

الاعلام الثقافي في القنوات الجزائرية الخاصة  
دراسة وصفية لعينة من مشاهدي البرامج الثقافية بقناة الشروق TV  
Cultural Media in Private Algerian Channels  
A Descriptive Study on a Sample of Cultural Program Viewers at Chorouk TV



سعيد مراح

جامعة سكيكدة، الجزائر، [Said\\_telm13@hotmail.fr](mailto:Said_telm13@hotmail.fr)

رمزي جاب الله

جامعة باتنة 1، الجزائر، [Ramzy742@gmail.com](mailto:Ramzy742@gmail.com)

تاريخ الإرسال: 2020/01/18 تاريخ القبول: 2020/06/15 تاريخ النشر: 2020/07/01

ملخص:

شهد الفضاء الإعلامي تكاثرا في القنوات التلفزيونية التي غيرت المشهد السمعي البصري وأكسبته حيوية وتنافسية غير مسبوقة، أين أدرك القائمون على شؤون الإنتاج والبريد التلفزيوني أن معادلة إرضاء كل الأذواق والتوجه إلى جمهور مختلف ومتعدد صعبة التحقيق. إذ تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على عادات وأنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين للبرامج الثقافية وكذا التعرف عن الإشباع المحققة لدى الطلبة الجامعيين من خلال مشاهدة البرامج الثقافية في قناة الشروق TV. وعليه سنتبى في هذه الدراسة المنهج الوصفي الذي سيعتمد بالأساس على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، وتم توزيع استمارة الاستبيان على 120 طالب جامعي تم اختيارهم بطريقة قصدية.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الثقافي؛ البرامج الثقافية؛ الفضائيات الخاصة؛ قناة الشروق TV.

**Abstract:**

The media space has witnessed a proliferation of television channels that changed the audiovisual scene and embueing it with unprecedented vitality and competitiveness, whereby the responsables of production and television broadcasting realized that the equation to satisfy all tastes and to address different and multiple audiences is difficult to achieve. This study aims at identifying the habits and patterns of university students watching cultural programs. It also aims at defining university students' sorts of satisfaction by watching cultural programs in the Al-Chorouk TV channel. Accordingly, the study adopts a descriptive approach, which mainly depends on "questionnaire" as a main tool for data collection, and the questionnaire form has been distributed to 120 university students who have been intentionally selected.

**Keywords:** Cultural Media; Cultural Programs; Private Channels; al-ChouroukTV.

\* المؤلف المرسل: سعيد مراح، [said\\_telm13@hotmail.fr](mailto:said_telm13@hotmail.fr)

## مقدمة:

مع انتشار الفضائيات في السنوات الأخيرة أصبحت حقيقة واقعية في حياة المشاهدين وبالتالي لم يعد تجاهلها لما لها من آثار على مشاهديها وذلك من خلال ما تقدمه من كم هائل من البرامج المتنوعة من حيث الشكل والمحتوى. وبعد 50 سنة من الاحتكار للقنوات التلفزيونية والإذاعية أعطت السلطات الجزائرية الضوء الأخضر لرفع الاحتكار عن القطاع السمعي البصري في سياق عملية الإصلاح التي باشرت بها السلطات الجزائرية في ظل التغيرات الحاصلة محليا وإقليميا ودوليا مما أدى إلى ظهور القنوات الخاصة التي اهتمت من خلال برامجها سواء سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو ثقافية إلى معالجة بعض الإشكاليات والقضايا الراهنة، حيث أصبحت تتيح للمشاهد فرصة الحصول على الأخبار والمعلومات و تثقيف الجمهور.

وتعتبر وظيفة التثقيف إحدى وظائف وسائل الإعلام، فإن البرامج الثقافية تؤدي هذا الدور من خلال التلفزيون باعتباره من أهم وسائل التوصيل الثقافي، وانتقاء المحتوى الثقافي وإبداعه والتبادل الثقافي، وتحقيق الذاتية الثقافية، كما تتيح البرامج الثقافية للمبدعين ومختلف الفنانين إمكانات التعبير عن أنفسهم. وبما أن القائم بالاتصال يحاول أن يقدم برامج ثقافية من بين ما تهدف إلى تحقيقه وظيفة التثقيف فقد أصبح من الضروري أن يتعرف على قطاع كبير مرشح لتلقي البرامج الثقافية، بأن يتعرف على احتياجات ومطالب الجمهور ومستواهم المعرفي والفكري. وتبرز وظيفة التثقيف في تجديد نظرة المشاهد إلى الحياة وتطويرها فضلا عن دورها في نشر المعرفة العلمية وتنظيم الفكر وعقلنة السلوك.

وفي هذا السياق تندرج إشكالية دراستنا التي تتمحور حول طبيعة مشاهدة الطلبة الجامعيين للبرامج الثقافية في قناة الشروق TV ومدى تلبية هذه الأخيرة للحاجات الثقافية لهؤلاء الطلبة. وتعتمد في إطارها النظري على مدخل الاستخدامات والإشباعات والذي يعتمد على فكرة اختلاف استخدام الأفراد لمحتوى وسائل الإعلام حيث يتم النظر للمتلقى باعتباره مستقبلا نشيطا لوسائل الاتصال الجماهيري، يختار بوعي هذه الوسائل التي يرغب في التعرض إليها، ويختار نوع المحتوى الذي يلي حاجاته ويشبع رغباته.

## 1. الإشكالية:

أخذ الإعلام الجزائري يتطور بصفة عامة وفي مجال قطاع السمعي البصري خاصة والتوسع في مجال البث التلفزيوني تماشيا مع التطور الهائل للجمهور الذي لم يعد متجانسا ولا يستخدم التلفزيون بنفس الكيفية والتفضيل وبنفس الدوافع والإشباعات واختلافه في الخصائص والمستوى الاجتماعي والتعليمي والثقافي. وبعد 50 سنة من الاستقلال أعطت السلطات الجزائرية الضوء الأخضر لرفع الاحتكار على القطاع السمعي البصري من خلال الإصلاح الذي باشرت به السلطات العمومية في ظل التغيرات التي شهدتها المنطقة العربية في السنوات الأخيرة ومنذ صدور قانون الإعلام 2012 الذي فتح المجال للسمعي البصري في الجزائر ظهرت فضائيات جزائرية خاصة تهتم بتقديم مواد متنوعة فأصبحت هناك وفرة في المضامين الإعلامية وأتاحت الفرصة للمشاهد باختيار المضمون الذي يشبع له حاجاته مما أدى بهذه القنوات إلى التسارع في إنتاج برامج مختلفة خاصة وأنها تهتم ببث برامج تتوجه بها إلى جمهور محدد كبرامج المراهقين والشباب، وبرامج الأطفال والمرأة وهناك برامج تتجه بها إلى عامة الجماهير كالموسيقى والأخبار والدراما وفي مختلف المجالات والميادين والاختصاصات كما أصبحت هذه الفضائيات في الآونة الأخيرة تهتم بالبرامج الثقافية.

ومن بين هذه الفضائيات قناة الشروق TV التي انطلق بثها الرسمي في 15 مارس 2012، وتمتلك القناة مجموعة من المكاتب على المستوى الوطني ومكاتب عالمية أخرى. وتبث قناة الشروق العامة مجموعة من البرامج لعامة الجمهور ومن بين برامجها الثقافية برنامج زدي وبرنامج هذه حياتي وبرنامج بعيدا عن السياسة.

وعليه نطرح الإشكال التالي: ماهي عادات وأنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين للبرامج الثقافية في قناة الشروق TV؟ وماهي الإشباعات المحققة؟

ويندرج تحت هذا الإشكال مجموعة من التساؤلات وهي كالآتي:

- ✓ ماهي عادات مشاهدة الطلبة الجامعيين للبرامج الثقافية في قناة الشروق TV؟
- ✓ ماهي أنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين للبرامج الثقافية في قناة الشروق TV؟
- ✓ ماهي الإشباعات المحققة للطلبة الجامعيين من خلال مشاهدة البرامج الثقافية في قناة الشروق TV؟
- ✓ أهداف الدراسة:
- ✓ التعرف على عادات وأنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين للبرامج الثقافية في قناة الشروق TV.
- ✓ التعرف على الإشباعات المحققة لدى الطلبة الجامعيين من خلال مشاهدة البرامج الثقافية في قناة الشروق TV.

## 2. أسباب اختيار الموضوع:

- ✓ يعود سبب اختيار البرامج الثقافية في الفضائيات الجزائرية الخاصة حسب الأهمية المتزايدة التي صارت تمتاز بها الفضائيات الجزائرية الخاصة في بث وتقديم برامج متنوعة منها البرامج الثقافية.
- ✓ قلة الدراسات حول الفضائيات الجزائرية الخاصة بصفة عامة والبرامج الثقافية في قناة الشروق TV بصفة خاصة وذلك لاعتبارها حديثة النشأة.
- ✓ تعدد وتنوع البرامج الثقافية في قناة الشروق TV.

## 3. أهمية الموضوع:

تتجلى أهمية هذه الدراسة في تركيزها على متغيرين اثنين أساسيين أولهما الفضائيات الجزائرية الخاصة وثانها البرامج الثقافية التي تبثها قناة الشروق TV كما تكمن أهميتها في الإشباعات الناتجة عن مشاهدة هذه البرامج واكتساب معلومات ومعارف جديدة وكذا اختبار ثقافة الفرد خاصة في برامج المسابقات وذلك أن العينة المدروسة هم طلبة جامعيون و ذو مستوى تعليمي.

## 4. تحديد المفاهيم:

يعتبر تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية أمرا لا بد منه في الدراسات والبحوث العلمية ويرجع ذلك إلى أن المفاهيم تتعدد وتتنوع في البحوث الإعلامية وذلك تبعا للمجتمعات وخصائصها، وكما أن الباحثين أنفسهم اختلفوا حول إعطاء مفهوم واحد لظاهرة معينة وبذلك اختلفت المفاهيم من باحث إلى آخر، وسنحدد أهم المفاهيم المرتبطة بموضوع الدراسة اصطلاحا وإجرائيا وهي: البرامج الثقافية، الفضائيات الخاصة، قناة الشروق TV، الإشباع، الطلبة الجامعيون.

أ. الإعلام الثقافي:

الإعلام الثقافي هو الإعلام الذي يعالج الأحداث والظواهر والتطورات الحاصلة في الحياة الثقافية، ويتوجه أساسا إلى جمهور نوعي مَعْنِي ومهتم بالشأن الثقافي. يظهر 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. إن مجال الإعلام الثقافي المتخصص هو رُصْد وعرض، وتحليل، ونقد النتاج الثقافي يكل مكوّناته. ( <https://bit.ly/2NBvD26> , 2019-12-01 ).

ب. البرامج الثقافية :

اصطلاحا: وهي برامج تسعى إلى مد الجمهور بمعلومات ثقافية، تساهم في اكتسابه معارف جديدة لمواكبة آخر التطورات ومعايشة التجارب الجمالية والإبداعية في مجالات متعددة والبرنامج الثقافي يركز على موضوعات الفن والأدب والمسرح... (بوشيش 2011، ص. 86).

إجرائيا: البرامج الثقافية في قناة الشروق TV هي مجموعة من البرامج التي تنطرق إلى نشاطات مختلفة والمتعلقة بالحركة الثقافية سواء كانت أدبا أو نقدا أو فنونا أو معارف عامة تكون في شكل تغطيات وتقارير أو رپورتاجات أو قالب مسابقات قصد تغطية الحياة الثقافية .

ت. الفضائيات الجزائرية الخاصة:

ونقصد بها الفضائيات التي يأتي رأس مالها كليا أو في معظمه من القطاع الخاص وتكون ملكيتها لرأس المال الغالب، ومضمون برامجها يتناول مواضيع جزائرية بالدرجة الأولى.

ث. قناة الشروق TV:

هي قناة تلفزيونية أنشئت من قبل مؤسسة الشروق للإعلام تقوم ببث برامج عامة موجهة إلى الجمهور الواسع انطلق بها الرسمي في 15 مارس 2012 وتبث مجموعة من البرامج الثقافية من بينها برنامج زدني، هذه حياتي، بعيدا عن السياسية.

ج. الطالب الجامعي

اصطلاحا: جماعة أو شريحة من المثقفين في المجتمع بصفة عامة، إذ تتركز المئات من الشباب في نطاق المؤسسات التعليمية مما يضعف ويخفف إلى حد ما ارتباطهم الطبقي والعائلي (صحر 1996، ص. 38).

إجرائيا: نقصد بالطالب الجامعي في هذه الدراسة هو كل طالب يزاوّل دراسته في الجامعة بعد حصوله على شهادة البكالوريا لإتمام دراسته في تخصص معين لنيل شهادة علمية تؤهلهم لتحقيق أهداف المستقبلية، ويشاهدون البرامج الثقافية بقناة الشروق TV.

ح. الإشباع:

اصطلاحا: يقصد به إرضاء الحاجة وتحقيق الطلب الذي يلح عليه الدافع، وبالتالي فإن إشباع الدوافع يصاحبه إحساس بالسعادة و شعور بالاستمتاع و في نفس الوقت فإن إشباع الدافع سوف يؤدي إلى زواله أو ضعفه ( فرج 1999، ص. 13).

إجرائيا: نقصد بالإشباع في هذه الدراسة الكشف عن العائد المحقق للطبة الجامعيين من خلال مشاهدتهم للبرامج الثقافية بقناة الشروق TV.

5. منهج الدراسة:

نظرا لكون المناهج تختلف باختلاف المواضيع، وانطلاقا من الهدف العام للبحث والمتمثل في التعرف على عادات وأنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين للبرامج الثقافية في الفضائيات الجزائرية الخاصة. والإشباع المحققة لدى أفراد العينة المدروسة. فإن دراستنا هذه تنتمي إلى البحوث الوصفية ذات الطابع الكمي لأنها تهدف إلى معرفة كيفية وجود الظاهرة بوصفها وتشخيص ملامحها الأساسية، فقد اعتمدنا في ذلك على المنهج الوصفي من خلال وصف وتصنيف وترتيب معطيات أفراد العينة وتحليلها و تفسيرها بغية الوصول إلى الأهداف المسطرة لهذه الدراسة .

ويعرف المنهج الوصفي بأنه أسلوب من أساليب التحليل الذي يعتمد على المعلومات الكافية والدقيقة عن الظاهرة أو الموضوع المحدد من خلال فترة زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية وتفسيرها بطريقة موضوعية كما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة (غربي 2009، ص. 72) .

6. أداة البحث:

تعد أداة استمارة الاستبيان أهم أداة تستخدم في مجال البحوث الاجتماعية والإنسانية، لذلك يلاحظ الاعتماد المفرط عليها خصوصا وأن استخدامها ممكن في جل أنواع البحوث استكشافية، وصفية... ولو بدرجات متفاوتة، وتعتبر هذه الأداة الأنسب كون أنها تتوجه إلى أكبر عدد ممكن من أفراد مجتمع البحث كما أنها توفر الوقت والجهد وقادرة على جلب المعلومات أكثر من المبحوثين وملائمة لدراسة الجمهور واشتملت على محورين، الأول حول عادات وأنماط المشاهدة و تضمن 06 أسئلة والمحور الثاني حول الإشباع المحققة وتضمن 04 أسئلة بالإضافة إلى السمات العامة وشملت الجنس فقط. موزعة على 120 مبحوثا.

7. عينة الدراسة:

تعرف العينة في البحث العلمي على أنها " جزء من مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية وهي تعتبر الجزء من الكل، بمعنى أنه تأخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة لمجتمع البحث" ( زرواتي 2007، ص. 34). فالعينة التي تم اختيار مفردات الدراسة وفقها هي قصدية لأننا قصدنا الطلبة الجامعيين بقسم علوم الإعلام والاتصال جامعة سكيكدة وأي طالب جامعي يعترضنا وينتمي إلى قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة سكيكدة فهو ضمن عينة بحثنا، شرط أن يكون من متبعي البرامج الثقافية في قناة الشروق TV .

## 8. الخلفية النظرية

يعود الاهتمام بالبحث عن الإشباع الذي توفره وسائل الإعلام والاتصال لجمهورها إلى بداية البحث التجريبي في ميدان علم الاتصال ومثل هذه الدراسات ظهرت في الأربعينيات في أعمال لزرسفيلد Lazarsfield وستانون Staton وبيرسون Berison وفي الخمسينيات في أعمال ريليز Rileys وفريدسون Freidson وماك كوبي Mac coby وفي الستينيات في أعمال شرام Schramم لایل Lyle وباركر Parker. (سنو 2010 ، ص. 279)

وذكر حسن عماد مكاوي وليلي السيد أن ويرنر Werner وتانكرد Tankard أشارا إلى أن البحث في أنواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام قد بدأ في الثلاثينيات عندما أجريت دراسات عديدة من هذا المنظور على قراءة الكتب ومسلسلات الراديو، الصحف اليومية وأفلام السينما من أجل التعرف على أسباب استخدام الناس لوسائل الإعلام والنتائج التي تترتب على ذلك للرأي العام.

ويقدم نموذج الاستخدام والإشباع مجموعة من المفاهيم والشواهد التي تؤكد بأن أسلوب الفرد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية ومقارنة بالدراسات التقليدية لتأثير وسائل الإعلام فإن هذا النموذج يأخذ في الاعتبار كنقطة بدء بدلا من أن تكون الرسالة الإعلامية هي نقطة البدء ( أبو الأصبغ 2004، ص. 141) وهذا من خلال الإجابة على السؤال التالي ماذا يفعل الجمهور بالوسائل بدلا من ماذا تفعل الوسائل بالجمهور.

ويرى كاتز وزملاؤه أن منظور الاستخدامات والإشباع يعتمد على خمسة فروض وهي: ( مكاوي، السيد 2008، ص. 241).

- ✓ إن أعضاء الجمهور المشاركون الفعالون في عملية الاتصال الجماهيري يستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.
- ✓ يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور وتتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- ✓ التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- ✓ يستطيع دائما أفراد الجمهور دائما تحديد حاجياتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- ✓ يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.
- ✓ ويحقق منظور الاستخدام والإشباع ثلاثة أهداف رئيسة وهي (مرقت، السيد 2006، ص. 266) :
- ✓ تفسير وتحليل كيفية استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام المختلفة لإشباع حاجاتهم وتوقعاتهم .
- ✓ التعرف على دوافع وأنماط وخصائص التعرض لوسائل الإعلام.
- ✓ معرفة حقيقة الوظائف التي تقدم بها وسائل الإعلام المختلفة من خلال قياس النتائج المترتبة على التعرض لتلك الوسائل.

من خلال اعتمادنا على سند نظري ترتكز عليه دراستنا فقد تم تحديد الموضوع وإشكالية البحث بالإضافة إلى تحديد تساؤلات الدراسة انطلاقاً من نظرية الاستخدامات والإشباع والتي تفترض أن جمهور وسائل الإعلام جمهور نشط يستخدم وسائل الإعلام بوعي لتحقيق أهدافه، وإذا ما أسقطنا على دراستنا الجمهور النشط يتمثل في الطلبة الجامعيين الذين يختارون وسائل الإعلام بوعي من بين المضامين البرامج الثقافية المتنوعة التي تبثها قناة الشروق TV وتتمثل عادات وأنماط التعرض من خلال مدى تعرض الطلبة الجامعيين للبرامج الثقافية والفترات التي يختارها للمشاهدة وطريقة المشاهدة فردية أو جماعية، وكذا البرامج الثقافية التي يفضلون مشاهدتها، لأنهم يختارون القناة والمضمون انطلاقاً من الدوافع التي جعلتهم يقبلون على مشاهدة البرامج الثقافية والتي تشبع حاجاتهم ورغباتهم.

## 9. تحليل وتفسير بيانات الدراسة

الجدول رقم 01: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

النسبة المئوية %	التكرار	الجنس
28.33%	34	الذكور
71.67%	86	الإناث
100%	120	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن عدد الإناث يفوق عدد الذكور حيث بلغ عدد الإناث 86 من أصل 120 حجم العينة أي ما نسبته 71.67% أما عدد الذكور فبلغ عددهم 34 من أصل 120 حجم العينة بنسبة 28.33%.

وهذا راجع إلى أن عدد الطالبات بالجامعة يفوق عدد الذكور هذا من جهة ومن جهة أخرى فإن مبحوثينا ينتمون لكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية وبالتالي فإن عدد الإناث بهذه الكلية أكثر من الذكور وذلك أن الإناث يميلون إلى التخصصات الأدبية على عكس الذكور الذين يفضلون التخصصات العلمية.

الجدول رقم 02: مدى مشاهدة الطلبة الجامعيين للبرامج الثقافية في قناة الشروق TV.

الجنس	ذكور		إناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	02	1.67%	04	3.33%	06	5%
أحيانا	20	16.66%	50	41.67%	70	58.33%
ناذرا	12	10%	32	26.67%	44	36.67%
المجموع	34	28.33%	86	71.67%	120	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين بـ أحيانا ما يشاهدون البرامج الثقافية بالقناة الشروق TV إذ بلغ عددهم بـ 70 و بنسبة 58.33% ثم تليها ناذرا فقدر عددهم بـ 44 مبحوث بنسبة 36.67% وأخيرا دائما بنسبة 5%.

كما نلاحظ تفوق عدد الإناث على الذكور أحيانا ما يشاهدون البرامج الثقافية بالقناة الشروق TV إذ بلغ عدد الإناث 50 طالبة بنسبة 41.67% أما الذكور فعددهم 20 ونسبتهم 16.66%. أما ناذرا فقد بلغ عدد

الإناث بـ 32 بنسبة 26.67% أما ذكور فكان عددهم 12 بنسبة 10%. كما بلغ عدد الإناث بـ 04 ما يعادل نسبة 03.33% فحين بلغ عدد الذكور بـ 02 بنسبة 1.67%.

وارتفاع نسبة المجيبين بـ أحيانا ما يشاهدون البرامج الثقافية يمكن ارجاعه إلى الأسباب التالية:

- ✓ ارتباط الطلبة بالدراسة وتواجدهم اليومي بالجامعة.
- ✓ حداثة ظهور الفضائيات الجزائرية بصفة عامة وقناة الشروق tv بصفة خاصة، وأن معظم البرامج الثقافية تفتقد إلى الخبرة والاحترافية لأنها تعتمد على كفاءات وطاقات شبابية ليس لديهم الخبرة الكافية في ممارسة العمل الإعلامي.

الجدول رقم 03: عدد البرامج الثقافية التي يشاهدها الطلبة في قناة الشروق TV.

المجموع	اناث		ذكور		الجنس
	ك	%	ك	%	
41.67%	50	33.34%	40	8.33%	برنامج
46.67%	56	30%	36	16.67%	برنامجين
11.66%	14	8.33%	10	3.33%	ثلاثة برامج
100%	120	71.67%	86	28.33%	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين يشاهدون البرنامجين الثقافيين بالقناة الشروق TV إذ بلغ عددهم بـ 56 وبنسبة 46.67% ثم تليها من يشاهد برنامج واحد فقط إذ بلغ عددهم 50 بنسبة 41.67% وأخير من يشاهد ثلاثة برامج اذا يقدر عددهم 14 بنسبة 11.66%.

كما نلاحظ دائما تفوق الإناث على الذكور إذ بلغ عدد طالبات الذي يشاهدن برنامجين 36 طالبة بنسبة 30% فحين بلغ عدد طلبة بـ 20 ما يعادل نسبة 16.67%. فيما بلغ عدد طالبات اللواتي يشاهدن برنامج واحد بـ 40 طالبة بنسبة 33.34% أما عدد الذكور فقد بلغ عددهم بـ 10 طلبة بنسبة 8.33%. كما بلغ عدد طالبات اللواتي يشاهدن ثلاثة برامج بـ 10 طالبات بنسبة 8.33% في مقابل بلغ عدد الذكور بـ 04 طلبة بنسبة 3.33%.

الجدول رقم 04: الأوقات المفضلة لمشاهدة البرامج الثقافية في قناة الشروق TV.

المجموع	اناث		ذكور		الجنس
	ك	%	ك	%	
05%	06	05%	06	00%	صباحا
35%	42	26.67%	32	08.33%	مساء
60%	72	40%	48	20%	السيرة
100%	120	71.67%	86	28.33%	المجموع

يبين لنا الجدول أعلاه أن أغلبية الطلبة يفضلون فترة السهرة لمشاهدة البرامج الثقافية إذ بلغ عددهم بـ 72 مبحوث ما يعادل نسبة 60% ثم تليها فترة المساء إذ قدر عددهم 42 مبحوث بنسبة 35% وأخيرا الفترة الصباحية بلغ عددهم 06 مبحوثين بنسبة 05%.



كما أن هناك فرق بين الذكور والإناث اللواتي يفضلن مشاهدة البرامج الثقافية في فترة السهرة حيث بلغ عدد الإناث بـ 48 طالبة بنسبة 40% أما الذكور فقد بلغ عددهم 24 طالب بنسبة 20%، أما عدد الإناث اللواتي يفضلن المشاهدة في فترة المساء 32 طالبة بنسبة 26.67% أما الذكور فقد بلغ عددهم 10 طالبة بنسبة 8.33%، فحين ينعدم الذكور الذين يفضلون مشاهدة البرامج الثقافية في فترة الصباح وبلغ عدد الإناث بـ 06 طالبات بنسبة 05%.

وقد يرجع ارتفاع نسبة الطلبة الذين يفضلون مشاهدة البرامج الثقافية في فترة السهرة، ذلك لأنه الوقت الذي يكونوا فيه أكثر متواجدين بالبيت مقارنة بباقي الفترات الذي يكونوا مشغولين بالدراسة.

الجدول رقم 05: يوضح مع من يشاهد الطلبة الجامعيين البرامج الثقافية في قناة الشروق TV.

المجموع	اناث		ذكور		الجنس
	ك	%	ك	%	
60	43.33%	52	6.67%	08	بمفرده
58	28.34%	34	20%	24	مع العائلة
02	00%	00	1.66%	02	مع الأصدقاء
120	71.67%	86	28.33%	34	المجموع

تبين بيانات الجدول تقارب نسبي من يفضلون مشاهدة البرامج الثقافية بمفردهم ومع عائلة إذ بلغت نسبة الطلبة الذين يفضلون المشاهدة بمفردهم 50% ومع العائلة 48.34% ومع الأصدقاء 01.66%.

فحين نلاحظ تفوق الإناث على الذكور إذ يفضلن مشاهدة البرامج الثقافية في قناة الشروق TV فيبلغ عددهم 52 طالبة بنسبة 43.33% مقارنة بالذكور الذي بلغ عددهم 08 طالب بنسبة 06.67%، أما الذين يشاهدون البرامج الثقافية مع العائلة فقد بلغ عدد الإناث 34 طالبة بنسبة 28.34% أما الذكور فقد بلغ عددهم 24 طالب بنسبة 20%.

ويرجع ارتفاع نسبة الطلبة الذين يفضلون المشاهدة بمفردهم الى تغير نمط المعيشة داخل الأسرة أين أصبح لكل فرد من العائلة غرفة خاصة به وبها جهاز تلفاز على عكس وقت مضى كان هناك تلفاز في بيت يجمع أفراد العائلة.

أما ارتفاع نسبة المشاهدة مع العائلة فقد يكون هذا مع برامج المسابقات مثل برنامج زدني أين يخلق جو المنافسة بين أفراد العائلة من خلال تقديم إجابات أولية.

أما تفوق الإناث على الذكور في المشاهدة بمفردهم هو أن بعض البرامج الثقافية مثل هذه حياتي وبعيدا عن السياسة تقوم باستضافة الفنانين وعرض حياتهم الفنية وأغانيم وهذا يتناقض مع عادات وتقاليد العائلة الجزائرية أي هناك نوع من الاحتشام لهذا يفضلن مشاهدة بمفردهم.

الجدول رقم 06: البرامج الثقافية التي يفضل الطلبة مشاهدتها في قناة الشروق TV.

الجنس	ذكور		اناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
برنامج زدني	20	16.66%	50	41.67%	70	58.33%
هذه حياتي	10	8.34%	26	21.66%	36	30%
بعيدا عن السياسية	04	3.33%	10	8.34%	14	11.67%
المجموع	34	28.33%	86	71.67%	120	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين يفضلون مشاهدة برنامج زدني إذ بلغ عددهم بـ 70 مبحوث بنسبة 58.33% ثم يليه برنامج هذه حياتي فقد عددهم بـ 36 مبحوث ما يعادل نسبة 30% وأخيرا يأتي برنامج بعيدا عن السياسية بـ 14 بنسبة 11.67%.

ونرى أن هناك فروق بين الإناث و الذكور في برامج مفضلة إذ بلغ عدد الإناث اللواتي يشاهدن برنامج زدني بـ 50 طالبة بنسبة 41.67% وبلغ عدد الذكور بـ 20 طالب بنسبة 16.66% أما برنامج هذه حياتي فبلغ عدد الإناث بـ 26 طالبة بنسبة 21.66% أما الذكور فبلغ عددهم 10 طالبة ما يعادل نسبة 8.34% فحين بلغ عدد الإناث اللواتي يفضلن مشاهدة برنامج بعيدا عن السياسة بـ 10 طالبات وبنسبة 8.34% أما الذكور فبلغ عددهم 04 طالب بنسبة 3.33%.

يرجع ارتفاع نسبة الطلبة الذين يفضلون مشاهدة برنامج زدني عن بقية البرامج الأخرى إلى أن هذا البرنامج يقدم له معلومات هادفة واختبار صيدهم المعرفي وكذا شخصية مقدم البرنامج سليمان بخليلي محبوبة من طرف أغلبية الجماهير وتمكنه من تقديم هذا البرنامج ورصيده المعرفي جيد ويتضح ذلك من خلال تقديمه تفاصيل أكثر عن الأجوبة، والبرنامج يبث بيوم الجمعة وهو يوم عطلة بالنسبة للطلبة أين يكونوا متواجدين بالبيت.

الجدول رقم 07: يبين مدى حرص الطلبة على مشاهدة البرامج الثقافية في قناة الشروق TV.

الجنس	ذكور		اناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
بدرجة كبيرة	08	6.67%	16	13.33%	24	20%
بدرجة متوسطة	20	16.66%	56	46.67%	76	63.33%
بدرجة ضعيفة	06	5%	14	11.67%	20	16.67%
المجموع	34	28.33%	86	71.67%	120	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه الذي يبين مدى حرص الطلبة على مشاهدة البرامج الثقافية إذ تبين أن نسبة 63.33% يحرصون على مشاهدة البرامج الثقافية بدرجة متوسطة و 20% بدرجة كبيرة و 12% بدرجة ضعيفة.

ونلاحظ دائما تفوق الاناث على الذكور إذ بلغ عدد الاناث اللواتي يحرضن على مشاهدة البرامج الثقافية بدرجة متوسطة بـ 56 طالبة وبنسبة 46.67% والذكور بلغ عددهم بـ 20 طالب وبنسبة 16.66%، فيحن بلغ عدد الاناث اللواتي يحرضن بدرجة كبيرة بـ 16 طالبة بنسبة 13.33% وذكور 08 طالب بنسبة 6.67% أما اللذين يحرضون على مشاهدة البرامج الثقافية بدرجة ضعيفة فيبلغ عدد الاناث 14 طالبة بنسبة 11.67% والذكور بـ 06 طالب وبنسبة 05%.

ويرجع ارتفاع نسبة حرص الطلبة على مشاهدة البرامج الثقافية بدرجة متوسطة وذلك لارتباطهم بالدراسة وربما فقرات عرض البرنامج يكونون متواجدين بالإقامات الجامعية. كما أن هناك بعض البرامج مواعيدها غير ثابتة وهذا ما يؤثر على مشاهدة الطلبة.

الجدول رقم 08: الاشباعات المعرفية التي تتحقق للطلبة الجامعين من خلال مشاهدة البرامج الثقافية في قناة الشروق TV

المجموع	اناث		ذكور		الجنس
	ك	%	ك	%	
13.33%	16	06.67%	08	06.66%	الاطلاع أكثر على التراث الوطني
23.34%	28	15%	18	08.34%	الإلمام بالمعالم الجغرافية والاكتشافات
63.33%	76	50%	60	13.33%	اختبار الرصيد المعرفي
100%	120	71.67%	86	28.33%	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن الاشباعات التي تتحقق للطلبة الجامعين من خلال مشاهدة البرامج الثقافية في قناة الشروق TV هي زيادة الرصيد المعرفي إذ بلغ عدد المبحوثين بـ 76 مبحوث بنسبة 63.33% ثم الإلمام بالمعالم الجغرافية والاكتشافات إذ قدر عددهم بـ 28 مبحوث بنسبة 23.34% وأخيرا الاطلاع أكثر على التراث الوطني إذ قدر عدد الطلبة بـ 16 مبحوث وبنسبة 13.33%.

كما نلاحظ أن دائما هناك فروق بين الذكور والاناث إذ بلغ عدد طالبات الاشباع التي تحقق لهم من خلال مشاهدة برامج الثقافية هو زيارة الرصيد المعرفي بـ 60 طالبة بنسبة 50% والذكور بـ 16 طالب ما يعادل نسبة 13.33%، أما عن الإلمام بالمعالم الجغرافية والاكتشافات فبلغ عدد طالبات بـ 18 وبنسبة 15% والذكور بنسبة 08.34%، فحين هناك تساوي بين الذكور والاناث في الاطلاع على التراث الوطني بـ 08 طالبة ما يعادل نسبة 06.66%.

ويرجع ارتفاع نسبة اختبار الرصيد المعرفي كإشباع يتحقق للطلبة من خلال مشاهدة البرامج الثقافية بقناة الشروق TV، وذلك لاعتبار طلبة أهل علم والمعرفة والطبقة المثقفة في المجتمع وكذا رغبتهم في اختبار رصيدهم المعرفي وزيادة معلومات خاصة مع برنامج زدني وهو برنامج مسبقاتي هادف.

الجدول رقم 09: الاشباعات النفسية التي تتحقق للطلبة الجامعيين من خلال مشاهدة البرامج الثقافية بقناة الشروق TV

الجنس	ذكور		اناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
القضاء على الروتين	18	15%	58	48.33%	76	63.33%
تحقيق الذات	04	3.33%	20	16.67%	24	20%
هروب من الواقع	12	10%	08	6.67%	20	16.67%
المجموع	34	28.33%	86	71.67%	120	100%

يبين لنا الجدول أعلاه الاشباعات النفسية التي تتحقق للطلبة الجامعيين من خلال مشاهدة البرامج الثقافية بقناة الشروق TV فكان أول إشباع هو القضاء على الروتين بنسبة 63.33 % ثم يأتي اشباع تحقيق الذات بنسبة 20% وأخيرا الهروب من الواقع بنسبة 16.67%.

كما يتبين لنا من خلال الجدول تفوق الاناث على الذكور في اشباع القضاء على الروتين فبلغ عدد طالبات بـ 58 طالبة بنسبة 48.33% و الذكور بـ 18 طالب بنسبة 15% وكذا في اشباع تحقيق الذات فبلغ عدد الاناث بـ 20 طالبة بنسبة 16.67% و الذكور بـ 04 بنسبة 3.33%، على العكس في اشباع هروب من الواقع فتفوق الذكور على الاناث إذ بلغ عددهم 12 طالب بنسبة 10% والاناث 08 طالبات بنسبة 6.67%.

ويرجع ارتفاع نسبة المبحوثين المجيبين بأن البرامج الثقافية تحقق لهم القضاء على الروتين من خلال الخروج من الحياة الجامعية أي من جو الدراسة إلى جو التنفيس العاطفي.

الجدول رقم 10: الاشباعات الفنية التي تتحقق للطلبة الجامعيين من خلال مشاهدة البرامج الثقافية في قناة الشروق TV

الجنس	ذكور		اناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
التعرف على المسرح والافلام الجزائرية	10	8.33%	12	10%	22	18.33%
التعرف على الفنون الابداعية	08	6.67%	04	3.33%	12	10%
التعرف على حياة الفنانين	16	13.33%	70	58.34%	86	71.67%
المجموع	34	28.33%	86	71.67%	120	100%

يبين لنا الجدول أعلاه الاشباعات الفنية التي تتحقق للطلبة الجامعيين من خلال مشاهدة البرامج الثقافية فتمثل إشباعهم الأولي في التعرف على حياة الفنانين حيث بلغ عددهم بـ 86 مبحوث بنسبة 71.67 % ثم تليه التعرف على المسرح والافلام الجزائرية حيث قدر عددهم بـ 22 مبحوث بنسبة 18.33% وأخيرا التعرف على الفنون الابداعية بـ 12 مبحوث ونسبة 10%.

كما نلاحظ تفوق الإناث على الذكور في إشباع على التعرف على حياة الفنانين حيث بلغ عدد الإناث 70 طالبة ما يعادل نسبة 58.34% أما الذكور بـ 16 طالب ونسبة 13.33% فحين تقارب نسبة الذكور والإناث في التعرف على المسرح وأفلام الجزائرية حيث بلغ عدد الإناث بـ 12 طالبة و11% وذكور 10 طالب ونسبة 8.33% أما التعرف على الفنون الإبداعية فتفوق الذكور على الإناث حيث بلغ عدد الذكور 08 طالب بنسبة 6.67% والإناث 04 طالبات بنسبة 3.33%.

ويرجع ارتفاع نسبة التعرف على حياة الفنانين وهذا لفضول المبحوثين التعرف على حياة الخاصة للفنان وكذا مسيرتهم الفنية من بدايتها الأولى بكل تفاصيلها، وكيف كانت موقف عائلتهم من الفن إلى غير ذلك.

#### 10. النتائج العامة للدراسة :

بعد تحليل البيانات وتفسيرها توصلنا إلى جملة من النتائج وهي كالآتي:

- ✓ تفوق نسبة الإناث على نسبة الذكور حيث بلغت عند الإناث 71.67% أما الذكور 28.33% من حجم العينة.
- ✓ بالنسبة لمدى مشاهدة الطلبة الجامعيين للبرامج الثقافية بقناة الشروق TV اتضح أن أغلب أفراد العينة يشاهدون البرامج الثقافية أحيانا بنسبة (58.33%).
- ✓ أما عن عدد البرامج الثقافية الذي يشاهده الطلبة تبين أن أغلبية أفراد العينة يشاهدون برنامجين بنسبة 46.67%.
- ✓ حصلت فترة السهرة على المرتبة الأولى من حيث أنها الفترة المفضلة لمشاهدة البرامج الثقافية بقناة الشروق TV بنسبة (60%)
- ✓ أكدت الدراسة الميدانية أن جل الطلبة يفضلون مشاهدة البرامج الثقافية بقناة الشروق TV بمفردهم بنسبة (50%) ويحرصون على مشاهدة هذه البرامج بدرجة متوسطة بنسبة 63.33%
- ✓ تبين لنا أن أغلب أفراد العينة يفضلون مشاهدة برنامج زدي لأنه برنامج مسابقات هادف يقدم لهم معلومات بنسبة (58.33%).
- ✓ أما عن الإشباع التي تتحقق للطلبة من خلال مشاهدة البرامج الثقافية بقناة الشروق TV فتمثلت في اختبار الرصيد المعرفي بنسبة 63.33% كإشباع معرفي أما عن الإشباع النفسية فتتحقق لهم إشباع القضاء على الروتين بنسبة 63.33% أما عن الإشباع الفنية فتتحقق لهم إشباع التعرف على حياة الفنانين بنسبة 71.67%.

#### خاتمة:

في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج سنحاول اقتراح مجموعة من التوصيات أهمها:

- اختيار التوقيت المناسب للبرامج الثقافية والاستقرار على توقيت واحد.
- الاهتمام أكثر بالبرامج الثقافية التفاعلية، من خلال تسهيل استخدام التكنولوجيا مثل الانترنت وزيادة خطوط الهاتف لإتاحة إمكانية مشاركة الشباب في البرامج الثقافية.

- الاهتمام بتكوين منشطي البرامج الثقافية واختيار مقدمين يكونون على ثقافة عالية ومهتمون بالحياة الثقافية العامة.
- الاهتمام بالثقافات المحلية أو الفرعية خاصة أن الثقافة الجزائرية ثرية بتنوعها وعدم حصرها في المركزية.
- جل البرامج الثقافية في قناة الشروق TV تقترن بمناسبات ثقافية وتنتهي بانتهاء تلك التظاهرات الثقافية أو تقتصر على الفن فقط لذا يجب إعداد برامج تتسم بالديمومة في معالجة وطرح القضايا الثقافية حتى يكون لها جمهور وفي.
- إنشاء قناة متخصصة في الثقافة، حتى تهتم أكثر بالثقافة المحلية وتهتم بموضوعات وقضايا تهتم الطلبة، إذ أن التخصص في معالجة وطرح القضايا والموضوعات الثقافية يعطي للبرامج الثقافية فعالية ونجاحا أكثر.

#### قائمة المراجع:

- (1) أبو الأصبع، خليل صالح.(2004). الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. ط4. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- (2) بوشخ، ح. (2011). برامج الرأي وقناة الجزيرة الفضائية. ط1. الجزائر: دار الوسام العربي للنشر والتوزيع.
- (3) زرواتي، ر. (2007). مناهج وأدوات البحث في العلوم الاجتماعية. ط1. الجزائر: دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع.
- (4) سنو، م. (2010). نظريات الاتصال. ط2. بيروت: دار النهضة العربية.
- (5) صحر، و. (1996). دور وسائل الإعلام في تقديم قدوة الشباب الجامعي. ط1. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- (6) غربي، ع. (2009). أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية. ط2. قسنطينة: دار الفائز للطباعة والنشر.
- (7) فرج، ع. (1999). أصول علم النفس الحديث. ط3. القاهرة: عين للدراسات والبحوث الانسانية والاجتماعية.
- (8) مرفت، ط. السيد، ع. (2006). نظريات الاتصال، القاهرة: دار النهضة العربية.
- (9) مكاوي، ح. السيد، ل. (2008). الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط7. دار المصرية اللبنانية.
- (10) خلف ب. الإعلام الثقافي في الصحافة المكتوبة. على الموقع الإلكتروني تاريخ التصفح. 2019-12-01: <https://bit.ly/2NBvD26>