة، قراءات في نظرية الحتمية القيمة في الإعلام، منشورات مكتبة إقرأ، قسنطينة، الجزائر، 2009.
- 43- الجابر (زكي): هل يجوز الحديث عن ثقافة جديدة، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية العربية، تونس، العدد2، 2005.
- 44- الجابري (محمد عابد): العولمة والهوية الثقافية، مجلة المستقبل العربي، بيروت، العدد2، 1998.
- السامرائي (إبراهيم): من المعجم التربوي، المجلة الثقافية، الجامعة الأردنية، عمان، العدد 52، 2002.
- 45- العبد الله (مي): استخدام الصورة في تغطية العدوان الإسرائيلي على غزة، مؤتمر ثقافة الصورة جامعة فيلادلفيا عمان 2007.
- 46- العبد الله (مي) : إشكاليات علوم الإعلام والاتصال وانعكاساتها على واقع البحوث العربية، مؤتمر التعليم العالي، مؤسسة الفكر العربي، بيروت، 2005.
- 47- العياضي ( نصر الدين): إشكالية وسائل الاتصال السمعي البصري بين ثقافة التسلية وتسلية الثقافة، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد2، 2000.
- 48- العياضي (نصر الدين): مفهوم المادة الثقافية في التلفزيون، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس العدد 3، 2001.
- 49- العياضي (نصر الدين): كيف نحمي وسائل الاتصال الجماهيري؟ ومن يحمي المجتمع منها؟ مجلة الإذاعات العربية، العدد 1، 2001.
- 50- العياضي (نصر الدين): برامج المنوعات التلفزيونية: هل تؤدي محاولة الخروج من التماثل إلى الامتثال ، مجلة الإذاعات العربية ، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 1، 2009.

- 51- الشبو (سعاد مسلم) وطفة (أسعد علي): بنية العقل الوجداني واتجاهاته- دراسة حالة طلاب جامعة الكويت - مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، السنة الثالثة والعشرون، العدد 264، فبراير 2001.
- 52- حسن الأستاذ (محمود): سيمائية الصورة إستراتيجية مقترحة في تنمية تحليات إبداعية وفضاءات دلالية، مؤتمر فيلادلفيا الدولي الثاني عشر ثقافة الصورة في الفترة من 24-26 نيسان-ابريل 2007.
- 53- حسين (ماحي الحلواني): حول مفهوم الثقافة التلفزيونية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 2، 2005.
- 54- طبالة (عفاف): حول الدور الثقافي للتلفزيون، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية تونس، العدد 3، 2001.
- 55- طبالة (عفاف): دور البرامج الثقافية في التلفزيونات العربية في تعريف الجمهور العربي بالثقافات العربية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 3، 2006.
- 56- لبيب (سعد): خمسون عاما من الثقافة الرفيعة، الفن الإذاعي، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، تونس العدد 187، جويلية 2007.
- 57- عزيز (لعبان): فهم الخطاب التلفزيوني في السياق الثقافي عند هال، فكر ومجتمع، طاكسيج. كوم للدراسات والنشر، العدد الأول، يناير 2008.
- 58- نور الدين (محمد عباس): أهمية التنشيط الثقافي والاجتماعي في تأطير الأطفال والشباب، مجلة عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، المجلد 27، ع1، سبتمبر 1998.
- 59- نوري محمد (عقيل): قياس اتجاهات الشباب العربي نحو المرأة، دراسة في أبجديات الوعي التنموي، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد 300، فبراير 2004.

الرسائل والمذكرات:

- 60- بومعيزة (السعيد): أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة غير منشورة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005-2006.
- 61- بوجلال (وردة) : الجمهور القسنطيني وبرامج قناة إقرأ الفضائية - دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات - مذكرة ماجستير غير منشورة في الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية 2002-2003.
- 62- بوخنوفة (عبد الوهاب): المدرسة، التلميذ، المعلم، وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، أطروحة غير منشورة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2006-2007.
- 63- عبید الربيعي (محمد كحط): الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية: المضايمين والأشكال والتلقي، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمرك، 2007، [www.ao-accademy.org](http://www.ao-accademy.org)
- 64- محمد الحسن (نديم ربحي): اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، جويلية 2008.
- 65- مزيان (ناجية): جمهور القنوات الفضائية العربية : دراسة مسحية لاستخدامات وإشباع المرأة، مذكرة غير منشورة لنيل الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2005-2006 .  
المعاجم والقواميس:
- 66- ابن منظور: لسان العرب، ط1، لبنان: دار الكتب العلمية، 2005.
- 67- بدوي (زكي): معجم مصطلحات الإعلام، ط1، القاهرة: دار الكتاب المصري، 1985.
- 68- بدوي (أحمد زكي): معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، بيروت: مكتبة لبنان، 1988.
- 69- حجاب (محمد منير): الموسوعة الإعلامية، ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003.
- 70- غيث (محمد عاطف): قاموس علم الاجتماع، مصر: دار المعرفة الجامعية، 1996.
- 71- شعبان (خضير): مصطلحات في الإعلام والاتصال، الجزائر: دار اللسان العربي، 2001.

72- معجم مصطلحات التربية والتعليم: إنجليزي- فرنسي- عربي، ط1، دار الفكر العربي، 1980.

73- مذکور (إبراهيم): معجم العلوم الاجتماعية، مصر: الهيئة العامة للكتاب، 1975.

الوثائق والجرائد:

74- أحمد (السيد مصطفى): الإعلام الثقافي والحركة الثقافية، محاضرة بقصر الشارقة، بتاريخ 14-02-2007.

75- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الخطة الشاملة للثقافة العربية، تونس، 1996.

76- حضور (أديب): الإعلام الثقافي المتخصص: طبيعة العلاقة بين الإعلام والثقافة، محاضرة دون تاريخ.

78- جامعة فرحات عباس: دليل الطالب، الموسم الجامعي 2009-2010.

79- عمار بوسعدة: التلفزيون الجزائري هو القناة الوحيدة التي لا تشبع الرغبات الإعلامية والنفسية للجمهور، حوار منشور في جريدة الجزائر نيوز الثلاثاء، 05 يناير 2010.

80- اليحياوي (يحيى): هل للمغاربة ثقافة تلفزيونية؟ جريدة العمل الديمقراطي، 7-15 مارس 2002.

- المراجع باللغات الأجنبية:

81- Armand Mattelart : **cultural studies story :la domestication d'une pensée sauvage?** © Réseaux n° 80 CNET – 1996.

82- Bryan S. Turner : **The Cambridge Dictionary of sociology**, Cambridge University Press , Cambridge ,U.K.2006.

83- Denys CUCHE : **La notion de culture dans les sciences sociales**, La Découverte, 2001.

84- Eric Macé : **penser les media cultures ;nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation de monde**, Armand colin, , Paris.

85- Gilles Ferréol, et autres: **Dictionnaire de sociologie**, Armand colin, Paris, France, 3éme édition, 2004.

86- Maguy Challey : **apprendre par la télévision, apprendre a l'école**, réseau<sup>0</sup>74cnet,1995.

87- Marie FRANCO : **Regards sur la réception :la culture de masse, pour qui ? Pour quoi faire?**

88- Maurice Angers : **initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines**, casbah université, Alger,1997.

89- Milagros del Corel et Jean Michel Bear :**Les programmes culturels sur les chaines publiques de télévision européennes** approche comparative, Etude en ligne [unesdoc.unesco.org](http://unesdoc.unesco.org)

90- Olivier Dhilly: **La critique des industries culturelles par l'école de Frankfort : la mystification des masses.**

91- Roland Barthes : **Rhétorique de l'image**, communications, novembre, 1964.

92- Véronique campa : **discussion autour de la notion de la culture de masse**, séminaire de communication interculturelle et internet, institut national des langues et civilisations orientales (INALCO), paris, 2002-2003.

#### مواقع على الانترنت

93- محمد بن موسى باباعمي: هل نحن في حاجة إلى إعادة تعريف الجامعة؟ مقال منشور على شبكة veeco المعرفية <http://www.veecos.net>

94- محمد كحط عبيد الربيعي، الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية:المضامين والأشكال والتلقي، دراسة منشورة في موقع الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمرك ، [www.ao-accademy.org](http://www.ao-accademy.org) تاريخ الولوج: (2009)

95- Maguy Challey, **apprendre par la télévision , apprendre a l'école**, réseau n<sup>o</sup> 74 cnet , <http://enssibal.enssib.fr/autres-sites/reseaux-cnet/74/02-chailley> (2010)

96- Marie FRANCO, **Regards sur la réception : la culture de masse, pour qui ? Pour quoi faire ?** Université de Paris 12 Val de Marne p305, texte en ligne [www.crec.univ-paris3.fr/pdf](http://www.crec.univ-paris3.fr/pdf) (2010)

97- Milagros del Corel et Jean Michel Bear, **Les programmes culturels sur les chaines publiques de télévision européennes**, Etude en ligne [unesdoc.unesco.org/images/0011/001134/113404fo.pdf](http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001134/113404fo.pdf) (2010).

98 - Olivier Dhilly, **La critique des industries culturelles par l'école de Frankfort la mystification des masses**,texte en ligne [www.clemi.org/ecole.de.frankfort](http://www.clemi.org/ecole.de.frankfort). (2010)

98- Marie FRANCO, **Regards sur la réception : la culture de masse, pour qui ? Pour quoi faire ?** Université de Paris 12 Val de Marne p305, texte en ligne [www.crec.univ-paris3.fr/pdf](http://www.crec.univ-paris3.fr/pdf) (2010)

- 99- Roland Barthes, **Rhétorique de l'image**, communications, novembre, 1964, texte en ligne [www.valeriemoriginat.net](http://www.valeriemoriginat.net) (2010)
- 100- Véronique campa, **discussion autour de la notion de la culture de masse**, séminaire de communication interculturelle et internet, institut national des langues et civilisations orientales (INALCO).  
[http://www.semionet.fr/ressources\\_enligne\\_culture\\_masse.pdf](http://www.semionet.fr/ressources_enligne_culture_masse.pdf) dossier en ligne (2010).
- 101- Yahya El Yahyaoui, **Sur la télévision**, Rubrique « Lu Pour Vous », Rabat , 20 Avril 2006, article publié dans le site de Yahya El yahyaoui :  
[www.elyahyaoui.org](http://www.elyahyaoui.org) (2010)

عبد القادر للعطوم الإسلامية

حفظ

جامعة الأمير عبد المنعم  
للعلوم الإسلامية

## وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية أصول الدين و الشريعة

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

و الحضارة الإسلامية

قسنطينة

ماجستير تخصص: الإعلام الثقافي

قسم الدعوة و الإعلام والاتصال

### استمارة استبيان

مشاهدة أساتذة الجامعة البرامج الثقافية التلفزيونية

- دراسة ميدانية بجامعة فرحات عباس بسطيف -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام الثقافي .

إشراف: الأستاذ الدكتور

إعداد الطالبة:

عبد الله بوجلال

عائشة لصلح

أستاذتي الكريمة، أستاذي الكريم؛

هذه استمارة بحث ميداني لتحضير مذكرة ماجستير في الإعلام الثقافي عن موضوع:

" مشاهدة أساتذة الجامعة البرامج الثقافية التلفزيونية "

الرجاء قراءة الأسئلة و الإجابة عنها بما يعبر عن رأيك الخاص، و المعلومات المقدمة لن تستخدم

إلا لأغراض البحث العلمي.

ملاحظة:الرجاء وضع علامة ( X ) أمام الإجابة المناسبة.

السنة الجامعية: 1430-1431هـ - 2009-2010م.

## البيانات الشخصية:

- 1- النوع:  ذكر  أنثى
- 2- السن:  من 24 إلى 29  من 30 إلى 35  من 36 إلى 41  42 سنة فما فوق
- 3- الكلية: .....
- 4- القسم: .....
- 5- الرتبة:
- 1-  أستاذ مساعد  2-  أستاذ محاضر  3-  أستاذ التعليم العالي

## أسئلة خاصة بعادات و أنماط مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية:

- 6- هل تشاهد البرامج التلفزيونية؟  
 دائما  أحيانا  أبدا
- 7- ما هي القنوات التي تفضل مشاهدتها؟ ( بالإمكان اختيار أكثر من إجابة )
- 1-  قنوات التلفزيون الجزائري
- 2-  القنوات التلفزيونية الناطقة بالعربية
- 3-  القنوات التلفزيونية الأجنبية

8- رتب البرامج التلفزيونية الموالية من 01 إلى 07 حسب أفضلية مشاهدتك لها:

- سياسية  ثقافية  دينية  رياضية  
 ترفيهية  اجتماعية  اقتصادية

9- هل تشاهد البرامج التلفزيونية الثقافية؟

- دائما  أحيانا  لا أشاهدها

أ- في حالة عدم المشاهدة، ما أسباب ذلك؟

- ليس لدي وقت  لا أهتم بها  أشاهد برامج أخرى

أخرى تُذكر..... الرجاء الانتقال إلى المحور الرابع صفحة 5 .

ب- في حالة المشاهدة:

10- ما مصدر البرامج التلفزيونية الثقافية التي تشاهدها ( بالإمكان اختيار أكثر من إجابة )

- 1- برامج ثقافية من إنتاج جزائري   
2- برامج ثقافية من إنتاج عربي   
3- برامج ثقافية من إنتاج أجنبي

11- ما هي الفترات المفضلة لمشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية ؟ ( بالإمكان اختيار أكثر من إجابة)

- في الصباح من 06 صباحا إلى ما قبل 12  في الظهر من 12 إلى ما قبل 16  
 في المساء من 16 إلى ما قبل 20  في الليل من 20- إلى ما قبل منتصف الليل  
 ما بعد منتصف الليل  ليس لدي وقت مفضل

12- ما هو بالتقريب الحجم الساعي الذي تقضيه يوميا في مشاهدة البرامج الثقافية التلفزيونية ؟

أقل من ساعة  من ساعة إلى أقل من ساعتين  من ساعتين إلى ثلاث ساعات

أكثر من ثلاث ساعات  حسب الظروف

13- مع من تشاهد البرامج الثقافية التلفزيونية؟

بمفردك  مع العائلة  مع الأصدقاء  حسب الظروف

14- رتب أحسن ثلاث برامج تلفزيونية ثقافية تداوم على مشاهدتها مع ذكر القناة:

1- ..... القناة: .....

2- ..... القناة: .....

3- ..... القناة: .....

15- هل تتناقش مع غيرك في مضامين البرامج الثقافية التي تشاهدها؟

نعم  لا

16- في حالة الإجابة بنعم مع من تناقشها؟

زملاء العمل  الأصدقاء  أفراد العائلة  الطلبة

أخرى تُذكر.....

أسئلة خاصة باستخدامات البرامج التلفزيونية الثقافية و الإشاعات المحققة منها:

17- لماذا تفضل مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية؟

- متابعة الأحداث الثقافية  اكتساب القدرة على التحليل و المناقشة
- التفاعل و المشاركة و إبداء الرأي  تقييم هذا النوع من البرامج
- الحصول على مواضيع تفيدني في مجال البحث العلمي  تأكيد أفكار و قناعات ذاتية
- تنفق و ميولي  أخرى تذكر.....

18- هل تعتمد على البرامج الثقافية التلفزيونية كمصدر لمعلوماتك؟

- أعتمد عليها كثيرا  أعتمد عليها قليلا  لا أعتمد عليها
- 19- في حالة الإجابة بلا أعتمد عليها، ما سبب ذلك؟
- لا تلبي حاجاتي المعرفية  أفضل التلفزيون كأداة ترفيه لا أداة تثقيف
- أفضل مصادر أخرى للمعلومات
- أخرى تذكر.....

20- حسب رأيك كيف يمكن للبرامج الثقافية التلفزيونية اكتساب قاعدة كبيرة من المشاهدين؟

- تنوع المواضيع الثقافية  مراعاة مستوى الجمهور المتلقي  متابعة الأحداث الثقافية
- فتح مساحة لتفاعل و مشاركة الجمهور  أخرى تُذكر.....

## أسئلة خاصة باتجاهات أفراد العينة نحو البرامج الثقافية التلفزيونية:

21- ما هي اتجاهاتك نحو مضمون و شكل البرامج التلفزيونية الثقافية التي تشاهدها؟

الرقم	العبرة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
01	البرامج التلفزيونية الثقافية تشد اهتمامي لمتابعتها.					
02	تتميز البرامج الثقافية التلفزيونية بالتمطية.					
03	توظف البرامج الثقافية التلفزيونية اللغة الثقافية السمعية البصرية.					
04	أنسب لغة للبرامج الثقافية التلفزيونية هي الفصحى.					
05	الفيلم الوثائقي هو أنسب القوالب للبرامج المعرفية.					
06	البرامج الثقافية الفنية استعراضية أكثر منها تثقيفية.					
07	البرامج المعرفية وسيلة لإثراء الثقافة العامة.					
08	بعض البرامج الثقافية التلفزيونية تقوم بتسييس الفعل الثقافي.					
09	تحتل برامج الثقافة الفنية صدارة البرامج التلفزيونية.					
10	البرامج التلفزيونية الفكرية نخبوية.					
11	البرامج الثقافية التلفزيونية أداة لدمقرطة الثقافة.					
12	بث البرامج التلفزيونية الثقافية في ساعات متأخرة من الإرسال دليل على تهميشها.					
13	مقدمو البرامج الثقافية التلفزيونية متميزون في أدائهم.					
14	البرامج الثقافية في التلفزيونات العربية هي تقليد للبرامج الثقافية التلفزيونية في القنوات الأجنبية.					
15	القنوات المتخصصة أكثر ملائمة للبرامج الثقافية.					

## ملخص الدراسة:

يقوم الإعلام الثقافي كمصطلح مركب على فهم طبيعتي الإعلام والثقافة، كمتغيرين متكاملين تجمعهما علاقة بنيوية تركز بالأساس على النشاط الاتصالي الذي هو جوهر العملية الإعلامية، ورافد هام من روافد الثقافة.

وباعتبار التلفزيون الوسيلة الإعلامية الأكثر بروزا في النشاط الاجتماعي اليومي، والوسيلة الأقدر على إيصال الثقافة، وتقديم المعرفة والخبرات للمشاهدين من خلال الصوت والصورة، بما تملكه من خصائص فنية وجماهيرية جعلتها القائد الفكري والثقافي لمجتمعات الموجة الثالثة، مغيرة بذلك مقاييس الثقافة إرسالا واستقبالا وتأويلا.

وبما تمارسه من حضور قوي، وسلطان بارز نقلت الصورة التلفزيونية الثقافة من ثقل الحرف إلى ثقل الصورة، بل وزعزت المفاهيم الكلاسيكية للثقافة، موسعة من مدياتها ومستوياتها إلى ثقافة تلفزيونية ثقافة جماهيرية، وثقافة نخبوية.. وغيرها من المفاهيم المرتبطة بالتلفزيون كوسيلة إعلامية جماهيرية، وبالثقافة كمجال خصب متجدد واسع ومتفاعل.

من هذا المنطلق حاولت الدراسة إلقاء الضوء على زاوية ضيقة من موضوع واسع متشعب، تمثلت في دراسة جمهور البرامج التلفزيونية الثقافية من الأساتذة الجامعيين من جامعة سطيف في محاولة لدراسة عادات وأنماط مشاهدتهم لهذه البرامج التلفزيونية الثقافية، والاتجاهات التي تكونت لديهم من خلال مشاهدتها.

وأهمية الموضوع تكمن في أهمية دراسة جمهور البرامج التلفزيونية عامة، والثقافية منها على وجه الخصوص في محاولة لاستجلاء الملامح السوسولوجية والنفسية لمتلقي هذه البرامج من النخبة المثقفة، على اعتبار أن دراسات التلقي تفتح آفاقا أوسع لفهم العلاقة التي تربط التلفزيون بجمهوره.

ومن أجل معالجة الإشكالية المطروحة، استعنت بمنهج المسح بالعينة الذي يناسب هذا النوع من دراسات الجمهور، وقمت بتصميم استمارة استبيان تضمنت أسئلة عن العادات والأنماط والإشباع المحققة، وعبارات أخرى عن الاتجاهات مستعينة بمقياس ليكرت الخماسي المتدرج من الموافقة بشدة، إلى المعارضة بشدة.

ولتغطية الموضوع نظريا جرى الاعتماد على فصل نظري بثلاث مباحث، يلم كل واحد منها بجانب معين من الموضوع، حيث اهتم مبحث الإعلام الثقافي بمنطلقات عامة عن هذا الحقل المعرفي من حيث العلاقة بين الإعلام والثقافة، وبعض المقاربات النظرية لأهم النظريات التي بحثت في الإعلام والثقافة.

واهتم المبحث الثاني بطبيعة العلاقة بين التلفزيون والحقل الثقافي، وثقافة الصورة، والثقافة التلفزيونية، وأخيرا الثقافة الجماهيرية. أما المبحث الثالث فخصص للحديث عن البرامج التلفزيونية الثقافية من حيث شكلها، ومضمونها، وخصوصية القائم بالاتصال فيها، وكذا جمهور هذه البرامج.

أما بخصوص الدراسة الميدانية، فقد تم تقسيمها إلى فصلين، اهتم الفصل الأول بعادات وأنماط مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية، فيما اهتم الثاني بدراسة اتجاهاتهم نحو هذه البرامج. وجرت معالجة هذه البيانات بالاعتماد على معاملات إحصائية متنوعة، وفقا لمدى إسهام كل معامل منها في تقديم قراءات قيمة، سواء تم الاستعانة بهذه المعاملات منفردة أو مجتمعة.

وقد أثبتت الدراسة أن أساتذة وأستاذات جامعة سطيف يقبلون على مشاهدة القنوات التلفزيونية العربية والأجنبية، كما يقبلون على مشاهدة البرامج الثقافية بشكل واسع مقابل باقي الأنواع البرمجية. مما خلق لديهم عادات معينة في التعرض والتفضيل، حيث سجلت الدراسة مبدأ التعرض الفردي لدى غالبية أفراد العينة مثل هذه البرامج، وهو سلوك اتصالي تكاد تنفرد به هذه البرامج دون غيرها لطبيعتها التثقيفية الجادة.

كما تبين أن دوافع التعرض لهذه البرامج متعددة، يأتي في مقدمتها متابعة الأحداث الثقافية، ولأن هذه البرامج تتفق وميول ورغبات هذه الشريحة من الجمهور.

## **Résumé:**

*L'information culturelle comme concept composé se base sur la compréhension de la nature et l'essence de l'information et de la culture comme deux variantes intégrales s'unissent par une relation structuraliste s'appuie essentiellement sur l'activité de la communication qui est l'essence de la pratique médiatique, et un facteur culturel incontournable.*

*Considérant la télévision comme l'outil médiatique le plus important et le plus dominant dans la pratique sociale quotidienne, et l'outil le plus puissant à transmettre la culture, la connaissance, et l'expérience humaine aux spectateurs à travers l'image et le son, privilégié des dispositions techniques et médiatiques lui permettent d'être le guide intellectuel et culturel des sociétés de la troisième vague, en bouleversant les critères de la culture au niveau de la diffusion, de la réception et de l'interprétation.*

*Vue sa domination puissante, et son pouvoir évident, l'image télévisée a converti la culture de la puissance de la lettre à la puissance de l'image. De plus elle a balancé les concepts classique de la culture en élargissant ses horizons, ses distances, ses amplitudes et ses niveaux en engendrant de nouveaux concepts ; la culture télévisée, la culture de masse, la culture d'élite...et d'autres concepts liés principalement à la télévision comme outil médiatique populaire et à la culture comme discipline fertile, renaissance étendue et réactive.*

*Dans cette perspective l'étude vise à approcher un angle étroit d'un sujet vaste et compliqué en étudiant l'audience des programmes culturels sur les chaînes de télévision, précisément les professeurs universitaires de l'université de Sétif.*

*Alors cette étude cherche à aborder les modes de réception des programmes télévisuels culturels par les professeurs de l'université Ferhat Abbas et leurs attitudes formées envers ce type des programmes.*

*L'importance de ce sujet réside à l'importance d'étudier l'audience des programmes télévisuels, en général, et les programmes culturels en particulier en visant d'éclaircir les traits sociologiques et psychiques des récepteurs de ces programmes parmi l'élite culturelle, en soulignant l'importance des études de la réception pour une compréhension approfondie de la relation télévision/audience.*

*Et pour analyser la problématique posée, on a recourt aux méthodes des études des audiences en adoptant la méthode d'enquête par échantillon, utilisant le questionnaire comme outil empirique de la recherche. Dont est inclus des questions sur les modes et les types de la réception, l'utilisation et la gratification, et enfin des expressions pour mesurer l'attitude selon l'échelle de Likert.*

*Et pour assurer une bonne couverture théorique, on a devisé le chapitre théorique en trois éléments :*

- Le premier est consacré pour des généralités sur l'information culturelle comme discipline de connaissance unit l'information et la culture, et quelques approches théoriques concernant cette discipline.*
- Le deuxième pour la nature de la relation entre la télévision et le champ culturel; en abordant la culture de l'image, la culture télévisuelle, et la culture de masse.*
- Le troisième pour les programmes télévisuels culturels ; ses formes, ses contenus, la particularité d'émetteur et d'audience de ces programmes.*

*Quant à l'étude empirique, on la divisé sur deux chapitre, le premier est consacré aux modes de la réception des programmes culturels, et le deuxième est consacré aux attitudes envers ces programmes. En utilisant divers équations statistiques selon le besoin.*

*Et après avoir pratiqué l'analyse, on a abouti aux résultats suivants:*

- *Les professeurs de l'université de Sétif regardent les chaînes télévisuelles arabes et étrangères, et préfèrent les programmes culturels d'autres programmes. Cela a créé des modes de réception particulière, en enregistrant le mode de la réception individuelle chez la majorité de l'échantillon étudiée. Ce qu'on peut considérer comme un acte particulier propre aux programmes culturels selon sa nature.*
- *Il existe divers motifs pour regarder les programmes culturels comme la poursuite des événements culturels, et parce que ces programmes répondent aux besoins et aux intérêts de cette classe d'audience.*

القادر للعوم الإسلامية

## *Abstract*

*The cultural information as a composed concept based on the comprehension of the nature and the essence of information and culture as two integrals variants unified by a structural relationship based specially on the communication activity as an essence of informational operation and an important cultural factor.*

*As television is the most important and the most dominant mass medium in the daily social activity, and the most powerful intermediate to transmit culture, knowledge, and the human experience to the audience via the image and the sound, privileged by various technique qualities, which allow it to be the intellectual and the cultural leader of the third wave's societies, and to turn upside down the cultural criterion at divers level; diffusion, reception and interpretation level.*

*According to its powerful domination, and clear authority, the image of the television has changed culture from the power of the letter to the power of the image. In addition it has balanced the classic concepts of culture extending its horizons, distances, and its levels, by creating new concepts as television culture, mass culture, and leader's culture...and other concepts associated especially to the television as mass medium, and to culture as fertile, vast and reactive field.*

*In this focus the study tries to approach a slight angle of the vast and complicated subject studying the audience of cultural programs on television in particular the professor of the university of Setif.*

*So the study tries to analyze the reception modes of the cultural programs by the professors of the university Ferhat Abbas and their attitudes toward this type of programs.*

*The importance of this subject resides in the importance of studying audience in general, and the cultural program's audience in particular, by clarifying social and psychological character of this program's receivers. Noting the importance of*

*reception studies for a deep understanding of the relationship between television and audience.*

*In order to analyze the problematique, we have employed the audience studying methods using the social survey, and the questionnaire as an empiric device which contain questions about reception modes and types, uses and gratification, finally items for measuring attitudes as Likert echelon*

*And to assure a good theoretical coverage, we divided the theoretical side into three chapters:*

- The first is devoted to generalities about the cultural information as a knowledge field combines information and culture, and some theory approaches.*
- The second for the nature of the relationship between television and cultural field, talking about the culture of the image, television culture and mass culture.*
- The third for cultural programs; its forms, contents, and its special features for the sender and the receiver.*

*Concerning the empiric study we have divided it into two chapters; the first to reception modes of the cultural programs, and the second for attitudes measure. By using various statistic equations according to needs.*

*And having to practice the analysis, we reached to the following results:*

- The professors of the University of Farhat Abbas watch Arab and foreign channel, and prefer cultural programs. They have particular reception modes as individual reception for the majority, which is exceptional for this kind of programs.*
- There are various motives to watch cultural programs as following cultural news, and as this programs reply to the audience needs and interest.*