

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

قسنطينة

قسم: الدعوة والإعلام والاتصال

كلية أصول الدين

تخصص: إعلام ثقافي

رقم التسجيل: .....

الرقم التسلسلي: .....

موضوع البحث:

مشاهدة أساتذة الجامعة البرامج التلفزيونية الثقافية

—دراسة ميدانية بجامعة فرحات عباس بسطيف—

مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذ الدكتور:

عبد الله بوجلال

إعداد الطالبة:

عائشة لصلح

أعضاء اللجنة:

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

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

## ملخص الدراسة:

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

وباعتبار التلفزيون الوسيلة الإعلامية الأكثر بروزا في النشاط الاجتماعي اليومي، والوسيلة الأقدر على إيصال الثقافة، وتقدم المعرفة والخبرات للمشاهدين من خلال الصوت والصورة، بما تملكه من خصائص فنية وجماهيرية جعلتها القائد الفكري والثقافي لمجتمعات الموجة الثالثة، مغيرة بذلك مقاييس الثقافة إرسالا واستقبالا وتأويلا.

وبما تمارسه من حضور قوي، وسلطان بارز نقلت الصورة التلفزيونية الثقافة من ثقل الحرف إلى ثقل الصورة، بل وزعزت المفاهيم الكلاسيكية للثقافة، موسعة من مدياتها ومستوياتها إلى ثقافة تلفزيونية ثقافة جماهيرية، وثقافة نخبوية.. وغيرها من المفاهيم المرتبطة بالتلفزيون كوسيلة إعلامية جماهيرية، وبالثقافة كمجال خصب متجدد واسع ومتفاعل.

من هذا المنطلق حاولت الدراسة إلقاء الضوء على زاوية ضيقة من موضوع واسع متشعب، تمثلت في دراسة جمهور البرامج التلفزيونية الثقافية من الأساتذة الجامعيين من جامعة سطيف في محاولة لدراسة عادات وأنماط مشاهدتهم لهذه البرامج التلفزيونية الثقافية، والاتجاهات التي تكونت لديهم من خلال مشاهدتها.

وأهمية الموضوع تكمن في أهمية دراسة جمهور البرامج التلفزيونية عامة، والثقافية منها على وجه الخصوص في محاولة لاستجلاء الملامح السوسولوجية والنفسية لمتلقي هذه البرامج من النخبة المثقفة، على اعتبار أن دراسات التلقي تفتح آفاقا أوسع لفهم العلاقة التي تربط التلفزيون بجمهوره.

ومن أجل معالجة الإشكالية المطروحة، استعنت بمنهج المسح بالعينة الذي يناسب هذا النوع من دراسات الجمهور، وقمت بتصميم استمارة استبيان تضمنت أسئلة عن العادات والأنماط والإشباع المحققة، وعبارات أخرى عن الاتجاهات مستعينة بمقياس ليكرت الخماسي المتدرج من الموافقة بشدة، إلى المعارضة بشدة.

ولتغطية الموضوع نظريا جرى الاعتماد على فصل نظري بثلاث مباحث، يلم كل واحد منها بجانب معين من الموضوع، حيث اهتم مبحث الإعلام الثقافي بمنطلقات عامة عن هذا الحقل المعرفي من حيث العلاقة بين الإعلام والثقافة، وبعض المقاربات النظرية لأهم النظريات التي بحثت في الإعلام والثقافة.

واهتم المبحث الثاني بطبيعة العلاقة بين التلفزيون والحقل الثقافي، وثقافة الصورة، والثقافة التلفزيونية، وأخيرا الثقافة الجماهيرية. أما المبحث الثالث فخصص للحديث عن البرامج التلفزيونية الثقافية من حيث شكلها، ومضمونها، وخصوصية القائم بالاتصال فيها، وكذا جمهور هذه البرامج.

أما بخصوص الدراسة الميدانية، فقد تم تقسيمها إلى فصلين، اهتم الفصل الأول بعادات وأنماط مشاهدة البرامج التلفزيونية الثقافية، فيما اهتم الثاني بدراسة اتجاهاتهم نحو هذه البرامج. وجرت معالجة هذه البيانات بالاعتماد على معاملات إحصائية متنوعة، وفقا لمدى إسهام كل معامل منها في تقديم قراءات قيمة، سواء تم الاستعانة بهذه المعاملات منفردة أو مجتمعة.

وقد أثبتت الدراسة أن أساتذة وأستاذات جامعة سطيف يقبلون على مشاهدة القنوات التلفزيونية العربية والأجنبية، كما يقبلون على مشاهدة البرامج الثقافية بشكل واسع مقابل باقي الأنواع البرمجية. مما خلق لديهم عادات معينة في التعرض والتفضيل، حيث سجلت الدراسة مبدأ التعرض الفردي لدى غالبية أفراد العينة مثل هذه البرامج، وهو سلوك اتصالي تكاد تنفرد به هذه البرامج دون غيرها لطبيعتها التثقيفية الجادة.

كما تبين أن دوافع التعرض لهذه البرامج متعددة، يأتي في مقدمتها متابعة الأحداث الثقافية، ولأن هذه البرامج تتفق وميول ورغبات هذه الشريحة من الجمهور.

## **Résumé:**

*L'information culturelle comme concept composé se base sur la compréhension de la nature et l'essence de l'information et de la culture comme deux variantes intégrales s'unissent par une relation structuraliste s'appuie essentiellement sur l'activité de la communication qui est l'essence de la pratique médiatique, et un facteur culturel incontournable.*

*Considérant la télévision comme l'outil médiatique le plus important et le plus dominant dans la pratique sociale quotidienne, et l'outil le plus puissant à transmettre la culture, la connaissance, et l'expérience humaine aux spectateurs à travers l'image et le son, privilégié des dispositions techniques et médiatiques lui permettent d'être le guide intellectuel et culturel des sociétés de la troisième vague, en bouleversant les critères de la culture au niveau de la diffusion, de la réception et de l'interprétation.*

*Vue sa domination puissante, et son pouvoir évident, l'image télévisée a converti la culture de la puissance de la lettre à la puissance de l'image. De plus elle a balancé les concepts classiques de la culture en élargissant ses horizons, ses distances, ses amplitudes et ses niveaux en engendrant de nouveaux concepts ; la culture télévisée, la culture de masse, la culture d'élite...et d'autres concepts liés principalement à la télévision comme outil médiatique populaire et à la culture comme discipline fertile, renaissance étendue et réactive.*

*Dans cette perspective l'étude vise à approcher un angle étroit d'un sujet vaste et compliqué en étudiant l'audience des programmes culturels sur les chaînes de télévision, précisément les professeurs universitaires de l'université de Sétif.*

*Alors cette étude cherche à aborder les modes de réception des programmes télévisuels culturels par les professeurs de l'université Ferhat Abbas et leurs attitudes formées envers ce type de programmes.*

*L'importance de ce sujet réside à l'importance d'étudier l'audience des programmes télévisuels, en général, et les programmes culturels en particulier en visant d'éclaircir les traits sociologiques et psychiques des récepteurs de ces programmes parmi l'élite culturelle, en soulignant l'importance des études de la réception pour une compréhension approfondie de la relation télévision/audience.*

*Et pour analyser la problématique posée, on a recourt aux méthodes des études des audiences en adoptant la méthode d'enquête par échantillon, utilisant le questionnaire comme outil empirique de la recherche. Dont est inclus des questions sur les modes et les types de la réception, l'utilisation et la gratification, et enfin des expressions pour mesurer l'attitude selon l'échelle de Likert.*

*Et pour assurer une bonne couverture théorique, on a devisé le chapitre théorique en trois éléments :*

- Le premier est consacré pour des généralités sur l'information culturelle comme discipline de connaissance unit l'information et la culture, et quelques approches théoriques concernant cette discipline.*
- Le deuxième pour la nature de la relation entre la télévision et le champ culturel ; en abordant la culture de l'image, la culture télévisuelle, et la culture de masse.*
- Le troisième pour les programmes télévisuels culturels ; ses formes, ses contenues, la particularité d'émetteur et d'audience de ces programmes.*

*Quant à l'étude empirique, on la divisé sur deux chapitre, le premier est consacré aux modes de la réception des programmes culturels, et le deuxième est consacré aux attitudes envers ces programmes. En utilisant divers équations statistiques selon le besoin.*

*Et après avoir pratiqué l'analyse, on a abouti aux résultats suivants:*

- *Les professeurs de l'université de Sétif regardent les chaînes télévisuelles arabes et étrangères, et préfèrent les programmes culturels d'autres programmes. Cela a créé des modes de réception particulière, en enregistrant le mode de la réception individuelle chez la majorité de l'échantillon étudiée. Ce qu'on peut considérer comme un acte particulier propre aux programmes culturels selon sa nature.*
- *Il existe divers motifs pour regarder les programmes culturels comme la poursuite des événements culturels, et parce que ces programmes répondent aux besoins et aux intérêts de cette classe d'audience.*

## *Abstract*

*The cultural information as a composed concept based on the comprehension of the nature and the essence of information and culture as two integrals variants unified by a structural relationship based specially on the communication activity as an essence of informational operation and an important cultural factor.*

*As television is the most important and the most dominant mass medium in the daily social activity, and the most powerful intermediate to transmit culture, knowledge, and the human experience to the audience via the image and the sound, privileged by various technique qualities, which allow it to be the intellectual and the cultural leader of the third wave's societies, and to turn upside down the cultural criterion at divers level; diffusion, reception and interpretation level.*

*According to its powerful domination, and clear authority, the image of the television has changed culture from the power of the letter to the power of the image. In addition it has balanced the classic concepts of culture extending its horizons, distances, and its levels, by creating new concepts as television culture, mass culture, and leader's culture...and other concepts associated especially to the television as mass medium, and to culture as fertile, vast and reactive field.*

*In this focus the study tries to approach a slight angle of the vast and complicated subject studying the audience of cultural programs on television in particular the professor of the university of Setif.*

*So the study tries to analyze the reception modes of the cultural programs by the professors of the university Ferhat Abbas and their attitudes toward this type of programs.*

*The importance of this subject resides in the importance of studying audience in general, and the cultural program's audience in particular, by clarifying social and psychological character of this program's receivers. Noting the importance of*

*reception studies for a deep understanding of the relationship between television and audience.*

*In order to analyze the problematique, we have employed the audience studying methods using the social survey, and the questionnaire as an empiric device which contain questions about reception modes and types, uses and gratification, finally items for measuring attitudes as Likert echelon*

*And to assure a good theoretical coverage, we divided the theoretical side into three chapters:*

- The first is devoted to generalities about the cultural information as a knowledge field combines information and culture, and some theory approaches.*
- The second for the nature of the relationship between television and cultural field, talking about the culture of the image, television culture and mass culture.*
- The third for cultural programs; its forms, contents, and its special features for the sender and the receiver.*

*Concerning the empiric study we have divided it into two chapters; the first to reception modes of the cultural programs, and the second for attitudes measure. By using various statistic equations according to needs.*

*And having to practice the analysis, we reached to the following results:*

- The professors of the University of Farhat Abbas watch Arab and foreign channel, and prefer cultural programs. They have particular reception modes as individual reception for the majority, which is exceptional for this kind of programs.*
- There are various motives to watch cultural programs as following cultural news, and as this programs reply to the audience needs and interest.*