



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال

عنوان المذكرة:

اتجاهات الجمهور نحو البرامج الثقافية على القنوات الفضائية

دراسة ميدانية على عينة من مشاهدي برنامج زدني علما

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في علوم الإعلام و الاتصال تخصص: صحافة
مطبوعة وإلكترونية

إشراف الدكتورة:

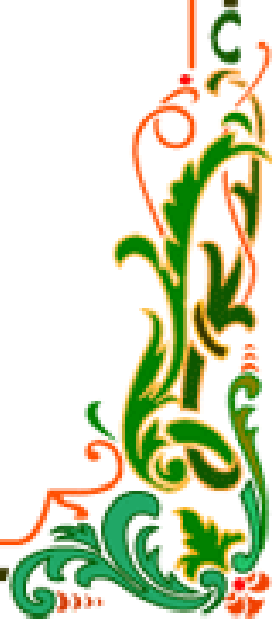
باجي سهام

إعداد الطلبة:

لمونس زينب

السنة الجامعية: 2018 / 2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



كلمة شكر

يقول الله تَعَالَى: بِشُكْرِكُمْ أَزِيدُ نَعْمًا؟

لا يستحق الشكر إلا الله العلي القدير الذي سهل لنا سبيل العمل
من فيض علمه الذي وسع كل

شيء، فله الحمد الذي بنعمته تتم الصالحات وله الفضل كله
في إتمام العمل

وكما يقول خير الخلق سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم:
"من لم يشكر الناس لم يشكر الله؟"

أتوجه بتشكراتي الخالصة، وامتناني الكبير إلى الأستاذة المشرفة
"باجي سهام" على مساعدتها وتوجيهاتها

وأتوجه أيضا بتشكراتي الخالصة للأستاذة الموجهة "حيمر سعيدة" على توجيهاتها
المتابعة عبر كل مراحل هذا البحث المتواضع

كما أتقدم بالشكر الخالص إلى كل أساتذة قسم علم الإعلام والاتصال الذين
سهروا على إيصال المعلومة لنا، وساعدونا في مشوارنا الجامعي.

لمونس زينب

إهداء

الحمد لله كثيرا على أن وفقني وقدرني على إنجاز هذا العمل المتواضع ، أهدي ثمرة جهدي إلى
سيد الخلق محمد عليه ألف صلاة وأزكى تسليم .

إلى من دعائها سر نجاحي ، إلى من علمني العطاء بدون انتظار ودفعتني إلى شاطئ الأمان
أرجو من الله أن يطيل في عمركما وستبقى كلماتكم نجوما أهتدي بها طيلة حياتي إلى
والديا الكريمين .

إلى كل أفراد أسرتي

إلى أساتذتي

إلى الذين أحببتهم وأحيوني زملائي زميلاتي

إلى كل من هم في قلبي ولم يذكرهم قلبي

غلى كل من قدم لي يد المساعدة من قريب أو من بعيد بدون استثناء

لمونس زينب




فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر وعرافان
	إهداء
	فهرس المحتويات
أ	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
03	1- الإشكالية
03	2- تساؤلات الدراسة
04	3- أسباب اختيار الموضوع
04	4- أهداف الدراسة
04	5- أهمية الدراسة
05	6- المدخل النظري للدراسة
07	7- نوع الدراسة ومنهجها
07	8- أداة جمع البيانات
08	9- مجتمع البحث وعينة الدراسة
09	10- المصطلحات وضبط المفاهيم
10	11- الدراسات السابقة
	الفصل الثاني: الإعلام الثقافي و البرامج الثقافية
14	تمهيد
15	1- الاعلام الثقافي
15	1-1- مفهوم الاعلام الثقافي
15	1-2- علاقة الاعلام بالثقافة
16	1-3- الوظائف الثقافية للوسائل الاعلام
17	1-4- شروط الاعلام الثقافي
17	1-5- اهداف الاعلام الثقافي

19	2- البرامج الثقافية
19	1- مفهوم الثقافة
19	2 مفهوم البرامج الثقافية
20	3- معايير البرامج الثقافية
21	4- إعداد وانتاج البرامج الثقافية
23	5- اهداف البرامج الثقافية
24	خلاصة
	الفصل الثالث : عرض وتفسير بيانات الدراسة
29	1- المحور الأول عادات وأنماط التعرض لبرامج الثقافية في الفضائيات
35	2- المحور الثاني : دوافع التعرض الجمهور للبرامج الثقافية والاشباعات المحققة
37	3- المحور الثالث تقييم الجمهور للبرامج الثقافية
41	4- نتائج الدراسة
44	الخاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق
	الملخص

الصفحة	فهرس الجداول
26	الجدول رقم (01) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس
27	الجدول رقم (02) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن
28	الجدول رقم (03) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص
29	الجدول رقم (04) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04)
30	الجدول رقم (05) يوضح معدل المشاهدة لدى عينة الدراسة
31	الجدول رقم (06) يوضح الاوقات المفضلة للمشاهدة لدى عينة الدراسة
31	الجدول رقم (07) يوضح مع من تشاهد هذه البرامج لدى عينة الدراسة
32	الجدول رقم (08) يوضح نوع البرامج الثقافية التي المفضلة لدى عينة الدراسة
33	الجدول رقم (09) يوضح طريقة تنظيم الوقت في المشاهدة لدى عينة الدراسة .
34	الجدول رقم (10) يوضح البرامج المفضلة لدى عينة الدراسة.
35	الجدول رقم (11) يوضح دوافع مشاهدة البرامج الثقافية لدى عينة الدراسة.
36	الجدول رقم (12) يوضح الاشباعات المحققة من تعرض عينة الدراسة للبرامج الثقافية.
37	الجدول رقم (13) يوضح تقييم الجمهور للبرامج الثقافية التي تقدمها الفضائيات .
38	الجدول رقم (14) أهداف المضامين الثقافية التي تقدمها الفضائيات لدى عينة الدراسة
39	الجدول رقم (15) يوضح الاوقات التي تبث فيها البرامج الثقافية.
40	الجدول رقم (16) يوضح الاوقات المخصصة للبرامج الثقافية.

الصفحة	فهرس الأشكال
26	الشكل رقم (01) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس
27	الشكل رقم (02) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن
28	الشكل رقم (03) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص



مقدمة

تؤدي القنوات الفضائية دورا مهما وبارزا في حياتنا اليومية كونها وسيلة إخبارية وتثقيفية، وترفيهية، وتعليمية، وقد انتشرت في الغالبية العظمى من المدن والأرياف، وأصبحت تغزو بيوتا كثيرة وتستهدف أعمارا مختلفة ، ويرجع الفضل في ذلك إلى التطورات التقنية في مجال البث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية، بحيث أصبح هذا البث ظاهرة من ظواهر العصر الحديث.

والقنوات الفضائية إحدى أهم الوسائل للثقافة التي يعتمد عليها المشاهد في الحصول على المعلومات والأفكار، إن البرامج الثقافية بمختلف مضامينها تسعى إلى تقديم ما هو أفضل للمشاهد من ناحية المضمون والشكل ، وكذا تنوع البرامج التي توجه إلى مختلف فئات المجتمع فلا تقتصر على الطبقة المثقفة فقط وهذا النوع من البرامج، أصبح ضرورة إلزامية من أجل رفع مستوى الفكر لدى المشاهد، وتنمية روح الإبداع فيه، وربطه بكل ما يمس الثقافة.

وفي هذه الدراسة سنحاول معرفة مضامين البرامج الثقافية من خلال دراسة ميدانية على عينة من مشاهدي برنامج زدي علما ، وقد قسمت هذه الدراسة إلى ثلاث فصول، فصل الإطار المنهجي والفصل الثاني تم التطرق فيه إلى الإعلام الثقافي والبرامج الثقافية، أما الفصل الثالث والأخير خاص بالجانب التطبيقي الذي تم فيه تحليل النتائج وعرضها.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- 1- الإشكالية.
- 2- تساؤلات الدراسة.
- 3- أسباب إختيار الدراسة.
- 4- أهداف الدراسة.
- 5- أهمية الدراسة.
- 6- المدخل النظري للدراسة.
- 7- نوع الدراسة ومنهجها.
- 8- اداة جمع البيانات.
- 9- مجتمع البحث وعينة الدراسة.
- 10- تحديد المصطلحات وضبط المفاهيم.
- 11- الدراسات السابقة.

1 - الإشكالية:

يشهد العالم ثورة إعلامية كبيرة أدت إلى إحداث تغيرات هامة وعميقة في الحياة الإنسانية المعاصرة، التي جلبت كما هائلا من المعارف و المعلومات حيث انتقلت بسرعة فائقة عبر القنوات الفضائية، إذ تعتبر هذه الأخيرة إحدى الوسائل الجماهيرية للتثقيف.

وبما أن الثقافة تدخل في نسيج الحياة اليومية فهي تمثل الفكر و التراث وتعتبر وسيلة للقضاء على الجهل و التخلف، وتعد أيضا من أكثر العوامل تأثيرا في التنمية البشرية من خلال دفع الأفراد في المجتمعات للإبداع و التميز من خلال تسيير وتوجيه أفكارهما، فالثقافة وسيلة لمواكبة التطورات و التغيرات التي تطرأ على حياة الأفراد و المجتمع، وشكل ظهور القنوات الفضائية إنعطافا حاسما في مسيرة الإعلام من خلال مساهمتها في أحداث تحولات داخل الأمم و التغير في شروط نقل المعرفة ونشر الثقافة على نطاق واسع، ويتجسد اهتمام القنوات الفضائية بالجانب الثقافي فيه بما يعرف بالبرامج الثقافية التي يختلف عددها من قناة إلى قناة أخرى، يومية كانت أم أسبوعية، وتقوم هذه البرامج بمعالجة كل ما له صلة بعالم الثقافة و الفكر فهناك بعض القنوات الفضائية التي تخصص ركنا للثقافة وتهتم بشؤون الأدب و الفن ومتابعة أخبارها ومنها التي تعرض مضمونها الثقافي في شكل مسابقات، والتي تتميز بالبساطة في أسلوب تقديمها وبغنائها بالمعلومات وتنوع مضامينها، ومن بين هذه المسابقات برنامج زدني علما فهو برنامج مسابقات ثقافي، جماهيري يأتي كل أسبوع، يهدف البرنامج إلى خلق تفاعل بين القناة ومختلف فئات جمهورها من الشباب و المثقفين وفسحة للتنافس الفكري و المعرفي في مختلف نواحي العلوم و الفنون و الثقافة و الآداب.

2 - تساؤلات الدراسة :

وعليه سنقوم بطرح التساؤل: ما طبيعة اتجاهات الجمهور نحو البرامج الثقافية في القنوات الفضائية؟ ومن هذا التساؤل الهام تتفرع التساؤلات الفرعية والتي من خلالها نحاول معالجة الموضوع بالإجابة عليها.

- ماهي عادات وأنماط تعرض الجمهور للبرامج الثقافية؟

- ماهي دوافع تعرض الجمهور للبرامج الثقافية؟

- ما مدى تأثير البرامج الثقافية على الجمهور؟

- هل هناك علاقة بين متغير التخصص (علمي - أدبي) والبرامج الثقافية المفضلة؟

3- أسباب اختيار الموضوع:

3-1/ الأسباب الذاتية:

- الرغبة في دراسة الموضوع و الإحاطة لمعرفته

- الفضول لمعرفة وجهات النظر في مضامين البرامج الثقافية

3-2/ الأسباب الموضوعية:

- انتشار ظاهرة البرامج الثقافية في الفضائيات

- أهمية دراسته المضمون الثقافي في البرامج الثقافية

- محاولة التعرف على أهمية البرامج الثقافية في حياة الجمهور المتابع لها

4- أهداف الدراسة:

- الكشف عن أهم وأبرز البرامج الثقافية التي يتابعها الجمهور

- فهم الدوافع و الإشباعات المحققة لدى الجمهور جراء متابعته للبرامج الثقافية

- التطرق إلى عوامل الجذب التي تتوفر عليها البرامج الثقافية

- معرفة آراء الجمهور حول البرامج الثقافية لقناة الشروق الفضائية

5- أهمية الدراسة:

- التعرف على أنماط وعادات مشاهدة الجمهور للبرامج الثقافية ودوافع مشاهدتهم لهذه البرامج و الاشاعات التي تحققها لهم .

- تحديد المشكلات الثقافية التي تهم الجمهور والتي مازالت تحتاج الى المزيد من الاهتمام في البرامج الثقافية

- رصد الموضوعات الثقافية التي تناولتها البرامج الثقافية في القنوات الفضائية
- اهتمام القنوات الفضائية بإنتاج البرامج الثقافية.

6- المدخل النظري للدراسة:

6-1: نظرية الاستخدامات و الاشباعات:

تهتم نظرية الاستخدامات والاشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين أدى إلى إدراك عواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام . وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير إلى أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها إلى أنها فعالة في انتقاء أفرادها رسائل ومضمون مفصل من وسائل الإعلام. (حسن عماد مكاوي، 2008، ص362).

قد افترضت هذه النظرية أن الجمهور يستخدم وسائل الإعلام لاشباع رغباته وان دور وسائل الإعلام تلبية احتياجاته

6-2: أصول نشأة النظرية:

يرجع الاهتمام بالاشباعات التي تقدمها وسائل الإعلام الجماهيري إلى بداية بحوث الاتصال الجماهيري، ونجد ان بحوث هذه النظرية قد بدأت تحت تسميات أخرى منذ بداية الأربعينات وفي مجالات قليلة من عدم الاجتماع التي تتعلق بالاتصال الجماهيري التحريبي على دراسة مضمون وسائل الإعلام بشكل أكثر من تركيزها اختلافات واشباعات الفرد. (باسم عبد الرحمان المشاقبية، 2011، ص94).

ومن الجدير بالذكر أن هذه النظرية انطلقت بصورة خاصة على يد "كانتر" و"ويلمر" في كتابهما وسائل الإعلام و الاتصال الجماهيري يتناول وظائف وسائل الإعلام ودوافع استخدام الفرد.

من جهة أخرى انطلقت نظرية الاستخدامات و الاشباعات من أن:

- الجمهور النشط

- الأصول الاجتماعية و النفسية للاستخدام وسائل الإعلام
- دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام
- التوقعات من وسائل الإعلام
- اشباع وسائل الإعلام. (باسم عبد الرحمان المشاقبية ، 2011، ص95-96).

3-6: فرضيات النظرية:

يبني مدخل الاستخدامات والاشباع على فكرة مؤداها أن حاجات الفرد المرتبطة بوسائل الاتصال تخلق لدى الفرد دوافع للتعرض لوسائل الاتصال حيث يتوقع الفرد أن تحقق له هذه المصادر إشباعاً لهذه الحاجات.

ويقوم هذا المدخل على عدد من الفروض يمكن تلخيصها فيما يلي:

- ان سلوك الاتصال هادف وذو دوافع
- يتخذ الجمهور مبادرة انتقاء واستخدام وسائل الاتصال لاشباع حاجتهم ورغباتهم الشخصية.
- يتأثر السلوك الاتصالي لجمهور وسائل الاتصال بمجموعة من العوامل الاجتماعية و النفسية التي تعمل كمتغير وسيط بين الوسيلة والجمهور.
- تتنافس وسائل الإعلام مع اشكال الاتصال الأخرى على عمليات الانتباه و الانتقاء و الاستخدام التي يجربها الجمهور للاشباع حاجاته ورغباته.
- ويحقق هذا المدخل ثلاث أهداف رئيسية هي:
- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال بإختيارهما و إستخدامهم الوسائل التي تشبع حاجتهما.
- شرح دوافع التعرض للوسيلة و التفاعل الذي تحدثه نتيجة التعرض.

- التأكد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري. (رضا عبد الواحد أمين، 2007، ص 69-70-71).

7- نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي دراستنا هذه إلى الدراسات الوصفية ب اعتبارها الأكثر انتشارا ويركز على ما هو كائن من خلال الوصف و الاستقصاء المنصب على ظاهرة من الظواهر قصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقة بين عناصرها أو بين ظواهر أخرى. (ريميم يونس كرو الغراوي ، 2008، ص 99).

اما المنهج فعرفه الباحث ذوقان كبيدات على أنه المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات و البيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على نقاط ضعفها وقوتها.

كما عرفه الباحث حلمي محمود عبد الرحمان صالح على انه وصف ظاهرة معينة في الوقت الراهن بتحليل خصائصها والعوامل المؤثرة. (احمد بن مرسلبي ، 2004، ص 287-289).

8- أداة جمع البيانات:

8-1- الاستبيان: ويسمى أيضا بالاستقصاء، وهو إحدى الوسائل الشائعة الاستعمال للحصول على المعلومات، وحقائق تتعلق براء و اتجاهات الجمهور حول موضوع معين أو موقف معين، ويتكون الاستبيان من أسئلة توزع على فئة من المجتمع (عينة). بواسطة البريد أو باليد أو قد تنشر في الصحف أو التلفزيون أو الانترنت، حيث يطلب منهم الإجابة عليها وإعادتها الى الباحث. (احمد بن مرسلبي ، 2004، ص 287-289).

8-2- الاستمارة: وشرط ان تنصاع اسئلة الاستبيان من خلال مؤشرات مستخلصة من الفرضيات وأن تصميم الاستمارة يعد من المراحل المنهجية الهامة، والتي لا بد من اعطائها الأهمية الكافية متى توصلنا إلى حقائق دقيقة.

وقد حاولنا ربط الاستمارة ب إشكالية البحث واعتمدنا على التساؤلات التي تم طرحها في هذا الإطار لبناء محاور الاستبيان على الشكل التالي:

- المحور الأول: يتضمن عادات وأنماط التعرض للبرامج الثقافية في التلفزيون الفضائي.

- المحور الثاني: يتضمن دوافع التعرض الجمهور للبرامج الثقافية و الاشباعات المحققة

- المحور الثالث: يتضمن تقييم الجمهور للبرامج الثقافية

9- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

وهو المجتمع الذي يمثل كل المفردات التي ستكون محلا للدراسة وفي دراستنا هذه سيكون المجتمع الكلي عبارة عن الذين يزاولون دراستهم الموسم الجامعي 2018-2019 والمقدر عددهم الاجمالي .

9-1- العينة هي تلك المجموعة من العناصر أو الوحدات التي يتم استخراجها من مجتمع البحث ويجري عليها اختيار او التحقيق على اعتبار أن الباحث لا يستطيع موضوعيا التحقق من كل مجتمع البحث نظرا الى الخصائص التي يتميز بها هذا المجتمع، فالعينة مجموعة فرعية من عناصر مجتمع معين. (سعيد سبعون ، 2012، ص 135)

فهي جزء من المجتمع الذي تجري عليه الدراسة يختارها الباحث لإجراء دراسته وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا العينة المستخدمة في هذه الدراسة هي العينة القصدية وتعرف العينة القصدية تحت أسماء متعددة، مثل العينة العمدية أو العينة النمطية، وهي تمثيل كلها الى العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات. (احمد بن مرسلبي ، 2010، ص 179).

9-1- العينة القصدية: يتم انتقاء افرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوفر بعض الخصائص في اولئك الأفراد دون غيرهما ولكون تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة، ويتم اللجوء إلى هذا النوع من الفئات في حالة توفر البيانات اللازمة للدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة الأصلي. (محمد عبيدات ، 199 ، ص 96).

حجم العينة: قمنا باختيار نسبة % من العدد الاجمالي لمجتمع الكلي لدراسته وفق المعادلة التالية ما يمثل بالتقريب استمارة

10 -المصطلحات وضبط المفاهيم:

10-1- الاتجاه:

لغة: وجه فلان الشيء: إدارة إلى جهة ما، وجه القوم الطريق، سلوكه وجه البيت اي جعل وجهه نحو القبلة، اتجه إليه أي أقبل نحوه.(المنجد في اللغة و الإعلام ، 2003 ، ص889).

اصطلاحا: هو تهيء عقلي عصبي متعلم الاستجابة الموجبة أو الثالثة نحو أشخاص أو مرافق أو أشياء أو موضوعات أو رموز في البيئة التي تستشير هذه الاستجابة.(عطوة أحمد ، 1981 ، ص117).

التعريف الإجرائي: هو ميل نفسي مكتسب عند الفرد مرتبط بخبراته السابقة وبالمعايير و القيم السائدة في المجتمع البحث تكفل توجيهه استجابته نحو موضوع الاتجاه بالقبول او الرفض.

10-2- الجمهور:

لغة: جاء في لسان العرب لابن منظور: انها كلمة مأخوذة من كلمة الجمهرة وهو عدد الناس، ويقال جمهور الناس أي ، وجماهير القوم أي إشرافهما، وعدد متجمهر أي مكثر.

اصطلاحا: يشير مصطلح الجمهور في المنظور الإعلامي كما ورد في التقرير لجنة (ستون ماك برايد): أنه أكثر من مجرد حاصل جمع عدد من الأفراد، وأنه يعني جماعة ما تدين بوجودها لتقاسم أفرادها تجارب معينة وذكريات وتقاليد محددة وظروف حياة بعينها، بيد أن الجماعة ليست متماثلة فعندما توضع تحت الملاحظة فإنها تكشف عن كثير من الاختلافات التي تقوم على اساس الفروق الطبقية و المصلحة الاقتصادية، والمعتقد الديني والانتماء السياسي و الايدولوجي. (سعد لبيب،1973، ص17).

التعريف الاجرائي: الجمهور هو عدد المشاهدين المستقبليين لبرنامج معين في تة قيت محدد يتقاسمون تقاليد وتجارب وقيم مشتركة .

10-3- البرامج الثقافية:

- هي مجموع البرامج التي تتعرض بشكل مباشر للأنشطة المتصلة بالأدب و النقد الأدبي والفنون التشكيلية و المسرح و السينما و العلوم و الدراسات الإنسانية و الدراسات الدينية وتبسيط العلوم و المعارف العامة، ويمكن تقسيم البرامج الثقافية حسب المضمون كالتالي:
- البرامج الأدبية وتتضمن الشعر، والقصة، والرواية، والنقد الأدبي.
 - البرامج العلمية: وتتضمن الاكتشافات العلمية و التكنولوجيا وتبسيطها
 - برامج المعارف العامة: وتتضمن العلوم الإنسانية (علم الاجتماع، النفس، فلسفة، دين، اقتصاد، صحة)
 - البرامج الفنية: وتتضمن المسرح، السينما، الموسيقى، الباليه، فنون تشكيلية. (سعد لبيب، ، 1973، ص17).

التعريف الإجرائي:

البرامج الثقافية هي مجموعة البرامج التي تنطرق الى النشاطات المختلفة و المتعلقة بالحركة الثقافية سواء كانت أدبا أو نقد أو فنونا أو معارف عامة.

11- الدراسات السابقة:

11-1- الدراسة الأولى: دراسة حنان سهايلية حوا البرامج الثقافية في الفضائيات العربية دراسة تحليلية لبرنامج روافد بقناة العربية المذكورة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير شعبة إعلام واتصال التخصص وسائل الإعلام و المجتمع بجامعة العربي التبسي - تبسة - 2015، 2016 طرحت فيها الباحثة تساؤل رئيسي هو:

ما مضمون البرامج الثقافية في الفضائيات العربية؟

استهدفت هذه الدراسة التي تعرف على محتوى البرامج الثقافية ومعرفة الفاعلين في المحتوى الذي يقدمه برنامج روافد، ثم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج المسحي واستخدمت استمارة تحليل المحتوى كأداة أساسية في جمع المعلومات من المجتمع البحثي.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن البرامج الثقافية تهتم أيضا بمختلف القضايا الأخرى والتي تتعلق بالشأن السياسي و الأوضاع الراهنة، أيضا تهتم بالقضايا التي تقترب إلى أن تكون قضايا اجتماعية ، فالبرامج الثقافية إذ لا تقتصر لا تنحصر في المضامين الثقافية فقط من أدب وفن وفكر وشعر بل تتعدى ذلك إلى ما هو ابعده، فتصبح كأنما في إطلالته على جميع الأوضاع بمختلف مجالاتها.

أوجه الاختلاف بين الدراسة السابقة ودراستي:

في الدراسة السابقة الباحثة اعتمدت على دراسة البرامج الثقافية في الفضائيات العربية اما في دراستي فمن بدراسته البرامج الثقافية في القنوات الفضائية

أوجه التشابه:

تشابه دراستي مع الدراسة السابقة في دراسة البرامج الثقافية.

11-2- الدراسة الثانية: دراسة محمد عبد الربيعي حول الدور الثقافي في القنوات الفضائية دراسة تحليلية وميدانية لنماذج مختارة من القنوات الفضائية 2007 " مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة ماجستير بجامعة تبسة"

تطرق فيها الباحث للتساؤلات التالية:

- ما مدى فرض البرامج الثقافية على إرضاء أذواق وميول وحاجة المشاهدين، وماهي طبيعة وحجم البرامج الثقافية وموضوعاتها؟

- ما مدى متابعة الجمهور الملتقى لهذه البرامج ومدى تأثيره؟

استهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على حجم الاهتمام الممنوح للبرامج الثقافية و الإضافة إلى التعرف على الإطار الإيديولوجي الذي تعبر عنه كل قناة في تناولها ولها شأن ثقافي

وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن القنوات الفضائية العربية أصبحت اليوم مصدرا مهما للاتصال و الثقافة و التكوين و الإعداد الجماهيري لما تملكه من مزايا وإن بعض القنوات العربية رغم السلبيات حققت نجاحا في بعض برامجها من ناحية ما تقدمه من مضمون وأشكال التناول مختلف الثقافات و الايدولوجية أوجه الاختلاف بين الدراسة السابقة ودراستي:

في الدراسة السابقة اعتمد على عينة من جمهور المتلقي من مختلف جاليات العربية ، أما في دراستي اعتمدت على عينة من الطلبة في تخصصات علمية وأدبية

أوجه التشابه:

تشابه دراستي مع الدراسة السابقة في متغير القنوات الفضائية

الفصل الثاني : الإعلام الثقافي و البرامج الثقافية

تمهيد

1- الإعلام الثقافي

1-1- مفهوم الإعلام الثقافي

1-2- علاقة الإعلام بالثقافة

1-3- الوظائف الثقافية للوسائل الإعلام

1-4- شروط الإعلام الثقافي

1-5- أهداف الإعلام الثقافي

2- البرامج الثقافية

2-1- مفهوم الثقافة

2-2- مفهوم البرامج الثقافية

2-3- معايير البرامج الثقافية

2-4- إعداد وانتاج البرامج الثقافية

2-5- اهداف البرامج الثقافية

خلاصة

تمهيد:

تعتبر البرامج الثقافية من البرامج المهمة التي تحرص القنوات الفضائية على إنتاجها نظرا لأهميتها في الثقافة في مختلف المجالات، كما تهدف إلى تزويد المشاهد بالمعلومات والمعارف والعلوم في كل الميادين، كما تساهم في تكوين المواقف الفكرية اللازمة من أجل توعية الجمهور بمختلف قضاياها الثقافية.

1- مفهوم الإعلام الثقافي:

الإعلام الثقافي هو الجزء المحدد من الإعلام الذي يهتم بقضايا الثقافة وأسئلة الإبداع، ويناقش قضايا وهموم المعرفة، وي طرح أسئلة وإشكاليات الحضارة والهوية، وهذا النوع من الإعلام ظل بعيدا عن اهتمام الإعلام، ومغيبا وهامشيا خاصة في الإعلام المرئي الفضائي وحتى الآن لا يزال المثقف يستثنى من دائرة اهتمام الإعلام المرئي، في حين أن الكثير مما يتم تناوله من برامج ثقافية تدعو للمشاهدة للسأم نتيجة لتكرار أشكال وطرق الاهتمام لدى المشاهد. (عبد الله تايه، 2006، ص 26).

2- علاقة الإعلام بالثقافة:

تداخل العلاقة بين الإعلام و الثقافة، وتشابك إلى حد الذي جعل بعض الباحثين ينضرون إلى الاتصال و الثقافة باعتبارها وجهان لعملة واحدة ويمكن اعتبار دور وسائل الإعلام بمثابة الناقل الأساسي، بل أصبحت تلك الوسيلة أداة لصياغة الثقافة. (عبد النبي عبد الفتاح، 1990، ص 134).

وتبدو العلاقة جلية بين الإعلام والثقافة في كون أن الإعلام له دور مؤثر، يقدم للمشاهد والمستمع معلومات جديدة ومتواصلة، يصله بكل جديد في مجالات الحياة المختلفة، ويطلع على ما يدور في العالم ومن حوله في شتى ميادين ومجالات الحياة اليومية من منجزات ومراعاة ويؤثر الإعلام في الفئات المجتمعية بقدر ثقافتها ووعيتها، وكلما انخفض المستوى الثقافي و التعليمي.

للأمة كلما ازداد تأثير الإعلام الموجه على أفكارها وسلوكها وأنماط حياتها وكأن ما تأتي به وسائل إعلام حقائق لاجدال حولها، في حين أن ذوي الثقافة و التعليم والخبرة، يرون فيما تأتي به وسائل الإعلام مادة ليست مقدسة وهي قابلة للنقاش و الحوار و النقض وتحتل عدة أوجه وكلما تقدم المجتمع وازدادت مجالات العمل و النشاطات و العلم تقدم الإعلام ليواكب ما يدور في هذا المجتمع، ويشارك ويؤثر في التنوير وحشد الجموع حول فكرة وموقف أو قيمة " فالإعلام هو عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة، وحقائق واضحة وأخبار صادقة وموضوعات دقيقة ووقائع محددة، وأفكار منطقية وآراء راجعة للجماهير مع ذكر مصادرها خدمة للصالح العام. (حامد زهران، 1972، ص 335).

ويظهر الإعلام أنماط الثقافة أو يقوم بنشر الثقافة الوطنية، وينمي الوعي الثقافي، إذن أن وسائل الإعلام لها دور أساسي في نشر الثقافة و المعرفة وعليها ان تأخذ هذا الدور بجدي واهتمام. ولا شك أن التطورات التقنية

التي حدثت لوسائل الاتصال و الإعلام في السنوات الاخيرة قد أثرت في العلاقات المتعددة داخل المجتمع الواحد، وما فيه من قيم وعادات ومفاهيم، وأنماط سلوكية وخبرات، ومعارف، وكذلك في علاقة المجتمعات البشرية بعضها ببعض سواء في زمن السلم أو الحرب.

وبما أن الثقافة تعبير عن النواحي المختلفة و المتعددة للنشاط الإنساني فإن الإعلام هو وسيلة الاتصال التي تنقل وتعزز وتعبّر عن هذا النشاط. لذلك نرى أن وكالة الأنباء ووسائل الإعلام في الدول المتقدمة ترى في الإعلام تجارة، وأنماط استهلاكية ونشر قيم جديدة تغزو به ثقافات وعادات الآخرين. في حين أن الدول الفقيرة ترى في الإعلام وسيلة للتعليم و التثقيف في المجالات المختلفة كي تلحق بركب التقدم و الحضارة، وتحسين قواعد الاستهلاك و الإنتاج وخطط التنمية فإذا كان الغرب وسيلة سريعة لنشر الأخبار فإن الدول الفقيرة تنظر إلى الإعلام على انه وسيلة لإنجاح خطط التنمية. (عبد الله تايه، 2006، ص 28-81).

3- الوظائف الثقافية لوسائل الإعلام:

- التثقيف و التربية وتتعلق هذه الوظيفة بنشر المعرفة على أسس بناء الشخصية.
- النهوض بالإنتاج الفكري، وتعني نشر إنتاج في مجال الأدب و الفن و الابتكار الفكري اليدي بصورة عامة
- تفجير الطاقة الكامنة في الأشخاص و المجموعات، وتمكينها من الاسهام في اعداد الرسالة الثقافية وابلاغها.
- تهذيب الذوق العام ودفع الجماهير إلى التفاعل مع الإنتاج الفكري و الإبداع الفني
- تناقل التراث بين الأجيال وإثراءه وجعله السراج الذي ينير الحاضر، ويربط بين الماضي و المستقبل. (مصطفى المحمودي، 2004. ص)
- تطبيق السياسة الثقافية.
- دور ناقل للثقافة التي تساعد على دعم الموافق والتأثير فيها. (حسن عبد الجبار، 2009، ص 170)

4- شروط الإعلام الثقافي:

يخضع الإعلام الثقافي في عملية تحقيقه إلى عدة شروط أهمها :

1- وجود سياسة إعلامية ثقافية تحتوي على إستراتيجية مرحلية، وآنية تستهدف تحقيق أهداف واضحة تتمثل في:

- خلق توازن بين الأنماط الثقافية (شفوية ومكتوبة)، (مسموعة ومرئية) (كلاسيكية ومعاصرة) (علمية وفنية)
- خلق توازن بين مختلف المستفيدين من الإعلام الثقافي من الفئات الاجتماعية (عمال، فلاحين، طلبة (امرأة، رجل) بين الأجيال (أطفال، شباب، كهول) بين (المتعلم والأمي)
- خلق توازن بين مختلف المناطق الريفية و الحضرية
- وجود هياكل أساسية مختصة (مكتبات، مراكز توثيق، مراكز ثقافية)
- توفر التشريعات الضامنة لحق الفرد و المؤسسة في خلق وملك وتوزيع العلام الثقافي.
- توفر الأدوات الضرورية المساعدة (البيولوجرافية، الوطنية، الكشافات، الفهارس)
- توفر وسائل الترويج (دور النشر، وكالات الأنباء، محطات الإذاعة، و التلفزيون)
- توفر الإطار البشري الكفاء. (سهير جاد، 1987، ص21).

5- أهداف الإعلام الثقافي:

يمكن حصر أهداف الإعلام الثقافي في جانبين:

1) الجانب الأول: ذا طبيعة إستراتيجية حيث تبلور أهداف الإعلام الثقافي في:

- تحقيق ديمقراطية الثقافة بتوصيلها إلى أوسع قطاعات الجماهير بما يستجيب لاهتمامها و يتلائم مع احتياجاتها و الارتقاء بها
- الإسهام في تحقيق التكامل الثقافي بين عناصر المجتمع بما يساعد على وحدته واندماجه وبمعنى آخر نقل عناصر الثقافة نفسها من جزء إلى أجزاء لأخرى تحقيقها للانتشار وشمولها
- التبشير بالتغير الثقافي و الاجتماعي، وتوجيه الأنظار إليه وإعداد العقول له، وتهيئة الأفراد للقيام بدورهم في إحداث ذلك التغير .

- التأكيد على العلاقة بين الثقافة و السلوك الاجتماعي، بما يساعد على التكوين نمط ثقافي يدفع بالقوى الاجتماعية إلى تغيير واقعها نحو الأفضل فهو ذا طبيعة وظيفية.

2- أما الجانب الثاني من أهداف الإعلام الثقافي :

- الاهتمام بمجالات الانتعاع الثقافي، ونشاطات الحركة الثقافية و تسليط الضوء عليها وإشاعة الاهتمام الشعبي بها.

- رعاية الإبداع الفكري و الثقافي و العلمي.

- التعريف بالتراث الثقافي الإنساني القديم والحديث و المعاصر .

- تقديم الأعمال الأدبية و الثقافية بأسلوب بسيط ومشوق إلى جانب ملائمته لقيم المجتمع وأخلاقياته وخاصة الأجنبي منها. (السيد احمد مصطفى عمر، 2008،)

المبحث الثاني: البرامج الثقافية

1- مفهوم الثقافة

عرفت الثقافة عدة تعريفات لعل أشهرها تعريف تايلور القائل:

إن الثقافة هي ذلك الكل المعقد الذي يشمل المعرفة و العقيدة و الفن و الأخلاق و القانون و العادات و سائر القدرات التي يكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع.

أو تعرف بأنها: أنماط وعادات سلوكية ومعارف وقيم واتجاهات اجتماعية ومعتقدات وأنماط تفكير ومعاملات ومعايير، يشترك فيها أفراد جيل معين ثم تتناقلها الأجيال جيلا بعد جيل

وعرفها آخر بأنها: مجموع العادات و التقاليد و القيم و الفنون المنتشرة داخل مجتمع معين حيث ينعكس ذلك على اتجاهات الأفراد وميولهم ومفاهيمهم للمواقف المختلفة. (محمد علي عبد الخالق، ص 20)

2- مفهوم البرامج الثقافية:

هي البرامج التي تهدف إلى تزويد المشاهد بالمعلومات و المعارف و العلوم في مختلف مجالات الحياة، وتساهم في تكوين المواقف الفكرية و العاطفية اللازمة لفهم حركة المجتمع والتلائم معه.

فالتثقيف يهدف إلى نشر المعرفة على أساس تفتح الأذهان وتكوين الشخصية وشحذ الكفاءات، وتنمية الذوق وتهذيبه، وتمكين الإنسان على مدى العمر من المحافظة، على مقدرة استيعاب كل ما ينمي طاقته ويوسع آفاقه ويشبع تطلعه إلى الخير و الجمال وتحتوي البرامج الثقافية على الأشرطة العلمية و الأفلام الوثائقية و المناقشات و الندوات وهذا النوع يعتمد على شخصية معد البرنامج، وما يتمتع به من براعة وقدرة على التعبير وتوجيه المقالات لتنجح في اجتذاب الجمهور المشاهد.

وعرفت كل من سهير جاد وسامية أحمد على البرامج الثقافية على أنها البرامج التي تقدم من خلال التلفزيون، تهدف تبسيط موضوع أو فكرة ثقافية في فكرة تلفزيونية مقبولة، تقوم على الإفادة من إمكانيات الفن التلفزيوني متميز بالتجديد والتبسيط في تقديم ثمرات الفكر و الفن و العلم على أوسع نطاق وفي ارحب دائرة، دون

أن يمس ذلك المستويات ذات القيمة الكبرى في الإنتاج الثقافي إلا دفعا لها مزيدا من التفوق والاجادة. (سهير جاد، وسامية احمد علي، 1999، ص78)

وبما أن الثقافة تدخل في نسيج الحياة اليومية وتمثل الفكر و التراث و الموروث الذي يباين بين كل جماعة وأخرى، فإن البرامج الثقافية لا بد أن تكون منسجمة مع هذا النسيج، وتجسد المفاهيم الثقافية وما ينطوي تحتها من علوم، واختراعات وفكر وفنون وآداب ومعارف ودراسات، وتقدم المشاهد والسامع في شكل وأسلوب متباين ليحدث التفاعل الايجابي المنتظر. (عبد الله تايه، 2006، ص72).

2-3: معايير البرنامج الثقافي:

البرامج الثقافية في التلفزيون هي البرامج التي تقدم من خلال التلفزيون بهدف تبسيط موضوع أو فكرة ثقافية في صورة تلفزيونية مقبولة تقوم على الإفادة من إمكانيات الفن التلفزيوني، تتميز بالتحديد و التبسيط في تقديم ثمرات الفكر و الفن و العلم على أوسع نطاق وفي أرحب دائرة دون أن يمس ذلك المستويات ذات القيم الكبرى في الإنتاج الثقافي إلا دفعا لها إلى مزيد من التفوق و الإجادة. (سهير جاد، 1987م، ص58)

ويمكن تحديد عدة معايير للبرنامج الثقافي والتي تتمثل في التالي:

- أن يفيد من إمكانيات الإذاعة (مسموعة، مرئية) في تقديم الثقافة للجماهير.
- أن يعتمد على تبسيط الثقافة تبسيطا لا يهبط بمستواها، وإنما يجعلها مفهومة
- أن يتخطى عقبات الملل الذي يصاحب الماجة الجافة من خلال استخدام العناصر الدرامية ووسائل جذب الانتباه.
- أن تتنوع البرامج الثقافية بمفهوم الثقافة باعتبارها كيانا له مقوماته التي تميزه عن التعليم من ناحية وعن الإعلام و الترشيد من ناحية أخرى. (سهير جاد، 1997، ص42).

2-4- إعداد وتخطيط البرامج الثقافية:

2-4-1- إعداد البرامج الثقافية

إن إعداد أي برنامج ثقافي يتطلب مستوى جيدا من الثقافة لدى المعد الذي يجدر به أن يكون مطلقا ومواكبا للتطور الثقافي، على جميع المستويات، إن البرنامج الثقافي يعالج القضايا الثقافية بما فيها أخبار المثقفين وإنجازاتهم وآخر الاصدارات وغيرها.

وصياغة البرنامج الثقافي يجب أن يخاطب الجمهور الموجه له فهذا المضمون الثقافي في الغالب يكون جمهوره عن المثقفين لذلك على المعد أن يعمل على احترام تلك الفئة المثقفة، وان يقدر عقولها حتى من خلال استخدامه للمفردات وصيغ المبالغة وأدوات التشبيه وغيرها، كما أن لإعداد البرنامج الثقافي بحاجة إلى الثقافة و القراءة و المكتبة من جهة أخرى، وبقدر ما يزداد التنسيق بين هذه الأطراف كلما استطاع المعد أن يرتقى ببرنامجه وأن يعد برنامجا ثقافيا مميذا. (عامر حمدي، 2004، ص 157).

وفي الموضوع الثقافي لا بد من الحرص على أن يكون معدى ومقدمي البرامج وواضعي الخطط البرمجية في وسائل الإعلام، على مستوى من الوعي الثقافي، والدراية التامة بما يقومون به وكيفية رسم الخطط البرمجية بما يحقق الأهداف الثقافية و التنموية وليس مجرد تعبئة ساعات البث، ذلك لأن ما تلمسه من تأثير خاصة في البرامج التلفزيونية يدعون لليقضة و الاهتمام لما للتلفزيون أثر على ثقافة الأفراد، ودوره في درء أخطار الغزو الثقافي ومحاولات الهيمنة الثقافية، حيث تحاول بعض الدول إحلال ثقافتها وأساليب تفكير أفرادها، وأنماط حياتها، على غيرهما، وهذا يتضح في قوة التأثير إعلام الدول المتقدمة تقنيا على الدول النامية، والتي تستطيع تسخير قدراتها وإمكاناتها الإعلامية لإحلال ثقافتها وتذويب ثقافة الآخرين. (عبد الله تايه، 2006، ص 29).

2-4-2- تخطيط البرامج الثقافية

عند تخطيط البرنامج الثقافي ير على عنصرين:

أ- العنصر التثقيفي الذي يميز البرنامج الثقافي عن غيره من البرامج الإذاعية الأخرى

ب- التجديد: والبلد الجديد الذي سيضيفه البرنامج إلى ميدان الثقافة إزاء أجهزة التثقيف ووسائل الإعلام الأخرى.

وهناك عوامل أخرى هامة أن يركز المخطط للبرامج الثقافية على المستوى البيئي: ال ظروف الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية التي يعيش فيها جمهوره المستهدف، كما يجب أن يتذكر دائما احتياجات مجموعة الأفراد و التي يتكون منها هذا الجمهور ومتابعة الأنشطة المختلفة لضمان تقديمها بالصورة و الطريق المتفق عليها مع التقييم الدوري لهذه الأنشطة تلافيا للأخطاء

ومن المعروف أن الثقافة لها ارتباط وثيق بالقيم العلمية و الفنية فأتناء تقديم البرامج الثقافية الإذاعية أو التلفزيونية. (عبد الله تايه، 2006، ص29).

ولا يجوز بث أي معلومات غير صحيحة أو مشكوك في صحتها، ولا ترويج الخرافات التي تنافي الحقائق و الظواهر العلمية و الطبيعية، و الآراء و الأفكار و الإجابات ذات البعد التخصصي في مجال العلوم و الفنون و الآداب لا بد أن تكون من متخصص و يواكب عملية التخطيط وتنفيذ البرامج القيام بنشاط في مجال بحوث المشاهدين متعددي الاتجاهات لمعرفة احتياجاتهما ورغباتهم وقياس مدى استفادتها لتأمين البرامج منسجمة مع الهدف و الجمهور.

وعلى سبيل المثال اتفقت إدارة التلفزيون فيدول الخليج على مراعاة المبادئ التي يضمنها ميثاق العمل التلفزيوني في دول الخليج حيث لتفق على تخطيط البرامج على الأمور التالية:

- 1- أن تقدم البرامج خدمة متوازنة تجمع بين الإعلام و الترفيه في إطار من الالتزام بمبادئ الدين الإسلامي الحنيف
- 2- أن ترتبط البرامج بخطة التنمية الاجتماعية و الثقافية و الاقتصادية للدولة وبالعمل على تبصير الموظفين بها والتخطيط الإعلامي الثقافي له ارتباط بأهداف الدولة الداخلية و الخارجية، والاستفادة من الإشكاليات و الكفاءات الثقافية في مجالي الخبرة البشرية والدعم المالي، والتخطيط بشكل عام يسعى للتنظيم و التنسيق وتحقيق الأهداف وفي الإعلام الثقافي يهدف إلى تنظيم وتنسيق عمل وسائل الإعلام المختلفة و أهمها الراديو و التلفزيون لتحقيق الأهداف المرسومة وتسخير كل الإمكانيات البشرية و المالية لإنجاح الخطة، والتفاعل والتعاون بين كل الجهات الإعلامية و الثقافية. (عبد الله تايه، 2006، ص29-30-32).

وكل خطة لا بد لها من تحديد الزمن اللازم لتنفيذها والفئات التي تستهدفها. وأهداف واضحة تسعى الخطة لتحقيقها كيفية التنفيذ والوسائل المستخدمة للتنفيذ. (عبد الله تايه، 2006، ص92،93).

2-5- أهداف البرامج الثقافية:

تهدف البرامج الثقافية وتوصيلها بمختلف مستوياتها إلى أوسع قطاعات الجماهير، بما يتلائم واهتماماتها ومستوياتها التعليمية المختلفة.

- الاهتمام بالإشباع الثقافي و التعريف بالتراث الثقافي الإنساني، القديم و المعاصر في كل المجالات
 - رعاية الإبداع الفكري و الثقافي وإلقاء الضوء عليه و تبني المواهب و البرامج الجديدة.
 - الاهتمام بتقديم الأعمال الأدبية و الثقافية الأجنبية بأسلوب بسيط ومشوق إلى جانب ملائمتها لقيم المجتمع وأخلاقياته وتأكيد النظرة العلمية واستخدام المنهج العلمي الحديث لمواكبة التطور العلمي الحديث لمواكبة التطور العلمي.
 - تقديم البرامج التي تسعى لبث الثقافة العلمية وتبسيط العلوم .
 - تقديم نماذج من الانجازات البشرية سواء على المستوى المحلي أو العالمي. (سهير جاد، 1997، ص8،9،33).
 - كما وتهدف البرامج الثقافية أيضا لتنوير الأفراد وتزويدهم و إدراك حديدين، وفي الفترة التي يكون فيها التغيير بطيئا، فإن مستوى الإدراك لدى الأفراد يكون كافيا لمواجهة المشكلات التي تظهر.
 - والبرامج الثقافية يمكن أن تقوم بدور كبير في أوقات التغيير والنمو الثقافي، باكتساب الأفراد إدراكا جديدا وفهما جديدا.
- وعلى البرامج الثقافية أن تضطلع بمسؤولية أخرى لا تقل أهمية عن وظيفة التربية في المحافظة على عقل الفرد واتزان هذه المسؤولية هي أن يفهم الفرد لما يجري حوله في العالم الذي يعيش فيه، والبرامج الثقافية في الإذاعة المسموعة و المرئية عندما تعكس التطور الاجتماعي في المجتمع، إنما تساعد عملية انتشار المخترعات الجديدة على أداء وظيفتها دور رائد في الحفاظ على لغة الجماعة، وهي هنا لغتنا العربية، لغة القرآن، وهي اللغة التي تم بها حفظ التراث الثقافي و الحضاري و الإنساني للعرب و المسلمين بما يحافظ على سلامة اللغة، و يبرز خصائصها في الاستجابة لعلوم العصر في التقريب والاشتقاق، ويحافظ على وحدة الأمة وكتابتها ونطقها بلسان واحد واضح مبين، وإلى جانب اللغة فإن الفنون والتراث الشعبي لكل جماعة وبيئة من البيئات العربية هي من الملامح المعبرة عن ثقافة الأمة، والحفاظ عليها هو جزء من الحفاظ على الثقافة العربية و الإسلامية وترسيخ القيم الإيجابية وكل ما من شأنه خدمة المجتمع وتحقيق برامجها في التنمية و الثقافة من خلال خطط آنية ومستقبلية. (عبد الله تايه، 2006، ص30).

خلاصة :

مما سبق نستطيع القول أن البرامج الثقافية كنوع من أنواع البرامج التي تسعى إلى استخدام أساليب جذب الجمهور من أجل تعميم نشر الثقافة على نطاق واسع وبشكل أفضل لتوجيه الجمهور، العام وتنقيفه ، وذلك من خلال مختلف المضامين المتنوعة التي تعرضها البرامج الثقافية، فتنوعت هذه البرامج من برامج الأدب والشعر والمسرح وتراث الثقافي ومواضيع أخرى تهتم بالشأن الثقافي للمشاهد الذي يبحث دائما عن البرامج هادفة وذات قيمة تعرفه بثقافته وتهدف إلى المحافظة عليها، فالبرامج الثقافية هي من مصادر التنقيف للجمهور بكل فئاته.

الفصل الثالث: عرض وتفسير بيانات الدراسة

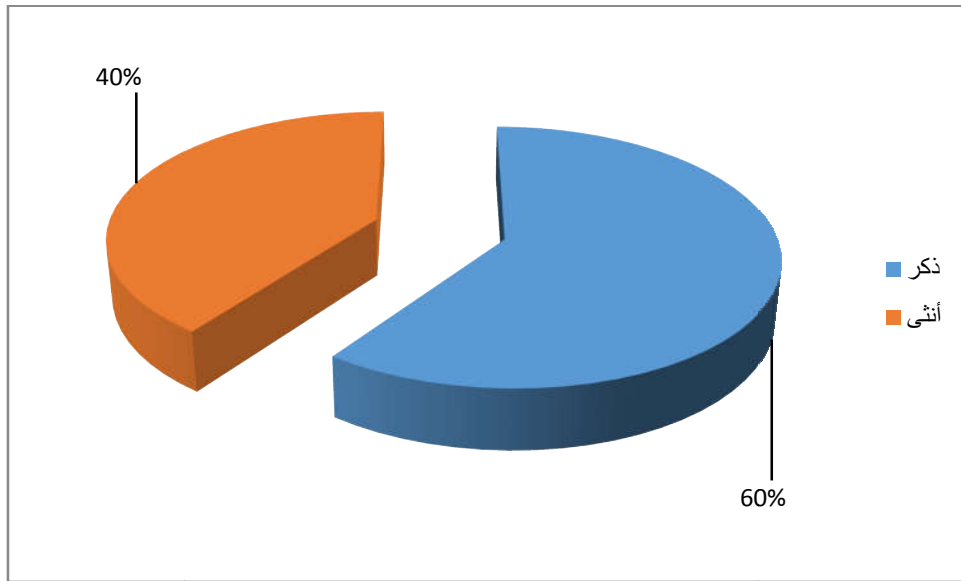
- 1- المحور الأول: لعادات وأنماط التعرض لبرامج الثقافية في الفضائيات
- 2- المحور الثاني : لدوافع التعرض الجمهور للبرامج الثقافية والاشباع المحققة
- 3- المحور الثالث : لتقييم الجمهور للبرامج الثقافية
- 4- نتائج الدراسة

أ/ تحليل البيانات الوصفية:

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

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
%60	42	ذكر
%40	28	أنثى
%100	70	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 70 فرداً، نلاحظ أن 42 فرداً يمثلون حجم الذكور بنسبة بلغت 60%، أما حجم الإناث فقد بلغ 28 أنثى بنسبة قدرت بـ 40%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (01)

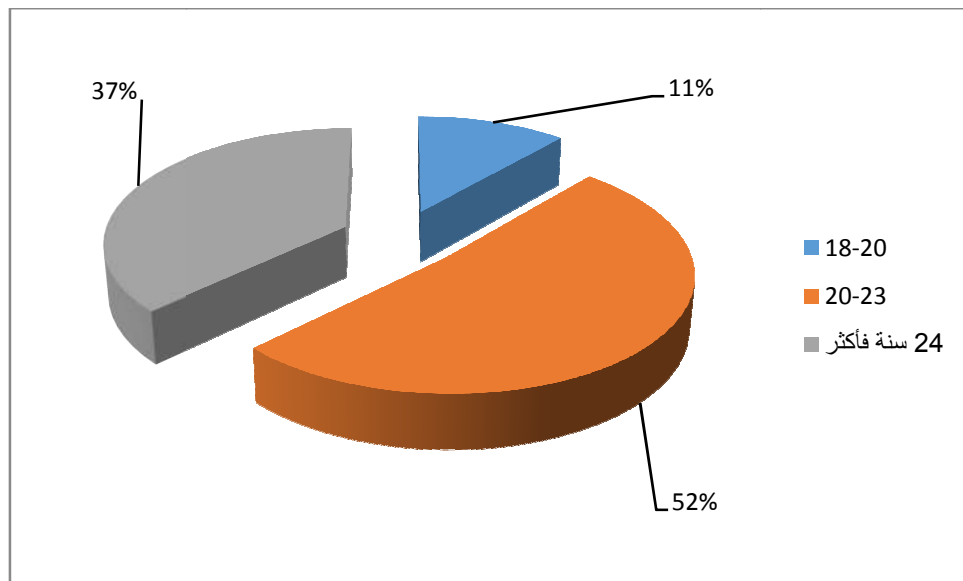


الشكل رقم (01) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

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

السن	التكرارات	النسبة المئوية
18-20	8	11%
20-23	36	52%
24 سنة فأكثر	26	37%
الإجمالي	70	100%

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 70 فرداً، نلاحظ أن الذين سنهم 18-20 سنة بلغ عددهم 8 أفراد بنسبة 11%، أما الذين يتراوح سنهم بين 20-23 فقد كان عددهم 36 بنسبة قدرت بـ 52%، وفيما يتعلق بالذين هم أكبر من 24 سنة فقد بلغ عددهم 26 فرداً بنسبة 37%، وهذا ما يوضحه الشكل رقم (02)

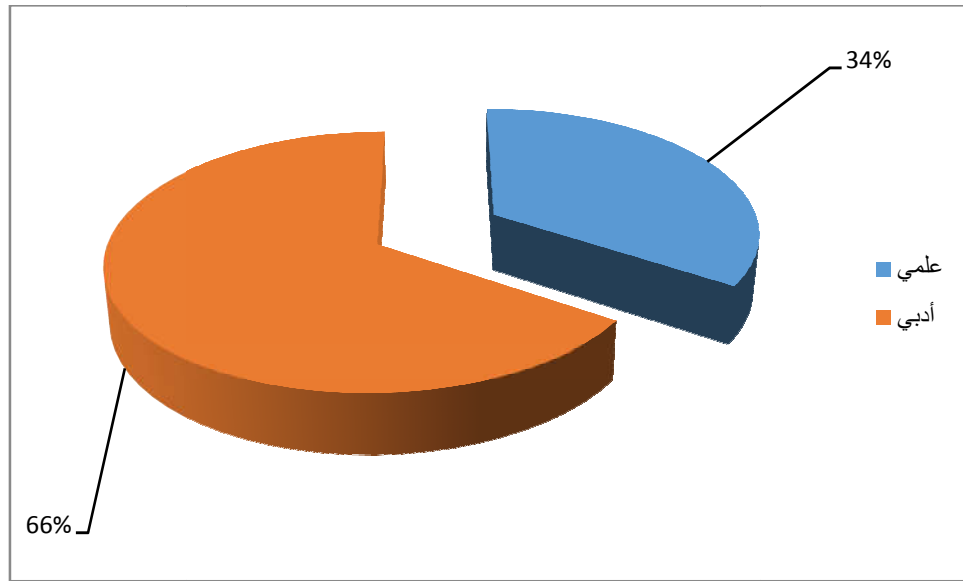


الشكل رقم (02) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

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

التخصص	التكرارات	النسبة المئوية
علمي	24	%34
أدبي	46	%66
الإجمالي	70	%100

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 70 فرداً، نلاحظ أن 24 فرداً يمثلون ذوي تخصص علمي بنسبة بلغت %34، أما الجامعيين فقد بلغ 46 بنسبة قدرت بـ %66، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (03)



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

ب/ تحليل أسئلة الاستبيان:

• أسئلة المحور الثاني:

السؤال رقم (04):

نص السؤال رقم (04) على: "هل تشاهد البرامج الثقافية؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

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

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 04
13%	9	دائما
67%	47	أحيانا
20%	14	نادرا
100%	70	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (04) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (70) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (04) بالبديل "دائما" وقد بلغ عددهم (9) أفراد بنسبة مئوية بلغت 13%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (47) بنسبة مئوية قدرت بـ 67%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نادرا" والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 20%.

السؤال رقم (05):

نص السؤال رقم (05) على: "ما معدل مشاهدتك لهذه البرامج أسبوعيا؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (05) يوضح معدل المشاهدة لدى عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 05
47%	33	أقل من ساعة
43%	30	من ساعة إلى ساعتين
10%	7	أكثر من ساعتين
100%	70	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (05) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (70) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (05) بالبديل " أقل من ساعة " وقد بلغ عددهم (9) أفراد بنسبة مئوية بلغت 13%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " من ساعة إلى ساعتين " والبالغ عددهم (47) بنسبة مئوية قدرت بـ 67%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أكثر من ساعتين " والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 20%.

السؤال رقم (06):

نص السؤال رقم (06) على: " ما هي فترتك المفضلة في المشاهدة؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (06) يوضح الاوقات المفضلة للمشاهدة لدى عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 06
%0	0	الفترة الصباحية
%60	30	الفترة المسائية
%40	7	لا توجد فترة محددة
%100	70	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (06) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (70) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (06) بالبديل " الفترة الصباحية " وقد بلغ عددهم (0) أفراد بنسبة مئوية بلغت 0%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الفترة المسائية " والبالغ عددهم (42) بنسبة مئوية قدرت بـ 60%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا توجد فترة محددة " والبالغ عددهم (28) بنسبة مئوية قدرت بـ 40%.

السؤال رقم (07):

نص السؤال رقم (07) على: "مع من تشاهد هذه البرامج؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (07) يوضح مع من تشاهد هذه البرامج لدى عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 07
%53	37	بمفردك
%14	10	مع الأصدقاء
%33	23	مع العائلة
%100	70	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (07) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (70) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (07) بالبديل " بمفردك " وقد بلغ عددهم (37) أفراد بنسبة مئوية بلغت 53%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " مع الأصدقاء " والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 14%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " مع العائلة " والبالغ عددهم (23) بنسبة مئوية قدرت بـ 33% .

السؤال رقم (08):

نص السؤال رقم (08) على: " ما نوع البرامج الثقافية التي تفضل مشاهدتها؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (08) يوضح نوع البرامج الثقافية التي المفضلة لدى عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 08
21%	15	برامج الأدب والشعر
49%	34	برامج فنية ومسرح ...
13%	9	برامج المعارف العامة
13%	12	برامج العلوم والتكنولوجيا
100%	70	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (08) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (70) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (08) بالبديل " برامج الأدب والشعر " وقد بلغ عددهم (15) فرداً بنسبة مئوية بلغت 21%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " برامج فنية ومسرح " والبالغ عددهم (34) بنسبة مئوية قدرت بـ 49%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " برامج المعارف العامة " والبالغ عددهم (9) بنسبة مئوية قدرت بـ 13%، في حين نلاحظ

أن ما نسبته 17% تمثل المجموعة الرابعة التي تحتوي على الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " برامج العلوم والتكنولوجيا " والبالغ عددهم (12).

السؤال رقم (09):

نص السؤال رقم (09) على: "ماهي طريقتك في تنظيم وقتك لمشاهدة هذه البرامج؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (09) يوضح طريقة تنظيم الوقت في المشاهدة لدى عينة الدراسة .

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 09
99%	69	أشاهدها كلما سمح وقتي بذلك دون خطة
1%	1	أشاهدها وفق خطة معينة
100%	70	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (09) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (70) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (09) بالبديل " أشاهدها كلما سمح وقتي بذلك دون خطة " وقد بلغ عددهم (69) أفراد بنسبة مئوية بلغت 99%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أشاهدها وفق خطة معينة " والبالغ عددهم (1) بنسبة مئوية قدرت بـ 1%.

السؤال رقم (10):

نص السؤال رقم (10) على: "أيهما تفضل المشاهدة؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (10) يوضح البرامج المفضلة لدى عينة الدراسة.

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 10
36%	25	البرامج الثقافية العربية
11%	8	البرامج الثقافية الغربية
53%	37	كلاهما
100%	70	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (10) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (70) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (10) بالبديل "البرامج الثقافية العربية" وقد بلغ عددهم (25) أفراد بنسبة مئوية بلغت 36%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "البرامج الثقافية الغربية" والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـ 11%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "كلاهما" والبالغ عددهم (37) بنسبة مئوية قدرت بـ 53%.

السؤال رقم (11):

نص السؤال رقم (11) على: "ماهي دوافعك لمشاهدة البرامج الثقافية"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (11) يوضح دوافع مشاهدة البرامج الثقافية لدى عينة الدراسة.

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 11
21%	35	زيادة معلوماتك في مختلف القضايا وثقافات الشعوب
21%	2	تعجبك طريقة التقديم
21%	15	ملء الفراغ
21%	3	عدم توفر بدائل
49%	3	لانماء الروح الثقافية لديك
13%	6	التعرف على شخصيات مثقفة هامة
13%	6	اهتمامات بالموضوعات المطروحة
100%	70	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (11) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (70) فرداً قد انقسمت إلى سبع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (11) بالبديل "زيادة معلوماتك في مختلف القضايا وثقافات الشعوب" وقد بلغ عددهم (35) فرداً بنسبة مئوية بلغت 50%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "تعجبك طريقة التقديم" والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـ 3%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "ملء الفراغ" والبالغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـ 21%، أما المجموعتين الرابعة والخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديلين "عدم توفر بدائل و لانماء الروح الثقافية لديك" والبالغ عددهم (3) لكل مجموعة بنسبة مئوية قدرت بـ 4%، أما المجموعتين السادسة والسابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديلين "

التعرف على شخصيات مثقفة هامة و اهتمامات بالموضوعات المطروحة " والبالغ عددهم (6) لكل مجموعة بنسبة مئوية قدرت بـ 9%.

السؤال رقم (12):

نص السؤال رقم (12) على: "ماهي الإشباعات المحققة من تعرض الجمهور للبرامج الثقافية؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (12) يوضح الاشباعات المحققة من تعرض عينة الدراسة للبرامج الثقافية.

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 12
17%	12	الحصول على المعلومات الصادقة
33%	23	تعرف على موضوعات واقعية
20%	14	الاطلاع على تجارب الآخرين
10%	7	للترفيه
9%	6	معرفة ما يجري حول المستوى الثقافي
11%	8	للتزود بمعلومات متخصصة
100%	70	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (12) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (70) فرداً قد انقسمت إلى ست مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (12) بالبديل " الحصول على المعلومات الصادقة " وقد بلغ عددهم (12) فرداً بنسبة مئوية بلغت 17%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " تعرف على موضوعات واقعية " والبالغ عددهم (23) بنسبة مئوية قدرت بـ 33%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الاطلاع على تجارب الآخرين " والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 20%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " للترفيه " والبالغ عددهم (7) بنسبة مئوية قدرت بـ 10%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " معرفة ما يجري حول المستوى الثقافي " والبالغ عددهم (6) بنسبة مئوية قدرت بـ

9%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 11% تمثل المجموعة السابعة التي تحتوي على الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " للتزود بمعلومات متخصصة " والبالغ عددهم (8).

السؤال رقم (13):

نص السؤال رقم (13) على: " في رأيك البرامج الثقافية التي تقدمها الفضائيات؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (13) يوضح تقييم الجمهور للبرامج الثقافية التي تقدمها الفضائيات .

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 13
66%	46	جيدة
14%	10	رديئة
20%	14	لا أدري
100%	70	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (13) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (70) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (13) بالبديل " جيدة " وقد بلغ عددهم (46) أفراد بنسبة مئوية بلغت 66%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " رديئة " والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 14%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا أدري " والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 20% .

السؤال رقم (14):

نص السؤال رقم (14) على: "ماهي أهداف المضامين الثقافية التي تقدمها الفضائيات؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (14) أهداف المضامين الثقافية التي تقدمها الفضائيات لدى عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 14
26%	18	لانفتاح الثقافي
60%	42	التعرف على ثقافات الغير
14%	10	تنمية حب الثقافة والذوق الجمالي لمختلف الثقافات
100%	70	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (14) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (70) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (14) بالبديل " لانفتاح الثقافي " وقد بلغ عددهم (18) أفراد بنسبة مئوية بلغت 26%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " التعرف على ثقافات الغير " والبالغ عددهم (42) بنسبة مئوية قدرت بـ 60%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " تنمية حب الثقافة والذوق الجمالي لمختلف الثقافات " والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 14% .

السؤال رقم (15):

نص السؤال رقم (15) على: "هل الوقت التي تبث فيه البرامج الثقافية؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (15) يوضح الاوقات التي تبث فيها البرامج الثقافية.

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 15
47%	33	مناسب
10%	7	غير مناسب
43%	30	لا أدري
100%	70	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (15) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (70) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (15) بالبديل "مناسب" وقد بلغ عددهم (33) أفراد بنسبة مئوية بلغت 47%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير مناسب" والبالغ عددهم (7) بنسبة مئوية قدرت بـ 10%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا أدري" والبالغ عددهم (30) بنسبة مئوية قدرت بـ 43% .

السؤال رقم (16):

نص السؤال رقم (16) على: "هل الوقت المخصص للبرامج الثقافية؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (16) يوضح الاوقات المخصصة للبرامج الثقافية.

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 16
47%	20	كافي
10%	32	غير كافي
43%	18	لا أدري
100%	70	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (16) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (70) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (16) بالبديل " كافي " وقد بلغ عددهم (20) أفراد بنسبة مئوية بلغت 28%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " غير كافي " والبالغ عددهم (32) بنسبة مئوية قدرت بـ 46%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا أدري " والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت بـ 26% .

خاتمة

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة معرفة اتجاهات الجمهور نحو البرامج الثقافية والقنوات الفضائية والإشباع المتحققة من هذا الاتجاه ، إذ تطرقنا إلى ثنائية الجمهور والإعلام الثقافي في دراستنا هذه حيث أزلنا الغموض على هذه الثنائية ، إذ ربطنا اتجاهات الجمهور بوسائل الإعلام في عصر تراجمت فيه الثقافات المحلية والداخلية ، وبعدها سلمنا ان حاجات الجمهور تطرحها طبيعة التغير الاجتماعي والثقافي وتنعكس على هيئة استجابات ثقافية خاصة وتمثل هذه الاستجابات الثقافية الفرعية للجمهور وفي هذه الصيغة منظومة من الإجابات المنظمة التي تستجيب لمنظومة من الحاجات والمشكلات ، ووقفنا على شبه حقيقة ان للجمهور حاجات ثقافية ملحة يبحث دائما على اشباعها ذلك عن طريق وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون .

كما حاولنا ان تأطرة نظريا كل مفهوم ورد في التساؤلات ومن خلال الرجوع إلى الأدبيات والدراسات السابقة لكي نستبصر بها في مسعانا هذا ، وأول هذه المحاولة تتمثل في اتجاهات الجمهور نحو البرامج الثقافية وفهم العلاقة بينهما .

وفي محاولة منا لقياس رجع صدی البرامج الثقافية لدى الجمهور وجدنا ان هذه البرامج تهتم أيضا بمختلف القضايا الأخرى والتي تتعلق بالشأن السياسي والأوضاع الراهنة .



قائمة المصادر والمراجع

- 1 - أحمد بن مرسللي : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ط 3، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2004.
- 2 -باسم عبد الرحمان المشاقبية : نظريات الإعلام ، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2011.
- 3 -حامد زهران : علم النفس الاجتماعي ، القاهرة ، عالم لاالكتب ، 1972.
- 4 -حسن عبد الجبار : اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر ، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع ، 2009.
- 5 -حسن عماد مكاوي ، عاطف عدلي العبد: نظريات الإعلام ، 2008.
- 6 -رضا عبد الواحد أمين : نظريات العلمية في مجال الإعلام الالكتروني ، جامعة الأزهر ، 2007.
- 7 -رميم يونس ، كروال عزاوي : مقدمة في منهج البحث العلمي ، دار دجلة ، عمان ، 2008.
- 8 -سعد لبيب : دراسات في الفنون الإذاعية .
- 9 -سعید سبعون : الدليل المنهجي في اعداد مذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع ، دار القصبة للنشر ، الجزائر ، 2012.
- 10 -سهير جاد : البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 1987.
- 11 -سهير جاد ، سامية أحمد علي : البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون ، ط 2، دار الفجر للنشر والتوزيع ، مصر ، 1999.
- 12 -سيد أحمد مصطفى عمر : الإعلام الثقافي والحركة الثقافية ، 2007/02/14.
- 13 -عاصم حمدي : العمل الإذاعي والتلفزيوني ومفاتيح النجاح وأسرار الابداع ، ط 1، أبو ظبي ، 2004.
- 14 -عبد الله تايه : الإعلام الثقافي في الإطاعة والتلفزيون ، ط 1، دار الماجد للطباعة والنشر ، رام الله ، 2006.
- 15 -عبد النبي عبد الفتاح : تكنولوجيا الاتصال بين النظرية والتطبيق ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، 1990.
- 16 -عطوة أحمد ، مدخل إلى علم النفس الاجتماعي ، دار نصار ، لبنان ، 1981.
- 17 -محمد شطاح ، الإعلام التلفزيوني ، دار الكتاب الحديث ، دارية ، الجزائر ، 2006.

- 18 - محمد عبيدات : منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات ، ط 2، دار وائل للطباعة والنشر ، عمان ، 1999.
- 19 - محمد علي عبد الخالق: خطوات نحو البحث النهج الإعلامي، مكتبة النرجس .
- 20 - مصطفى محمودي: الإعلام وتشكيل ثقافة الجماهير في عصر الثقافة، الندوة الفكرية في القرنين ،2004.
- 21 - المنجد في اللغة والإعلام ، ط2، دار الشروق ، لبنان ، 2003.

ملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

استمارة استبيان

اتجاهات الجمهور نحو البرامج الثقافية في القنوات الفضائية

"برنامج زدني علما نموذج على قناة الشروق"

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: صحافة مطبوعة و إلكترونية

إشراف الأستاذة:

باجي سهام

إعداد الطالبة:

لمونس زينب

ملاحظة: ضع علامة (x) أمام الخانة المناسبة

السنة الجامعية: 2018 / 2019.

البيانات الشخصية:

- 1 الجنس: ذكر أنثى
- 2 السن: 20-18
- 23-20
- 24 سنة فأكثر
- 3 التخصص الجامعي: تخصص علمي تخصص أدبي

المحور الأول: عادات و أنماط التعرض للبرامج الثقافية في الفضائيات

4 هل تشاهد البرامج الثقافية؟

- دائماً أحياناً نادراً

5 ما معدل مشاهدتك لهذه البرامج أسبوعياً؟

- أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين أكثر من ساعتين

6 ما هي فترتك المفضلة في المشاهدة؟

- الفترة الصباحية الفترة المسائية لا توجد فترة محددة

7 مع من تشاهد هذه البرامج؟

- بمفردك مع الأصدقاء مع العائلة

8 ما نوع البرامج الثقافية التي تفضل مشاهدتها؟

-برامج الأدب و الشعر

-برامج فنية و مسرح، موسيقى، فنون تشكيلية، سينما.

-برامج المعارف العامة (علوم إنسانية، تراث، تاريخ، إقتصاد، ..ال)

-برامج العلوم و التكنولوجيا (الكواكب، البحار، الكائنات، ... الخ).

-أخرى أذكرها.....

9 ما هي طريقتك في تنظيم وقتك لمشاهدة هذه البرامج؟

- أشاهدها كلما سمح وقتي بذلك دون خطة أو اختيار مسبق
- أشاهدها وفق خطة معينة

10 - أيهما تفضل المشاهدة؟

- البرامج الثقافية العربية
- البرامج الثقافية الغربية
- كلاهما

المحور الثاني: دوافع تعرض الجمهور للبرامج الثقافية و الإشباعات المحققة:

11 - ما هي دوافعك لمشاهدة البرامج الثقافية؟

- زيادة معلوماتك في مختلف القضايا و ثقافات الشعوب
- تعجبك طريقة التقديم
- ملئ الفراغ
- عدم توفر بدائل
- لانماء الروح الثقافية لديك
- التعرف على شخصيات مثقفة هامة
- اهتمامات بالموضوعات المطروحة فيها

12 - ما هي الإشباعات المحققة من تعرض الجمهور للبرامج الثقافية؟

- الحصول على المعلومات الصادقة
- تعرف على موضوعات واقعية
- الإطلاع على تجارب الآخرين
- لترفيه
- معرفة ما يجري حول المستوى الثقافي
- لتزود بمعلومات متخصصة

-

المحور الثالث: تقييم الجمهور للبرامج الثقافية؟

13 - في رأيك البرامج الثقافية التي تقدمها الفضائيات؟

- جيدة

- رديئة

- لا أدري

14 - ما هي أهداف المضامين الثقافية التي تقدمها الفضائيات؟

- لانفتاح الثقافي

- التعرف على ثقافات الغير

- تنمية حب الثقافة و الذوق الجمالي لمختلف الثقافات

-أخرى أذكرها:.....

15 - هل الوقت التي تثبت فيه البرامج الثقافية؟

مناسب غير مناسب لا أدري

16 - هل الوقت المخصص للبرامج الثقافية؟

كافي غير كافي لا أدري

17 - في رأيك ما مستوى نجاح هذه البرامج الثقافية؟

.....
.....

توصلت من خلال الدراسة إلى عدة نتائج أهمها :

- اهتمت البرامج الثقافية بموضوعات ثقافية تنوعت بين الأدب والفن والفكر مع تفاوت في نسبتها من برنامج لآخر وذلك حسب هدف ونوع البرامج .
- امتازت البرامج الثقافية في القنوات الفضائية بالحفاظ على قوالب ثابتة للحصص وذلك حسب نوع البرامج .
- أثبتت الدراسة أن لدى هذه البرامج الثقافية أدوار ايجابية من بينها نشر القيم الثقافية والأخلاقية .
- تمثل البرامج الثقافية الخيار الامثل الذي يقبل أفراد العينة على مشاهدتها التي لما تتمتع به هذ البرامج من خصائص ومميزات تتفرد بها عن بقية البرامج الأخرى .
- الإهتمام الكبير بالجانب المعرفي والمعلوماتي وزيادة نسبة الثقافة .