



جامعة محمد بوضياف - المسيلة  
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

جامعة محمد بوضياف - المسيلة -  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال

عنوان المذكرة

الإعلام الثقافي التلفزيوني الجزائري من خلال دراسة  
جمهور  
"حصّة زدني"  
- دراسة ميدانية لطلبة جامعة المسيلة -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الدكتور:

كهرزواوي أحمد المهدي

إعداد الطالب(ة):

كهرزواوي خليصة

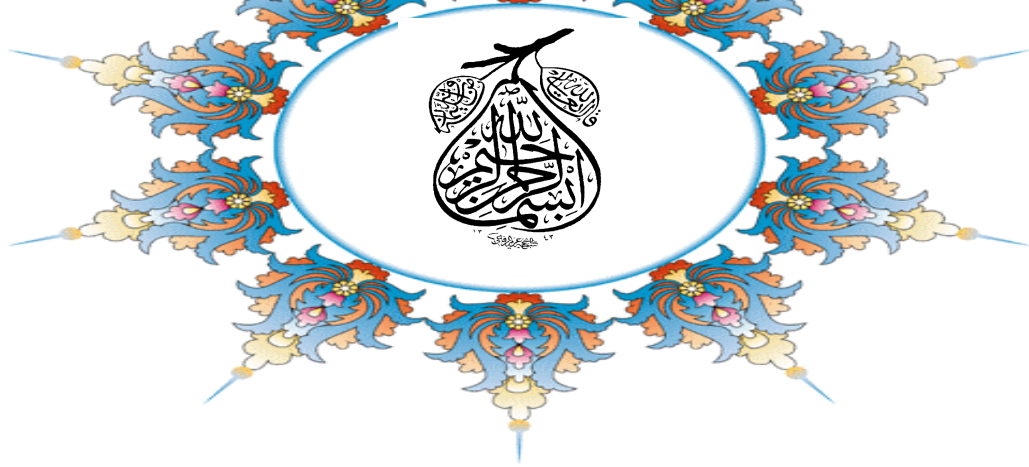
لجنة المناقشة :

1/ لعجال عفيفة.....رئيسا

2/ زواوي أحمد المهدي.....مشرفا ومقررا

3/ فقيري ليلي.....مناقشا

جوان: 2016



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



## شكر و عرفان

قال الله تعالى: "وما بكم من نعمة فمن الله" سورة النحل أية رقم 53.

كل الشكر و كل الحمد لله تبارك و تعالى أن أنعم علينا بنعمة العقل و أرشدنا لطريق العلم و المعرفة و أن من علي بإتمام هذه الدراسة، فاللهم لا تجعلني أصاب بالغرور إذا نجحت ولا باليأس إذا أخفقت وذكّرني أن الإخفاق هو التجربة التي تسبق النجاح، اللهم إذا أعطيتني نجاحا فلا تأخذ مني تواضعي وإذا أعطيتني تواضعي فلا تأخذ اعترازي بكرامتي.

و قال الرسول صلى الله عليه و سلم: " من لم يشكر القليل لم يشكر الكثير، و من لم يشكر الناس لم يشكر الله" أتقدم بالشكر الجزيل لأستاذي المشرف الفاضل الدكتور أحمد مهدي الزواوي الذي لم ييخل علي بكل ما لديه من علم و صبر و حكمة فقد علمني معنى الإخلاص في العمل و الجد و الاجتهاد.

و أشكر كل من ساهم في إتمام هذا العمل من الأستاذ عبد الحق بحاش و الأستاذة حمديني و كل أساتذة قسم علوم الإعلام و الاتصال اللذين لم ييخلوا علي بنصائحهم القيمة.



# فهرس المحتويات

## فهرس المحتويات

	الإهداء
	كلمة شكر
أ-ب	مقدمة
	<b>الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة</b>
04	1- الإشكالية
05	2- التساؤلات
05	3- الفرضيات
05	4- أهمية الدراسة
06	5- أهداف الدراسة
06	6- أسباب اختيار الموضوع
06	7- المنهج المتبع
07	8- مجتمع البحث وعينة الدراسة
08	9- أدوات الدراسة
09	10- تحديد المفاهيم
10	11- الدراسات السابقة
12	12 - نظرية الاستخدامات والإشباع
	<b>الفصل الثاني: ماهية الثقافة</b>
19	تمهيد
20	1- مفهوم الثقافة
22	2- عناصر الثقافة و مظاهرها
25	3- خصائص الثقافة
27	4- أنماط الثقافة
30	خلاصة
	<b>الفصل الثالث: الإعلام الثقافي</b>
32	تمهيد
33	1- مفهوم الإعلام، الإعلام المتخصص.
36	2- مفهوم الإعلام الثقافي: أهدافه، دوره.
41	3- العلاقة بين الإعلام والثقافة.

43	4- تأثير وسائل الإعلام على المعايير الثقافية .
45	خلاصة
الفصل الرابع: الإعلام الثقافي في الجزائر	
47	تمهيد
48	1- نشأة وتطور الإعلام الثقافي في الجزائر.
49	2- واقع الإعلام الثقافي في الجزائر.
51	3-الإعلام الثقافي التلفزيوني الجزائري.
55	4-البرامج الثقافية(حصة زدني نموذجاً).
58	خلاصة
الفصل الخامس: الإطار التطبيقي للدراسة	
60	تمهيد
61	عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة
62	- عرض وتحليل نتائج الدراسة
61	أ/ تحليل البيانات الوصفية
64	ب/ تحليل أسئلة الاستبيان
64	✓ نتائج المحور الأول
68	✓ نتائج المحور الثاني
72	✓ نتائج المحور الثالث
77	✓ نتائج المحور الرابع
83	النتائج العامة
87	الخاتمة
قائمة المصادر والمراجع	
الملاحق	
الملخص	



# فهرس الجداول والأشكال

صفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
58	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	1
59	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	2
60	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة	3
61	يوضح أفراد العينة في الوقت الذي يقضيه لمشاهدة التلفزيون	4
62	يوضح مدى متابعة البرامج الثقافية في القنوات الجزائرية	5
63	يوضح مدى مشاهدة حصة زدني	6
64	يوضح مدى متابعة المشاهد للحصة	7
65	يوضح توقيت بث الحصة	8
66	يوضح مدة الحصة وتغطيتها لكل الأسئلة ومناقشتها	9
67	يوضح بلاطو وديكور الحصة	10
68	يوضح تنوع الألوان المضيئة للحصة	11
69	يوضح الأسئلة المطروحة للنقاش	12
70	يوضح عدد المتسابقين في الحصة	13
71	يوضح رأي المشاهدين حول أسئلة المنشط	14
72	يوضح أسلوب تدخل المنشط وإدارته للأسئلة	15
73	يوضح رأي المشاهدين حول منشط الحصة من ناحية التقديم	16
73	يوضح رأي المشاهدين حول أسئلة الحصة وتماشيا مع التغيرات الحاصلة على الساحة الثقافية	17
74	يوضح رأي المشاهدين في مشاهدة الحصة مباشرة	18
75	يوضح أنواع الأسئلة التي يفضلها المشاهد لنقاشها في الحصة	19
76	يوضح كيفية تقييم مراحل المسابقة في الحصة	20
77	يوضح درجة المساعدات في كل مرحلة	21
78	يوضح رأي المشاهدين حول ما جاءت به الحصة من جديد	22
79	يوضح تقييم المشاهدين للحصة	23

الصفحة	عنوان الشكل	الشكل
58	يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	01
59	يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	02
60	يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة	03

# مقدمة

## مقدمة:

للتلفزيون مكانة خاصة بين مختلف الوسائل الإعلامية الأخرى، لما يتميز به من خصائص وإمكانات في تقديم المعلومات وتطورات الأحداث بشكل أكثر إثارة وحيوية وشمولية بحكم جمعه بين الصوت والصورة ، وأيضاً قدرته على التأثير والتغير للمواقف والاتجاهات لما تنفرد به من قدرة في الاستحواذ على قطاع واسع في الجمهور باعتباره أهم الركائز في مجال إشباع الحاجات الإعلامية، بالإضافة إلى تلك القدرة الهائلة التي يمتلكها التلفزيون في مجال نقل المعلومات والأخبار من حيث السرعة والإتقان، وهي أقوى الوسائل الإعلامية لتأثيرها الكبير على الجماهير، وتتجسد هذه الأهمية في حجم تأثيره باعتباره يستقطب شرائح عديدة من جمهور وسائل الإعلام وكذا اهتمامه بما يحدث ويشغل الجمهور العام في مختلف الميادين السياسية، الاقتصادية، الرياضية والثقافية وغيرها، فوسائل الإعلام وخصوصاً التلفزيون تأثيراً كبيراً على الاتجاهات والآراء وبالتالي السلوك.

وتشكل الحصص التلفزيونية هامشاً مهماً لطرح القضايا وتحليلها والتعمق في تفاصيلها وتركيزها على مواضيع معينة سواء في الشأن السياسي أو الاجتماعي أو الاقتصادي أو الثقافي وغير ذلك، أما بنسبة للشأن الثقافي فالإعلام يحاول جعل البرامج الثقافية تؤدي مختلف الأدوار من خلال التلفزيون باعتبارها من أهم وسائل التوصيل الثقافي وانتقاء المحتوى الثقافي وإبداعه، فالبرامج الثقافية وظيفتها الأساسية التثقيف وللتعرف على احتياجات ومطالب الجمهور ومستواهم المعرفي والفكري.

وانطلاقاً من هذا فقد عمل التلفزيون الجزائري منذ نشأتها على تخصيص هامش للإعلام الثقافي خاصة مع ظهور القنوات الفضائية الخاصة، وذلك بعد تعديل القانون السمعي البصري الجزائري وهي القنوات التي عملت على إيجاد مساحة لها والحصول على قدر من الاهتمام ومتابعة المواطن عبر ما تقدمه من شبكات برمجية وتعاملها مع الأساليب الإعلامية في التعامل مع مختلف المجالات الثقافية، وخاصة عن طريق الحصص الثقافية وذلك بغية مواكبة الأحداث وإفادة الجمهور بكل ما يتعلق بالشأن الثقافي.

لذا جاءت فكرة القيام بدراسة تدور حول الإعلام الثقافي التلفزيوني الجزائري وتطورات مختلف قطاعاته، من خلال رأي الجمهور المتابع للخدمات التي يقدمها التلفزيون في هذا الجانب.

وعينة ذلك دراسة جمهور حصص زمني التلفزيونية كحصص ثقافية، حيث تعتبر بشكل عام أضخم برنامج ثقافي في التلفزيون الجزائري وذلك لاهتمامها الكبير بنشر المعرفة والثقافة.

لذا سنحاول من خلال دراستنا هذه التطرق إلى مختلف المحاور التالية:

بداية من الإجراءات المنهجية للدراسة بدءا من الإشكالية، التساؤلات، الفرضيات، أهمية الدراسة وكذا أهدافها وأسباب اختيار الموضوع ثم المنهج المتبع، مجتمع الدراسة وعينته بالإضافة إلى أدوات الدراسة ثم تحديد المفاهيم وأخيرا الدراسات السابقة مع مدخل لنظريات الاستخدامات والإشباع.

حيث تطرقنا في الفصل الأول إلى مفاهيم عامة حول الثقافة انطلاقا من ماهية الثقافة، عناصرها ومظاهرها وكذا خصائص الثقافة وأنماطها.

وخصصنا الفصل الثاني حول مفاهيم عامة عن الإعلام الثقافي من خلال مفهوم الإعلام والإعلام المتخصص بشكل عام، ثم التعرف على الإعلام الثقافي بتعريفه ومعرفة أهدافه ومختلف أدواره وكذا العلاقة بين الإعلام والثقافة.

وسنركز في الفصل الثالث على الإعلام الثقافي في الجزائر من خلال الوقوف على نشأة وتطور الإعلام الثقافي في الجزائر وكذا الواقع الذي أُل إليه الإعلام الثقافي الجزائري، والتعرف على مختلف البرامج الثقافية في التلفزيون بالتعرف على حصة زدي الثقافية كنموذج.

و آخر فصل في هذه الدراسة سنقوم فيه بعرض وتحليل ومناقشة النتائج لنصل إلى جملة من النتائج التي نراها مناسبة في ظل ما تطرقنا إليه في الجانبين النظري والتطبيقي.

# الإطار المنهجي للدراسة

- 1- الإشكالية
- 2- التساؤلات
- 3- الفرضيات
- 4- أهمية الدراسة
- 5- أهداف الدراسة
- 6- أسباب اختيار الموضوع
- 7- المنهج المتبع
- 8- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- 9- أدوات الدراسة
- 10- تحديد المفاهيم
- 11- الدراسات السابقة
- 12 – نظرية الاستخدامات والإشباع

## 1- الإشكالية:

إن التعرض لوسائل الإعلام الجماهيرية بهدف الوصول إلى الجمهور والتأثير فيه هو بغرض إرضائه والوصول إليه بوسائل وأساليب متعددة. حيث أصبح التلفزيون من أكثر الوسائل الإعلامية تطورا لتمييزها بتركيبية ثلاثية وهي نص، صوت وصورة، وهو ما جعله المصدر الأول في مجال الحصول على المعلومات الإخبارية الاجتماعية الثقافية وغيرها لما له من أهمية بالغة في التأثير على الجمهور في مفاهيمه، قيمه، عاداته وتقاليده، وهو ذات تأثير مباشر في التكوين الثقافي والإعلامي في المجتمعات فضلا عن تشكيل الوعي وتحديد مسار سلوك الأفراد والمجتمعات وذلك بفضل القنوات التلفزيونية الفضائية لما تقدمه من حصص للجمهور الذي أصبح يستقبل آلاف البرامج بمضامينها المتعددة والمتنوعة التي أصبحت تشكل جزءا من نسيج المجتمع من خلال مساهمتها في نشر الثقافة في مختلف المجالات.

لذا ساهم التلفزيون في جعل الثقافة ملكا للجماهير، وذلك للتعرض المكثف للأفكار والصور الثقافية التي يعرضها والتي تشكل مفاهيم الواقع الاجتماعي لدى المشاهدين.

وفي الجزائر أدرك الإعلام الثقافي مبكرا الدور التثقيفي الذي تلعبه وسائل الإعلام، وتجلى ذلك في البرامج التلفزيونية التي تهتم بالشأن الثقافي والموروث الحضاري للجزائر وتقديم أعمال أشهر الكتاب والمثقفين الجزائريين، فالبعد الثقافي في التلفزيون الجزائري حظي بأهمية كبيرة غداة الاستقلال بفضل الانتشار الواسع لأجهزة الاستقبال الفضائي تعددت القنوات التلفزيونية الفضائية. لذا أصبح الجمهور معرض للخطاب الإعلامي الثقافي الوطني وللمادة الثقافية الإعلامية، وبسبب الظروف الصعبة التي عاشتها الجزائر في فترة التسعينيات تراجع الحضور الثقافي في وسائل الإعلام الثقافي الجزائري، وبالرغم من كل هذا يبقى الهدف الوحيد في التلفزيون الجزائري هو خدمة الثقافة وتقديمه للجمهور للرفع من مستواه الثقافي والفكري، حيث ظهرت حصص خاصة بهذا الجانب ومختلف نشرات الأخبار الثقافية. فقد حاولت في هذه الدراسة التطرق إلى الشكل الغالب للإعلام الثقافي التلفزيوني الجزائري ورأي متابعيه لحصة "زدني" الثقافية كعينة أو كالنموذج لمجموع الحصص التي ألقى التلفزيون الجزائري إعدادها لتغطية الجوانب الثقافية وكون الحصة فكرية، تربوية، تثقيفية وترفيهية، ولدراسة حصة زدني نطرح الإشكالية التالية:

هل وقفت حصة زدني الثقافية بشكلها ومضمونها في إرضاء متابعيها وإطلاعهم على تطورات

الساحة الثقافية؟

2- التساؤلات:

- ما درجة متابعة الجمهور الثقافي ببرنامج زدي؟
- ما هو تقييم متبعي الحصة للجوانب الشكلية المرتبطة بها؟
- على أي أساس يتم اختيار المضامين الثقافية لحصة زدي وإثرائها حسب آراء الجمهور المتتبعين؟
- ما هي اتجاهات جمهور المتتبعين نحو حصة زدي الثقافية؟

3- الفرضيات:

الفرضية الأساسية:

تحقق حصة زدي بشكلها ومضمونها على إرضاء متبعيها باطلاعهم على تطورات الساحة الثقافية.

الفرضيات الجزئية:

\*الفرضية الأولى:

- درجة متابعة الجمهور الثقافي ببرنامج زدي كبيرة.

\*الفرضية الثانية:

- تقدم حصة زدي في شكل يقبله الجمهور.

\*الفرضية الثالثة:

- يتم اختيار المضامين الثقافية لحصة زدي على عدة معايير أهمها تماشيها مع التغيرات الحاصلة على الساحة الثقافية .

\*الفرضية الرابعة:

- اتجاهات الجمهور نحو حصة زدي الثقافية ايجابية.

4- أهمية الدراسة :

- يكتسي البحث في هذا الموضوع أهمية في مدى إرضاء الحصة الثقافية لتطلعات الجمهور المشاهدين وذلك لما له من أهمية بالغة لدراسته.
- قلة الدراسات فيما يتعلق بدراسة الجمهور الحصة الثقافية في التلفزيون الجزائري.
- أهمية الثقافة والدور الحيوي الذي يلعبه الإعلام في نشر الثقافة ومن ثمة أهمية دراسة البعد الثقافي لوسائل الإعلام الجزائرية.

- التغيرات الثقافية التي شاهدها الجزائريون في السنوات الأخيرة وما صاحبها من تغيرات في مجالات الحياة المختلفة.
- رصد الموضوعات والقضايا الثقافية التي تناولتها البرامج الثقافية في التلفزيون الجزائري وتأثيراتها الثقافية خاصة على شريحة الشباب.

#### 5- أهداف الدراسة:

نهدف من خلال بحثنا إلى:

- 1- معرفة درجة ارتباط الجمهور الثقافي ببرنامج زدي.
- 2- معرفة مدى رضا الجمهور على شكل الحصة.
- 3- محاولة معرفة المضامين الثقافية للحصة التي تساهم في إقبال الجمهور على متابعة الحصة.
- 4- التعرف على اتجاهات الجمهور المتبعين لحصة زدي الثقافية.

#### 6- أسباب اختيار الموضوع:

- الأسباب الذاتية:

- اهتمامي بكل ما هو ثقافي وباعتبار الثقافة كيان مهم ومتميز وضروري في حياة الأفراد والمجتمعات وما تقدمه من خدمة للجمهور.

- الأسباب الموضوعية:

- ظهور حصة زدي الثقافية كحصة أساسية تهتم بالجوانب الثقافية، حيث يرى القائمون عليها بأنها أضخم برنامج ثقافي في الجزائر وهذا ما دفعني إلى دراسة أهمية ما تطرحه الحصة وما تقدمه للجمهور من خدمة في الجانب الثقافي ومعرفة مدى نجاحها، وذلك باستقصاء آراء الجمهور المتبعين في إطار دراسة علمية منهجية.
- النقص الكبير لمثل هذه الحصص في التلفزيون الجزائري بصفة عامة، وهذا ما جعلني أقوم بهذه الدراسة، ولأهمية دراسة الإعلام الثقافي التلفزيوني الجزائري وواقعه، ومن خلال دراسة ما تطرحه الحصة الثقافية في التلفزيون الجزائري.

#### 7- المنهج المتبع:

- دراسات الجمهور تدخل في إطار الدراسات الوصفية التي تكشف عن ماهية الظاهرة، فالمنهج الوصفي يقوم على استعراض الخصائص والمميزات من خلال دراسة تفصيلية ووصف ثوابته بشكل دقيق، و يهدف للولوج إلى

حقيقة الظاهرة المدروسة حيث يصفها بكل تفاصيلها الدقيقة ويقوم بتحديد الظروف والعلاقات الموجودة بين المتغيرات<sup>1</sup>.

فالبحوث الوصفية تهدف إلى دراسة ووصف خصائص وأبعاد الظاهرة بتجميع البيانات والمعلومات اللازمة من هذه الظاهرة والعوامل التي تتحكم فيها وبالتالي استخلاص النتائج<sup>2</sup>.  
وبما أن دراستنا تهدف إلى معرفة آراء الجمهور بحصة زمني، فالمنهج الذي تتطلبه هو المنهج الوصفي التحليلي الذي يمكننا من الإجابة عن جزء هام من تساؤلات الدراسة والوصول إلى النتائج، فهو إحدى طرق البحث العلمي التي تندرج تحت تقسيمات المنهج الوصفي وتكيف طبيعته وفقاً لمجال البحث وتخصصه<sup>3</sup>.  
و هو أحد الأشكال الخاصة لجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم واتجاهاتهم، بهدف تصوير وتوثيق الحقائق كما هي في الواقع. كما أنه يفيد في قياس اتجاهات الرأي العام نحو مختلف الموضوعات وتفسير السلوك وعلاقته بالخصائص ووصف السمات العامة لهذا الجمهور. فالمنهج الوصفي التحليلي يعتمد على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها من خلال دراسة جمهور حصة تلفزيونية<sup>4</sup>.

#### 8- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

إن دراسة جمهور حصة تلفزيونية ليس بالأمر المتاح فحجم ذلك الجمهور واسع مما يجعل دراسته بصفة شاملة أمراً مستحيلاً، لذلك يلجأ إلى نظام العينات والعينة هي: "عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع البحث يتم اختيارها بصفة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي"<sup>5</sup>.  
وهي أيضاً: "جزء من المجتمع الكلي المراد تحديد سماته ممثلة بنسبة مئوية يتم حسابها طبقاً للمعايير الإحصائية وطبيعة مشكلة البحث ومصادر بياناته"<sup>6</sup>. وفي دراستنا هذه و فيما يتعلق بالجمهور المتبعين لحصة زمني فإن عينتنا

<sup>1</sup> سمير محمد حسين: بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، عالم الكتب، القاهرة-مصر، ط2، 1999، ص123.

<sup>2</sup> عبد القادر محمد رضوان: سبع محاضرات لكتابة البحث العلمي، الجزائر، ديوان للمطبوعات الجامعية، ص47.

<sup>3</sup> عمر السيد أحمد المصطفى: البحث الإعلامي مفهومه إجراءاته ومنهجه، مكتبة الفلاح، عمان، 2008، ص210.

<sup>4</sup> محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، مصر، ط2، 2004، ص157.

<sup>5</sup> محمد عبيدات وآخرون: البحث العلمي ومفهومه أدواته وأساليبه، دار الفكر للطباعة للنشر والتوزيع، عمان، 1998، ص74.

<sup>6</sup> أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص280.

ستكون عينة قصدية: التي يتم اختيارها عمدا وهي ذات مواصفات معلومة أي أننا قمنا باختيار العدد المطلوب من وحدات المجتمع في دراستنا<sup>1</sup>.

اشتملت عينتنا على 60 فرد من متابعي حصة زدني الثقافية من ولاية المسيلة، وقد قسم هذا العدد على طلبة جامعة المسيلة في ولاية المسيلة حيث تم توزيعها على معهدي علوم الإعلام والاتصال والعلوم الاقتصادية. فقد تم تقسيم الاستمارة إلى قسمين ووزعت 30 استمارة لكل قسم أي 30 استمارة لقسم علوم الإعلام والاتصال و30 لقسم العلوم الاقتصادية وذلك موازنة بين الذكور والإناث.

### 9- أدوات البحث:

في ضوء أهداف البحث وطبيعة الدراسة ولأجل اختبار فرضيات البحث والوقوف على مدى تحققها قمنا بإعداد استبيان لأراء جمهور حصة زدني الثقافية، لذا اعتمدنا في بحثنا على الاستمارة الاستبائية والتي تعتبر من أهم أدوات المنهج الوصفي ووسيلة من وسائل جمع البيانات عن طريق مجموعة أسئلة توزع في شكل استمارة على الباحثين،<sup>2</sup> والاستمارة تستخدم في العلوم الإنسانية استخداما كبيرا للحصول على البيانات والمعلومات، تتعلق بالاتجاهات والآراء والتي توفر لنا المعلومات الدقيقة والمستمدة من المصدر من أجل تدعيم الدراسة<sup>3</sup>. فالاستبيان هو أسلوب جمع البيانات التي تستهدف استشارة الأفراد الباحثين بطريقة منهجية لتقديم حقائق وآراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبشرين في هذه البيانات، كما يعتبر الاستبيان من أكثر أدوات جمع البيانات استخداما في المنهج المسحي وأكثر ملائمة لدراسة جمهور وسائل الإعلام نظرا لضخامة العدد والتشتت<sup>4</sup>.

وتتميز الاستمارة المعتمدة في هذا البحث كونها تضم عددا من الأسئلة الموجهة إلى مجتمع البحث، وقد راعينا أن تكون الأسئلة مرتبة وواضحة خالية من الإيحاء والغموض واستخدامنا الأسئلة المعروفة: الأسئلة المغلقة وأخرى مفتوحة. وقد تم معاينتها من طرف الأستاذ المشرف زواوي أحمد المهدي وقد تم تحكيمها من طرف ثلاثة أساتذة وهم: رئيس القسم بوبكر بوعزيز والأستاذ بوقرة رضوان والأستاذ عبد الحق بحاش أستاذ بقسم علم الاجتماع.

وقد احتوت الاستمارة على أربعة محاور ومعها البيانات الشخصية وهي كما يلي:

<sup>1</sup> احسان محمد حسين: الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، ط1986، ص2، ص19.

<sup>2</sup> رشيد زواوي: مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى للطبع والنشر، 2007، ص182.

<sup>3</sup> محمد علي: علم الاجتماع والبحث العلمي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1986، ص475.

<sup>4</sup> محمد عبد الله عبد الرحمان، محمد علي بدوي: مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة-مصر، 2002، ص371.

- البيانات الشخصية
- علاقة المشاهد بحصة زدي
- الجانب الشكلي للحصة
- مضمون الحصة
- اتجاهات الجمهور نحو الحصة

وتضمنت هذه المحاور 23 سؤالاً مابين الأسئلة المغلقة والمفتوحة وبلغت عدد الاستمارات الموزعة 60 استمارة وزعت بالطريقة القصدية.

استخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS، المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية، التوزيعات التكرارية و اختبارات TEST.

### 10- تحديد المفاهيم:

**جمهور المشاهد** ينبغي الفصل بين الكلمتين للشرح الاصطلاحي فالجمهور يعني أكثر من مجرد حاصل جمع عدد من الأفراد ويعني جماعة ما تدين بوجودها لتتقاسم أفرادها تجارب معينة وذكريات وتقاليده محددة وظروف حياة بعينها.<sup>1</sup> ويشير معجم المصطلحات الإعلامية إلى أن الجمهور: هو جماعة من الناس متشابهة الاهتمامات تقريبا ومتقاربة الثقافة وتتجمع في مكان واحد لهدف واحد.<sup>2</sup>

ويعرف أحمد زكي بدوي الجمهور بأنه: الشخص الذي يشاهد التلفزيون ويختلف مدى إقباله على البرامج التلفزيونية.<sup>3</sup>

والمشاهدين مفهوم عام يشمل المتتبعين الدائمين للتلفزيون أو لبرامج معينة فيه أو المتابعين أحيانا.

وجمهور المشاهدين: هو مجموعة من الأشخاص الذين شاهدوا أو استمعوا إلى حصة معينة ويقاس الجمهور بصفة مستمرة من طرف مختلف المراكز لسبر الآراء.<sup>4</sup>

فالجمهور المشاهدين **كتعريف إجرائي** للدراسة نقصد به: المتتبعين الدائمين أو أحيانا سواء بالصدفة أو غير لحصة زدي القافية من طلبة جامعة المسيلة.

<sup>1</sup> جيهان أحمد رشيتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978، ص 231.

<sup>2</sup> كرم شليبي: معجم المصطلحات الإعلامية (الانجليزية-عربية)، دار الشروق، القاهرة ط 1، 1989، ص 43.

<sup>3</sup> أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، دار الكتاب اللبناني، بيروت، ط 1، 1985، ص 161.

<sup>4</sup> دنيس ماكويل: الإعلام وتأثيراته، (تعريب عثمان العربي)، ط 1، 1987، ص 99.

## الحصة الثقافية:

في الأول نتعرف على البرامج الثقافية التي تبنتها وسائل الإعلام بأنها: مجموعة البرامج التي تعني بالتقديم المواد الأدبية والفنون الجميلة، رسم ونحت... الخ.<sup>1</sup> كما تتولى البرامج الثقافية عرض وتبسيط الموضوعات والقضايا والأفكار الثقافية في شكل ومضمون مقبول، يسعى إلى الإفادة من إمكانيات الوسيلتين: الإذاعة والتلفزيون، وما يملكه من عناصر الجذب وبما يساعدان على تقديم ثمرات الفكر والفن والعلم على أوسع نطاق وفي أفضل شكل ممكن فالبرامج الثقافية إذا هي: التي تتوجه إلى الجمهور العام بهدف تثقيفه.<sup>2</sup>

أما تعريف الحصة فهي بالأساس: تعنى بالمواضيع والاهتمامات ذات الشأن الثقافي، والحصص الخاصة هي البرامج التي تركز على مواضيع محددة في مجال معين، سياسي، اقتصادي، اجتماعي وغير ذلك. تثبت في مواعيد محددة وثابتة. ويرى الدكتور محمود فهمي: بأنها البرامج التي تتناول موضوعا أو أكثر من موضوعات الأحاديث لكن في شكل يختلف عن الإلقاء العادي أي شكل المواد الإخبارية اليومية.<sup>3</sup> مما يعني أن **الحصص** تعنى بالتفصيل في حدث أو موضوع ما يأخذ صلب اختصاصها، أي أن الحصة توصف حسب موضوع اختصاصها، فحصة زدني الثقافية التي نحن بصدددها هي حصة ثقافية بحكم أنها حصة مسابقات تلفزيونية تثقيفية.

## الإعلام الثقافي:

هو الإعلام الذي يقع ضمن مجال محدد من مجالات الحياة الثقافية والذي يركز اهتمامه الأساسي على معالجة الأحداث والظواهر والتطورات في هذا المجال المحدد في سياقه الثقافي العام والذي يهتم بالشأن الإعلامية المتخصصة.<sup>4</sup> وهو الذي يعالج الأحداث والظواهر والتطورات الحاصلة في الحياة الثقافية ويتوجه أساسا إلى جمهور نوعي ومهتم بالشأن الثقافي.<sup>5</sup>

**وكتعريف إجرائي** نقصد بالإعلام الثقافي التلفزيوني الجزائري مجموع الحصص الثقافية المبرمجة في الشبكة

البرامجية

<sup>1</sup> كرم شليبي: مرجع سابق، ص 247.

<sup>2</sup> إسماعيل إبراهيم: الصحفي المتخصص، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط 1، 2006، ص 13.

<sup>3</sup> محمود فهمي: الصوت والصورة، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، ص 203.

<sup>4</sup> محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط 1، 2004، ص 65.

<sup>5</sup> عبد المجيد العجلان: الإعلام الثقافي بين تراجع الأداء وإشكالية الإقصاء، صحيفة رسالة الجامعة، 2015/12/10، ص 18:57.

واخترن لدراستنا كعينة من مجموع هذه البرامج حصة "زدني الثقافية" .

### 11- الدراسات السابقة:

هي رسالة لنيل شهادة الماجستير بقسم علوم الإعلام والاتصال بكلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة باجي مختار عنابة، من أعداد الطالب بوزيان عبد الغني، وكانت بعنوان: استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية التلفزيونية للقناة الأرضية والاشباعات المتحققة منها والتي شملت عينة قدرت 400 مفردة من سكان العاصمة الجزائرية تم تقسيمها على شريحة من الشباب الجزائري من الجنسين تتراوح أعمارهم ما بين 19-35 سنة ونوع العينة التي اعتمدت هي العينة الحصصية وهي من النوع الغير الاحتمالي.

و حيث طرح التساؤل الرئيسي للدراسة مايلي: ما طبيعة استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية في القناة التلفزيونية الأرضية؟

أما التساؤلات الفرعية كانت كما يلي:

- ما هي مصادر التثقيف لدى الشباب الجزائري؟

- ما مدى تعرض الشباب الجزائري للبرامج الثقافية في التلفزيون وما هي فترات المتابعة؟

- ما هي أنماط تعرض الشباب للبرامج الثقافية في التلفزيون؟

- ما هي الاشباعات المتحققة للشباب من التعرض للبرامج الثقافية في التلفزيون؟

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- بالنسبة لمصادر تثقيف الشباب الجزائري جاءت الانترنت في المرتبة الأولى كمصدر لمعلومات الباحثين من الشباب أما المرتبة الثانية القناة الأرضية الجزائرية ثم الكتب الجزائرية والعربية ثم الفضائيات الأجنبية وفي المرتبة الأخيرة الجرائد والمجلات العربية والإذاعة الوطنية.

- أنماط تعرض الشباب للبرامج الثقافية حيث تصدر الشباب الذين يتعرضون للتلفزيون مدة 3 ساعات وأقل من

5 ساعات يوميا في المرتبة الأولى أما المرتبة الثانية الشباب الذين يتعرضون للتلفزيون مدة 2 ساعة وأقل من 3

ساعات يوميا، وجاء الشباب الذين يتعرضون للتلفزيون مدة 1 ساعة وأقل من 2 ساعة يوميا في المرتبة الأخيرة

، وأن الإناث يتعرضون للتلفزيون بنسبة أكبر من الذكور وهذا ما يفسر أن الإناث يمكنهن بالبيت أكثر من الذكور

كما كشفت الدراسة أن السن ليس له علاقة ترابطية كبيرة مع تعرض الشباب الجزائري للتلفزيون.

- نوع المحتوى الذي يتعرض له الشباب في البرامج الثقافية: فتبين من الدراسة أن نسبة إجابات الشباب الذين يتعرضون للبرامج الثقافية من نوع البرامج الفنية كانت عالية ليأتي هذا النوع في المرتبة الأولى، ثم تلتها برامج عن العلوم والتكنولوجيا في المرتبة الثانية، ثم جاءت برامج المعارف العامة في المرتبة الثالثة، ليأتي برامج الأدب والشعر في المرتبة الأخيرة.

- دوافع تعرض الشباب للبرامج الثقافية: حيث كشفت الدراسة أن إجابات الشباب الذين يتعرضون للبرامج الثقافية الأرضية بدافع التعرض، فالمعرفة والأخبار الثقافية جاءت في المرتبة الأولى من إجمالي الإجابات، ثم جاءت في المرتبة الثانية الإجابات التي تعبر على دافع التعرض بحكم تفيدهم في أشياء كبيرة، أما في المرتبة الثالثة جاءت الإجابات التي ترجع دافع التعرض لهذه البرامج كونها تقدم لهم معلومات لا يجدونها في وسائل أخرى، لتأتي في المرتبة الأخيرة الإجابات التي تعبر عن دافع التعرض إلى كون أن الشباب يهتمون بالثقافة.

- أما بالنسبة إلى مدى مشاركة الشباب في البرامج الثقافية فقد كشفت الدراسة أن نسبة الشباب الذين يرون أن البرامج الثقافية في القناة الأرضية نجحت بدرجة متوسطة جاءت عالية من إجمالي عينة الدراسة، أما النسبة المتبقية فالبرامج الثقافية لم تنجح.

- لقد وصلت الدراسة إلى حقيقة أجمع عليها الشباب وهي أنهم يحتاجون إلى قناة متخصصة في الثقافة.

## 12- نظرية الاستخدامات والإشباع:

### 1- الخلفية المعرفية:

من بين أكثر المفاهيم الخاصة بالعملية الاتصالية عرضة للتغيير والتحديث بأثير عوامل عديدة، هو مفهوم جمهور المتلقين لوسائل الإعلام، حتى أن المراقب لهذا التغيير يكاد لا يجد إجابة حاسمة، هل يأتي التغيير نتيجة البحوث والدراسات العلمية في مجال الجمهور؟ أم أن التغيير يؤثر في مسار البحوث ونتائجها<sup>1</sup>. وكانت البداية مع نظرية الرصاصة الإعلامية التي ترى أن جمهور وسائل الإعلام يتأثرون على انفراد بالوسائل التي يتعرضون لها، وان رد فعلهم تجربة "فردية" أكثر منه تجربة "جماعية"<sup>2</sup>.

كما كانت ترى هذه النظرية التي ظهرت بعد الحرب العالمية الأولى، متأثرة بالدور الكبير الذي لعبته الدعاية أثناءها، "أن رسائل الدعاية تصل إلى كل أفراد الجمهور، وأن القوة الإقناعية تحقق أهدافها بسهولة، أي

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط2، 2000، 165.

<sup>2</sup> عاطف عدلي العبد: مدخل إلى الاتصال والرأي العام، الأسس النظرية والإسهامات العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1997، ص198.

بمجرد وصول رصاصة الدعاية إلى الفرد فأن تلك الدعاية تصيب الهدف الذي وضعته<sup>1</sup> نصب عينيهما بالإضافة إلى ذلك فإن تأثر هذه النظرية بالنظرية النفسية الشائعة في تلك الفترة والمتعلقة بالمنبه والاستجابة التي ترى أن كل منبه يحقق استجابة مؤكدة . جعلها تفترض أن جمهور وسائل الإعلام عبارة عن منبه تتعرض له الجماهير، لذلك يجب أن تستجيب لها بشكل أو بآخر<sup>2</sup>.

ولكن سرعان ما تم التخلي عن فكرة أن التعرض لوسائل الإعلام ينتج تأثيرات فورية ومتساوية على الجمهور، وذلك بسبب حدثين رئيسيين، الأول هو بدء الأبحاث الإمبريقية على نطاق واسع، وظهور نتائج تتعارض مع نظرية الرصاصة السحرية .

والحدث الثاني هو أن علماء الاجتماع وعلماء النفس توصلوا إلى نتائج جديدة تماما حول الخصائص الشخصية والاجتماعية للإنسان ومن خلال حصيلة عامة لهذه الأبحاث، نشأت نظريات التأثير الاصطفائي (الاختياري). وهي عبارة عن صياغات متفرقة، غير أنها مترابطة ومتفاعلة فيما بينها وهي: نظرية الفروق الفردية، ونظرية التباين الاجتماعي، ونظرية العلاقات الاجتماعية<sup>3</sup>.

وكانت هذه النظريات بدحضها لفروض نظرية الرصاصة، بمثابة طريق ممهّد لبروز وانتشار نظرية الاستخدامات والإشباع، خاصة بإتيانها بمبادئ تمنح من خلالها للجمهور حيزا من السيادة في عملية اختيار المضمون الإعلامي، وتتلخص هذه المبادئ في مبدأ الاهتمام الانتقائي، مبدأ الإدراك الانتقائي، مبدأ التذكر الانتقائي، مبدأ التصرف الانتقائي<sup>4</sup>.

## 2- مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع وفروضها:

تهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة . فخلال الأربعينيات من القرن (20 م). أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام إذ صار الاهتمام منصبا على "رضا المستخدمين" وذلك بطرح تساؤل جديد هو: ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟<sup>5</sup>

<sup>1</sup> فريال مهنا: علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر، دمشق، سوريا، ط1، 2002، 140 .

<sup>2</sup> عاطف عدلي العبد: مرجع سابق، ص 198 .

<sup>3</sup> فريال مهنا: مرجع السابق، ص 147 .

<sup>4</sup> أديب حضور: دور الإعلام في مكافحة المخدرات، دار الأيام، الجزائر، ط1، 1999 م، ص 9 .

<sup>5</sup> ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش: نظريات وسائل الإعلام تر: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1993، ص 266 .

من خلال هذا التساؤل الذي طرحته نظرية الاستخدامات والإشباع على أنقاض السؤال القديم الذي كان سائداً قبل ذلك وهو) ماذا تفعل وسائل الإعلام بجمهورها؟(، يمكننا أن ندرك بأن محور العملية الاتصالية حسب النظرية يتمثل في المتلقي الذي يعتبر نقطة البدء وليس الرسالة الإعلامية أو الوسيلة الاتصالية.<sup>1</sup>

فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة.<sup>2</sup>

ويلخص (كاتز) وزملاؤه افتراضات هذه النظرية في النقاط الآتية:<sup>3</sup>

- 1- جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
- 2- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.
- 3- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي، أو المؤسسات الأكاديمية، أو غيرها..
- 4- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد اهتماماته وحاجاته ودوافعه، وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته.
- 5- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه، لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة.

وتحقق نظرية الاستخدامات والإشباع ثلاثة أهداف رئيسية هي<sup>4</sup> :

- 1- محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار، ويستخدم الوسائل والمضامين التي تشبع احتياجاته.
- 2- شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة من هذا التعرض.

<sup>1</sup> صالح خليل أبو أصعب: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار الآرام، الأردن، ط 4، 2004 م، ص 140.

<sup>2</sup> حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، ط 1، 2003، ص 240.

<sup>3</sup> محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط 2، 2000، ص 222.

<sup>4</sup> مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية: دراسة في الاستخدامات والإشباع، دار الفجر، القاهرة-مصر، ط 1، 2004، ص 126.

3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام يهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

3- عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع:

1- (Palma green) افتراض الجمهور النشط: ويرى بالمغرين خلال ثلاثة أبعاد رئيسية هي:

- الانتقاء، حيث ينتقي الجمهور الوسائل الإعلامية والمضامين وفقا لما يتفق واحتياجاته واهتماماته.

- الاستغراق، ويتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين الايجابية؛ بمعنى الدخول في مناقشات والتعليق على مضمون الاتصال.<sup>1</sup>

2- الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام: لقد أدى ظهور مفهوم الإدراك الانتقائي المرتكز

على الفروق الفردية إلى افتراض أن الأنماط المختلفة من البشر يختارون الأنشطة بأنفسهم ويفسرون وسائل الإعلام بطرق متنوعة ومتباينة، أي أن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز وأن تحدد أصول كثير من استخدامات وسائل الإعلام وقد قدمت العديد من الدراسات الدليل الإمبريقي على دور العوامل الديمغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام، مثل: ارتباط هذا التعرض بالنوع، والعمر، والمهنة، والمستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي.<sup>2</sup>

3- دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام: وترتبط دوافع التعرض لوسائل الإعلام بمجموعة من الحاجات

تتلخص أساسا في: حاجات معرفية؛ أي الحاجة إلى الخبر والمعرفة بشكل عام حاجات عاطفية؛ كالحاجة إلى الإحساس بالأخوة والمحبة والفرح، حاجات اجتماعية، وحاجات تحقيق الذات، والحاجة إلى الترفيه يضاف إليها الحاجة الهروبية كالحاجة إلى إزالة التوتر<sup>3</sup> إلى فئتين هما (Robin): أما عن الدوافع فيقسمها روبن

- الدوافع الوظيفية النفعية: (تعني اختيار الفرد لنوع معين من المضمون، ووسيلة اتصالية معينة لإشباع حاجته من المعلومات والمعرفة.

- الدوافع الطقوسية: وتستهدف تلبية الوقت، والتنفيس والاسترخاء، والهروب من الروتين اليومي والمشكلات.<sup>4</sup>

4- توقعات الجمهور من وسائل الإعلام: يرى (كاتز) أن التوقعات هي "الإشباع التي يبحث عنها وبذلك

فالتوقعات تساهم في عملية اختيار الوسائل والمضامين. ويرى (شرام) في هذا الشأن أن الإنسان يختار إحدى

<sup>1</sup> مرزوق عبد الحكم العادلي: مرجع سابق، ص 115-116.

<sup>2</sup> حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد: مرجع سابق، ص 244.

<sup>3</sup> صالح خليل أبو أصعب: مرجع سابق، ص 214.

<sup>4</sup> مرزوق عبد الحكم العادلي: مرجع سابق، ص 118.

وسائل الإعلام المتاحة التي يظن أنها سوف تحقق له الإشباع النفسي المطلوب فعلى سبيل المثال الشخص الميال للعنف والمغامرات يستخدم التلفزيون لإشباع هذا الميل من خلال مشاهدة أفلام العنف والمطاردات. والمرأة التي لديها نزعة تحرر وتمرد على القيم تجد راحتها النفسية في ذلك النوع من البرامج التي تتبنى مثل هذا التوجه، وهكذا<sup>1</sup>.

**5- استخدام الجمهور لوسائل الإعلام:** يشير (سيفن ونداehl) إلى أن الاستخدام ربما يشير إلى عملية معقدة تتم في ظروف معينة يترتب عليها تحقيق وظائف ترتبط بتوقعات معينة للإشباع، ولذلك فإنه لا يمكن تحديده في إطار مفهوم التعرض فقط، ولكن يمكن وصفه في إطار كمية المحتوى المستخدم، نوع المحتوى، العلاقة مع وسيلة الإعلام، طريقة الاستخدام، وعلى سبيل المثال تحديد ما إذا كان الاستخدام أولياً أو ثانوياً.<sup>2</sup>

**6- إشباع الجمهور من وسائل الإعلام:** ويفرق (لورانس وينر) بين نوعين من الإشباع:

أ- إشباع المحتوى: وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام، وهي نوعين: إشباع توجيهية تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على معلومات، وإشباع اجتماعية ويقصد بها ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

ب- إشباع العملية: وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة، وهي نوعين: إشباع شبه توجيهية وتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات، وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة. وإشباع شبه اجتماعية مثل التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزيد هذه الإشباع مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وإحساسه بالعزلة.<sup>3</sup>

**4- نقد نظرية الاستخدامات والإشباع:**

يبدو مما سبق أن هذه النظرية تقع على النقيض من النظريات التي تقدر تأثير وسائل الاتصال ولأجل ذلك تلقت مجموعة من الانتقادات. أكثرها شهرة هي التي أوردها ماكويل<sup>4</sup> 1979: تعتبر مقارنة نفسية حدية ومبالغ فيها، فهي تلغي احتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى. تعتمد بإفراط على دقات ذاتية للحالات النفسية للمستخدمين.

<sup>1</sup> محمد بن عبد الرحمان الحضيف: كيف تؤثر وسائل الإعلام، ط2، مكتبة العبيكان، الرياض-السعودية، 1998 م، ص 26.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير: مرجع سابق، ص 228.

<sup>3</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: مرجع سابق، ص 249.

<sup>4</sup> فضيل دلبو: الاتصال: مفاهيمه-نظرياته-وسائله، دار الفجر، القاهرة-مصر، ط1، 2003 م، ص 31-32.

تترواح باستمرار بين جبرية الدوافع والحاجات الأساسية للمستخدم وبين تطوعية المستخدم<sup>1</sup>.  
التفاعلية مع الرسائل، وهما حدان متناقضان.

نفترض بأن السلوك اتجاه الوسيلة يعتمد على الاختيار الواعي والعقلاني، إلا أن الملاحظ عادة أن<sup>2</sup>.  
عادات الاستخدام هي الموجهة له.

تواجه فلسفة "الاستخدامات والإشباع" باستمرار مسألة قوة تأثير مضمون الاتصال . ومن بين الانتقادات الموجهة لهذه النظرية أيضا أنها لا تشكل نظرية مستقلة، وإنما هي إعادة صياغة مختصرة لبعض أوجه نظريات التأثير الاصطفائي أما أقوى الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع فتكمن في الطابع الوظيفي لها، وهو ما يعني تكريس الوضع القائم والتنكر للتغيير الاجتماعي.<sup>1</sup>

ونجد هربرت شيللر يعتبر في هذا المجال حرية الاختيار مجرد وهم، وذلك بسبب الخلط بين وفرة الكم الإعلامي، وبين تنوع المضمون، وذلك بسبب التطابق الكامن للمصالح المادية والإيديولوجية، لأصحاب الملكية الخاصة، ومن الطابع الاحتكاري لصناعة وسائل الاتصال بوجه عام..وهو ما يوفر أسباب القوة للنظام السائد لتعليب الوعي هذه الانتقادات وأخرى غيرها، ساهمت بشكل أو بآخر بتطوير نظرية الاستخدامات والإشباع وأدت إلى ظهور اتجاهات جديدة في محاولة لاستدراك النقائص المسجلة :اتجاه يهتم بالربط بين دوافع الاستخدامات وأنواع الإشباع، وطبيعة المضمون، وطبيعة الوسيلة المستخدمة . واتجاه يهتم بدراسة تأثير العوامل النفسية والاجتماعية عند تعرض الأفراد للوسائل . واتجاه ثالث يهتم بالعلاقات المتداخلة بين دوافع الاستخدام، وبين سلوكيات تلك الوسائل اتجاهها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> هربرت أ. شيللر : المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، 243، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب الكويت، مارس 1999 ص25 .

<sup>2</sup> مرزوق عبد الحكم العادلي :مرجع سابق، ص 131 .

# الفصل الثاني: ماهية الثقافة

تمهيد

1- مفهوم الثقافة

2- عناصر الثقافة و مظاهرها

3- خصائص الثقافة

4- أنماط الثقافة

خلاصة

الثقافة شخصية الأمة وهويتها الحضارية وهي الحصن الذي يجب عدم المساس به إلا من جانب تطويره وجعله أكثر اتساعا وتطورا ضمن ثوابت وقيم متناسبة لأنها جزء مهم في حياة الإنسان كعضو في المجتمع، بحيث تحتل الثقافة مكانا بارزا في دراسات علم الاجتماع و الأنثروبولوجيا الثقافية التي تشمل القسم والمعتقدات المشتركة بين الناس، والعلاقات الاجتماعية تشمل العلاقات الشخصية التي تربط الإنسان بعضهم البعض ونمط الحياة هو الناتج الكلي المركب من الإنحيازات والعلاقات، فالثقافة بصفة عامة تساعد على التمييز بين الفرد أو الجماعة وبين جماعة وأخرى وبين مجتمع وآخر فهي التي تؤكد الصفة الإنسانية في الجنس البشري لذا سنحاول من خلال هذا الفصل التطرق إلى مفاهيم عامة حول الثقافة انطلاقا من ماهية الثقافة من حيث: مفهومها و عناصرها وكذا خصائصها و أنماطها.

## 1- ماهية الثقافة :

**مفهوم الثقافة:** هناك العديد من التعريفات للثقافة ولعل أبسط التعريفات وأكثرها وضوحا تعريف أحد علماء الاجتماع المعاصرين "روبرت بيرشيد" الذي ظهر أول التسعينات حيث يعرفها بقوله: (( أن الثقافة هي ذلك الكل المركب الذي يتألف من كل ما نفكر فيه أو نقوم بعمله أو نملكه كأعضاء في المجتمع)). ويبرز هذا التعريف الصفة التأليف للثقافة لتصبح ظاهرة مركبة تتكون من عناصر بعضها فكري وبعضها سلوكي وبعضها مادي.<sup>1</sup>

كما عرفها إدوارد تايلور في كتابه "الثقافة البدائية" "primitive culture" بأن الثقافة هي: ((ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة ، العقائد ، الفن ، الأخلاق ، القانون ، العرف وكل القدرات التي يكتسبها الإنسان من حيث هو عضو في المجتمع)).<sup>2</sup>

وتعرف على أنها ملكة من ملكات القيام بتدريب معين خاص بها انطلاقا من نهاية القرن الثامن عشر وأصبحت تدل على حالة الشخص المتعلم القادر على استعمال معرفته لتهديب ذوقه ولتسديد حكمه وترقية عيشه، وأصبح هذا المعنى له أبعاد تتجاوز حدود المعرفة لأنها فرضت غنى ذهنيا وخلقيا ويبقى أثره في شخصية المرء، أما الثقافة حصيلة عمل اجتماعي ضخم وطويل خلال عصور كثيرة وطويلة، فالثقافة مفاهيم مختلفة باختلاف الأزمنة والشعوب والطبقات التي يتألف منها المجتمع وهي تدل على: (( مجموعة من المعارف والمهارات التقنية والذهنية وأنماط من الترف المخالفة التي تميز شعبا عن سواه من الشعوب، وهذا ما جعل الباحثين يدرسون خصائصها من حيث مضمونها)). وارتباطها بالزمن والجماعات البشرية ووسائل تأمينها وإذاعتها والتعامل بين شتى أنواعها.<sup>3</sup>

كما تعرف الثقافة على أنها عملية تراكمية من لبنات تاريخية واجتماعية وظروف حياتية، تتعاون فيما بينها لتشكيل بنية إنسانية ذات نظم وضوابط وحدود تستقر في ذهن الفرد أو جماعة المعنية بوضعها طاقة أو مخزونا عقليا قابلا للظهور و الاستثمار والإنتاج منه بلا حدود في صورة سلوك واقعي ملموس، ومعنى هذا أن الثقافة لها جانبين من الوجود : وجود بالقوة متمثل في المخزون العقلي المتراكم في محيط الفرد أو الجماعة ،والمتمثل في التوليد

<sup>1</sup> سليمان العسكري: نظرية الثقافة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1997، ص9.

<sup>2</sup> نصر محمد عارف: الحضارة الثقافة المدنية، دراسة لسيرة المصطلح ودلالة المفهوم، المعهد العالي للفكر الإسلامي، واشنطن، 1995، ص19.

<sup>3</sup> جبور عبد النور : المعجم الأدبي، دار العلم للملايين، بيروت، ط2، 1984، ص81.

من هذا المخزون وتحويله إلى أداء أو تطبيق في صورة نشاط أو تعامل فعلي فيه شيء مجالات الحياة وفقا للظروف.<sup>1</sup>

كما يعرفها "كليف براون: (( بأنها العملية التي يكتسبها الفرد بواسطة المعرفة والمهارة والأفكار والمعتقدات والأذواق والعواطف، وذلك عن طريق الاتصال بأفراد آخرين)). وهناك تميز بين أنواع الثقافات باعتقاد الباحثين بأن لكل مجتمع مؤسساته الخاصة به التي تعبر عن ماضيه الروحي، غير أن مفهوم الثقافة يتضمن عنصرا معياريا لصلته المتينة بمفهوم الحضارة حتى يكاد بعضهم يجعل من الشيء واحدا، الواقع أن المحققين وعلماء الاجتماع بخاصة لا يتكلمون على ثقافة أكلة البشر وعلى ثقافة البطش المبنية على العنف والتمييز والتدبير بل يذكرون الثقافة الهندية أو الصينية أو العربية التي تتراكم في العادات والتقاليد المتحضرة وفي المحصلات الذهنية، مثل الأدب والفن والفلسفة والعلم لمصطلح الثقافة حيث قال : (( أن الثقافة تشكل في عالمنا المعاصر اليوم إحدى الوسائل المتقدمة بالاتصال الإنساني والحضري)).<sup>2</sup>

كما أن مصطلح الثقافة لم يقتصر على مفهوم واحد فحسب بل تجاوز أكثر من تعريف ويمكن اختصار مفهوم الثقافة في كل ما يعطي ميزة وخصوصية للإنسان، وإلى ما تشكله في الجانب الجمالي والعادات والتقليد. فهوية الإنسان هي التي تشكل الثقافة ومصطلح الثقافة يتمثل في إعادة الاعتبار للخريطة السياسية والرؤية للماضي والتطلع نحو المستقبل والمشكلة للانتماء ويعاد النظر وفقا للمتغيرات الدولية والثقافة تشكل على أساس المعرفة، وذهب إليها بعض الأنثروبولوجيون على أنها: الهوية والعادات والتقليد. أما حاليا فالمعرفة تشكل الثقافة وتمثل هذه المعرفة في المنتجات وفي الوسائل الجديدة، وهذه الوسائل تنتج المعرفة ولها جانبين: جانب تقنيات المعلومات وجانب المنتج الفكري، وهذا يصبح جزءا من الثقافة ومشكلا لها، ومعرفة الحدود بين ما هو ثقافي ومعرفي حدود ضيقة جدا.<sup>3</sup>

إن الحديث عن الثقافة معقد لسببين أساسيين : أولهما نظري يتمثل في تباين الاجتهادات لتعريف مفهوم الثقافة والكشف عن الواقع الذي يغطيه، فالمفكرون الأنجلوسكسونيون ينظرون للثقافة من الزاوية الأنثروبولوجية التي تشمل نمطا الحياة والسلوك، بينما يرى المفكرون الفرنسيون أن الثقافة ترتبط بالإنتاج الأدبي والفني والجمالي الرفيع ويعتقد الفلاسفة الألمان أن الثقافة ترتبط بالمظاهر الحضارية في المجتمع، والثاني عملي ويتمثل في اختيار الحداد

<sup>1</sup> كمال محمد بشير :خاطرات في اللغة والثقافة، دار الغريب للطباعة، مصر، 1995،ص95.

<sup>2</sup> جبور عبد النور:مرجع سابق،ص81.

<sup>3</sup> بومدين بوزيدي:مدير الثقافة الإسلامية،حصة فضاء الجمعة في الأرضية الجزائرية بعنوان تأملات في الثقافة و الحياة، يوم04/02/2011، 11:56.

السميك الذي كان يفصل بين قطاعات الإعلام والتربية والثقافة والترفيه وإلى التوجه المتسارع لتداخلها الذي أدى إلى الخوف والحيرة على مستقبل الثقافة وهي الحيرة التي لخصها الصحافي الكندي "جون كلود لوزال" قائلا : (( إن المعنى الحقيقي للثقافة أصبح غريبا في مجتمعنا، مجتمع المتعة الآنية والاستهلاكية ))<sup>1</sup>.

## 2- عناصر الثقافة ومظاهرها :

عناصر الثقافة ومستوياتها تتمثل في ثلاثة عناصر: عنصر طبيعي، عنصر وراثي و عنصر اكتسابي.

1) **العنصر الطبيعي:** وهو صفة فطرية توجد في الإنسان بالطبيعة وليس له اختيار في خلقها وإيجادها بل تخلق فطرة عند الله عز وجل.

2) **العنصر الوراثي:** وهو صفة تنتقل إلى الجنيين عن طريق أبويه وأجداده من المادة الحيوية التي تتكون منها الاستثناء معجزة لا يقاس عليها، ثم تنمو الصفات في الطفل بعد ولادته عند ما يهتم أبواه وأهله بإنضاج عقله عندما يربي في وسط أسرة حارسة على تنقيفه وعندما يحيا في مجتمع طالما أحب الثقافة، وسعى إلى وسائلها وجعلها هي الأساس في معاملات الأفراد لشؤونهم. فكم من مولود ذكي أضاعته أسرته وأهمله مجتمعه وهكذا لم تنمو بذور ثقافية ولم تبرز لنور الوجود .

3) **عنصر الاكتساب:** ونعني بذلك ما يتأثر به جسم الإنسان وعقله وشعوره عن طريقة الاكتساب والاختيار بعد ولادته.<sup>2</sup> وهذا العنصر يتفرع عنه ثلاثة روافد هي:

\***الرافد الجغرافي:** وهو بذلك كل ما يتأثر به الإنسان في بيئته الجغرافية والطبيعية من خلال : اعتدال الطقس، صفاء الهواء، طيبة التربة و جمال المنظر....الخ. هذه العوامل تؤثر في نفس الإنسان وتنمي عقله وتهدب أخلاقه وتصفي خياله وتقويم سلوكه وتنشيط جسمه .

\***الرافد الغذائي:** والمتمثل في المأكل والمشرب إذا لهما دور فعال في بناء بنية الإنسان مادام حيا يرزق، فمتى كان غذائه موافقا لجسمه ملائما لمزاجه حيث اعتدل خلقه ونضج عقله ولانت حواسه وحسنت أخلاقه.

\***الرافد الاجتماعي:** وهو ما يلقاه الإنسان في مجتمعه ومحيطه من معلومات مفيدة وأخلاق حميدة وعوائد كريمة وتربية سديدة واعتقادات سليمة، وكل مجتمع لا بد له من أربعة أركان: مكان، زمان، أشخاص وعمل متداول بينهم فإن نشأ في مجتمع سليم العقل قوي العلم مهذب الأخلاق مستقيم السلوك حظي بثقافة متينة الرصيد، وأصبح مظهرا للعلم النافع والعمل الصالح. ويعد الرافد الاجتماعي أهم العناصر الثلاثة التي اجتازها الإنسان

<sup>1</sup> مجلة: 24images، عدد 98-99 يوليو 1999، كندا.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب : المعجم الإعلامي، مرجع سابق، ص 26.

بالنسبة لتطوره جسما وعقلا وشعورا، والمجتمع السليم ينبت المثقفين مثلما تنبت التربة الطيبة والمجتمع المريض العنيد ينبت الجهلاء مثلما تنبت الأرض الخبيثة الشوك الصلب.<sup>1</sup>

\*مظاهر الثقافة:

هناك ثلاثة مظاهر للثقافة والمتمثلة في: مراكز الثقافة، رجال الثقافة والنتاج الثقافي.

- المظهر الأول:

مراكز الثقافة: إن مراكز الثقافة متمثلة فيما يلي:

- 1) الكتاب: الهدف منه تعليم القران الكريم و استظهاره، وهو أول محل يتلقى الطفل فيها الحروف الهجائية ويمثل محل حفظ كلام الله الذي أنزل هدى و رحمة للناس.
- 2) الزاوية: إن الزاوية تحتل مكان الصدارة بين مراكز الثقافة من حيث تثقيف الفقراء والمعوزين المتعطشين إلى زلال العلم والمعرفة، ومقسمة إلى قسمين: القسم الأول، يقوم بوظيفة تحفيظ القران بتدريس بعض فنون العصر ولا سما ما يتعلق بالعلوم الدينية ( فقه، عقائد، أصول، حديث وتغسيل )<sup>2</sup>.
- 3) المسجد: وهو أول مركز في الإسلام انطلق منه شعاع الثقافة للعالمين وهو بيت الله ومحل عبادته فلا حق لأي مخلوق في احتكاره أو تأميمه أو فرض سلطة سياسة عليه أو منع التدريس و التثقيف فيه .
- 4) النادي: إن العرض من إنشاء الأندية يتمثل في المذكرات الثقافية وفي لقاء الدروس والمحاضرات فيها ووجود الأندية الثقافية في الشعوب دلالة على حريتها في التفكير والتعبير.
- 5) المكتبة: إن الهدف من إنشاء المكتبات يرمي إلى جمع كميات كبيرة من الكتب، المجلات، الصحف، الوثائق المحفوظات والرسوم... الخ. ثم وضع جميع هذه المقروءات بحيث تصرف القراء، ويجب أن تكون المطالعة حرة عالمية غير مقيدة بقيود سياسية .
- 6) المتحف : إن المتحف أحب المراكز الثقافية لدى أصل الفنون الجميلة والأذواق السليمة، وهو أحسن مدرسة لهم تعدل شعورهم وتعكس روحهم وتصنع أفكارهم، والمتاحف تتنوع حسب الأشياء التي تشمل عليها الكتاب، المجلات، الصحف، وهناك متحف خاص بالرسوم ومتحف خاص بالمنقوشات والمنحوتات، ومتحف خاص بالسلاح وهناك متاحف عديدة مثل، النقود، الألبسة، الأدوات، الأوسمة و الآلات<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> محمد عبد الكريم الجزائري: الثقافة و مآسي رجالها، الشهاب، الجزائر، ص26.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص57.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص58.

7) المدرسة: يدخل في معناها جميع المدارس الابتدائية والثانوية، وكلا النوعين يهدف إلى تثقيف بناء الأمة عن طريق التعليم والتعلم مباشرة.

9) الجامعة: إن الجماعات هي آخر مرحلة من مراحل الثقافة التي يجتازها الشخص أثناء مسابرة للدراسة ونظام الجامعة يختلف عن المراكز السابقة الذكر والانخراط في سلك الدراسات الجامعية، إلا من نال شهادة البكالوريا وما يعادلها.

10) الأساتذة: إن المطلوب من الأستاذ الجامعي أن يبذل جهدا كبيرا في تحضير دروسه وتنظيم محاضراته كما يطلب منه أن يأتي بأفكار جديدة حية في أسلوب مبتكر جذاب، وأن يزور الطالب سلاح البحث العلمي ويعود على النقد التربوية.<sup>1</sup>

11) الطلبة: فهم في جماعات الجزائريين كغيرهم من الجماعات العالم مستوهم في جامعتنا منحط والسبب يعود إلى دراستهم الابتدائية والثانوية الناقصة إلى الضمير المهني المنعدم.

- المظهر الثاني :

رجال الثقافة: إن الرجل المثقف هو من يتصف بعقل ناضج وقلب واع وشعور مرهف وسلوك مستقيم وعلم صحيح وعمل متقن، وجميع هذه الصفات تعتبر في الرجل المثقف الصفات تلازمه منذ مهده إلى لحدده العلمية.

-المظهر الثالث:

النتاج الثقافية:

المراد بالنتاج الثقافي كل ما كتب أو سجل من أجل تثقيف جميع الأفراد البشرية وتوجيه جميع مجتمعاتهم إلى ما فيه، الخبر والسعادة والنتائج المكتوبة في الكتب والرسائل والمجلات والصحف والوثائق، أما النتاج المسجل فيصدق على الأشرطة المتضمنة إلى جميع ما يمد إلى الثقافة : كأشرطة السينما والتلفزة والإذاعة ويدخل في النتاج الثقافي البحوث والرسوم والموسيقى والتأليف الذي يتضمن بشيء لم يسبق إلى تأليفه، فيألف شيء ألف ناقصا فيكمل شيء أخطئ في تأليفه فيصحح شيء ألف غامضا فيشرح شيء ألف متفرقا فيجمع شيء ألف مطولا فيختصر شيء ألف منشورا فيرتب.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد عبد الكريم الجزائري، مرجع سابق، ص58.

<sup>2</sup> جيهان أحمد رشيتي: الأس النظرية للنظريات الإعلام، مرجع سابق، ص358.

### 3- خصائص الثقافة :

الثقافة تجربة لأساليب السلوك التي ثبتت صلاحيتها لإشباع حاجات الأفراد وحاجات الجماعة، ولهذا التجريد كيان مستقل نسبيا عن الأساليب السلوكية الفردية، ويترتب على ذلك أن الثقافة نسق متكامل وليس مجرد مجموعة عشوائية من أساليب السلوك والاعتقاد التي يمارسها أفراد المجتمع.<sup>1</sup>

والثقافة عدة خصائص تميزها ومن أهمها ما يلي :

- أن الثقافة ظاهرة إنسانية أي أنها فاصل نوعي بين الإنسان وسائر المخلوقات، لأنه يمكن تعريف الإنسان بأنه حيوان صانع للثقافة ولأنها تعبر عن إنسانية الإنسان فهو الوسيلة المثلى للالتقاء مع الآخرين، حيث أن الثقافة في مختلف جوانبها هي في الأصل أفكار يبتكرها العقل البشري، وبالتالي فهي ظاهرة خاصة بالإنسان والمقصود وجود الثقافة وقدرته على التفكير والقدرة على العمل، حيث أن المخ الإنساني يتميز بمراكز عصبية معينة ذات وظائف محددة مثل: مركز التفكير ومركز التحليل وكل هذه القدرات تجعل الإنسان حيوانا ناطقا صانع الثقافة ومن ثمة كانت الثقافة ظاهرة إنسانية وهذا بغض النظر عن نوعيتها ودرجة تطورها من مجتمع لآخر.<sup>2</sup>
- أنها تحدد ذات الإنسان وعلاقته مع الطبيعة ومع ما وراء الطبيعة من خلال تفاعله بها في مختلف مجالات الحياة وهذا من خلال عنصر الاكتساب، وهنا الثقافة لا توجد مع الأفراد مثل صفاته الفيزيولوجية، مثل: ( اللون، الشعر، القامة، البشرة العينية... الخ. بل يتفاعل معها في بيئته الاجتماعية.
- وأنها عملية اجتماعية تتمثل في عمل اجتماعي وفكري وهي التي تسيير للإنسان سبل التفاعل مع محيطه، وهي لا توجد إلا في مجتمع إنساني كما أنها لا تدرس إلا في إطارها الاجتماعي.
- أنها عملية إبداعية متجددة تبدع الجديد والمستقبلي فالتفاعل مع المواقع تكيفا أو تجاوزا نحو المستقبل من الوظائف الحيوية لها 1.

- كما أنها إنجاز تراكمي متنام مستمر تاريخيا فهي بقدر ما تضيف من الجديد تحافظ على التراث الأصيل وتحدد القيمة الروحية والفكرية والمعنوية وتوحد معه هوية روحية ومسارا أو مثلا، وهو أحد المركبات الثقافية الأساسية كما أنه بعد أساس من أبعادها وعلى الرغم من اختلاف التضامن وعوامل التباين للثقافات المختلفة للأمم والشعوب فإنها تلقت في الكثير من المجالات في شكلها الخارجي.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> د. راوية هلال، أحمد شتا : حاجات المراهقين الثقافية والإعلامية، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2006، ص 48.

<sup>2</sup> أحمد بن نعمان: هذه هي الثقافة، الجزائر، دار هومة، ص 28-29.

<sup>3</sup> محمد المليبي وآخرون : الخطة الشاملة للثقافة العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة، تونس، ط2، 1996، ص 16.

ومن خصائص الثقافة أيضا :

- التميز واستقلال الثقافة: بمعنى أن الثقافة يكتسبها الإنسان بواسطة التعلم على اعتبار أن التراث الاجتماعي الذي يتراكم على مر العصور هو الذي يشكل تقاليد متوازنة.
- الاستمرار: تعتبر فكرة استمرار الثقافة فكرة أساسية في نظرية إدوارد تايلور، فالعناصر والملامح الثقافية لها قدرة هائلة على الانتقال من جيل إلى جيل بحيث هذه الملامح تمثل العادات والأفكار والعقائد والخرافات وغيرها ووجودها لعدة أجيال ما جعل الثقافة مستمرة .
- الثقافة سلوك مكتسب : فالمفهوم الثقافة يشير إلى الخصائص السلوكية التي يكتسبها الإنسان عن طريق التعلم في جماعته، فالإنسان يعتمد إلى حد كبير على الوراثة الثقافية للوصول إلى المعلومات الجديدة فهو يكتسب عادات ثقافية بواسطة التعلم أو التلقين.<sup>1</sup>
- التراكم والانتقال: إذا يمكن للثقافة أن تنقل من جيل إلى جيل آخر باعتبارها ذات صفة تراكمية ويمكن للفرد أن ينمو على حصيلة الأجيال السابقة.
- التعقيد والتركيب : لقد أشار إلى هذه الخاصة التركيبية عدد كبير من علماء الانثروبولوجية في التعريفات التي قدموها للثقافة بدءا من التعريف الكلاسيكي الذي صاغه "ادوارد تايلور" بأن الثقافة: مفهوم يشير إلى الإبداع الإنساني ونظرا لتراكم العناصر الثقافية وتعقيدها فإن الإنسان لا يستطيع الإلمام بكل العناصر الثقافية السائدة في مجتمعه.<sup>2</sup>
- التوافق والتكيف: لا شك أن الكائن الحي يكون لنا جدا عند ولادته والوضع الثقافي الذي سيعيش فيه الإنسان يتوقف على كل مجتمع له ثقافة معينة، وبفضل التوافق الثقافي فإن الإنسان سيصل إلى التوافق الاجتماعي من خلال الممارسة ومختلف جوانب الحياة في التمتع.<sup>3</sup>
- الذبوع والانتشار: من الخصائص الثقافية انتشار عناصرها ويعرف الانتشار الثقافي بأنه العملية التي ينشر بواسطتها العنصر الثقافي من فرد أو جماعة أو مجتمع، ويفسر "هويل" الانتشار الثقافي بأنه: عملية ديناميكية تنتشر فيما العناصر أو المركبات الثقافية من مجتمع إلى آخر.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> تركي رابح : أصول التربية والتعليم، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 1990، ص324.

<sup>2</sup> أحمد السويد : مفاهيم علم الاجتماع الثقافي و مصطلحاته، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ط3، 1980، ص 41.

<sup>3</sup> تركي رابح : المرجع نفسه، ص325.

<sup>4</sup> أحمد السويد : المرجع نفسه، ص 42.

- الثبات والتميز: الثقافة الثابتة ولكنها متغيرة فلا يمكن قياس الثبات إلا في مقابل تلك العناصر التي تتغير بسرعة خاصة تلك الثقافات الخاصة بالبلدان الصناعية الغربية أكثر مرونة من غيرها.
- التكامل: يؤكد علماء الثقافة أن خاصة التكامل الثقافي تشمل انساقا متكاملة ومتناسبة، لأن التكامل الثقافي لا يكون واضحا في الثقافة المركبة الغير المتناسبة حيث تكون العناصر الثقافية في تغيير مستمر.<sup>1</sup>
- الخاصية الاجتماعية: فالثقافة نتاج التفاعل الاجتماعي، ويتخذ السلوك شكل معيناً للأنشطة الخاصة بالجماعة فالصفة المثالية لها هي تميزها بالعادة الجماعية على العدة الفردية<sup>2</sup>

#### 4- أنماط الثقافة:

1) الثقافة الرفيعة ( ثقافة الصفوة) : هي الثقافة التي أمتدحها "دوتوكفيل"، "جورج ديهاميل"، "طه حسين"، و"العقاد" وتشير إلى العمل الدؤوب الذي تقدمه المهوبة العظيمة والعبقرية أي العمل الذي يحاول أن يصل إلى أقصى درجة من الفن هذا العمل صنعته الصفوة الثقافية وأفراد تلك الصفوة الثقافية، أو تم صنعه تحت إشراف تلك الصفوة وأفرادها هم القمة بين الرجال التعليم والعمليات والترفيه وهم يحملون أسس وقيم ومستويات ذلك المجال ويعتبرون نماذج للآخرين الذين يعملون في ذلك المجال.

ويحاول "اليوت" أن يثبت أن الطبقة التي يتوارث أهلها الثروة والنقود ضرورية لازدهار الثقافة ويبني الفصل الذي كتبه عن الطبقة والصفوة على أساس:

- أن تمايز الوظائف في المجتمع سمة تصاحب رقي الثقافة وهذا المفهوم سبق وأن بلوره دوركهايم .
  - وأن التمايز لا يحاول دون الاتصال بين الطوائف والفئات بحيث أن الانسجام الكلي يبقى موجودا.
  - أن الثقافة تتوارث أي تنتقل من جيل لآخر وعلى الرغم من الميل الواضح عند اليوت للاستناد إلى طبقة اجتماعية في تعريف الصفوة وهو القائل أن الأمل الوحيد هو أن: (( تعيد بناء أسوار الطبقة القديمة ونضع الجماهير مرة أخرى تحت السيطرة الأرستقراطية)).<sup>3</sup>
- وأيضاً ثقافة الصفوة وهي التي تحصلت عليها نخبه من المجتمع بواسطة عدة وسائل منها الكتاب وهي ثقافة مكتوبة لا تتحصل عليها إلا من يعرف القراءة والكتابة، وهي تعبر عن المواقف المجتمعية عندما تكون ناتجة منه وهي التي

<sup>1</sup> تركي رابع: أصول التربية والتعليم، مرجع سابق، ص326.

<sup>2</sup> أحمد السويد: مفاهيم علم الاجتماع الثقافي و مصطلحاته، مرجع سابق، ص43.

<sup>3</sup> عزام أبو الحمام: الإعلام الثقافي ( جدليات وتحديات )، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2010، ص 82-83.

يطابق عليها محمد عابد الجابري اسم (( الثقافة العلمية )) أي معدن الهوية أن تضم طريقة الحياة المادية والروحية لكي تمنح الكل أمة خصوصيتها.<sup>1</sup>

(2) **الثقافة الشعبية:** يستند مفهوم الثقافة الشعبية إلى المجتمع الشعبي وهو المجتمع الذي يحمل صفات وخصائص المجتمع الحضاري الحديث وهذا المجتمع الشعبي مجتمع بسيط ومنعزل تسوده الأمية والتجانس، وعند أعضائه إحساس قوي بالتضامن الجماعي والسلوك السائد فيه تشريع ومثل هذا التعريف الذي قدمه (( ردفيلد )) يطابق ما قدمه دوركهيم أيضا حول مفهوم المجتمع الآلي "solidarité mécanique" المتضامن من مقابل المجتمع العضوي ويعتمد التضامن في المجتمع الآلي على التماثل بين أفراد وعلى اندماج الفرد في الجماعة في زيادة التضامن كما في جسم اجتماعي كبير يعتمد على الأعضاء الآخرين في حياته ويعتمد عليه الآخرون في حياتهم .

فالثقافة الشعبية تتمثل في مجموع العناصر التي يتداولها عامة الناس، ويتبنوها وحافظون عليها ويورثها للأجيال الجديدة باعتبارها إطارا أساسيا في تميز هويتهم الوطنية أو القومية أو المحلية جامدة.<sup>2</sup>

كما أن الثقافة الشعبية هي الثقافة الشفوية التي ينقلها المجتمع من جيل لآخر شفويا: كالشعر الملحون والحكايات والعادات والتقليد وفي الغرب تسمى الفولكلور من غناء ورقص. وهو الذي يعبر عن ثقافة وتفاعل مباشر بين الناس بشكل متناغم تتبوأ فيه الكلمة الشفهية والمكانة الأولى.<sup>3</sup>

(3) **الثقافة الجماهيرية ( المجتمع الجماهيري ) :** تقوم وسائل الإعلام بتنشيط الأمور المعقدة وتقديمه للجمهور لكي يستطيع فهمه، ولكن المشكلة تظهر حينما يقوم بتلك العملية أفراد غير قادرين على فهم الثقافة العلية مما يجعلهم يلجئون إلى التعريف في عملية التنقل، ولكن إذا وجد القائمون بالاتصال القادرون على التكلم بلغتين لغة الثقافة العلية الجماهير خدمة جليلة بزيادة أهميتها بعدد المثقفين، فالثقافة الجماهيرية صارت خطوة مع تطور الديمقراطية والتعليم الشعبي وتصنيع والانتقال من الريف إلى الحضر وأنه لن يعود في الإمكان الفصل مرة أخرى بين ثقافة<sup>4</sup> الجماهير وثقافة المفردة والثقافة الشعبية. وهي مفهوم جديد يختلف عن النوعين السابقين وهي مرتبطة بوسائل الاتصال وتنقل بواسطتها وتؤثر على أفراد المجتمع بالتكرار وحلول الزمن وبذلك فهي غالبا ما تصطدم بالتنوع السابقة وهي ثقافة تخضع لمقاييس السوق وفق مبدأ العرض والطلب.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> جمال العيفة : الثقافة الجماهيرية ( عندما تخضع وسائل الإعلام والاتصال لقوى السوق )، منشورات جامعة باجي مختار، عناية، 2003، ص 42.

<sup>2</sup> عزام أبو الحمام: مرجع سابق، ص 84-85.

<sup>3</sup> جمال العيفة: المرجع نفسه، ص 43.

<sup>4</sup> عزام أبو الحمام: المرجع نفسه، ص 91.

<sup>5</sup> جمال العيفة: المرجع نفسه، ص 44.

4) الثقافة المتخصصة: تعتبر الثقافة المتخصصة أكثر شمولاً من ثقافة الصفوة وهي قمة الثقافة المتخصصة وخلاصة رقيها الطويل، فالثقافة الأدبية ثقافة متخصصة في الآداب أو في حقول الآداب وثقافة الصفوة الأدبية هي أفضل ما في تلك الثقافة وكلمة أفضل هي شأن نسبي بالطبع وليس بمقدور أي جهة الجزم بالحدود ما بين الصفوة وغير الصفوة في هذه الثقافة أو تلك، إن تلك الحدود ما بين الثقافة المتخصصة وثقافة الصفوة هي المنظمة التي سيكون فيها وسائل الاتصال والإعلام الدور الحاسم والدور الفاعل في خلع هذه التسميات أو الألقاب، وأثناء ذلك يستخدم الإعلاميين ومعهم النقاد ثقافتهم ودوافعهم الإنسانية للميل في هذا الاتجاه أو ذلك لكنهم في كل الأحوال لن يتمكنوا من تجاهل حكم "الجماهير المتلقية" وإن تجاهلوا ذلك مرة أو مرات فإن الجماهير المتلقية ستفعل آلياتها التي أشرنا إلى أهم واحدة منها آلة "التجاهل" أو إدارة الظهر.<sup>1</sup>

كما يصف "كلوكهون" الأنماط المثالية للثقافة من حيث درجة إلزاميتها إلى الفئات التالية:

- إلزامية: وهي ألا تتيح للثقافة أكثر من أسلوب سلوكيا واحد لمواجهة موقف معين.
- مفضلة: وهي ألا تنتج للثقافة أكثر من أسلوب سلوكي لمواجهة الموقف.
- نمطية أو شائعة: وهي ألا تنتج الثقافة أكثر من أسلوب سلوكي لمواجهة الموقف ولكن أحدهما أكثر انتشارا.
- البديلة: وهي أن تتبع الثقافة أكثر من أسلوب لمواجهة الموقف وتتساوى جميعا من حيث قيمتها .
- محدودة: وهي أن تتبع الثقافة بعض الأساليب السلوكية لفئة معينة فقط في المجتمع بينما تحظرها على الآخرين.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عزام أبو الحمام: مرجع سابق، ص 91-92.

<sup>2</sup> د. راوية هلال، أحمد شتا: مرجع سابق، ص 48.

خلاصة:

من خلال ما سبق نستنتج أن للثقافة العديد من المفاهيم التي جعلت من الثقافة المخزن الحي للذاكرة كمركب كلي ونمو تراكمي مكون من حصيلة العلوم و المعارف و الأفكار و المعتقدات و الفنون و الآداب و الأخلاق و القوانين و الأعراف و التقاليد و المدركات الذهنية و الحسية و الموروثات التاريخية و اللغوية و البيئية، وبامتلاكها مجموعة من العناصر و المظاهر منحت للإنسان الصفات الخلقية و القيم الاجتماعية التي تصوغ سلوكه العملي في الحياة الثقافية و تصوغ فكر الإنسان في جميع مظاهر الحياة الاجتماعية، و أيضا للثقافة عدة خصائص تميزها باعتبارها من أهم وسائل الاتصال للإنسان في الحياة اليومية التي ترتبط بالمظاهر الحضارية للمجتمع ككل، وكذا تنوع أنماطها التي ساهمت في تنمية و ترقية الثقافة فلا يوجد مجتمع بلا ثقافة و لا ثقافة بدون وجود المجتمع.

# الفصل الثالث

## الإعلام الثقافي

تمهيد

- 1- مفهوم الإعلام، الإعلام المتخصص.
- 2- مفهوم الإعلام الثقافي: أهدافه، دوره.
- 3- العلاقة بين الإعلام والثقافة.
- 4- تأثير وسائل الإعلام على المعايير الثقافية.

خلاصة

تمهيد:

إن لوسائل الإعلام دورا حيويا ومملوءا في المجال الثقافي من خلال الوصول إلى فئات متعددة ومختلفة من المجتمع، وذلك عبر مختلف البرامج التثقيفية التي تعالج الأحداث والظواهر والتطورات الحاصلة في الحياة الثقافية. فالإعلام يمثل عنصرا أساسيا للثقافة وركنا رئيسيا من أركانه وعامل هام من عوامل اكتسابها من خلال نشرها والتعبير عنها، كما تلعب وسائل الإعلام دورا في حماية الثقافة ونقلها إلى المجتمعات كافة، من خلال نشر وترويج الثقافة بين أفراد المجتمع، والمساهمة في عملية الابتكار و الإبداع ودعم المواقف أو التأثير فيها من خلال تنظيم الذاكرة الجماعية للمجتمع، والعمل على تطوير و نشر الثقافة بين عموم الشعب مستعينة في ذلك بالوسائل السمعية البصرية وحتى المكتوبة، وجعل المادة الثقافية غنية و متنوعة تناسب مع درجة الوعي ومستوى ثقافة الجمهور من خلال الإعلام المتخصص في الثقافة، لذا سنحاول من خلال هذا الفصل التطرق إلى الإعلام الثقافي بما فيه من المفاهيم و الأهداف و الأدوار و العلاقة بين الإعلام و الثقافة و تأثير وسائل الإعلام على المعايير الثقافية.

## 1- تعريف الإعلام:

ما يزال تعبير الإعلام في لغتنا العربية يحتاج إلى تحديد، فبرغم من شيوع كلمة الإعلام في الثقافة الشعبية العربية المعاصرة، وبالرغم من الدراسات الإعلامية الحديثة في الوطن العربي، فإن اصطلاح الإعلام يتسع أحيانا ليشمل مفهوم الاتصال ويضيق أحيانا فيقتصر على وسائل الإعلام.<sup>1</sup>

الإعلام من حيث اللغة مشتق من فعل أعلم الرباعي الماضي المضارع منه يعلم والمصدر (إعلاما) ومعنى (أعلم): قام بالتعريف والإخبار لغيره والثلاثي منه (عليم) أي عرف و خبر.<sup>2</sup>

والإعلام في اللغة بالنسبة للدكتور "إبراهيم إمام" هو التبليغ، ويقال بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب يقول الله تعالى: ((ولقد وصلنا لهم القول لعلهم يتذكرون)) و البلاغ ما يبلغك ويصلك ففي الحديث الشريف (( بلغوا عن ولو أياه )) فأعلم وأبلغ وبين وأوصل تعني إشاعة المعلومات وثبها وتعميمها ونشرها وإذاعتها على الناس .

والإعلام غير التعليم لأن الإعلام اختص بما كان من إخبار سريع، أما التعليم فينطوي على التكرار والتكثير.<sup>3</sup> إذا فالإعلام لغة لا يكون إلا طرفين فيقوم أحدهما بالإعلام بالشيء سواء كان خيرا أم تعريفا أم رأيا ويتلقى الثاني ما أعلم به ويكفي في الإعلام مجرد الأخبار ولكنه يشترك مع التعليم في معنى واحد، وهو نقل المعارف والمعلومات بين المرسل وهو رجل الإعلام أو المعلم إلى المستقبل وهو المتلقي للرسالة الإعلامية أو المتعلم.<sup>4</sup> أما اصطلاحا فقد عرفه الباحثون ببعض التعريفات نذكرها منها:

- تعريف زيدان عبد الباقي بأنه : تزويد الجماهير بأكبر قدر ميسور من المعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة.

- وعرفه عبد اللطيف حمزة بأنه: تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب، في واقعة أو مشكلة بحيث يعبر الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم.

<sup>1</sup> محمد سيد محمد : المسؤولية الإعلامية في الإعلام، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ط1، 1986، ص23.

<sup>2</sup> محمد موفق الغلاييني : وسائل الإعلام و أثارها في وحدة الأمة، دار المنارة، جدة السعودية، ط1، 1985، ص39.

<sup>3</sup> إبراهيم امام: أصول الإعلام الإسلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985، ص13.

<sup>4</sup> محمد موفق الغلاييني: المرجع نفسه، ص41.

- وعرفه د. إبراهيم إمام بأنه: عملية نشر الحقائق والمعلومات والأخبار بين الجمهور بقصد نشر الثقافة بين أفرادها وتنميته.
  - وعرفه جيهان أحمد رشتي بأنه: الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات وهو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت، وهو ليس تعبيراً ذاتياً من جانب الإعلام سواء أكان صحفياً أو إذاعياً أو منشغلاً بالسينما أو التلفزيون .
  - وعرفه حامد زهران بأنه : عملية نشر وتقييم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة وموضوعات دقيقة ووقائع متعددة وأفكار منطقية وآراء راجحة للجماهير مع مصادر خدمة للصالح العام.<sup>1</sup>
- ويمكن وضع تعريف جامد يتضمن التعريفات السابقة وهو يتوافق مع تعريف لجنة اليونسكو الخاصة بدراسة مشكلات الاتصال ومفاده أن الإعلام هو: العملية التي يتم من خلالها تجميع وتخزين ومعالجة ونشر الأخبار والبيانات والصور والحقائق والرسائل والآراء والتوجيهات والتعليمات المطلوبة، من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والقومية والدولية، وهي عملية موجهة لا يتم فيها تبادل المعلومات وإنما تسير هذه باتجاه واحد.<sup>2</sup>

#### الإعلام المتخصص:

الإعلام المتخصص هو الذي يعين بجانب واحد من اهتمامات الجمهور المتلقي المتطلع للاستزادة والمعرفة ومجالات النشاطات الإنسانية المختلفة والمتعددة في السياسة والاقتصاد والاجتماع والآداب والفكر والدين .

#### أهمية الإعلام المتخصص:

إن عملة توظيف وسائل الإعلام المتخصص لا تخرج عن طبيعة الدور الهام لهذه الوسائل، ذلك أن بناء نظام إعلامي متكامل يشكل الإعلام في المجالات المختلفة ومن هنا تظهر أهمية الإعلام المتخصص في تناول مجالات بعينها. وإذا بني الإعلام المتخصص على أسس سليمة ومدروسة وموظفة توظيفاً علمياً فهذا من شأنه أن يزيد من قوة المشاركة الجماهيرية لخدمة قضايا مجتمعاتهم باعتبار أن الإعلام يلعب دوراً في بناء رأي عام موحد تجاه تلك القضايا، إضافة إلى أن هذا الإعلام يعد مدخلاً مناسباً للارتقاء بالعقول ويقدر ببساطة الأسلوب والعرض للموضوعات بكون التفاعل الجماهيري مع ما هو مطروح، وهو إن كان يقدم عن طريق متخصص كل في مجاله إلا أنه يمكن للمتخصصين وللعمامة قراءته وهو يهدف إلى تضييق الهوة بين الثقافة العامة والمعرفة العلمية المتخصصة والتي حكي عنها المتخصصين في مجالها، كما يزود الجماهير بشكل سامي بشأنه أن يساعدهم بمسايرة التطور

<sup>1</sup> خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم: الإعلام الرياضي، مركز الكتاب للنشر والتوزيع، القاهرة، ج1، 1998، ص20.

<sup>2</sup> اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال: أصوات متعددة و عالم واحد"الاتصال اليوم و غدا"، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1981، ص51.

والتقدم التكنولوجي في الميادين المختلفة على المستويات العالمية والمحلية، ويعد علامة من علامات الانتقال من مرحلة التقليديّة إلى المرحلة المتطورة.

### وظائف الإعلام المتخصص ووسائله:

تعتبر وظائف الإعلام المتخصص والمتمثلة في الإعلام والإرشاد والتوجيه والتسليّة، ولكنها تتجه لمجال متخصص بعينه وتصديق إلى تحقيق الاستجابة لدى الجمهور المتلقي للتأثير عليه ومعاونته وإقناعه باتخاذ موقف أو تكوين رأي معين والنجاح هذه الوظيفة لا بد من مراعاة عدة أمور منها ما يلي :

- التخطيط العلمي لدور الإعلام المتخصص إذ تختلف فيما بينهما من حيث متطلباتها من مرحلة إلى أخرى.

- الأخذ باعتبار كفاءة المؤسسة الإعلامية وإمكاناتها والكفاءة المتخصصة فيها .

- وسائل الإعلام المتخصص فتتعدد وأهمها الصحافة المكتوبة المتخصصة، البرامج المرئية المتخصصة والبرامج المسموعة المتخصصة.<sup>1</sup>

حيث ظل الإعلام لعقود طويلة من الزمن نشاطا عاما ومفهوما موحدا إلى أن برزت إلى الوجود مؤسسات إعلامية متخصصة، وأصبحت تمثل أهمية بالغة لقطاعات عريضة من الجماهير وصار التعامل مع خدمتها يشكل جانبا من النشاط اليومي لهذه الجماهير فضلا عما يربط بهذا النشاط من خصوصية بالغة في الأداء والمفاهيم والرؤية والحساسية، أيضا بما يتطلب أن تكون مقاليدته في يد مسئولين يدركون الأبعاد الحقيقية لهذا الدور وحساسيته، إن إقبال جمهور معين من الإعلام حرصا على تلبية حاجيات الجمهور وبذلك ينشأ الإعلام المتخصص.<sup>2</sup>

ويعتبر ظهور الإعلام المتخصص مرحلة متقدمة في تطور وسائل الإعلام حينما إلى الحين مع تطورات أسبق أو مصاحب في البنى الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية وتتسع لتشكيل قطاعات مهنية وأخرى علمية أو ثقافية صارت تستحوذ اهتمامات جهات عديدة في الدولة أو المجتمع منها وسائل الإعلام وشركات التوثيق والإنتاج... الخ.

إن الإعلام المتخصص لا ينطلق قبل أن تتوفر لديه شروط الانطلاق الموضوعية المتمثلة في الاقتصاديات المتطورة بانتشار التعليم بمختلف تخصصاته، لكن الشروط الموضوعية لن تكون كافية لانطلاق الإعلام المتخصص

<sup>1</sup> شفيق حسنين : الصحافة المتخصصة المطبوعة والإلكترونية، رحمة برس للطباعة والنشر، القاهرة، 2006، ص 12، 13، 14، 15.

<sup>2</sup> Henry.h.schulte et marcel ,p.dufresne pratique du journalisme (paris nouveaux horizons.2002)p235.

ولا لنجاحه واستمراره ما لم تتوفر الشروط الذاتية التي تتمثل في امتلاك الإعلام المتخصص رؤيا كلية شمولية لوقائع الجمهور الذي يتوجه إليه ثم للمهمات الإعلامية المطلوبة منه .

وأكثر ما يحدد الإعلام المتخصص عن الإعلام الشامل أو المعاصر هو أن الجمهور معروف سلفا وغالبا ما تعرف خصائص الجمهور الأخرى وهي:

**1) جمهور محدد:** أن واحدة من السمات الهامة للإعلام المتخصص هي مقدرته من التعرف على الجماعات المحددة والوصول إليها ومخاطبتها، ولذلك غالبا ما يتميز الإعلام المتخصص بأنه جمهور محدد بقدر كبير من الوضوح والدقة وترتبط درجة التحديد هذه بدرجة تخصص من الإعلام.

**2) جمهور ضيق:** يتميز الإعلام المتخصص غالبا بأنه محصور في إطار ضيق وهو موضوع التخصص.

**3) جمهور معروف سلفا:** مما سيصل على الوسيلة الإعلامية تحديد سياستها واتجاه أدواتها اللازمة.....الخ.

**4) جمهور معني وجاد:** لأنه يبحث فيها عن حاجة إعلامية ما وليس من قبل الترفيه.

**5) جمهور نوعي:** وبهذا قد يكون عدده محدودا ولكنه أكثر فاعلية في حياة المجتمع للأمة، يضم الخبراء والاختصاصيين وغالبية قادة الرأي العام في مجال الاختصاص.

**6) جمهور يمتلك خبرة اتصالية عالية .**

**7) جمهور يمتلك حاجات إعلامية متعددة ومتنوعة.**

**8) جمهور يمتلك موقفا نقديا.<sup>1</sup>**

## 2- مفهوم الإعلام الثقافي:

الإعلام الثقافي يحتل حيز هام في مجال العمل الإعلامي وذلك في كونه الوسيلة الفعالة لخلق جسور بين الكتاب والأدباء عامة، وبين الفرد قصد توفير جو ثقافي صحي يساهم في دفع الحرية الثقافية نحو التقدم والتواصل والمشاركة في بلورة الرؤية الخلاقة الهادفة إلى الضمان نحو العمل الثقافي والتحامه بالإنسان.<sup>2</sup>

مفهوم الإعلام الثقافي محكوم بالمفهوم الواسع للثقافة وتشعب مجالاتها، لذا فمن الصعب تحديد مفهوم قاطع للإعلام الثقافي لأنه لا تخلو أي رسالة إعلامية من مضامين ثقافية، فالإعلام الثقافي يوجد بين الثقافة كمضمون وبين الإعلام كوعاء يقدم من خلال المضمون الثقافي، مستفيدا من إمكانيات الإعلام ووسائله وهو

<sup>1</sup> عزام أبو الحمام: مرجع سابق، ص46-45.

<sup>2</sup> عبد المجيد العجلان، مرجع سابق، 10/12/2015، 18:57س.

جزء المحدد من الإعلام الذي يهتم بقضايا الثقافة وأسئلة الإبداع ويناقد قضايا وهموم المعرفة ويطرح أسئلة والإشكاليات الحضارة والهوية.<sup>1</sup>

وحسب عبد المجيد العجلان فإن الإعلام الثقافة المتخصص هو الإعلام الذي يعالج الأحداث والظواهر والتطورات الحاصلة في الحياة الثقافية، ويتوجه أساسا إلى جمهور نوعي معنى ومهتم بالشأن الثقافي ويظهر الإعلام الثقافي في مرحلة معينة من تطور الحياة الثقافية ويسعى لمواكبة هذه الحياة والتفاعل معها كما أن الإعلام الثقافي يعكس مستوى تطور ونضج الحياة الثقافية ذاتها .

ثم إن مجال الإعلام الثقافي المتخصص هو رصد وعرض وتحليل ونقد النتاج الثقافي بكل مكوناته ذلك أن المفهوم العلمي للثقافة واسع وعريض إذ أن الثقافة تعني كل ما أضافه الإنسان إلى الطبيعة من فكر و علم و إبداع و إنشاء في كل مناحي الحياة الإنسانية.... الخ.

إن الإعلام يكون مساهما فاعلا في توليد الثقافة ونشر المعرفة وإدخالها ضمن آليات الوعي الفردي والجمعي لمصلحة التغيير والمساهمة في التقدم الحضاري.

إن مصطلح الإعلام الثقافي يقصد به رصد كل ما يحدث في السياحة الثقافية من نشاطات ثقافية وتبليغها للمتلقي عن طريق الوسائط الإعلامية المعروفة والمتواجدة :كالراديو، التلفاز، النحت، الهاتف الجوال، المجلات والصحافة المكتوبة. فالهدف الأساسي من الإعلام الثقافي هو توصيل المعرفة إلى المتلقي حيث الثقافة والإعلام هدفهما بالكاد واحد وهو مخاطبة الناس والاتصال بهم عن طريق الصورة وعن طريق الصحيفة الورقية وعن طريق الصحيفة الإلكترونية وكذا عن طريق الصوت كل ذلك وفق الوسيلة المتاحة أو التي يختارها المتلقي بمحض إرادته إذا لا ثقافة بدون إبلاغ وتعبير واللفات النظر عن محتواها ولا إعلاما جيدا دون هامة للثقافة وتلاقح الأفكار و التواصل بين الأمم والحضارات شرقا وغربا وتقريب المسافات بينهما.<sup>2</sup>

### أهداف الإعلام الثقافي:

أهداف الإعلام الثقافي هي انعكاس للسياسة الثقافية للمجتمع ولا تخرج كثيرا عن إبراز القيم الأصيلة وصور التقدم العلمي والمحافظة على التراث والانفتاح الواعي على الثقافات الأخرى ويمكن حصر أهداف الإعلام الثقافي في:

<sup>1</sup> عبد الله تايه: الإعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون، دار الماجد للطباعة والنشر، رم الله، 2006، ص 26.

<sup>2</sup> عبد المجيد العجلان: مرجع سابق، 2015/12/10، 18:57.

أ- على أنه ذات طبيعة إستراتيجية من خلال:

1) تحقيق ديمقراطية الثقافة بتوصيلها إلى أوسع قطاعات الجماهير بما يستجيب لاهتمامه أو يتلاءم مع احتياجاته أو الارتقاء بها .

2) الإسهام في تحقيق التكامل الثقافي بين عناصر المجتمع بما يساعد على وحدته واندماجه.

3) التأكيد على العلاقة بين الثقافة والسلوك الاجتماعي بما يساعد على تكوين نمط ثقافي يدفع بالقوى الاجتماعية إلى تغيير واقعها نحو الأفضل.

ب- وهو ذات طبيعة وظيفية من خلال:

1) رعاية الإبداع الفكري والثقافي والعلمي وتبني الموهوبين والمبدعين وتشجيعهم والاهتمام بقضاياهم ومشاكلهم والعمل على حلها.

2) الاهتمام بنشاطات الحركة الثقافية وتسلط الضوء عليها وإشاعة الاهتمام الشعبي بها.

3) التعريف بالتراث الثقافي الإنساني القديم والحديث والمعاصر.

4) تنشيط العلوم ونشر الثقافة العلمية ومحاربة الجهل والخرافة.

5) تقديم الأعمال الأدبية والثقافية بأسلوب بسيط ومشوق.

6) محاربة معوقات التقدم والتطور العلمي.<sup>1</sup>

كما تم تحديد أهداف الإعلام الثقافي تكليف من المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم وهي: تعميق المعرفة الثقافية بأنواعها النظرية والمعرفة وغيرها و التعريف بالسياسة الثقافية للبلاد التعريف بالمنتوج الثقافي بمختلف أنواعه داخل البلاد وخارجها.<sup>2</sup>

7) تدعيم ديمقراطية الثقافة.

8) توعية الرأي العام بأهمية الثقافة ودورها في التنمية .

9) الدفاع عن الهوية الثقافية والتبادل الثقافي العربي .

10) تدعيم البحث والتكوين و الدراسات.

11) تشجيع رجال الثقافة والمنتخب بالتعريف بهم وبمنتجاتهم .

<sup>1</sup> السيد أحمد مصطفى عمر: الإعلام الثقافي و الحركة الثقافية، قصر الثقافة، الشارقة، 2007.

<sup>2</sup> رضا التليلي و آخرون: الإعلام الثقافي في الوطن العربي، المجلة العربية للثقافة، السنة الثامنة، العدد 15، سبتمبر 1988، ص18.

ت- خلق توازن بين مختلف المناطق الريفية وبين مختلف المستفيدين من الإعلام الثقافي من الفئات الاجتماعية.

1) وجود هياكل أساسية مختصة، مكاتب ومراكز ثقافية وغيرها.

2) توفير وسائل الترويج، دور النشر وكالات الأنباء وغيرها.

3) توفير الإطار البشري الكفء.

وكل هذا من أجل تحقيق سياسة إعلامية ثقافية ومن أجل تحقيق أهداف واضحة للنهوض بالإعلام

الثقافي.<sup>1</sup>

**دور الإعلام الثقافي:** إن الإعلام مطالب بالجدية فيما يطرحه من القضايا وما يقدمه من البرامج التي تساهم في إثراء الواقع الثقافي وتناقش المسائل الحيوية، بطريقة تجعل الإنسان عضوا أساسيا في المجتمع عاثما بدوره ومسؤولياته بعيدا عن الاهتزاز والضعف والتوقع، والإعلام مطالب بتشجيع الإبداع والإشارة به وتوفير المناخ اللازم لبنائه وتطويره، لأن في ذلك الطريق الاعتزاز بالقدرات الذاتية وعدم الاعتماد على الغير وتوثيق الفرد داخل المجتمع الواحد والاعتزاز بطبقات المجتمع و الثقة بالنفس ورفع الروح المعنوية للأمة<sup>2</sup>.

فالإعلام الثقافي له عدة أدوار ومن بين هذه الأدوار هي:

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

2) النهوض بالإنتاج الفكري: وهذه الوظيفة تعني نشر الإنتاج في مجال الآداب و الفن والابتكار الفكري واليدوي، بصورة عامة ويتمثل ذلك خاصة من إبراز الإنتاج البشري بكل أوجهه الفكرية، الفنية، المادية، نشره وتوزيعه على أوسع نطاق من البشر من خلال:

1. تفجير الطاقات الخلاقة الكامنة في الأشخاص والمجموعات وتمكينها من الإسهام من إعداد الرسالة الثقافية وإبلاغه للجمهور.<sup>3</sup>

2. تهذيب الذوق العام ودفع الجمهور إلى الجماهير للتفاعل مع الإنتاج الفكري والإبداع الفني.

<sup>1</sup> رضا التليبي وآخرون: المرجع نفسه، ص21.

<sup>2</sup> تيسير أبو عرجة: الإعلام و الثقافة العربية الموقف و الرسالة، دار مجدلاوي للنشر و التوزيع، عمان الأردن، ط1، 2003، ص46.

<sup>3</sup> صالح الأصبغ: تحديات الإعلام العربي، دار الشروق، عمان، ط1، 1999، ص55.

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

4. ضمان الأمن الثقافي للجميع حتى لا يكون ضحية الغزو الأجنبي الفكري.

ومن هذا العرض يتبين لنا أن دور وسائل الإعلام الجماهيرية لا تقتصر فقط على نشر وترويج الثقافة بين أفراد المجتمع بل تتجاوز ذلك لتساهم في عملية الابتكار.

كما أنها تساعد على دعم المواقف أن التأثير فيها وعلى توجيه مناهج السلوك وتحقيق التكامل الاجتماعي كما أن لها الدور في تنظيم الذاكرة الجماعية للمجتمع وخاصة جمع المعلومات واستخدامها.<sup>1</sup>

وتركز الدول النامية كثيرا على وسائل الإعلام في تصوير ونشر الثقافة المحلية بين عموم الشعب مستعينة في ذلك بالبرامج الثقافية، الإذاعية والتلفزيونية والصحافة المكتوبة. غير أن للبرامج الثقافية ذات التوجه التنموي دورا مهما في تنمية الوعي لدى الغالبية ومن مواطني الدول على اعتبارا أن الغالبية تنصف بقلة المعلومات والثقافة الأمر الذي يجعل من الدور الذي يقوم به الواسيلتين: الإذاعة والتلفزيون دورا حيويا في الاختبار والمعلومات والمعارف في مجالات التعليم والصحة .

وهو ما تقوم به البرامج الثقافية، التنموية، الإرشادية، الأدبية، العلمية، التاريخية والاجتماعية. فوسائل الإعلام أهميتها المقصودة في تثقيف المجتمعات خصوصا المجتمعات المتخلفة أو النامية أو السائرة في طريق النمو للتأثير الكبير عليها.<sup>2</sup>

إن الإعلام لكي يؤدي دوره المطلوب بحيث ألا يكون مرآة عاكسة للواقع و إبراز هذا الواقع، ولكن عليه أن يكون أداة تغيير ويحث على الجدية والبناء السليم للإنسان، أي أن يكون أداة تنموية فاعلة لذلك نرى من غير المعقول أو المقبول أن يكون مساحات الترفيه في أجهزة الإعلام أضعاف المساحات المخصصة للقضايا الجادة خاصة وأن هذا الترفيه يقدم في شكله الفني الهابط الذي بلا معنى سوى مضيعة الوقت، وهناك مقولة أن "الجمهور هو الذي يطلب هذه الأشياء ويرتاح إليها". إنه ربما أصبح يتابعها لأنها المتاح الوحيد أمامه ولأنه لا يرى شيئا غيرها، وبإمكان وسائل الإعلام أن تعود على الجدية وأن تقدم له الموضوعات الجادة المفيدة حتى لا يجد نفسه فريسة سهلة تخضع تلقائيا لكل مالا جدوى منه، إن الإعلام هنا مطالب بالمخاطبة الأذواق والاهتمامات السطحية خاصة ونحن أمة تنشر الواقع الأفضل وتسعى لأن يكون لنا دورنا الفاعل على خريطة الدنيا، ناهيك عن أننا في متاهات عديدة نرجو منها الخلاص سواء ما يتعلق بسلامة أرضنا و سلامتنا أو سلامة أرواحنا، وأخيرا

<sup>1</sup> مصطفى مصمودي: النظام الإعلامي الجديد، عالم المعرفة، الكويت، 1985، ص203.

<sup>2</sup> فواز الدخيل: مفاهيم سائدة في وسائل الإعلام، المجلس الوطني للثقافة والإعلام، الكويت، 1997، ص38.

فإن الإعلام مطالب بأن يخترق الفراغ الذي تعينه الشباب وفئاته وأن يدعون من خلال كافة الأساليب البحثية والميدانية عما يريده هؤلاء الشباب، حتى لا تظل الفجوة قائمة بين الإعلام وبين الجمهور المخاطب الذي يعتبر الشباب أهم فئاته حيث نعلم تماما.<sup>1</sup> حجم المشكلات التي تواجههم وحجم الأخطار التي يدعون إليها بسبب عدم التوجيه السليم وعدم إتباع الأسس والأساليب التعليمية والتربوية الناجحة.

وتعرضهم لهذا السبيل البراجمي الذي نعرف طبيعته ومضامينه بواسطة الإعلام وأجهزته، لاسيما وأن هؤلاء الشباب هم عماد الأمة الذين يرتجي منهم الخير الكثير لحاضرها ومستقبلها، ومن الضروري السعي الدائم لمخاطبة هذه الفئة ومعرفة ماذا تريد ومعرفة الاهتمامات التي تتجدد لديها بين حين وآخر، بحيث تكون المواجهة مع المشكلات الشباب بحجم ما تصاحبه هذه المشكلات من أخطار وتأثيرات.<sup>2</sup>

حيث أصبحت وسائل الإعلام تؤدي دورا حيويا وملموسا في مجال التثقيف نظرا لقدرتها في الوصول إلى فئات متعددة ومختلفة من المجتمع، حيث مكنت من ربط المجتمع اجتماعيا وصحيا وثقافيا مع بعضه البعض، كما أن الوسائل تلعب دورا مهما في تشكيل الوعي الثقافي لدى أفراد المجتمعات سواء في مجال تزويده بالمعلومات السليمة أو في تشكيل الاتجاهات والمواقف المختلفة، وله دور في تعزيز المعرفة لدى الجمهور وذلك من خلال الحملات الإعلامية والتوعوية الثقافية الهادفة، التي تؤدي إلى زيادة إدراك المواطنين للمشكلات المختلفة مع إبراز الدور الفعال الذي يمكن أن يؤديه المجتمع في التعامل مع العديد من الموضوعات التي يطرحها.<sup>3</sup>

#### 4-العلاقة بين الإعلام والثقافة :

يلتقي الاتصال والثقافة في أوجه كثيرة فمن ناحية نجد أن كل العمليات الثقافية لا تخلو من تفاعلات اتصالية وكل عملية اتصالية لا تخلو من تفاعلات ثقافية، وبذلك تؤثر الثقافة في تشكيل معظم المضامين التي تحملها العمليات الاتصالية كما يسهم الاتصال في نشر المعارف ودفع عجلة الأنشطة الثقافية وفي انتفاع الأفراد بصفة عامة بالنتائج الثقافية والمشاركة في الحياة الثقافية وتعتبر رموز الاتصال ذاتها جزءا من الثقافة السائدة، فاللغة والحركات والإشارات والإيماءات إلى آخره هي عناصر ثقافية كما أنها في الوقت نفسه أدوات لنقل الثقافة للمجتمع ولها مجالات متعددة.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> د. تسيير أبو عرجة: مرجع سابق، ص 47.

<sup>2</sup> د. تسيير أبو عرجة: المرجع نفسه، ص 48.

<sup>3</sup> د. عبد الرزاق الدليمي : الإعلام المتخصص، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، الطبعة العربية، 2015، ص 226-227.

<sup>4</sup> عبد الفتاح عبد النبي : تكنولوجيا الاتصال والثقافة بين النظرية والتطبيق، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990، ص 135.

ومن الوظائف الأساسية للاتصال نقل الثقافة من جيل إلى جيل فقد حدد "هارولد لازويل" Harold Lasswell

ثلاث وظائف يؤديها الإعلام في المجتمع وهي :

\* مراقبة البيئة.

\* الترابط بين أجزاء المجتمع.

\* نقل التراث الاجتماعي من جيل إلى جيل .

The transmission of the social heritage from one generation to the next<sup>2</sup>

وقد أصبحت وسائل الاتصال الجماهيري أداة لصياغة الثقافة الجماهيرية أكثر مما هي عامل من عوامل هذه الثقافة التي تشرت بها بالفعل خلايا البناء الاجتماعي التي تتخذ، فعلينا أن ننظر إلى صميم النظام السياسي المطبق في هذا المجتمع بكل ما ينطبق عليه ذلك من التحليل الطبقي للبناء الاجتماعي، ومن دراسة تحليلية لنوعية الإيديولوجية المسيطرة وصراعها على باقي الإيديولوجيات في المجتمع .

وهذا يقود إلى منهج التحليل الطبقي للاتصال وهذا المنهج يعتمد على المقولات الرئيسية التي تركز على نمط إنتاج الاتصال للكشف عن نوعية الإيديولوجيات التي تحاول الطبقات الاجتماعية المسيطرة، أن تفرضها على المجتمع من خلال وسائلها المتعددة في تشكيل الوعي الاجتماعي.<sup>1</sup>

وهكذا يصعب فهم العمليات الاتصالية والثقافية في المجتمع بعيدا عن فهم الإيديولوجية السائدة، ذلك أن الممارسة في النهاية سوف تكشف عن محاولات لتكريس مفاهيم هذه الإيديولوجية السائدة. وتطويع العناصر الثقافية السائدة لصالح الإيديولوجية المسيطرة، وأن طبيعة العلاقة بين الاتصال والثقافة تتحد على ضوء العلاقة التي تربط الفكر بالسلطة والجماعة الحاكمة والمسيطرة الكاملة التي تمارسها السلطة على أوجه النشاط الاتصالي الثقافي ومن هذا المنظور يوصف الاتصال لصالح منح السلطة أقصى درجة من السيطرة والتحكم في مجالات النشاط الثقافي في المجتمع كما أن قنوات الاتصال التي تتولى من جانبها الترويج للإيديولوجية. الجماعة المسيطرة تستخدم العناصر الثقافية نفسها ليس فقط بهدف نشر وترويج رؤى ومواقف هذه الجماعة ولكن أيضا بحيث تحقق أقصى فرص التأثير والفاعلية لعملياتها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> نادية سالم : الهوية بين وسائل الاتصال والهوية الثقافية الشعبية، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الإعلام، المركز القومي للبحوث الاجتماعية، 1983، ص2.

<sup>2</sup> عبد الفتاح عبد النبي : تكنولوجيا الاتصال والثقافة، مرجع سابق، ص138.

ففي المجتمع العصري تدرك أجهزة الاتصال أهمية عنصر الدين ودوره في تحقيق الإقناع للأفكار ورؤى للجماعات الحاكمة، ولذلك تحرص هذه الأجهزة على الاهتمام بإحياء المناسبات الدينية والإكثار من البرامج الدينية.

كما نجد في الثقافة الشعبية البطل والبطولات مثلاً عنتر بن شداد و أبو زيد الهلالي، فتتجه أجهزة الإعلام إلى إضفاء هالة من التضخم على تصرفات القادة وتخلع عليهم صفات البطولة والاحترام. على أن استخدام قنوات الاتصال لعناصر الثقافة الشعبية لتدعيم عملياتها وإضفاء الشرعية على ممارسات الجماعات التي تسيطر على هذه القنوات لا يعني دوماً نجاح الاتصال في تحقيق أغراضه، ذلك لأن انتزاع العنصر الثقافي من إطاره الطبيعي وتحويله للتأكيد على معاني معينة والتغاضي عن البعض الآخر يؤدي إلى تشويه هذا العنصر وإضعاف مقدرته على القيام بوظائف الأصلية التي يؤديها نطاق الثقافة الشعبية، فالبطولة والزعامة مثلاً لها موصفتها وانجازاتها غير العادية وإذا لم تتحقق هذه الموصفات تلاشت فعالية استخدام العنصر الثقافي وهو الأمر الذي يتجاهله القائمون بالاتصال.<sup>1</sup>

#### 4- تأثير وسائل الإعلام على المعايير الثقافية:

لتوضيح العلاقة بين الإعلام والثقافة قدم " ملفين ذي فلير " Melvin défiler نظرية المعايير الثقافية عام 1970 والتي تقوم على الفكرة التالية:

إن وسائل الإعلام من خلال عروض منتقاة ومن خلال التركيز على موضوعات معينة تستطيع أن تحقق انطبعا لدى جمهورها، بأن المعايير الثقافية هي القواعد العامة التي يجب فهمها وإتباعها بواسطة جميع أفراد المجتمع يتم تحديدها بطريقة معينة وبهذا يتواجد فهم الأشخاص عما هو صواب أو صحيح. وهذه المعايير تعطي مدى واسعا من النشاطات يبدأ ببعض الطقوس البسيطة مثل: ما الذي يجب أن يفعله الفرد عند الرد على التليفون؟ وينتهي بالمحرمات المهمة عاطفياً وبعض المعايير غير رسمية وتنشأ تلقائياً نتيجة لتبادل التعامل بين الناس من يوم إلى يوم، وبعضها يدخل في عملية التشريع ويتحول إلى قوانين رسمية مكتوبة مثل القوانين المتعلقة بالعقود طبقاً لهذه النظرية فإن وسائل الإعلام لا تؤثر في الأشخاص فقط ولكن تؤثر في الثقافة أيضاً، حيث تقوم وسائل

<sup>1</sup> عبد الفتاح عبد النبي : المرجع السابق، ص 139.

الإعلام بتعزيز الأعراف الاجتماعية ونشرها وتضييق الفجوة بين الاتجاهات الخاصة "private attitudes" والأخلاق العامة "publik morality".<sup>1</sup>

تأثير المعايير الثقافية على وسائل الإعلام:

إذا كانت وسائل الإعلام تقوم بنشر المعايير الثقافية بين جمهور لدرجة أنهم يتواجدون في فهمهم اتجاه الأعراف والتقاليد والعادات، فإن المعايير الثقافية تؤثر أيضا على وسائل الإعلام فعل سبيل المثال في مجال الأخبار وهي وظيفة أساسية للأعلام، تسهم المعايير الثقافية إلى حد بعيد ليس في اختبار حدث دون غيره ليحتل مكانه في وسيلة إعلامية فحسب وإنما تسهم أيضا في الاهتمام ببعض عناصر الحدث دون الآخر، على أن المعايير الثقافية لا يقف دورها في مجال السلوك الإخباري عند اختيار وسائل الإعلام للأحداث وكيفية تغطيتها ولكنها تتعدى إلى الكيفية التي يدرك بها الجمهور هذه الوسائل ما تقدمه من أخبار، فالأحداث الوطنية تلقى تفسيرات مختلفة داخل المجتمع الواحد مثلما تلقى الأحداث العالمية تفسيرات مختلفة عبر ثقافات العالم المتباينة، وهذا الاختلاف في تفسير الأخبار يرجع إلى عوامل مرتبطة باختلاف الثقافات الفرعية داخل الثقافة العامة للمجتمع الواحد أو الثقافات العامة في المجتمعات المختلفة، ويمكننا ملاحظة ظاهرة التفسير الثقافي للأحداث الإخبارية داخل الثقافة الواحدة. حيث يرتبط هذا التباين ودرجته بعوامل متعددة منها (( درجة الانسجام الثقافي داخل الثقافة الواحدة، تنوع الاتجاهات السياسية لدى انتشار الوعي بالإضافة إلى درجة تباين الآراء المسموح بها داخل هذه الثقافة وبالتالي تنوع المعالجات الإخبارية لوسائل الإعلام))، إلا أن ظاهرة التفسير الثقافي المتباين تكون أشد وضوحا إذا ما حاولنا رصدها في سياق عالمي حيث تكون الحدود الثقافية شديدة التمايز.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Mlvin defleur and sondra J ball rokeach: théories of mass communication longman ine. 4th Ed. 1982.p309.

<sup>2</sup> حمدي حسين: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1991، ص 21-218.

خلاصة:

وعلى ضوء ما سبق نستنتج أن للإعلام مفاهيم واسعة لا نستطيع تحديدها وخاصة عندما تقع ضمن مجال محدد من مجالات الحياة الثقافية خلال معالجة الأحداث و الظواهر و التطورات الحاصلة في المجال الثقافي، لان الثقافة مجال مهم وله جمهوره المتذوق لجميع الفنون الجميلة و الآداب ،لذا كان لا بد أن يكون هناك إعلام متخصص في المجال الثقافي لعرض و تبسيط الموضوعات ،القضايا و الأفكار الثقافية في شكل ومضمون مقبول يسعى إلى إفادة الجماهير، كما أن مفهوم الإعلام الثقافي محكوم بالمفهوم الواسع للثقافة لذا لا يوجد مفهوم محدد للإعلام الثقافي لما له من مجموعة من الأهداف التي هي انعكاس للسياسة الثقافية للمجتمع، بالإضافة إلى أن الإعلام و الثقافة يلتقيان في أوجه عديدة و هذا ما جعل وسائل الإعلام تقوم بنشر المعايير الثقافية بين الجمهور وفي نفس الوقت تأثر المعايير الثقافية على وسائل الإعلام عن طريق الكيفية التي يدرك بها الجمهور هذه الوسائل، وذلك لتلبية الاهتمامات الثقافية و الفكرية عن طريق إشباع الحاجات الفنية و الأدبية لجماعات متنوعة من الجماهير ، لأن الإعلام هو أكثر من مجرد نقل المعلومات، إذ يعتبر منبرا للمناقشة و نشر الأفكار و الخبرات والتجارب.

# الفصل الرابع

## الإعلام الثقافي في الجزائر

تمهيد

- 1- نشأة وتطور الإعلام الثقافي في الجزائر.
- 2- واقع الإعلام الثقافي في الجزائر.
- 3- الإعلام الثقافي التلفزيوني الجزائري.
- 4- البرامج الثقافية (حصة زدني نموذجاً).

خلاصة

أدرك الإعلام الجزائري مبكرا الدور الثقيفي الذي تلعبه وسائل الإعلام في مواكبة التغيرات الثقافية ومعالجة القضايا الثقافية الآنية، بفضل فتح أجهزة الإعلام السمعية البصرية من اجل استرجاع المصادقية التي فقدها التلفزيون الجزائري كوسيلة إعلامية ثقيلة، وبعد الركود الناتج عن الوضع الصعب الذي عاشته الجزائر في العشرية السوداء أثرت وسائل الإعلام على الجماهير بشكل واضح وعلى تفكيره وثقافته وعلى سلوكه، ويشكل شخصيته من خلال ما يلبيه من ثقافات متنوعة عبر مختلف الوسائل الإعلامية السمعية البصرية وحتى المكتوبة التي اهتمت بالرفع المستوى الثقافي للأفراد والموروث الحضاري للجزائر وكل هذا من خلال مختلف البرامج الثقافية في الإذاعة وخصوصا التلفزيون، الذي يعتبر من اخطر الوسائل الإعلامية والاجتماعية نظراً لما يتمتع به من خصائص وإمكانات لا تتوفر في وسائل الاتصال الأخرى. ويشكل ظهور هذه القنوات الفضائية العامة والمتخصصة والعمومية نقلة نوعية في مستوى المعالجة الإعلامية الثقافية في الجزائر، وكل هذا سنتطرق إليه في هذا الفصل الإعلام الثقافي في الجزائر من خلال: النشأة والتطور، واقع الإعلام الثقافي الذي ألت إليه الجزائر، ظهور الإعلام الثقافي عبر مختلف الوسائل الإعلامية وكذا التعرف على البرامج الثقافية الجزائرية من خلال التعريف بحصة زديني.

## 1- نشأة وتطور الإعلام الثقافي في الجزائر:

عانت الجزائر طويلاً من سياسة التجهيل وبلغة الأمية بما حسب ما يقتضيه التطور العصري للثقافة، لذا عرفت الجزائر الدور الثقيفي مبكراً خصوصاً على مستوى الصحافة المكتوبة وعلى مستوى الإعلام الرسمي وأيضاً من البرامج الثقافية الإذاعية والتلفزيونية التي تهدف إلى توزيع الأفاق ورفع المستوى الثقافي والموروث الحضاري للجزائر والاهتمام بالهويات الثقافية المحلية وتقديم أعمال أشهر المثقفين الجزائريين من مختلف البرامج الجزائرية، ونجد الإذاعة الثقافية كأول إذاعة متخصصة سنة 1995 التي اهتمت بالمحتوى الثقافي ودورها في إعطاء الصبغة الثقافية للمجتمع الجزائري.

اهتم المشرع الجزائري غداة الاستقلال بالإعلام والثقافة حيث صدر 1968 المرسوم رقم 68-26 والذي ينص على "إنشاء مراكز الثقافة والإعلام على مختلف ولايات القطر الجزائري" تحت إشراف وزارة الإعلام التي هدفها ترقية الإعلام والثقافة وأيضاً لربط الإعلام بالثقافة الذي أدخل على الإدارة المركزية لوزارة الإعلام والثقافة سنة 1975م.

حيث قامت مديرية السينما والسمعي البصري بتوجيه النشاطات الثقافية التي تتولى عن طريق الأفلام والوسائل السمعية البصرية، والإشراف على الهيئات والمؤسسات التابعة لوزارة الإعلام والثقافة وتنظيم العلاقات بين مجالي الإعلام والثقافة، كما أن المشرع الجزائري حدد طبيعة المؤسسات الإعلامية الوطنية بأنها مؤسسات ثقافية حيث نصت المادة الثامنة على أن "أجهزة الإعلام الوطنية مؤسسات ذات طابع اجتماعي وثقافي".<sup>1</sup>

وقانون الإعلام 1990 نص على المادة الخامسة على أن "عناوين الإعلام وأجهزة تشارك في ازدهار الثقافة والاطلاع إلى التطور التكنولوجي والثقافي" كما نصت المادة 13 على أن "أجهزة الإذاعة الصوتية المسموعة التابعة للقطاع العام في قناتها المتخصصة في بث الثقافات الشعبية والتكفل بالاستعمال كل اللهجات الشعبية لترسيخ الوحدة الوطنية والقيم العربية الإسلامية من المجتمع الجزائري".<sup>2</sup>

فهذه المواثيق والقوانين الصادرة في الجزائر اهتمت بالدور الثقيفي لوسائل الإعلام التي حددت الإطار العام للقيم العربية والإسلامية، والتشجيع على الانفتاح على الثقافات الأخرى والاهتمام بالثقافات المحلية دون المساس بالوحدة الوطنية والحرية في تعبير المواطنين عن ما في أنفسهم في نشر الثقافة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> صالح بن بوزة: وسائل الإعلام في الجزائر بعد الاستقلال، 14 جويلية 1996، ص 18.

<sup>2</sup> عن وثيقة قانون الإعلام، رقم 90-7-3، 1990.

<sup>3</sup> صالح الأصبغ: مرجع سابق، ص 18.

وفي أغسطس 1990 تم إنشاء المجلس الوطني للثقافة، وهو جهاز استشاري يضم أدباء وجامعيين وفنانين والسعي إلى إدخال الديمقراطية في الحياة الثقافية بالبلاد، وأيضا اقتراح برامج لمختلف الأشكال ينطلق من التشجيع إلى الإبداع ونشر الأعمال، الفن والفكر إلى فحص ومراجعة التراث الثقافي لتوضيح الأشكال الأصلية من خلال ضبط مخطط الثقافة وإنعاش الصناعات المرتبطة بنشر الثقافة وتكليف المؤسسات بالمعطيات الاجتماعية الجديدة. وفي 2007 تم اختيار الجزائر عاصمة الثقافة العربية وهي فرصة للتكثيف الفعل الثقافي في مختلف مجالات الإبداع الفني ومن ذلك صناعة الكتاب حيث تم نشر وتوزيع أكثر من 1200 كتاب وتشجيع عقد صالونات الفكر والشعر، بحضور أبرز الشخصيات الأدبية في الجزائر والوطن العربي وأيضا تنظيم الندوات والمحاضرات الأدبية، ومن خلال مشروع مكتبة لكل بلدية الذي يتم من خلال تنمية أجهزة القطاع الثقافي في كل ولايات الوطن تحت شعار "الاستمرارية". إضافة إلى تعزيز برنامج المكتبات المتنقلة ودعم النشر الوطني مع ما يزيد عن 200 دار نشر ومع نهاية عام 2009 يتسلم قطاع الثقافة ستة مؤسسات تكوين فنية جديدة منها 4 للتكوين الموسيقي و2 للفنون الجميلة.

ومن أبرز المشاريع الثقافية الكبرى بالجزائر: مشروع مكتبة عربية، جنوب أمريكا، مشروع المركز العربي للآثار ومقره المدينة الجديدة، مشروع قاعة العرض الكبرى بالجزائر والتظاهرات الثقافية الكبرى. لذا حاول قطاع السمعي البصري المحافضة على الثقافة الجزائرية من خلال إعادة تنظيم عميقة على المستويين التنظيمي والمؤسسي ومختلف البرامج التي تعرضها الوسائل الإعلامية الجزائرية سواء في الإذاعة أو التلفزة التي اهتمت ولو بقليل بالموضوعات الثقافية وهذا بسبب ما عانته الجزائر في الفترة الاستعمارية.

## 2- واقع الإعلام الثقافي في الجزائر:

لا تزال الثقافة الجزائرية تعبيراً عن الانتماء إلى الحضارة العربية، البربرية والإسلامية وهي السمات الأساسية للشخصية الوطنية الجزائرية، ورغم من كل هذا فإن خطة قطاع الثقافة بين سنتي 2009 - 2014 قامت بتشجيع وتطوير الموسيقى وتشجيع الإبداع من جميع أشكال بالتنسيق مع وزارة التربية الوطنية، فواقع الإعلام الثقافي في الجزائر يطرح الكثير من التساؤلات حول هذا الواقع ومدى قدرته على صناعة المحتوى الثقافي والإعلامي.<sup>1</sup>

ومن أهم الأسباب ما يلي:

<sup>1</sup> عليا الجياخنجي: الثقافة الجزائرية، استعادة معالم الهوية وتجديدها، مجلة المعرفة، العدد 176، 2009، ص 25 - 26.

- فقدان حرية التعبير سواء في الإذاعة أو التلفزة أو الصحف كلها تحت تصرف السلطة مما جعل الثقافة الجزائرية مهمشة من الناحية الإعلامية.
- مشكلة الطبع والنشر في القطر الجزائري نادراً جداً وهذا تحت تصرف الشركة الوطنية للنشر والتوزيع وهي الشركة المسؤولة عن طبع جميع النتاج الثقافي.<sup>1</sup>
- نقص الاهتمام بالوسائل الإعلام خاصة منها الصحف اليومية لوظيفة هامة هي وظيفة التثقيف والتربية والتوعية مقارنة مع الوظائف الأخرى، مع العلم بأن هذه الوظيفة لها دور في جعل الإعلام إعلاماً متخصصاً بذاته .
- نقص الدراسات والأبحاث في هذا المجال خاصة وإننا في عصر ما يعرف بالعمولة الثقافية، فنحن بحاجة إلى دراسة تؤكد على وضعية الثقافة في إعلامنا والدفاع عن الهوية الثقافية .
- الجزائر بحاجة إلى الاحتكاك بتجارب أخرى لترقية الصحفيين الجزائريين حول تعاملهم مع الحدث الثقافي، لأنه تفتقر الجزائر في الصحافة الثقافية إلى مختصين في النقد السينمائي والمسرحي والنقد الثقافي عموماً.
- التلفزيون الجزائري يعمل على فرض ثقافات خارجية وتدوين الثقافات المحلية وتحويلها إلى فلكلور، ويزيد خطورة هذا الغزو عندما يقترح عادة عرض فلم أمريكي ونشر الأنماط الثقافية والحضارية للمجتمع الأمريكي في عقول المشاهدين.
- غياب الإنتاج الوطني التلفزيوني وخصوصاً الدراما التلفزيونية، والتي تحمل ثقافة محلية وتعبر عن التراث الجزائري فإن الثقافة المهنية هي الثقافة الوافدة من الخارج والحاملة للقيم والثقافة الغربية.<sup>2</sup>
- المنتج الإعلامي الثقافي يكاد يكون مراراً مما ترتب عليه نمطية في صورة المنتج الإعلامي الثقافي في القنوات الفضائية الجزائرية.
- يقتضي وضع برامج نموذجية للمنتج الثقافي على جانب تقديم مفارقة منهجية لمكانة الخبر الثقافي في تجربة القنوات الفضائية .
- تأثير التحولات الإعلامية في الجزائر على التعامل مع الخبر الثقافي ومساحة الخبر الثقافي في المنتج الإعلامي لهذه القنوات.
- غياب البرامج الثقافية في القنوات الفضائية الجزائرية أي غياب المشهد الثقافي حول الكتاب والآداب وغيرها.

<sup>1</sup> محمد عبد الكريم الجزائري: مرجع سابق، ص 190.

<sup>2</sup> محمد سيد محمد: مرجع سابق، ص 13.

- أن الحوارات الثقافية الجريئة غابت عن الشاشة الصغيرة وغابت معها فضائيات النقاش الثقافي التي تمنع للمتقرف الجزائري فرصة مشاركة أفكاره مع الغير.
- قلة البرامج التي تلم بكل أعمال ونشاطات وإصدارات الأدباء وذلك بسبب عدم رقي مستوى الحركة الثقافية التي تعني بالكثير لتشعبها من آداب، شعر ومسرح وغير ذلك.
- ما يعرض في القنوات الجزائرية اليوم يكاد يكون سطوحيا يمر مرور الكرام على الحراك الثقافي والنشاطات الفكرية في الجزائر.
- ظهور القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر بعد تعديل قانون السمعي البصري، حيث عملت هذه القنوات على إيجاد مساحة لها والحصول على قدر من الاهتمام ومتابعة المواطن عبر ما تقدمه من شبكات برمجية.
- الاستجابة لتطلعات الجمهور وتحقيق رغباته من خلال ما توفره القنوات الخاصة من خدمات إعلامية.

### 3- الإعلام الثقافي التلفزيوني الجزائري:

#### 1- الصحافة المكتوبة:

تعتبر الصحافة المكتوبة أحد أهم الوسائل الجماهيرية للتثقيف، ولقد أكدت جل انشغالات الصحافة على قيمة الثقافة ودورها في تنمية المجتمع وتطوره في جميع المجالات، حيث ساهمت في إحداث تحولات عميقة داخل الأمم وإقامة شبكات تبادل جديدة ونشرت الثقافة على نطاق شعبي واسع، وبتحسيد اهتمامها بالصفحات الثقافية.

ففي الجزائر خضعت الكتابات في الصفحة الثقافية إلى نصوص رسمية، ولهذا شهدت الصحافة الوطنية انتعاشا خلال السبعينات ولمعت أسماء صحف ثقافية في فضاء الإعلام منها: الشعب الثقافي والوحدة الثقافية وغيرها، لكن هذا الوعي بأهمية الصفحة الثقافية لم يدم على الرغم من دخول الجزائر حيث نجد أن الركن الثقافي يقتصر في الغالب على مجرد أخبار الأنشطة أو اختتام مهرجانات فنية وغيرها، وهنا نلاحظ غياب الصحافة الثقافية ووجود صفحة ثقافية أو قسم ثقافي مثل ما هو موجود في جريدة النهار والشروق والخبر... الخ، وبعد الاستقلال عرف الجزائري حالة من التذبذب في المجال الثقافي مثل التغطية التي قامت بها الصحافة الجزائرية لنشاطات المسرح الجزائري من 1963 حتى 1972 فلم تهتم الصحافة الوطنية بنوعية التغطية ويبقى دون المستوى المطلوب من المؤسسة الإعلامية الثقافية، كما تظهر الصفحات الثقافية في الجزائر لتواكب حدث ثقافي أو تظاهرة ثقافية كبرى كتظاهرة الجزائر عاصمة الثقافة العربية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد السيد محمد: الصحافة بين التاريخ والأدب، دار الفكر العربي، القاهرة، 1975، ص 12.

وتعتبر صحيفة الحكومية من أقدم يومية جزائرية ناطقة بالعربية متخصصة في الشأن الثقافي ولكنها تدهورت وأصبح القارئ لا يشعر بها، وحسب الإحصائيات الخاصة لوزارة الاتصال فإن عدد المجلات الصادرة في الجزائر 44 من أصل 168 مجلة مثل: جريدة صوت الأحرار، صحيفة الجزائر نيوز، صحيفة الجريدة والخبر الثقافي عن يومية الخبر وغيرها. وبالرغم من ذلك فإن موضوع المشكلات الثقافية في الجزائر موضوع حديث النشأة حيث طرحت الثقافة خاصة في الآونة الأخيرة مع تسييس الرسالة الإعلامية، أي نقص اهتمام وسائل الإعلام الجزائرية خاصة منها الصحف اليومية بالوظائف التثقيفية والتربوية والتوعوية، وأيضا نقص الأبحاث والدراسات في هذا المجال خاصة وأنا في عصر العولمة الثقافية في إعلامنا لذا فنحن بحاجة للدفاع عن هويتنا الثقافية والارتقاء بالذوق الأفراد وتوسيع آفاقهم الثقافية.<sup>1</sup>

## 2-الإذاعة المسموعة:

تعتبر الإذاعة المسموعة من أكثر وسائل الثقافة ذيوغاً وانتشاراً، فهي وسيلة إعلامية هامة تختلف عن باقي الوسائل الأخرى وذلك لأنها تتخطى الحواجز وتصل إلى كل مكان وهي تحاول إرضاء الجميع لأذواقهم، ومختلف المستويات الثقافية من شباب وحتى أميين فهي تحاول أن تبذل جهداً عقلياً وفكرياً لاستيعاب ما يسمع إليها مثل قارئ الصحيفة، فالمؤثرات الصوتية والموسيقية تساعد على توضيح الموضوع والفكرة كعمل فني، فالراديو يحتل مكانة مهمة على قمة الهرم الاجتماعي والثقافي فهي تخاطب عقول السامعين بغض النظر عن مستوياتهم الثقافية، من خلال استعمالها للعبارة البسيطة يدرك معانيها المثقف وغير المثقف، فالإذاعة تستطيع أن تقدم الرسالة الثقافية بكل أساليبها من محاضرات ونقاشات وكبار المتخصصين والمفكرين والشخصيات الثقافية وغيرها.<sup>2</sup>

ولقد كانت بداية الإذاعة الجزائرية بداية ثورية إلى غاية الاستقلال أصبحت تمتلك ثلاث قنوات إذاعية وطنية: الأولى ناطقة بالعربية والثانية ناطقة بالأمازيغية والثالثة باللغة الفرنسية التي أصبحت تهتم بالشأن الثقافي وتعزيز الفضاء الثقافي والفكري، حيث باشرت عملها بإمكانيات مادية وبشرية بسيطة، فمن الناحية المادية كانت الإذاعة تمتلك استديو واحد وجهاز تسجيل واحد كما أن الإذاعة الثقافية الجزائرية لم تمتلك مقر مستقر منها: إذاعة القرآن الكريم وإذاعة البهجة ومتيجة وفي إطار تطوير الإذاعة الوطنية توسع بث الإذاعة الثقافية من 04 ساعات إلى 06 ساعات، فالإذاعة الثقافية تسعى إلى نشر الثقافات والقيم وبث الثقافات الشعبية والتكفل باستعمال كل اللهجات الشعبية للتبليغ وتوسيع الوحدة الوطنية والقيم العربية الإسلامية في المجتمع الجزائري، من

1 مخلوف بوكروخ: الصحافة والمسرح، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الجزائر، 2003، ص78.

2 د. سهير جاد، سامي احمد علي: البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 1997، ص149.

خلال مخاطبة النخبة المثقفة والاهتمام بانشغالاتها الثقافية والفكرية وطرح القضايا التي تهتم بالمجتمع الجزائري في مختلف الميادين والإطلاع بالإعلام الثقافي في الجزائر وبأعلامه وامتداداته الثقافية. حيث كان مشروع الإذاعات المتخصصة التي أطلقتها الإذاعة الوطنية من خلال إنشاء، إذاعة القرآن الكريم وهي إذاعة دينية متخصصة وإذاعة البهجة المتخصصة في الموسيقى والترفيه وإذاعة متيحة التي تخاطب الفلاح وتهتم بالقطاع الفلاحي والإذاعة الثقافية المتخصصة في المجال الثقافي<sup>1</sup>.

### 3- التلفزيون:

يعتبر التلفزيون وسيلة من وسائل الإعلام التثقيفية والترفيهية المنتشرة عبر العالم كونها تمتلك خاصيتين مميزتين الصورة الحية والصوت الطبيعي، فقد عرفه العالم الألماني "أوتبارغ" على أنها { التعبير الموضوعي عن روحها وميولها واتجاهاتها } ويعتبر أحد أهم المؤسسات الثقافية والأساسية في المجتمع وبعد أداة مكملة للإذاعة المسموعة فالتلفزيون جعل الثقافة ملكا للجماهير من خلال تقديمها في قوالب معينة لشريحة محددة من الناس.

فقد عرفت الجزائر التلفزيون عام 1956م وفي 1986 تم إنشاء المؤسسة الوطنية للتلفزيون والإذاعة المسموعة والبرق الإذاعي والتلفزيون، فقد عانت الجزائر طويلاً من سياسة التجهيل وبلغت الأمية درجة تفرض حسب ما يقتضيه التصور العصري للثقافة أن تنشر التقنيات الجديدة خاصة السمعية البصرية. القريبة من الجماهير الشعبية للحاجيات المتزايدة للشعب بعد الاستقلال، ولقد تجلّى دور الحكومة في التلفزيون الجزائري كأداة تثقيف في المواثيق الوطنية والقوانين الصادرة والمتعلقة بالمجال الإعلامي كقانون الإعلام 1982 و 1990 فكان الهاجس الأساسي للسلطة السياسية في الفترة التي أعقبت الاستقلال هي محاربة الأمية التي بلغت مستويات قياسية في فترة الستينيات ثم جاء الميثاق الوطني الذي يعزز ذلك التوجه، مع تأكيد أن الوسائل السمعية البصرية تعمل على نشر الثقافة والتلفزيون يستخدم في الجزائر ليحمل على عاتقه مهمة إشباع حاجيات جماهيرية ثقافية وتربوية. كما أدرج التلفزيون الجزائري النظام التربوي باعتباره وسيلة تعليم وتثقيف، فالخطط التربوي الجزائري الرباعي 1970-1973 يمثل كل الحاجيات الجماهيرية الثقافية المحلية وتحويلها إلى فولكلور وتزويد خطورة هذا الغزو عند ما يقترح عادة التلفزيون الجزائري عرض فلم أمريكي خلال ساعات المشاهدة الكبرى، حيث تنشر الأنماط الثقافية والحضارية للمجتمع الأمريكي في عقول المشاهدين ليعيشوا في تناقضات خاصة على مستوى شخصيتهم وهويتهم.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> د. ماحي حلواني، عاطف عبيد: الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، ص 204.

<sup>2</sup> صالح بن بوزة: مرجع سابق، ص 18.

ففي غياب الإنتاج الوطني التلفزيوني خصوصا الدراما التلفزيونية والتي تحمل ثقافة محلية فإن الثقافة المهنية هي الثقافة الوافدة من الخارج تعبر عن التراث الثقافي الجزائري، كما أن الإنتاج الوطني المجرد من المحتوى الثقافي من شأنه أن يحدد القطبيين "فكر الجماهير وواقعه" ومع انتشار الواسع لأجهزة الاستقبال الفضائي وتعدد القنوات التلفزيونية أصبح الجمهور الجزائري معرض لخطابين متناقضين الأول: الخطاب الإعلامي الثقافي الجزائري الوطني والخطاب الأجنبي .

فالمد الثقافي الإعلامي الغربي الذي يتعرض له الجمهور الجزائري يؤكد حقيقة ثابتة وهي أن كياننا الاجتماعي والثقافي يشكل إدراكنا لواقعنا الحياتي والتاريخي مهددان.<sup>1</sup>

ويعتبر حمراوي حبيب شوقي المدير العام السابق للتلفزيون الجزائري أن فترة الإرهاب التي عايشتها الجزائر في التسعينيات كانت لها تأثيرات على البرامج الخاصة بالثقافة وحتى غياب السوق الثقافية، ولم يكتفي التلفزيون الجزائري بالتغطية الإخبارية فقط للنشاطات الثقافية والفكرية ولكن رافقتها بالإشهار والدعم المالي لأننا نعتبر أنفسنا مؤسسة ثقافية ومن الضروري دعم النشاط الثقافي.<sup>2</sup>

إذ شهدت الحركة الثقافية ركوداً كبيراً وتراجعا ملحوظا في الإنتاج كما وكيفا حيث غابت العروض المسرحية والمعارض والندوات وكافة الأنشطة الثقافية، وترتب على هذا الوضع المزري تراجع الحضور الثقافي لوسائل الإعلام الجزائرية لحساب الأزمة السياسية والأمنية، فهو بعيد كل البعد عن النهوض بالمجال الثقافي خاصة في مجال البرامج الثقافية وذلك لتصدي للغزو الثقافي الذي فرضه التطور التكنولوجي.<sup>3</sup>

#### 4-القنوات الخاصة:

تعتبر القنوات الفضائية محطات تلفزيونية تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية لكي يتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لمنطقة الإرسال في مناطق أخرى عبر أجهزة خاصة باستقبال وإرسال الإشارات الوافدة من القمر الصناعي، هذه الأجهزة التي تقوم بمعالجة تلك البيانات وعرضها على شاشة التلفزيون.

وبعد تعديل القانون السمعي البصري ظهرت في العقد الأخير العديد من القنوات الفضائية الخاصة في الساحة الجزائرية، وهي القنوات التي عملت على إيجاد مساحة لها والحصول على قدر من الاهتمام ومتابعة المواطن عبر ما تقدمه من شبكات برمجية، سعت إلى الاستجابة لتطلعاته وتحقيق رغباته من خلال ما توفره من خدمات إعلامية تمثل معظم جوانب حياته، فالملف الثقافي الذي تباين موقعه ومساحته في هذه القنوات الفضائية الخاصة

<sup>1</sup> عبد الحميد حفري: التلفزيون الجزائري واقع وآفاق، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص 143.

<sup>2</sup> حمراوي حبيب شوقي: البرامج الثقافية في التلفزيون الجزائري، فوروم الإذاعة الثقافية، 31 أكتوبر، 2006.

<sup>3</sup> عبد الحميد حفري: مرجع سابق، ص 144.

كما تباينت مستويات التعامل معه وأساليب توظيف المنتج الثقافي وتلبية حاجات النخب الثقافية كما أن لعامل المنافسة تأثير واضح في نوعية ومضمون الأساليب الإعلامية في التعامل مع متعلقات المنتج الثقافي وهو الأمر الذي لم يتجاوز حدود النمذجة والتكرار في اغلب المنتج الإعلامي الثقافي.<sup>1</sup>

#### 4-البرامج الثقافية (حصّة زدني نموذجاً):

تسجل الشبكات البرمجية للقنوات الموجهة للجمهور الجزائري سواء في التلفزيون العمومي بقنواته المختلفة مثل قناة A3، قناة الأرضية الجزائرية. و القنوات الخاصة مثل الشروق TV، الشروق News، الجزائرية وغيرها التي عرفتها الجزائر بعد فتح قانون السمعي بصري في 2012 أين سجل وجود العديد من البرامج الثقافية بهدف تبسيط موضوع أو فكرة ثقافية في صورة تلفزيونية مقبولة، تقوم على الإفادة من إمكانات الفن التلفزيوني تتميز بالتجديد والتبسط في تقديم ثمرات الفكر والفن والعلم على أوسع نطاق،<sup>2</sup> باعتبار التلفزة قبل الانترنت من أكبر وسائل الإعلام والاتصال أهمية في تكريس وتفعيل أطروحة الثقافة العالمية الواحدة واللغة العالمية الواحدة فعبّرها ومن خلالها يصنع الخبر المفبرك<sup>3</sup>. فالبرنامج الثقافي الذي يقدمه التلفزيون يعمل على تدبير شؤون المعرفة وتنظيم الذاكرة الجماعية وإعادة صياغة القالب الثقافي للمجتمع.<sup>4</sup>

يعد نصيب الحصص الثقافية من البرمجة التلفزيونية ضئيلا جدا إذ ما قورن بعدد القنوات الجزائرية غير أن الثقافة الجزائرية تتوسع في فتح مشروع السمعي البصري، يضمن لها مشاركة أوسع بتخصيص الفضائيات الكفيلة بتقديم النقاشات الجوهرية والفعالة في الحقل الأدبي والسينمائي وكذا المسرحي كرهان جديد من رهانات الانفتاح على كل المستويات وبالدرجة الأولى الانفتاح على الثقافي الجزائرية التي يأمل أهل الصناعة أن تهم بهم بشكل أكبر مما هو عليه اليوم، حيث يرى الروائي الحبيب السائح أن البرامج الثقافية الموجودة في الشبكة البرمجية الخاصة بالتلفزيون الجزائري بمختلف محطاتها لازالت بعيدة كل البعد عن اهتمامات المثقفين والكتاب والمبدعين الجزائريين وهذا ما جعل هؤلاء يفقدون الثقة في هذه المؤسسات التي أصبحت تثير في نفسه وفي نفس غيره من الفاعلين في الحقل الثقافي. ويؤكد عيسى قار فان ما يعرض من برامج على القنوات الجزائرية هو تهميش للثقافة وللمثقف الجزائري على حد سواء، خاصة وإن هذه البرامج لم تعالج بعد القضايا الثقافية بالشكل السليم الذي ينبغي أن تعالج به هذه الأخيرة كما أنه لا يستوفها حقها كعمود من أعمدة المجتمع الجزائري، و يعترف من جهة أخرى أن

<sup>1</sup> الملتقى الوطني للإعلام الثقافي، مناقشة مضامين القنوات الخاصة، دار الثقافة، ورقلة، 2015-11-15، 07:16.

<sup>2</sup> د. سهير جاد، سامية أحمد علي، مرجع سابق، ص 42.

<sup>3</sup> يحيى اليحيوي: في العولمة والتكنولوجية والثقافة، بيروت دار الطليعة، 2002، ص 33.

<sup>4</sup> محمد محمود دهية: الإعلام المعاصر، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2007، ص 67.

هناك بعض الحصص التي تعرض وتشير إلى الثقافة إلا أن ذلك لا يرقى إلى المستوى الحركية الثقافية ، التي تعني الكثير لتشعبها من أدب، شعر ومسرح وكذا الفن السابع.

ويرى الروائي أمين زاوي أن غياب الحصص الثقافية الثابتة عن القنوات التلفزيونية التي هي قادرة على جمع شمل الأدباء، الكتاب والمثقفين الجزائريين ومناقشة القضايا الأدبية والفكرية .أما الكاتب والشاعر حمري بحري يعتقد أن الخلط الموجود في الحياة السياسية موجودة كذلك في الحياة الثقافية لأن الأولى الحراك السياسي غير فاعل في حياتنا الاجتماعية تكون الثقافة انعكاس لهذا الفعل السياسي وهو ما جعل البرامج الثقافية الجزائرية هي الحصص الموجهة للجمهور الجزائري التي لا ترقى إلى تطلعات المشاهد الجزائري بسبب غياب الحصص المتخصصة في المجال الثقافي والتي تناقش المواضيع الثقافية بعمق وتتفاعل مع المشهد الثقافي بكل معنى الكلمة، و أعاب من جهة أخرى على مستوى من ينشطون هذه الحصص على القنوات الجزائرية حيث قال أنه في الكثير من الحالات يكون المشاهد أكثر ثقافة وأكثر علما ودراية بالموضوع المطروح للنقاش، ما يجعل الحوار عقيما ولا يقدم أي إفادة للمتبعين للحركة الثقافية

فالمشاهد يكون ملما بأهم جوانب الموضوع ولا ينتظر سوى التفاعل الحقيقي والنقاش البناء وأن تكون هذه الحصص الثقافية مبنية على رؤيا شاملة تحدد أهدافها بكل حيثياتها. كما يؤكد رشيد بوجدره غياب البرامج الأدبية حول الأدب والكتاب ونفس الشيء بالنسبة للسينما من خلال تخصيص حصص خاصة تستضيف مختصين في الميدان الثقافي الجزائري<sup>1</sup>.

### حصّة زدني الثقافية :

برنامج زدني الثقافي لسليمان بخليلي عبارة عن: حصّة مسابقات تلفزيونية تثقيفية مسلية من تقديم الإعلامي سليمان بخليلي الذي سبق له تقديم الكثير من برامج المسابقات الثقافية المختلفة عبر العديد من القنوات التلفزيونية التي عمل فيها سابقا . حيث يتم من خلال برنامج زدني اختبار المعلومات وثقافة الفرد المشارك، في مختلف الميادين العلم، المعرفة، الآداب، الفنون، الرياضة، التكنولوجيات الحديثة والثقافة العامة بشكل شاملا. ويتألف البرنامج من ثلاث مراحل مختلفة للوصول إلى المرحلة الختامية بهدف ربح الجائزة التي مقدارها 100 مليون سنتيم جزائري، حيث في المرحلة الأولى التي تنتهي ب: 1000.000 دج فإدارة الإنتاج تتسامح مع الأخطاء مما يتيح للمتسابق المرور إلى السؤال الموالي ليحصل في نهاية هذه المرحلة في حال الخطأ على نصف المبلغ وفي حالة الإجابة الصحيحة يمر على المرحلة الموالية، أما في المرحلة الثانية التي تنتهي ب: 500.000 دج فيمكن للمترشح

<sup>1</sup> جريدة الفجر: كتاب ومثقفون يؤكدون غيابها بحث في فائدة البرامج الثقافية في المخطات التلفزيونية والإذاعة الوطنية، 21 مارس 2007.

المشارك الانسحاب بأخر مبلغ حصل عليه، وفي حالة الخطأ سيحصل على نصف آخر مبلغ تمكن من الوصول إليه، وفي المرحلة الثالثة والأخيرة التي تنتهي ب: 1000.000 دج المتسابق بإمكانه الظفر بالجائزة الكبرى وهي مبلغ 100 مليون في حال الإجابة الصحيحة، ويفقد كل شيء أي قيمة المبلغ التي حققها في حال الإجابة الخاطئة وهو ما يجعل هاته المرحلة أصعب مراحل البرنامج .

وتذاع حصة زدني لسليمان بخليلي كل يوم السبت على الساعة التاسعة ونصف بالتوقيت المحلي الجزائري على قناة الشروق الجزائرية والتي هي قناة مستقلة تابعة لمؤسسة الشروق انطلق البث التحريبي لها في عيد الثورة وذكرى تأسيس جريدة الشروق اليومي حيث اتخذت مكتبا بالجزائر، بينما يبدأ البث من عمان وبيروت وسيتوسع إلى دبي والدوحة على نايلسات، أطلقت مؤسسة الشروق بداية من الساعة الصفر ليوم الأول نوفمبر 2011 البث التحريبي لقناتها الشروق على القمر الصناعي نايلسات، وجاءت هذه الانطلاقة في الذكرى الـ 57 لاندلاع ثورة التحرير الجزائرية والذكرى الـ 11 لتأسيس يومية الشروق، فالانطلاق الرسمي للقناة سيكون مع بداية العام الجديد 2012 بعد نحو 3 أشهر من البث التحريبي. ففي القناة يتم تكريم الفائز بالعديد من الجوائز، ويمكن للراغبين التسجيل في الحصة للمشاركة في البرنامج "inscription ZIDNI". كما أعتبر هذا البرنامج من أضخم برنامج مسابقات في الجزائر.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>. 22: http://ah/Wikipedia.org/wiki.11

## خلاصة:

من خلال ما سبق نستنتج أنه كان لقطاع السمعي البصري في الجزائر أكثر من ضرورة ملحة لاعتبارات عديدة محلية، إقليمية وعالمية مرتبطة في مجملها بتنوع مصادر الخبر، وفسح المجال للرأي الآخر الذي يختلف حتما عن رأي القطاع العمومي وذلك بسبب الركود الثقافي الذي عاشته الجزائر ما جعلها تهتم بالثقافة والإعلام غداة الاستقلال، وبالرغم من الواقع المزري الذي عرفته الجزائر في الإعلام الثقافي إلا أنه بالظهور مختلف القنوات الفضائية التي أصبحت موضوعا جاذبا للباحثين في مجال الإعلام في السنوات الأخيرة نظرا لتأثيراتها في مختلف فئات المجتمع، وبالتالي ازدادت أهميتها في ظل المتغيرات العالمية التي حدثت في الآونة الأخيرة أي بظهور قطاع السمعي البصري، باتت تضم الساحة الإعلامية في الجزائر عدد لا بأس به من الفضائيات التي تبث عبر مختلف الأقمار الصناعية وتنوع هذه القنوات الفضائية ما بين العامة والمتخصصة والعمومية والخاصة، مستهدفة جمهورا متنوعا تعمل على تلبية احتياجاته ورغباته، ويشكل ظهور القنوات الفضائية الجزائرية عموما انعطافا حاسما في مسيرة الإعلام الجزائري ونقله نوعية في مستوى المعالجة الإعلامية في الجزائر من خلال ما تبثه من برامج ثقافية في القنوات الجزائرية .

كما أن لمتتبع للإعلام الثقافي في الجزائر يدرك أنه بحاجة إلى وقفة تأمل ومراجعة شاملة لجميع مكوناته، و إلى وضع خطة تنظم عمل المنظومة الفضائية للإعلام الجزائري حتى تواكب التحولات والتغيرات الكبرى في الميدان التلفزيوني الفضائي .

# الفصل الخامس

## الإطار التطبيقي للدراسة

- عرض وتحليل نتائج الدراسة

أ/ تحليل البيانات الوصفية

ب/ تحليل أسئلة الاستبيان

✓ نتائج المحور الأول

✓ نتائج المحور الثاني

✓ نتائج المحور الثالث

✓ نتائج المحور الرابع

✓ النتائج العامة

## تمهيد:

بعد تجميع المعلومات حول الإعلام الثقافي التلفزيوني الجزائري من خلال دراسة حصة زدي، كان لابد من إسقاط الكم المعرفي على أرض الواقع و إعطاء المادة العلمية الجامدة روحا من خلال اختيار مجال الدراسة.

ومن خلال عرض النتائج التي تحصلنا عليها من طلبة جامعة المسيلة وتحليل البيانات المتحصل عليها من أداة جمع البيانات "الاستمارة" و ذلك في جداول بها الإجابة و التكرارات والنسب المئوية لكل سؤال، حيث اعتمدنا على حدود الدراسة و التي تمثلت في:

- الحدود الجغرافية أو المكانية: والتي أجريت على عينة من طلبة جامعة المسيلة بولاية المسيلة.
- الحدود البشرية: لكي تكون الدراسة علمية و عملية، و لكي نصل إلى النتائج موضوعية لابد من تحديد المجتمع الأصلي للدراسة و جمع المعطيات من أفرادها عن طريق استخدام الأدوات البحثية و لقد استهدفت الدراسة طلبة جامعة المسيلة.
- الحدود الزمانية: استغرقت الدراسة الميدانية من شهر جانفي إلى غاية شهر ماي 2016.

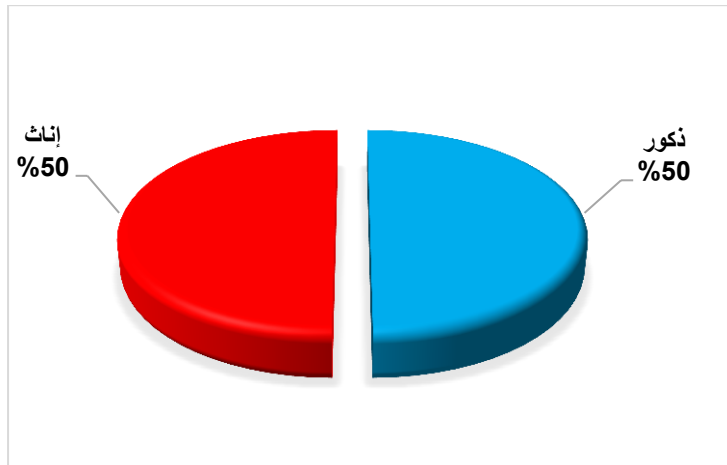
عرض وتحليل النتائج

أ/ تحليل البيانات الوصفية:

الجدول رقم (01) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
50%	30	ذكور
50%	30	إناث
100%	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 60 فرداً، نلاحظ أن 30 فرداً يمثلون الذكور بنسبة بلغت 50%، في حين أن البقية يمثلون الإناث والبالغ عددهم (30) فقد بلغت نسبتهم 50%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (01)

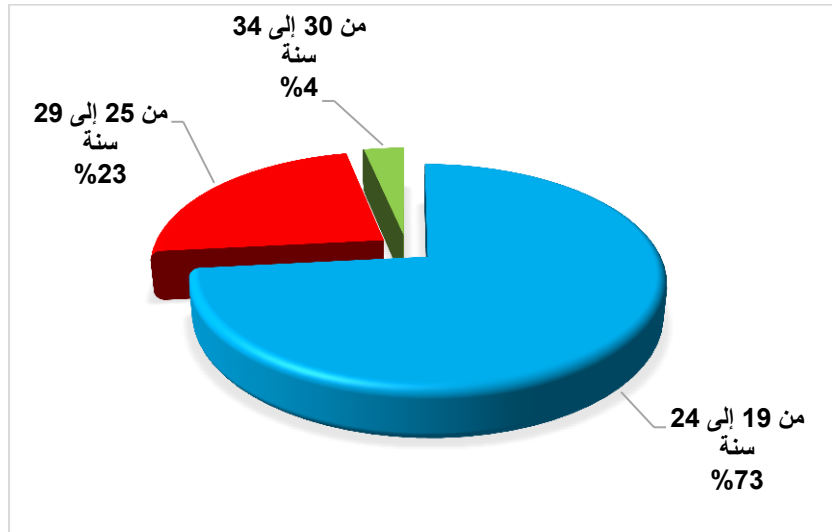


الشكل رقم (01) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجدول رقم (02) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرارات	السن
73%	44	من 19 إلى 24 سنة
23%	14	من 25 إلى 29 سنة
4%	2	من 30 إلى 34 سنة
100%	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 60 فرداً، نلاحظ أن 44 فرداً يمثلون الأفراد الذين تراوحت أعمارهم ما بين (19 إلى 24 سنة) بنسبة بلغت 73%، أما الذين تتراوح أعمارهم ما بين (25 إلى 29 سنة) فقد بلغ عددهم 14 فرداً بنسبة قدرت بـ 23%، أما الذين تتراوح أعمارهم ما بين (30 إلى 34 سنة) فقد بلغ عددهم 2 أفراد بنسبة قدرت بـ 4%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (02)

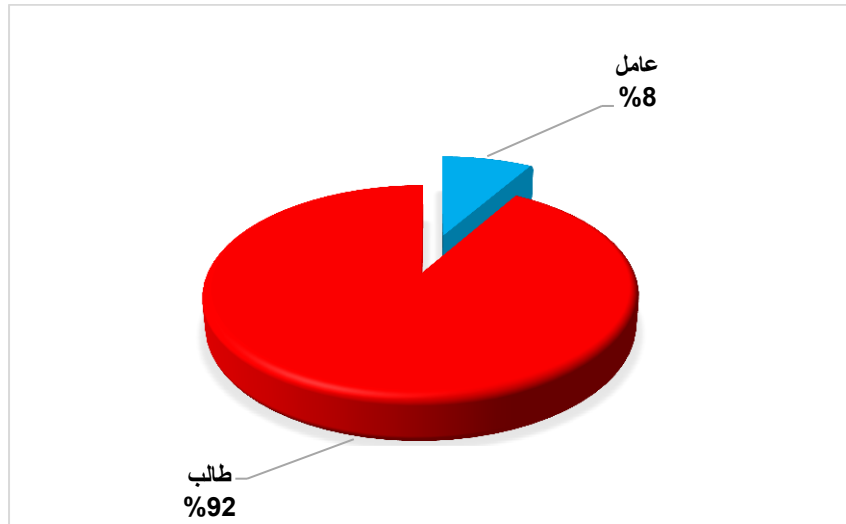


الشكل رقم (02) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

الجدول رقم (03) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة

النسبة المئوية	التكرارات	المؤهل
8%	5	عامل
92%	55	طالب
100%	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 60 فرداً، نلاحظ أن 5 أفراد عاملين بنسبة بلغت 8%، في حين أن الطلبة بلغ عددهم 55 فرداً بنسبة 92%، وهذا ما يوضحه الشكل رقم (03).



الشكل رقم (03) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة

ب/ تحليل أسئلة الاستبيان:

نتائج المحور الأول من الاستبيان:

السؤال رقم (04):

نص السؤال رقم (04) على: كم من الوقت الذي تقضيه في اليوم لمشاهدة التلفزيون؟ وبعد المعالجة

الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (04) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة $K^2$	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 05
غير دال عند 0.05	0,387	1.90	2	-3.0	20.0	%28	17	ساعة
				-2.0	20.0	%30	18	2 ساعة
				5.0	20.0	%42	25	أكثر من ساعتين
				////		%100	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (04) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (04) بالبديل "ساعة" وقد بلغ عددهم (17) فرداً بنسبة مئوية بلغت 28%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "2 ساعة" والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت بـ 30%، في حين أن ما نسبته 42% تمثل المجموعة التي أجابت على هذا السؤال بالبديل "أكثر من ساعتين" والبالغ عددهم (25)، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية ( $K^2$ ) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 1.90 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.05$ )، وبالتالي فإن ليس هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

## السؤال رقم (05):

نص السؤال رقم (05) على: ما مدى متابعتك للبرامج الثقافية في القنوات الجزائرية؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

## الجدول رقم (05) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة $K^2$	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 06
دال عند 0.01	0,000	19.20	2	-8.0	20.0	%20	12	دائما
				16.0	20.0	%60	36	أحيانا
				-8.0	20.0	%20	12	نادرا
				////		%100	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (05) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (05) بالبديل "دائما" وقد بلغ عددهم (12) فردا بنسبة مئوية بلغت 20%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (36) بنسبة مئوية قدرت بـ 60%، في حين أن ما نسبته 20% تمثل المجموعة التي أجابت على هذا السؤال بالبديل "نادرا" والبالغ عددهم (12)، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 19.20 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات لصالح المجموعة الثانية، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

السؤال رقم (06):

نص السؤال رقم (06) على: هل تشاهد حصة زدي؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة

الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (06) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة $K^2$	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 07
دال عند 0.01	0,000	114.10	2	39.0	20.0	%98	59	نعم
				-20.0	20.0	%00	0	لا
				-19.0	20.0	%2	1	أحيانا
				////		%100	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (06) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (06) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (59) فرداً بنسبة مئوية بلغت %98، ولا وجود للأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا"، في حين أن ما نسبته %2 تمثل المجموعة التي أجابت على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (1)، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية ( $K^2$ ) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 114.10 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات لصالح المجموعة الأولى، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو %99 مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة %1.

السؤال رقم (07):

نص السؤال رقم (07) على: في متابعتك للحصة هل تشاهدها؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى

النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (07) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة $K^2$	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 08
غير دال عند 0.05	0,121	2.40	1	6.0	30.0	%60	36	كاملة
				-6.0	30.0	%40	24	تكتفي ببعض الأسئلة
				////		%100	60	الاجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (07) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (07) بالبديل "كاملة" وقد بلغ عددهم (36) فرداً بنسبة مئوية بلغت %60، في حين أن ما نسبته %40 تمثل المجموعة التي أجابت على هذا السؤال بالبديل "تكتفي ببعض الأسئلة" والبالغ عددهم (24)، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية ( $K^2$ ) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 2.40 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.05$ )، وبالتالي فإن ليس هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعتين، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو %95 مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة %5.

نتائج المحور الثاني:

السؤال رقم (08):

نص السؤال رقم (08) على: هل ترى توقيت بث الحصة؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى

النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (08) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة $K^2$	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 09
دال عند 0.01	0,000	19.26	1	17.0	30.0	%78	47	مناسب
				-17.0	30.0	%22	13	غير مناسب
				////		%100	60	الاجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (08) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (08) بالبديل "مناسب" وقد بلغ عددهم (47) فرداً بنسبة مئوية بلغت %78، في حين أن ما نسبته %22 تمثل المجموعة التي أجابت على هذا السؤال بالبديل "غير مناسب" والبالغ عددهم (13)، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية ( $K^2$ ) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 19.26 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعتين لصالح المجموعة الأولى، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو %99 مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

## السؤال رقم (09):

نص السؤال رقم (09) على: مدة الحصة (ساعة) هل ترى بأنها تغطي كل الأسئلة ومناقشتها؟ وبعد

المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

## الجدول رقم (09) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (09)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة $K^2$	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 10
غير دال عند 0.05	0,796	0.06	1	-1.0	30.0	%48	29	تغطي
				1.0	30.0	%52	31	لا تغطي
				////		%100	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (09) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (09) بالبديل "تغطي" وقد بلغ عددهم (29) فرداً بنسبة مئوية بلغت %48، في حين أن ما نسبته %52 تمثل المجموعة التي أجابت على هذا السؤال بالبديل "لا تغطي" والبالغ عددهم (31)، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 0.06 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.05$ )، وبالتالي فإن ليس هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعتين، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو %95 مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة %5.

السؤال رقم (10):

نص السؤال رقم (10) على: كيف ترى بلاطو و ديكور الحصة؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى

النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (10) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة $K^2$	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 11
دال عند 0.01	0,000	23.70	2	4.0	20.0	%40	24	جيد
				13.0	20.0	%55	33	مقبول
				-17.0	20.0	%5	3	دون المستوى
				////		%100	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (10) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (10) بالبديل "جيد" وقد بلغ عددهم (24) فرداً بنسبة مئوية بلغت 40%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "مقبول" والبالغ عددهم (33) بنسبة مئوية قدرت بـ 55%، في حين أن ما نسبته 5% تمثل المجموعة التي أجابت على هذا السؤال بالبديل "دون المستوى" والبالغ عددهم (3)، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 23.70 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات لصالح المجموعة الثانية، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

## السؤال رقم (11):

نص السؤال رقم (11) على: كيف ترى تنوع الألوان المضيئة في الحصة؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

## الجدول رقم (11) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (11)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة $K^2$	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 12
دال عند 0.01	0,000	19.30	2	7.0	20.0	%45	27	ملائمة
				-16.0	20.0	%7	4	غير ملائمة
				9.0	20.0	%48	29	مقبولة
				////		%100	60	الاجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (11) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (11) بالبديل "ملائمة" وقد بلغ عددهم (27) فرداً بنسبة مئوية بلغت %45، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير ملائمة" والبالغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ %7، في حين أن ما نسبته %48 تمثل المجموعة التي أجابت على هذا السؤال بالبديل "مقبولة" والبالغ عددهم (29)، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية ( $K^2$ ) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 19.30 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات لصالح المجموعة الثانية، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو %99 مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

نتائج المحور الثالث:

السؤال رقم (12):

نص السؤال رقم (12) على: هل ترى أن الأسئلة المطروحة للنقاش؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل

إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (12) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة $K^2$	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 13
دال عند 0.01	0,000	24.06	1	19.0	30.0	%82	49	مفيدة
				-19.0	30.0	%18	11	غير مفيدة
				////		%100	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (12) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (12) بالبديل "مفيدة" وقد بلغ عددهم (49) فرداً بنسبة مئوية بلغت %82، في حين أن ما نسبته %18 تمثل المجموعة التي أجابت على هذا السؤال بالبديل "غير مفيدة" والبالغ عددهم (11)، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية ( $K^2$ ) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 24.06 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعتين لصالح المجموعة الأولى، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو %99 مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

## السؤال رقم (13):

نص السؤال رقم (13) على: هل ترى أن عدد المتسابقين في الحصة؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

## الجدول رقم (13) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (13)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة $K^2$	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 14
دال عند 0.01	0,000	19.26	1	19.0	30.0	%78	47	مناسب
				-19.0	30.0	%22	13	غير مناسب
				////		%100	60	الاجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (13) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (13) بالبديل "مناسب" وقد بلغ عددهم (47) فرداً بنسبة مئوية بلغت %78، في حين أن ما نسبته %22 تمثل المجموعة التي أجابت على هذا السؤال بالبديل "غير مناسب" والبالغ عددهم (13)، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية ( $K^2$ ) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 19.26 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعتين لصالح المجموعة الأولى، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو %99 مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

السؤال رقم (14):

نص السؤال رقم (14) على: أسئلة المنشط في رأيك؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة

الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (14) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (14)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة $K^2$	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 15
دال عند 0.01	0,000	58.90	2	28.0	20.0	%80	48	في صلب الموضوع
				-15.0	20.0	%8	5	سطحية
				-13.0	20.0	%12	7	صعبة الفهم
				////		%100	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (14) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (14) بالبديل "في صلب الموضوع" وقد بلغ عددهم (48) فرداً بنسبة مئوية بلغت 80%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "سطحية" والبالغ عددهم (5) بنسبة مئوية قدرت بـ 8%، في حين أن ما نسبته 12% تمثل المجموعة التي أجابت على هذا السؤال بالبديل "صعبة الفهم" والبالغ عددهم (7)، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية ( $K^2$ ) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 58.90 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات لصالح المجموعة الأولى، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

## السؤال رقم (15):

نص السؤال رقم (15) على: أسلوب تدخل المنشط و إدارته للأسئلة كانت؟ وبعد المعالجة الإحصائية

تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

## الجدول رقم (15) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (15)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة $K^2$	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 16
دال عند 0.01	0,000	35.26	1	23.0	30.0	%88	53	في محلها
				-23.0	30.0	%12	7	ليست في محلها
				////		%100	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (15) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (15) بالبديل "في محلها" وقد بلغ عددهم (53) فرداً بنسبة مئوية بلغت %88، في حين أن ما نسبته %12 تمثل المجموعة التي أجابت على هذا السؤال بالبديل "ليست في محلها" والبالغ عددهم (7)، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية ( $K^2$ ) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 35.26 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعتين لصالح المجموعة الأولى، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو %99 مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

## السؤال رقم (16):

نص السؤال رقم (16) على: منشط الحصة هل تراه من ناحية التقديم؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

## الجدول رقم (16) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16)

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 17
%100	60	في المستوى
%00	0	دون المستوى
%100	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (16) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً كلهم أجمعوا على منشط الحصة هو في المستوى من ناحية التقديم.  
السؤال رقم (17):

نص السؤال رقم (17) على: هل ترى أن أسئلة الحصة تتماشى مع التغيرات الحاصلة على الساحة الثقافية؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

## الجدول رقم (17) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (17)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة $K^2$	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 18
دال عند 0.01	0,000	17.06	1	16.0	30.0	%77	46	نعم
				-16.0	30.0	%23	14	لا
				////		%100	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (17) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (17) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (46) فرداً بنسبة مئوية بلغت %77، في حين أن ما نسبته %23 تمثل المجموعة التي أجابت على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (14)، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية ( $K^2$ ) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة

الحرية (1) قدرت بـ 17.06 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعتين لصالح المجموعة الأولى، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

نتائج المحور الرابع:

السؤال رقم (18):

نص السؤال رقم (18) على: الحصة مسجلة هل ترغب في أن تكون مباشرة؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (18) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (18)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة $K^2$	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 19
دال عند 0.01	0,000	17.06	1	16.0	30.0	%77	46	نعم
				-16.0	30.0	%23	14	لا
				////		%100	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (18) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (18) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (46) فرداً بنسبة مئوية بلغت 77%، في حين أن ما نسبته 23% تمثل المجموعة التي أجابت على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (14)، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية ( $K^2$ ) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 17.06 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعتين لصالح المجموعة الأولى، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

## السؤال رقم (19):

نص السؤال رقم (19) على: ما هي أنواع الأسئلة التي تفضل أن تناقشها في الحصة؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

## الجدول رقم (19) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (19)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة $K^2$	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 20
دال عند 0.05	0,000	8.00	3	-4.0	15.0	%18	11	أسئلة أدبية
				2.0	15.0	%28	17	أسئلة علمية
				8.0	15.0	%39	23	أسئلة تاريخية
				-6.0	15.0	%15	9	أسئلة تربوية
				////		%100	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (19) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (19) بالبديل "أسئلة أدبية" وقد بلغ عددهم (11) فرداً بنسبة مئوية بلغت 18%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أسئلة علمية" والبالغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـ 28%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أسئلة تاريخية" والبالغ عددهم (23) بنسبة مئوية قدرت بـ 39%، في حين أن ما نسبته 15% تمثل المجموعة التي أجابت على هذا السؤال بالبديل "أسئلة تربوية" والبالغ عددهم (9)، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية ( $K^2$ ) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ 8.00 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.05$ )، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات لصالح المجموعة الثالثة، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

السؤال رقم (20):

نص السؤال رقم (20) على: كيف تقيم مراحل المسابقة في الحصة؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل

إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (20) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (20)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة $K^2$	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 21
دال عند 0.01	0,000	24.06	1	16.0	30.0	%82	49	في المستوى
				-16.0	30.0	%18	11	دون المستوى
				////		%100	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (20) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (20) بالبديل "في المستوى" وقد بلغ عددهم (49) فرداً بنسبة مئوية بلغت %82، في حين أن ما نسبته %18 تمثل المجموعة التي أجابت على هذا السؤال بالبديل "دون المستوى" والبالغ عددهم (11)، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية ( $K^2$ ) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 24.06 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعتين لصالح المجموعة الأولى، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو %99 مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة %1.

السؤال رقم (21):

نص السؤال رقم (21) على: ما درجة المساعدات في كل مرحلة تساعد المتسابق؟ وبعد المعالجة

الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (21) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (21)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة $K^2$	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 15
دال عند 0.01	0,000	33.10	2	-10.0	20.0	%17	10	بدرجة كبيرة
				21.0	20.0	%68	41	بدرجة متوسطة
				-11.0	20.0	%15	9	بدرجة ضعيفة
				////		%100	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (21) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (21) بالبديل "بدرجة كبيرة" وقد بلغ عددهم (10) فرداً بنسبة مئوية بلغت 17%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "بدرجة متوسطة" والبالغ عددهم (41) بنسبة مئوية قدرت بـ 68%، في حين أن ما نسبته 15% تمثل المجموعة التي أجابت على هذا السؤال بالبديل "بدرجة ضعيفة" والبالغ عددهم (9)، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 33.10 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات لصالح المجموعة الثانية، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

السؤال رقم (22):

نص السؤال رقم (22) على: هل ترى أن الحصة استطاعت أن تأتي بالجديد؟ وبعد المعالجة الإحصائية

تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (22) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (22)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة $K^2$	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 23
دال عند 0.01	0,000	15.00	1	15.0	30.0	%75	45	نعم
				-15.0	30.0	%25	15	لا
				////		%100	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (22) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (22) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (45) فرداً بنسبة مئوية بلغت %75، في حين أن ما نسبته %25 تمثل المجموعة التي أجابت على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (15)، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية ( $K^2$ ) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 15.00 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعتين لصالح المجموعة الأولى، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو %99 مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة %1.

السؤال رقم (23):

نص السؤال رقم (23) على: هل تعتبر أن الحصة؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة

الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (23) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (23)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة $K^2$	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 24
دال عند 0.01	0,000	30.90	2	13.0	20.0	%55	33	مقبولة جدا
				7.0	20.0	%45	27	مقبولة
				-20.0	20.0	%00	0	دون المستوى
				////		%100	60	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (23) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (23) بالبديل "بدرجة كبيرة" وقد بلغ عددهم (33) فرداً بنسبة مئوية بلغت %55، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "بدرجة متوسطة" والبالغ عددهم (27) بنسبة مئوية قدرت بـ %45، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية ( $K^2$ ) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 30.90 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، و بالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات لصالح المجموعة الأولى، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو %99 مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة %1.

الاستنتاجات:

## 1- نتائج المحور الأول المتعلق بعلاقة المشاهد بحصة زمني:

- حيث يمكن أن نستنتج من خلال الجدول رقم(04) بأنه لا يوجد اختلاف بين استجابات فئات أفراد العينة في الوقت الذي يقضونه في مشاهدة التلفزيون، وهذا ما يفسر أهمية التلفزيون في حياة أغلب أفراد العينة و علاقتهم الدائمة بالمشاهدة.
- من خلال الجدول رقم (05) نستنتج أن ارتباط أغلب أفراد عينة الدراسة بالحصص الثقافية في القنوات الجزائرية و لكن بصفة غير دائمة في مشاهدة البرامج الثقافية في القنوات الجزائرية وهو ما يفسر بأنها متذبذبة.
- نلاحظ في الجدول رقم (06) أن الحصة تستقطب المشاهدين بنسبة كبيرة لإمكانية اعتبارها أضخم برنامج ثقافي في الجزائر و هذا ما جعل إقبال المشاهدين عليها كبير لأسباب متعددة.
- يتضح لنا من خلال الجدول رقم (07) أنه لا يوجد اختلاف بين اللذين أجابوا بأنهم يتابعون الحصة كاملة و اللذين يكتفون ببعض الأسئلة، وهو ربما راجع إلى أن مدة الحصة طويلة أو التوقيت غير مناسب أو إلى تفاوت درجة جذب الحصة.

## 2- نتائج المحور الثاني المتعلق بالجانب الشكلي للحصة:

- يمكن أن نستنتج من خلال الجدول رقم(08) أن أغلب أفراد العينة بنسبة 78% يرون أن توقيت بث الحصة مناسب باعتبار الحصة مسائية، مع تسجيل نسبة 22% يرون أن وقت الحصة غير مناسب ما يدعو للبحث في أسباب ذلك.
- يتضح من خلال الجدول رقم(09) بأنه لا يوجد اختلاف بين من يرون أن مدة الحصة تغطي كل الأسئلة و مناقشتها بنسبة 48% و بين من يرونها لا تغطي كل الأسئلة ومناقشتها والتي سجلت بنسبة كبيرة قدرت ب 52% ما يدعو إلى البحث في توسيع مدة الحصة أو إعادة النظر في الإجابات عن الأسئلة بما يشبع حاجة الجمهور.
- من خلال الجدول رقم(10) يتضح أن أغلبية أفراد العينة يرون أن ديكور و بلاطو الحصة مقبول وذلك بنسبة كبيرة، وهذا يعبر عن الاهتمام الكبير للمشاهد بالجانب الشكلي للحصة باعتباره في حلة جيدة يرتاح لها المشاهد و لا يشعر بالضيق و الملل طوال مدة الحصة، أما بالنسبة للذين أجابوا بأن الجانب الشكلي للحصة جيد هو ما يفسر عرض الحصة في حلة مميزة موازية مع الاهتمام بالمضمون أكثر.

- نستنتج من خلال الجدول رقم(11) أن أغلب أفراد العينة يرون بأن تنوع الألوان المضيئة في الحصة مقبولة بنسبة كبيرة، و هذا ما يرجع إلى الاهتمام بالجانب الشكلي للحصة و خصوصا من ناحية الألوان التي تضفي شيئا من الحيوية سواء بشاشات عرض خلفية أو على شكل شاشات مستطيلة متحركة.

### 3- نتائج المحور الثالث المتعلق بمضمون الحصة:

- من خلال الجدول رقم(12) نستنتج أن نسبة كبيرة من أفراد العينة أجابوا بأن الأسئلة المطروحة للنقاش مفيدة و هذا ما يفسر اهتمام الحصة بالشأن الثقافي، وذلك بنشر المعرفة على أساس تفتيح الأذهان و تنمية الوعي لدى الجماهير وتنمية الذوق بدفع الجمهور للتفاعل مع الإنتاج الفكري و الإبداع الفني، بالإضافة إلى إثراء الواقع الثقافي من خلال مناقشة المسائل الحيوية من اجل استيعاب الجمهور كل ما ينمي طاقته ويوسع آفاقه و يشبع تطلعه.

- يتضح لنا من خلال الجدول رقم(13) أن نسبة كبيرة من أفراد العينة أجابوا بأن عدد المتسابقين في الحصة مناسب و هذا راجع إلى أن نوعية الحصة تتلاءم مع عدد المتسابقين، و أما الذين أجابوا بغير مناسب فيجب البحث في أسباب عدم المشاهدة من خلال زيادة عدد المتسابقين.

- نستنتج من خلال الجدول رقم(14) أن نسبة كبيرة من أفراد العينة أجابوا على أن أسئلة المنشط في صلب الموضوع، و هذا يفسر على أن المنشط قد وفق إلى حد كبير في طرحه للأسئلة و بحكم تجربته في إدارة مثل هذه الحصص، كما أن هناك الإعداد الجيد للأسئلة والذين أجابوا بأن الأسئلة صعبة الفهم يرجع إلى أن هناك بعض الأسئلة المعقدة و إلى وجود نقص في المعلومات للنقاش لدى الجمهور وهذا ما يتطلب إلى تكثيف الحصص الثقافية.

- يوضح الجدول رقم(15) أن نسبة كبيرة من أفراد العينة أجابوا على أن أسلوب تدخل المنشط و إدارته للأسئلة كانت في محله، و ذلك راجع إلى تقديم معلومات مفيدة و متعلقة بالأسئلة، ولأن المنشط هو المتحكم في المسائل الثقافية في مختلف الحصص الثقافية الجزائرية و هذا ما يدل على نجاح الحصة.

- ما يمكن استخلاصه من الجدول رقم(16) أن كل أفراد العينة اجمعوا على أن منشط الحصة من ناحية التقديم في المستوى، فهم راضين عن مستوى المنشط التكويني و مستوى أدائه الإعلامي كمنشط، كما أن نجوميته واعتباره رقم 1 في الحصص الثقافية الجزائرية، و لأنه في مجال الإعلام يتطلب دائما عملا وتجييدا للمعلومات وسعة في الإطلاع لإفادة الجمهور الذي ينتظر الجديد من خلال مختلف الحصص التلفزيونية، و ما يمكن قوله أيضا هو أن مستوى الصحفي مقرون أيضا بمستوى الفريق العامل في الحصة و كذا الجانب الشكلي من البلاطو و الديكور إلى الإخراج، ومن ثم فمستوى الصحفي يمكن أن يزيد أو ينقص بمستوى محيط عمله.

- من خلال الجدول رقم(17) يمكن استخلاص بشكل عام أن أسئلة الحصة تتماشى مع التغيرات الحاصلة على الساحة الثقافية، وهذا لأن حصة زدي استطاعت إلى حد كبير إرضاء مشاهديها، وهو ما يشكل محور اهتمام بالنسبة للمواطن عن معرفة مختلف التطورات الثقافية السائدة في المجتمع، وأما اللذين أجابوا بأنها لا تتماشى مع التغيرات الحاصلة على الساحة الثقافية فإن هذا يدخل في إطار الاختلافات في الآراء، بالإضافة إلى التعمق في طرح الأسئلة حول القضايا ذات الأولوية في حياة المواطن.

### 3- نتائج المحور الرابع المتعلق باتجاهات الجمهور نحو الحصة:

- نلاحظ من خلال الجدول رقم(18) أن أغلبية الأفراد يريدون أن تكون الحصة مباشرة لأنه من الأحسن أن تكون حصة زدي أو مثيلاتها من الحصص الثقافية مباشرة، وذلك لإعطاء مصداقية أكثر للحصة بوصف أن المباشر أكثر شفافية و لتقديم خدمة إعلامية أفضل، كما أن الآنية تعتبر من أهم القيم في مجال الإعلام.

- نستنتج من خلال الجدول رقم(19) أن التركيز كان كبيرا على الأسئلة التاريخية وهو ما يعزز استجابات الأفراد للحصة من خلال تنوع الأسئلة المطروحة، ثم تليها الأسئلة الأدبية ما يفسر ارتباط الثقافة بالأدب، و تليها الأسئلة العلمية في المرتبة الثالثة و أخيرا الأسئلة التربوية.

- يتضح لنا من خلال الجدول رقم(20) أن أفراد العينة يقيمون إيجابا مستوى مراحل المسابقة في الحصة، لأنها تساعد المتسابق على تجاوز الأسئلة و الإجابة عليها كاملة و هذا راجع إلى التدرج في طرح الأسئلة و الإجابة عليها.

- من خلال الجدول رقم(21) يتضح لنا أن أغلب أفراد العينة أجابوا بنسبة كبيرة على أن درجة المساعدات في كل مرحلة تساعد المتسابق بدرجة متوسطة، وهذا راجع إلى أن عدد المساعدات في كل مرحلة قليل لذا ينبغي زيادة عدد المساعدات في الحصة، واللذين أجابوا بدرجة كبير يدل على تميز الحصة بأسئلة تبقى على التشوق و الارتباط بالحصة.

- نستنتج من خلال الجدول رقم(22) أن أغلب أفراد العينة كانت إجابتهم بأن الحصة استطاعت أن تأتي بالجديد فقد استطاعت أن تضيف إضافات هامة في مختلف الميادين الثقافية للحياة اليومية للمشاهد، ومناقشة المواضيع الثقافية بعمق و تفاعلها مع المشهد الثقافي من خلال رعاية الإبداع الفكري و الثقافي و العلمي و تشجيع الاهتمام بالقضايا المعرفية والثقافية المختلفة، بالإضافة إلى النهوض بالإنتاج الفكري في مجال الآداب و الفن والابتكار الفكري وتوزيعه على أوسع نطاق.

- يتضح لنا من خلال الجدول رقم(23) أنه لا يوجد اختلاف بين اللذين أجابوا بأن الحصة مقبولة جدا و مقبولة وهذا لأنها في المستوى المطلوب سواء من حيث الشكل أو الجوانب المتعلقة بالبلاطو و ديكور الحصة أو المضمون و الأسلوب المتبع في الحصة، كما أنه لا إجابة على أن الحصة دون المستوى وهذا يدل على نجاح الحصة.

\*من خلال عرض و تحليل النتائج المتوصل إليها يمكننا الوقوف على النتائج التالية:

- إن ارتباط المشاهدين بحصة زدي كبير حيث عبر عدد هام من أفراد العينة عن مدى أهمية ما تقدمه الحصة من خلال متابعتهم لها وهو ما يؤكد السؤال رقم(06)، لذا يمكن الخروج بنتيجة أن درجة متابعة الجمهور الثقافي برنامج زدي كبيرة و هو ما يتطابق مع الفرضية الأولى.

- إن غالبية أفراد العينة يرون بأن الحصة معقولة و هذا ما يعبر عن الاهتمام الكبير للمشاهد بالجانب الشكلي للحصة، و هو ما يؤكد السؤال رقم(10) و(11) لذا يمكن الخروج بنتيجة كون أن الحصة تقدم في شكل يقبله الجمهور وهو ما يتطابق مع الفرضية الثانية.

- من استقراء نتائج المحور الثالث نلاحظ أن مضمون الحصة من أهم العوامل المؤثرة على إقبال المشاهدين لمتابعة الحصة، من خلال تسجيل انطباعات ايجابية للمستجوبين عن المنشط و مواكبة الحصة للتغيرات الحاصلة على الساحة الثقافية، وهو ما يؤكد السؤال رقم(16) و(17) و هذا ما يحقق الفرضية الثالثة بشكل كلي.

- من خلال نتائج المحور الرابع فإن اتجاهات الجمهور نحو حصة زدي الثقافية ايجابية وذلك لتسجيل نسبة كبيرة من المستجوبين على أن الحصة استطاعت أن تتأني بالجديد و على أنها مقبولة جدا، و هذا ما يدل على نجاح الحصة و هو ما يؤكد السؤال رقم(22) و (23) و هذا ما حقق الفرضية الرابعة على أن اتجاهات الجمهور نحو الحصة ايجابية.

# الخاتمة

## الخاتمة

و ختاماً لما سبق ومن خلال النتائج النهائية التي توصلنا إليها في الإطار النظري و التطبيقي استنتجنا أن: لوسائل الأعلام دوراً كبيراً في نشر الثقافة و توصيلها لقطاعات واسعة من المجتمع ، و ذلك بتشقيفه و تنمية قدراته الفكرية ووعيه الثقافي لما تملكه هذه الوسائل من قدرات التأثير.

كما توصلنا إلى أن وسائل الإعلام الجزائرية إن كانت سمعية أو بصرية أو مكتوبة أولت اهتماماً كبيراً بالثقافة وهذا بعد فترة الركود الناتجة عن الوضع الصعب الذي عايشته الجزائر بعد فترة التسعينيات، فالإعلام الجزائري وخصوصاً الإعلام التلفزيوني توجه إلى التخصص في المضامين و في مخاطبة جميع شرائح المجتمع أخذ في بذلك كل المتغيرات التي تلي حاجات الجمهور، فقد أصبح إنشاء القنوات الخاصة بالجزائر لا مفر لها حتى تهتم أكثر بالثقافة الجزائرية و تهتم بموضوعات و قضايا تم الجمهور و هذا ما يعطي للبرامج الثقافية فعالية و نجاحاً و لما للإعلام الثقافي من خصوصية، و تأتي أهمية حصة زدني الثقافية باعتبارها أضخم برنامج ثقافي في الجزائر لما تقدمه من معلومات في مختلف ميادين الحياة و هذا ما يعد تميزاً و معطى إيجابياً للإعلام الثقافي التلفزيوني الجزائري.



# قائمة المصادر والمراجع

## قائمة المصادر والمراجع المراجع باللغة العربية

1. إبراهيم امام: أصول الإعلام الإسلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985.
2. إحسان محمد حسين: الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، ط2، 1986.
3. أحمد السويد: مفاهيم علم الاجتماع الثقافي و مصطلحاته، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ط3، 1980.
4. أحمد بن مرسللي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص280.
5. أحمد بن نعمان: هذه هي الثقافة، الجزائر، دار هومة.
6. أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، دار الكتاب اللبناني، بيروت، ط1، 1985.
7. أديب حضور: دور الإعلام في مكافحة المخدرات، ط1، دار الأيام، الجزائر، 1999م.
8. إسماعيل إبراهيم: الصحفي المتخصص، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2006.
9. بومدين بوزيدي: مدير الثقافة الإسلامية، حصة فضاء الجمعة في الأرضية الجزائرية بعنوان تأملات في الثقافة والحياة، يوم 2011/02/04، 11: 56.
10. تركي رابح: أصول التربية والتعليم، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 1990.
11. تيسير أبو عرجة: الإعلام و الثقافة العربية الموقف و الرسالة، دار مجدلاوي للنشر و التوزيع، عمان الأردن، ط1، 2003.
12. جبور عبد النور: المعجم الأدبي، دار العلم للملايين، بيروت، ط2، 1984.
13. جمال العيفة: الثقافة الجماهيرية ( عندما تخضع وسائل الإعلام والاتصال لقوى السوق )، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، 2003.
14. جيهان أحمد رشيتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978.
15. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، ط1، 2003.
16. حمدي حسين: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1991.
17. حمراوي حبيب شوقي: البرامج الثقافية في التلفزيون الجزائري، فووم الإذاعة الثقافية، 31 أكتوبر، 2006.
18. خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم: الإعلام الرياضي، مركز الكتاب للنشر والتوزيع، القاهرة، ج1، 1998.

19. د. عبد الرزاق الدليمي: الإعلام المتخصص، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، الطبعة العربية، 2015.
20. د. راوية هلال، أحمد شتا: حاجات المراهقين الثقافية والإعلامية، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2006.
21. د. سهير جاد، سامي احمد علي: البرامج الثقافية في الراديو و التلفزيون، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 1997.
22. د. ماجي حلواني، عاطف عبید: الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، دار الفكر العربي، القاهرة.
23. دنيس ماكويل: الإعلام وتأثيراته، (تغريب عثمان العربي)، ط1، 1987.
24. رشيد زرواتي: مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى للطبع والنشر، 2007.
25. رضا التليلي و آخرون: الإعلام الثقافي في الوطن العربي، المجلة العربية للثقافة، السنة الثامنة، العدد 15، سبتمبر 1988.
26. سليمان العسكري: نظرية الثقافة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1997، ص 09.
27. سمير محمد حسين: بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، عالم الكتب، القاهرة-مصر، ط2، 1999.
28. السيد أحمد مصطفى عمر: الإعلام الثقافي و الحركة الثقافية، قصر الثقافة، الشارقة، 2007 .
29. شفيق حسنين: الصحافة المتخصصة المطبوعة والإلكترونية، رحمة برس للطباعة والنشر، القاهرة، 2006.
30. صالح الأصبغ: تحديات الإعلام العربي، دار الشروق، عمان، ط1، 1999.
31. صالح بن بوزة: وسائل الإعلام في الجزائر بعد الاستقلال، 14 جويلية 1996.
32. صالح خليل أبو أصبغ: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط4، دار الآرام، الأردن، 2004م.
33. عاطف عدلي العبد: مدخل إلى الاتصال والرأي العام، الأسس النظرية والإسهامات العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1997.
34. عبد الحميد حفري: التلفزيون الجزائري واقع وآفاق، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985.
35. عبد الفتاح عبد النبي: تكنولوجيا الاتصال والثقافة بين النظرية والتطبيق، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990.
36. عبد القادر محمد رضوان: سبع محاضرات لكتابة البحث العلمي، الجزائر، ديوان للمطبوعات الجامعية.
37. عبد الله تايه: الإعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون، دار الماجد للطباعة والنشر، رم الله، 2006.
38. عبد المجيد العجلان: الإعلام الثقافي بين تراجع الأداء وإشكالية الإقصاء، صحيفة رسالة الجامعة، 2015/12/10، 18:57.
39. عزام أبو الحمام: الإعلام الثقافي ( جدليات وتحديات )، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2010.
40. عليا الجباخنجي: الثقافة الجزائرية، استعادة معالم الهوية وتجديدها، مجلة المعرفة، العدد 176، 2009، .
41. عمر السيد أحمد المصطفى: البحث الإعلامي مفهومه إجراءاته ومنهجه، مكتبة الفلاح، عمان، 2008.

42. فريال مهنا: علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر، دمشق، سوريا، ط1، 2002.
43. فضيل دليو: الاتصال: مفاهيمه-نظرياته-وسائله، ط1، دار الفجر، القاهرة-مصر، 2003م.
44. فواز الدخيل: مفاهيم سائدة في وسائل الإعلام، المجلس الوطني للثقافة والإعلام، الكويت، 1997.
45. كمال محمد بشير: خاطرات في اللغة والثقافة، دار الغريب للطباعة، مصر، 1995.
46. محمد السيد محمد: الصحافة بين التاريخ والأدب، دار الفكر العربي، القاهرة، 1975.
47. محمد الملي وآخرون: الخطة الشاملة للثقافة العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة، تونس، ط2، 1996.
48. محمد بن عبد الرحمان الحضيف: كيف تؤثر وسائل الإعلام، ط2، مكتبة العبيكان، الرياض-السعودية، 1998 .
49. محمد سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإعلام، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ط2، 1986.
50. محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط2، 2000.
51. محمد عبد الكريم الجزائري: الثقافة و مآسي رجالها، الشهاب، الجزائر.
52. محمد محمود دهية: الإعلام المعاصر، مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع، عمان، ط2، 2007.
53. محمد موفق الغلاييني: وسائل الإعلام و أثارها في وحدة الأمة، دار المنارة، جدة السعودية، ط1، 1985.
54. مخلوف بوكروح: الصحافة و المسرح، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الجزائر، 2003.
55. مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات والإشباع، دار الفجر، القاهرة، مصر، ط1، 2004.
56. مصطفى مصمودي: النظام الإعلامي الجديد، عالم المعرفة، الكويت، 1985.
57. نادية سالم: الهوة بين وسائل الاتصال والهوية الثقافية الشعبية، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الإعلام، المركز القومي للبحوث الاجتماعية، 1983.
58. نصر محمد عارف: الحضارة الثقافة المدنية، دراسة لسيرة المصطلح ودلالة المفهوم، المعهد العالي للفكر الإسلامي، واشنطن، 1995.
59. هيربرت. أ. شيللر: المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، 243، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب الكويت، مارس 1999 م.
60. يحيى اليحياوي: في العولمة و التكنولوجيا والثقافة، بيروت دار الطليعة، 2002 .
- القواميس و المعاجم:**
- كرم شلبي: معجم مصطلحات إعلامية (انجليزية- عربية) ،دار الشروق، القاهرة، ط1، 1999.
- محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجل للنشر و التوزيع، القاهرة، ط1، 2004.
- المجالات و الجرائد:**
1. مجلة: 24images، عدد98-99 يوليو1999، كندا.

2. جريدة الفجر: كتاب و مثقفون يؤكدون غيابها بحث في فائدة البرامج الثقافية في المحطات التلفزيونية والإذاعة الوطنية، 21 مارس 2007.

الملتقيات:

1. الملتقى الوطني للإعلام الثقافي، مناقشة مضامين القنوات الخاصة، دار الثقافة، ورقلة، 15-11-2015، 16:07.

2. اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال: أصوات متعددة و عالم واحد "الاتصال اليوم و غدا"، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1981.

القوانين:

1. عن وثيقة قانون الإعلام، رقم 90-7-3، 1990.

- الكتب باللغة الأجنبية:

1. Mlvin defleur and sondra J ball rokeach: théories of mass communication longman ine، 4th Ed، 1982.
2. Henry.h.schulte et marcel ,p.dufresne pratique du journalisme (paris nouveaux horizons.2002).

- المواقع الإلكترونية:

3. .22: <http://ah/Wikipedia.org/wiki.11>

# الملاحق



جامعة محمد بوضياف - المسيلة -

كلية الآداب و العلوم الإنسانية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

استمارة ميدانية في إطار إعداد مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال  
بعنوان:

## الإعلام الثقافي التلفزيوني الجزائري من خلال دراسة جمهور حصّة زدني

-دراسة ميدانية-

تحت إشراف:

أ.د. الزواوي أحمد المهدي

إعداد الطالبة:

-كربوعي خليصة

بيانات هذه الاستمارة سرية لا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي

السنة الجامعية: 2015-2016

البيانات الشخصية:

1 - الجنس:  ذكر  أنثى

2 - السن:  من 19-24 سنة  من 25-29 سنة

من 30-34 سنة  من 35-39 سنة

من 40 سنة فما فوق

3- المهنة:  عامل  طالب

أسئلة الاستبيان:

المحور الأول: علاقة المشاهد بحصة زدني

4- كم من الوقت الذي تقضيه في اليوم لمشاهدة التلفزيون؟

ساعة  ساعتان  أكثر من ثلاث ساعتين

5- ما مدى متابعتك للبرامج الثقافية في القنوات الجزائرية؟

دائما  أحيانا  نادرا

6- هل تشاهد حصة زدني؟

نعم  لا  أحيانا

7- في متابعتك للحصة هل تشاهدها؟

كاملة  تكتفي ببعض الأسئلة

## المحور الثاني: الجانب الشكلي للحصة

8 - هل ترى توقيت بث الحصة؟

مناسبا  غير مناسب

- إذا كان غير مناسباً فماذا تقترح.....

9 - مدة الحصة (ساعة) هل ترى بأنها تغطي كل الأسئلة ومناقشتها؟

تغطي  لا تغطي

10 - كيف ترى بلاطو وديكور الحصة؟

جيد  مقبول  دون المستوى

إذا كان دون المستوى فما هي اقتراحاتك.....

.....

11- كيف ترى تنوع الألوان المضيئة في الحصة؟

ملائمة  غير ملائمة  مقبولة

## المحور الثالث: مضمون الحصة

12- هل ترى أن الأسئلة المطروحة للنقاش؟

مفيدة  غير مفيدة

13- هل ترى أن عدد المتسابقين في الحصة؟

مناسب  غير مناسب  - إذا كان اختيارك غير مناسب ماذا

تقترح.....

.....

14 - أسئلة المنشط في رأيك؟

في صلب الموضوع  سطحية  صعبة الفهم

15 - أسلوب تدخل المنشط و إدارته للأسئلة كانت:

في محلها  ليست في مح

16 - منشط الحصة هل تراه من ناحية التقديم؟

في المستوى  دون المستوى

17- هل ترى أن أسئلة الحصة تتماشى مع التغيرات الحاصلة على الساحة الثقافية ؟

نعم  لا  - إذا كانت إجابتك لا فكيف

ذلك.....

المحور الرابع: اتجاهات الجمهور نحو الحصة

18- الحصة مسجلة هل ترغب في أن تكون مباشرة؟

نعم  لا

19- ما هي أنواع الأسئلة التي تفضل أن تناقشها في الحصة؟

الأسئلة الأدبية  - الأسئلة العلمية

الأسئلة التاريخية  - الأسئلة التربوية

-أخرى.....

20- كيف تقيم مراحل المسابقة في الحصة؟

في المستوى  دون المستوى

21- ما درجة المساعدات في كل مرحلة تساعد المتسابق؟

بدرجة كبيرة  بدرجة متوسطة  بدرجة ضعيفة

22- هل ترى أن الحصة استطاعت أن تأتي بالجديد؟

نعم  لا

23- هل تعتبر أن الحصة؟

مقبولة جدا  مقبولة  دون المستوى

## ملحق نتائج الدراسة

### أولا الجداول الوصفية

#### Tableau de fréquences

الجنس			
		Effectifs	Pourcentage
Valide	ذكور	30	50.0
	إناث	30	50.0
	Total	60	100.0
السن			
		Effectifs	Pourcentage
Valide	من 19 إلى 24 سنة	44	73.3
	من 25 إلى 29 سنة	14	23.3
	من 30 إلى 34 سنة	2	3.3
	Total	60	100.0
المهنة			
		Effectifs	Pourcentage
Valide	عامل	5	8.3
	طالب	55	91.7
	Total	60	100.0

### جداول تحليل أسئلة الاستبيان

#### نتائج المحور الأول

#### Test du Khi-deux

Fréquences				
Q5				
	Modalité	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
1	ساعة	17	20.0	-3.0
2	2 ساعة	18	20.0	-2.0
3	أكثر من ساعتين	25	20.0	5.0
Total		60		
Test				
			Q5	
Khi-deux			1.900 <sup>a</sup>	
Ddl			2	
Signification asymptotique			0.387	
a. 0 cellules (0.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5. La fréquence théorique minimum d'une cellule est 20.0.				

#### Test du Khi-deux

Fréquences
------------

Q6				
	Modalité	Effectifobservé	Effectifthéorique	Résidu
1	دائما	12	20.0	-8.0
2	أحيانا	36	20.0	16.0
3	نادرا	12	20.0	-8.0
Total		60		
Test				
		Q6		
Khi-deux		19.200 <sup>a</sup>		
Ddl		2		
Signification asymptotique		0.000		
a. 0 cellules (0.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5. La fréquence théorique minimum d'une cellule est 20.0.				

### Test du Khi-deux

Fréquences				
Q7				
	Modalité	Effectifobservé	Effectifthéorique	Résidu
1	نعم	59	20.0	39.0
2	لا	0	20.0	-20.0
3	أحيانا	1	20.0	-19.0
Total		60		
Test				
		Q7		
Khi-deux		114.100 <sup>a</sup>		
Ddl		2		
Signification asymptotique		0.000		
a. 0 cellules (0.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5. La fréquence théorique minimum d'une cellule est 20.0.				

### Test du Khi-deux

Fréquences				
Q8				
	Modalité	Effectifobservé	Effectifthéorique	Résidu
1	كاملة	36	30.0	6.0
2	تكتفي ببعض الأسئلة	24	30.0	-6.0
Total		60		
Test				
		Q8		
Khi-deux		2.400 <sup>a</sup>		
Ddl		1		
Signification asymptotique		0.121		
a. 0 cellules (0.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5. La fréquence théorique minimum d'une cellule est 30.0.				

## نتائج المحور الثاني

### Test du Khi-deux

Fréquences				
Q9				
	Modalité	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
1	مناسب	47	30.0	17.0
2	غير مناسب	13	30.0	-17.0
Total		60		
Test				
Q9				
Khi-deux		19.267 <sup>a</sup>		
Ddl		1		
Signification asymptotique		0.000		
a. 0 cellules (0.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5. La fréquence théorique minimum d'une cellule est 30.0.				

### Test du Khi-deux

Fréquences				
Q10				
	Modalité	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
1	تغطي	29	30.0	-1.0
2	لا تغطي	31	30.0	1.0
Total		60		
Test				
Q10				
Khi-deux		0.067 <sup>a</sup>		
ddl		1		
Signification asymptotique		0.796		
a. 0 cellules (0.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5. La fréquence théorique minimum d'une cellule est 30.0.				

## Test du Khi-deux

Fréquences				
Q11				
	Modalité	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
1	جيد	24	20.0	4.0
2	مقبول	33	20.0	13.0
3	دون المستوى	3	20.0	-17.0
Total		60		
Test				
Q11				
Khi-deux		23.700 <sup>a</sup>		
ddl		2		
Signification asymptotique		0.000		
a. 0 cellules (0.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5. La fréquence théorique minimum d'une cellule est 20.0.				

## Test du Khi-deux

Fréquences				
Q12				
	Modalité	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
1	ملائمة	27	20.0	7.0
2	غير ملائمة	4	20.0	-16.0
3	مقبولة	29	20.0	9.0
Total		60		
Test				
Q12				
Khi-deux		19.300 <sup>a</sup>		
ddl		2		
Signification asymptotique		0.000		
a. 0 cellules (0.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5. La fréquence théorique minimum d'une cellule est 20.0.				

## نتائج المحور الثالث

### Test du Khi-deux

Fréquences				
Q13				
	Modalité	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
1	مفيدة	49	30.0	19.0
2	غير مفيدة	11	30.0	-19.0
Total		60		
Test				
Q13				
Khi-deux		24.067 <sup>a</sup>		
ddl		1		
Signification asymptotique		0.000		
a. 0 cellules (0.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5. La fréquence théorique minimum d'une cellule est 30.0.				

### Test du Khi-deux

Fréquences				
Q14				
	Modalité	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
1	مناسب	47	30.0	17.0
2	غير مناسب	13	30.0	-17.0
Total		60		
Test				
Q14				
Khi-deux		19.267 <sup>a</sup>		
ddl		1		
Signification asymptotique		0.000		
a. 0 cellules (0.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5. La fréquence théorique minimum d'une cellule est 30.0.				

### Test du Khi-deux

Fréquences				
Q15				
	Modalité	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
1	في صلب الموضوع	48	20.0	28.0
2	سطحية	5	20.0	-15.0
3	صعبة الفهم	7	20.0	-13.0
Total		60		
Test				
Q15				
Khi-deux		58.900 <sup>a</sup>		
ddl		2		
Signification asymptotique		0.000		
a. 0 cellules (0.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5. La fréquence théorique minimum d'une cellule est 20.0.				

### Test du Khi-deux

Fréquences				
Q16				
	Modalité	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
1	في محلها	53	30.0	23.0
2	ليست في محلها	7	30.0	-23.0
Total		60		
Test				
Q16				
Khi-deux		35.267 <sup>a</sup>		
ddl		1		
Signification asymptotique		0.000		
a. 0 cellules (0.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5. La fréquence théorique minimum d'une cellule est 30.0.				

### Test du Khi-deux

Fréquences				
Q17				
	Modalité	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
1	في المستوى	60	30.0	30.0
2	دون المستوى	0	30.0	-30.0
Total		60		
Test				
Q17				
Khi-deux		60.000 <sup>a</sup>		
ddl		1		
Signification asymptotique		0.000		
a. 0 cellules (0.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5. La fréquence théorique minimum d'une cellule est 30.0.				

## Test du Khi-deux

Fréquences				
Q18				
	Modalité	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
1	نعم	46	30.0	16.0
2	لا	14	30.0	-16.0
Total		60		
Test				
Q18				
Khi-deux		17.067 <sup>a</sup>		
ddl		1		
Signification asymptotique		0.000		
a. 0 cellules (0.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5. La fréquence théorique minimum d'une cellule est 30.0.				

## نتائج المحور الرابع

## Test du Khi-deux

Fréquences				
Q19				
	Modalité	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
1	نعم	46	30.0	16.0
2	لا	14	30.0	-16.0
Total		60		
Test				
Q19				
Khi-deux		17.067 <sup>a</sup>		
ddl		1		
Signification asymptotique		0.000		
a. 0 cellules (0.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5. La fréquence théorique minimum d'une cellule est 30.0.				

## Test du Khi-deux

Fréquences				
Q20				
	Modalité	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
1	أسئلة أدبية	11	15.0	-4.0
2	أسئلة علمية	17	15.0	2.0
3	أسئلة تاريخية	23	15.0	8.0
4	أسئلة تربوية	9	15.0	-6.0
Total		60		
Test				
		Q20		
Khi-deux		8.000 <sup>a</sup>		
ddl		3		
Signification asymptotique		0.046		
a. 0 cellules (0.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5. La fréquence théorique minimum d'une cellule est 15.0.				

## Test du Khi-deux

Fréquences				
Q21				
	Modalité	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
1	في المستوى	49	30.0	19.0
2	دون المستوى	11	30.0	-19.0
Total		60		
Test				
		Q21		
Khi-deux		24.067 <sup>a</sup>		
ddl		1		
Signification asymptotique		0.000		
a. 0 cellules (0.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5. La fréquence théorique minimum d'une cellule est 30.0.				

## Test du Khi-deux

Fréquences				
Q22				
	Modalité	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
1	بدرجة كبيرة	10	20.0	-10.0
2	بدرجة متوسطة	41	20.0	21.0
3	بدرجة ضعيفة	9	20.0	-11.0
Total		60		
Test				
Q22				
Khi-deux		33.100 <sup>a</sup>		
ddl		2		
Signification asymptotique		0.000		
a. 0 cellules (0.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5. La fréquence théorique minimum d'une cellule est 20.0.				

## Test du Khi-deux

Fréquences				
Q23				
	Modalité	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
1	نعم	45	30.0	15.0
2	لا	15	30.0	-15.0
Total		60		
Test				
Q23				
Khi-deux		15.000 <sup>a</sup>		
ddl		1		
Signification asymptotique		0.000		
a. 0 cellules (0.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5. La fréquence théorique minimum d'une cellule est 30.0.				

## Test du Khi-deux

Fréquences				
Q24				
	Modalité	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
1	مقبولة جدا	33	20.0	13.0
2	مقبولة	27	20.0	7.0
3	دون المستوى	0	20.0	-20.0
Total		60		
Test				
Q24				
Khi-deux		30.900 <sup>a</sup>		
ddl		2		
Signification asymptotique		0.000		

## ملخص:

هدفت الدراسة إلى معرفة الشكل الغالب للإعلام الثقافي التلفزيوني الجزائري من خلال رأي متبوعي حصة زدني الثقافية كعينة أو كنموذج لمجموع الحصة التي ألق التلفزيون الجزائري إعدادها لتغطية الجوانب الثقافية ولكون الحصة فكرية، تربوية، تثقيفية و ترفيهية. ولدراسة جمهور حصة تلفزيونية اعتمدنا على العينة القصديية والتي اشتملت على 60 فرد من متبوعي حصة زدني الثقافية من ولاية المسيلة، وبما أن دراسات الجمهور تدخل في إطار الدراسات الوصفية التي تكشف عن ماهية الظاهرة لذا اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي.

كما قمنا بإعداد استمارة استبيان لمعرفة آراء الجمهور بحصة زدني الثقافية، وفي ضوء أهداف البحث وطبيعة الدراسة ومن حيث تحقق الفروض المسبقة استنتجنا أن:

- ارتباط المشاهدين بحصة زدني كبير، و هذا ما يعبر عن مدى أهمية ما تقدمه الحصة من خلال متابعتهم لها.
- واستنتجنا أن الحصة تقدم في شكل يقبله الجمهور وهذا يدل على الاهتمام الكبير للمشاهد بالجانب الشكلي للحصة.
- وأن اختيار المضامين الثقافية لحصة زدني تتماشى مع التغييرات الحاصلة على الساحة الثقافية ولأن مضمون الحصة من أهم العوامل المؤثرة على إقبال المشاهدين بمتابعة الحصة.
- وبما أن الحصة استطاعت أن تأتي بالجديد و لأنها مقبولة جدا فأتجاهات الجمهور نحو حصة زدني الثقافية ايجابية.



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

