

الحاجات الثقافية للشباب الجزائري.  
دراسة في استخدامات البرامج الثقافية التلفزيونية.  
*The cultural needs of Algerian youth.*  
*A study in the uses of television's cultural programs*

بوزيان عبد الغني<sup>1\*</sup>، منصر هارون<sup>2</sup>

<sup>1</sup> جامعة العربي التبسي-تبسة (الجزائر)، [abdelghani.bouziane@univ-tebessa.dz](mailto:abdelghani.bouziane@univ-tebessa.dz) مخبر الدراسات

الانسانية والادبية

<sup>2</sup> جامعة العربي التبسي-تبسة (الجزائر)، [haroun.menaceur@univ-tebessa.dz](mailto:haroun.menaceur@univ-tebessa.dz) مخبر الدراسات الانسانية

والادبية

تاريخ النشر: 2021 / 07 / 20

تاريخ القبول: 2021 / 07 / 15

تاريخ الاستلام: 2021 / 05 / 11

ملخص:

تبحث هذه الدراسة في استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية، معتمدة في ذلك على دراسة ميدانية على عينة من الشباب تكونت مفرداتها من 400 مفردة، حيث تبين أن الشباب يتعرضون للبرامج الثقافية من نوع البرامج الفنية ثم برامج عن العلوم والتكنولوجيا وتبسيطها لتلهمها برامج المعارف العامة ثم برامج الأدب والشعر، وكان دافع التعرض لها معرفة الأخبار الثقافية، وترجمت الإشباع التي تحققت تلك البرامج الثقافية في الاستفادة من تجارب الآخرين، ومساعدتهم في إدارة النقاش مع الآخرين، وتعلم مهارات.

الكلمات المفتاحية: الحاجات الثقافية، البرامج الثقافية التلفزيونية، الاستخدامات، الاشباع، الشباب الجزائري.

**Abstract:**

This study examines the uses of Algerian youth for cultural programs on television channels, based on a field study on a sample of young people of 400 individuals. Where it was found that young people are exposed to cultural programs of the type of artistic programs, then programs on science and technology and its simplification, followed by general knowledge programs, then programs of literature and poetry.

The motivation behind the exposure to thies cultural programs was knowledge of cultural news, and the gratifications achieved were translated into benefiting from the experiences of others, helping them in managing discussions, and learning skills.

**Keywords:** *cultural needs; television's cultural programs; uses; gratifications; Algerian youth.*

## 1. مقدمة

تتميز ثقافة بعض الشباب في الوقت الحاضر بالخروج عن كل ما هو سائد في المجتمع ومتعارف عليه فكريا وسلوكيا، والجرأة في التعبير، والإقبال على القراءة الخفيفة والإحجام عن القراءة الجادة حسب ما توصلت إليه نتائج بعض الدراسات. ولعل إقبالهم على وسائل الاتصال الحديثة أصبحت مسلمة حياتية، إذ من خصائص هذه الوسائل ما يروق لهم، أي السرعة، فهم غير صبورين ويمقتون الانتظار لكي يقرر الكبار، ويبرز دور هذه الوسائل كأحد العناصر المغذية لثقافة هؤلاء الشباب.

وإذا اعتبرنا 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 إذ نجد الثقافة الجزائرية قبل أن تكون انعكاساً لعادة، أو ترجمة لعمل فكري، كانت ولا تزال قبل كل شيء تعبيراً عن الانتماء، الانتماء إلى حضارة ميزتها العربية والبربرية والإسلامية، وهي السمات الأساسية للشخصية الوطنية الجزائرية كما تتيح البرامج الثقافية للمبدعين ومختلف الفنانين إمكانات التعبير عن أنفسهم.

و بما أن القائم بالاتصال يحاول أن يقدم برامج ثقافية من بين ما تهدف إلى تحقيقه وظيفته التثقيف فقد أصبح من الضروري أن يتعرف على قطاع كبير مرشح لتلقي البرامج الثقافية، بأن يتعرف على احتياجات ومطالب الشباب ومستواهم المعرفي والفكري.

وتبرز وظيفة التثقيف في تجديد نظرة الشباب إلى الحياة وتطوير علاقاتهم بعضهم ببعض، ودفعهم إلى الانخراط الواعي في مشروع مستقبلي لهم كجماعة أو كأمة، وللإنسانية جمعاء، فضلا عن دورها في نشر المعرفة العلمية وتنظيم الفكر وعقلنة السلوك، كل هذه الجوانب "المعنوية"، التي لا تقبل القياس الكمي الاقتصادي هي ما نعينه هنا أساسا بـ"البعد الثقافي" عندما نربطه بالتنمية وهي جوانب لا تقل أهمية بالنسبة لـ"التنمية البشرية" - أو الاجتماعية أو الشاملة - التي ليس النمو الاقتصادي إلا أحد عناصرها.

## أولا: إشكالية الدراسة

يعيش الشباب الجزائري مجموعة من التحولات في طرق العيش وأساليب التفكير وأنماط السلوك يمكن توصيفها بأنها مرحلة انتقالية تنطوي على تداخل التقليدي المستحدث والحديث القادم نتيجة التواصل بين الثقافات المختلفة، سواء على صعيد العلاقات الاجتماعية أو الثقافية و القيم السائدة. فالتداخل بين المحلي والعالمي بفعل التأثير المتعاظم لثورة الاتصالات والمعلومات كان له انعكاس على مختلف شرائح المجتمع، إلا أن الشباب، وبحكم خصائصهم وتطلعاتهم يشكلون الفئة الأكثر تأثراً بهذه التحولات وما نجم عنها من تأثيرات تتسم بالسلبية أحيانا وبالإيجابية أحيانا أخرى.

ويطرح مفهوم الشباب إشكالية علمية كبيرة تواجه البحوث والدراسات الاجتماعية التي تعالج أوضاع هذه الفئة الاجتماعية. وتأتي هذه الإشكالية انعكاساً للتنوع الكبير في دلالات المفهوم بين البلدان وفي مجال الاستخدام الذي يتجلى في الدراسات والبحوث الجارية في ميدان الشباب. إذ غالباً ما يشار إلى فئات عمرية مختلفة في تحديد هذه الشريحة الاجتماعية وذلك يتباين في إطار البلد الواحد ويتنافر إلى حد كبير بين

المجتمعات الإنسانية المختلفة. لكن تبقى الحقيقة مشيرة إلى أن للشباب في كل زمان ومكان خصائص إنسانية متشابهة سيكولوجياً وسلوكياً ودافعياً وهي تنطوي على كثير من السمات المشتركة، وتختلف مشكلات الشباب الذين يعيشون في مجتمعات كثيرة التغير عن التي يواجهها هؤلاء الذين ينتمون إلى مجتمعات تعاني من بطء في إحداث التغيير، بحيث نجدها تعاني من اختلال في التوازن بين الوسائل والغايات وتضارب القيم نتيجة لما أحدثته استخدامات وسائل الإعلام من تأثير على المرجعيات الثقافية والاجتماعية والسياسية للمجتمع ولفئة الشباب على وجه الخصوص. باعتبار أن هذه الوسائل أصبح ينظر إليها على أنها بديل لمؤسسة التنشئة الاجتماعية الطبيعية المتمثلة في الأسرة.

إن حاجات الشباب الجزائري الخاصة التي تطرحها طبيعة التحولات التي يعرفها المجتمع، تنعكس على هيئة استجابات ثقافية خاصة وتمثل هذه الاستجابات الثقافية الفرعية للشباب، وهي في هذه الصيغة منظومة من الإجابات المنظمة التي تستجيب لمنظومة من الحاجات والمشكلات التي تعترض هذه الفئة، وبناء على ذلك يمكن القول أن الإجابات العامة تصب في إطار الثقافة العامة بينما تتجه الإجابات الخاصة في مسارات الثقافة الفرعية المعنية. باعتبار الشباب يوجدون في وضعية جسمية ونفسية واجتماعية خاصة بهم. بل ترتبط كأية ثقافة فرعية أخرى بالثقافة العامة للمجتمع وتتلون بطابعها العام مع المحافظة على خصوصياتها وتفردتها. وليس بالوسع تحديد أبعاد وخصائص وثقافات الشباب في المجتمعات المختلفة باعتبار أن ثقافة الشباب في مجتمع ما تختلف عنها في مجتمع آخر بسبب اختلاف الثقافات العامة، وبسبب ما تتبعه من وسائل وأساليب لتثقيف الشباب وما تضعه من أهداف لعملية التثقيف. وتبرز وسائل الإعلام في الجزائر لتعكس دور التثقيف إذ تولى الدولة (ككيان سياسي ومؤسسي، من خلال مؤسساتها الإعلامية) والمؤسسات داخل الدول (البحثي والسياسي منها على وجه الخصوص) اهتماما كبيرا بالإعلام ووسائله، لأنه يعد الأداة الرئيسية في تثقيف الشباب الجزائري والمحافظة على الثقافة الوطنية.

وبعد التطور التكنولوجي والمعلوماتي الذي عرف انتشارا واسعا في جميع بلدان العالم، بما فيها الجزائر، ولاسيما ما فجرته الثورة الرقمية في عالم الاتصالات، تنوعت وسائل الإعلام وتعددت أوجه حضورها في حياة الشباب الجزائري لتصبح أكثر ملاصقة له في حياته وخاصة عن طريق القنوات الفضائية التي صارت حجر الزاوية في حركة الإعلام وركنه الأساس في ديمومة الاتصال مع الجماهير وإيصال مفاهيم وأهداف إيديولوجية وثقافية. ومن هذا المنطلق اهتمت وسائل الإعلام الجزائرية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بقطاع الشباب حيث وضعت الخطط المستقبلية لدور الإعلام في تثقيف الشباب وتشجيعهم على التمرس بهذا الجانب لما له من أهمية واضحة لشموله بشتى جوانب المعرفة. إذ أن هذه الخطط جاءت لترجم مساعي التنمية الشاملة في تفعيل دور التنمية الثقافية كعنصر مهم يدعم هذه الأخيرة انطلاقا من قيمة ودور الشباب في فهم محيطه الثقافي وتفاعله مع وسائل الإعلام التي تلعب هي الأخرى دورا استراتيجيا في دفع عجلة التنمية الثقافية والمساهمة في تفعيل آليات التنمية المستدامة مترجمة في مضامين إعلامية ذات العلاقة، وتأتي البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية كأداة في مقدمة الروافد التي تعبر عن اهتمامات القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام بقطاع الشباب إيمانا بقيمة هذه الثروة الهائلة. لكن عند الوقوف على علاقة الشباب الجزائري بهذه البرامج الثقافية نجد أنفسنا ملزمين بدراسة هذه الأخيرة وانطلاقا من ذلك يمكن تحديد مشكلة بحثية في طرح

التساؤل الرئيسي: ما طبيعة استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية ؟

ومن هذا التساؤل العام تتفرع التساؤلات الفرعية والتي من خلالها نحاول معالجة الموضوع بالإجابة عليها:

1- ما هي مصادر التثقيف لدى الشباب الجزائري؟

- 2- ما مدى تعرض الشباب الجزائري للبرامج الثقافية في التلفزيون؟
- 3- ما هي أنماط تعرض (المشاركة في التعرض، النشاط المصاحب للتعرض) الشباب للبرامج الثقافية في التلفزيون؟
- 4- ما هي الإشباعات المتحققة للشباب من التعرض للبرامج الثقافية في التلفزيون؟  
وتدعيما للتساؤلات المطروحة سابقا صغنا فرضين وهما:  
الفرض الأول: توجد علاقة إرتباطية بين دوافع التعرض النفعية واشباعات المحتوى المتحققة من التعرض للبرامج الثقافية في التلفزيون.  
الفرض الثاني: توجد علاقة إرتباطية بين دوافع التعرض الطقوسية واشباعات العملية المتحققة من التعرض للبرامج الثقافية في التلفزيون.

### ثانيا: أهمية الدراسة

- تنبع أهمية الدراسة من العوامل التالية:
- 1- أهمية قياس جمهور وسائل الإعلام لتوفير مرجع الصدى مما يساعد القائم بالاتصال على معرفة نتائج عمله وتدارك النقائص.
  - 2- عدم وجود دراسات تناولت البرامج الثقافية في وسائل الإعلام الجزائرية بشكل عام وفي التلفزيون على وجه الخصوص.
  - 3- التغيرات الثقافية التي شهدتها الجزائر في السنوات الأخيرة وما صاحبها من تغيرات في مجالات الحياة المختلفة، منعكسا في بعض البرامج الثقافية.
  - 4- الاهتمام المتزايد للإعلام الجزائري بإنتاج البرامج الثقافية خاصة التلفزيونية منها.
  - 5- انتشار الإعلام المعولم الذي أملى ثقافة جديدة وذلك من خلال وسائل الإعلام خاصة التلفزيون.
  - 6- رصد الموضوعات والقضايا الثقافية التي تتناولها البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية الجزائرية وتأثيراتها الثقافية المختلفة خاصة على شريحة الشباب.
  - 7- التعرف على أنماط وعادات مشاهدة الشباب للبرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية الجزائرية ودوافع مشاهدتهم لهذه البرامج والإشباعات التي تحققها لهم.
  - 8- تحديد المشكلات الثقافية التي تهم الشباب والتي مازالت تحتاج إلى المزيد من الاهتمام في البرامج الثقافية وكيفية تطوير هذه البرامج لتكون أكثر فاعلية وتأثيرا.

### ثالثا: أهداف الدراسة

- تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف:
- 1- التعرف على مصادر ثقافة الشباب الجزائري.
  - 2- التعرف على الحاجات الثقافية للشباب الجزائري.
  - 3- التعرف على طبيعة استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية التلفزيونية.
  - 4- التعرف على الاشباعات المتحققة من التعرض للبرامج الثقافية التلفزيونية.

### رابعا: منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي survey methodology لطبيعة الموضوع وقد أجريت الدراسة على عينة من الشباب الجزائري للتعرف على استخداماتهم للبرامج الثقافية في القناة التلفزيونية

الأرضية والاشباعات التي تحققت جراء هذا الاستخدام. والدراسات الوصفية لا تقف عند مجرد جمع البيانات والحقائق بل تتجه إلى تصنيف هذه الحقائق وتلك البيانات وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالتها وتحديداتها بالصورة التي هي عليها كمياً وكيفياً بهدف الوصول إلى نتائج نهائية يمكن تعميمها.

تفرض طبيعة الدراسة استخدام مجموعة من الأدوات الملائمة:

أ- الملاحظة: وهي أداة وتقنية مباشرة للتقصي تستعمل عادة في مشاهدة مجال المجموعة محل الدراسة (مؤسسة، جمعية... الخ) بصفة مباشرة وذلك بهدف أخذ معلومات كيفية من أجل الفهم العميق للوضع و الوسط الذي يعيشون فيه بكل شمولياته . (انجرس، 2006، صفحة 186)

حيث اعتمدنا على الملاحظة الميدانية في مجال معرفة التفاعل الثقافي للشباب واستخدامه للوسائل الثقافية والتي من أبرزها البرامج الثقافية في التلفزيون.

ب- استمارة الاستبيان: تعتبر استمارات البحث من أكثر أدوات جمع البيانات استخداماً وشيوعاً في البحوث الاجتماعية، ويعود ذلك إلى الميزات التي تحققها هذه الأداة، سواء بالنسبة لاختصار الجهد أو التكلفة أو سهولة معالجة بياناتها الإحصائية (محمد علي محمد، 1986، صفحة 475)

وتحتوي الاستمارة التي قام الباحث بإعدادها على خمسة محاور وخمسة وثلاثون سؤالاً وزعت كما يلي : خمسة وعشرون سؤالاً تمت صياغتها حول استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية في القناة الأرضية، بالإضافة إلى تسعة أسئلة حول البيانات الشخصية.

نعرض محاور الاستمارة كالتالي:

1- محور مصادر تثقيف الشباب أفراد العينة:

2- محور أنماط تعرض الشباب للبرامج الثقافية في التلفزيون:

3- محور نوع المحتوى الذي يتعرض له الشباب في البرامج الثقافية :

4- محور دوافع تعرض الشباب للبرامج الثقافية

5- محور مدى مشاركة الشباب في البرامج الثقافية

6- محور البيانات الشخصية

أما فيما تعلق باختبار الصدق والثبات قمنا بتصميم استمارة أولية تغطي محاور استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية والاشباعات المتحققة منها.

وتم تسليم هذه الاستمارة الأولية إلى مجموعة من الأساتذة المحكمين كما قمنا بتوزيع ثلاثون استمارة بصفة قصدية على بعض الشباب الذكور والإناث. وعلى ضوء ملاحظات الأساتذة المحكمين واقتراحاتهم التي كانت متقاربة وفي صميم انشغال هذه الدراسة وأيضاً الردود التي حملتها الاستمارات، قمنا بالتعديلات اللازمة لتتخذ الاستمارة شكلها النهائي.

وتم من خلال استخدام أسلوب Test Re-test؛ إعادة تطبيق عشرة في المائة من صحائف الاستقصاء بعد أسبوعين من انتهاء العمل الميداني، حيث وزعت على أفراد العينة وتم حساب معامل الثبات حيث بلغ 0.8 وهي قيمة ثبات عالية في مثل هذا النوع من الأبحاث.

ج- المقاييس المستخدمة في الدراسة:

مقياس دوافع التعرض:

وتضمن مجموعة من العبارات التي تقيس كلاً من: دوافع التعرض الطقوسية، ودوافع التعرض النفعية، وتضمنت العبارات التالية:

- الدوافع النفعية لمتابعة البرامج الثقافية:

- 1- البحث عن الفائدة. 2- الاهتمام. 3- البحث عن معلومات متخصصة. 4- تعليم الذات. 5- البحث عن معلومات بشكل عام. 6- معرفة الأخبار الثقافية.
- الدوافع الطقوسية لمتابعة البرامج الثقافية:
- 1- الألفة. 2- الهروب. 3- تقليد الآخرين. 4- التسلية. 5- تمضية الوقت. 6- التعود.
- المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها إحصائياً باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" SPSS. Statistical Package for Social Science

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- 1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- 2- اختبار كاي مربع (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- 3- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2×2 واعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30 و متوسطة إذا تراوحت بين 0.30-0.50 وقوية إذا زادت عن 0.50.
- 4- معامل ( فاي ) Phi لقياس قوة أو شدة العلاقة بين متغيرين، واستخدم في حالة كون الجدول الإحصائي لبيانات المتغيرين رباعياً (2 صف × 2 عمود).
- 5- معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من نوع الفئنة أو النسبة (Interval Or Ratio) وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30 و متوسطة إذا تراوحت بين 0.30-0.50 وقوية إذا زادت عن 0.50.

#### رابعاً: منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات

تشمل الدراسة شريحة الشباب الجزائري من الجنسين في الفترة العمرية (19-35) سنة. عينة هذه الدراسة هي من النوع غير الاحتمالي، إلا أننا حاولنا أن نجعلها ممثلة لمجتمع البحث قدر الإمكان وذلك بإتباع بعض الإجراءات المعمول بها في مثل هذا النوع من العينات وذلك لسحب 400 مفردة من الشباب الجزائري تتراوح أعمارهم بين 19 إلى 35 سنة وهي كما يلي:

أولاً: على مستوى التمثيل الجغرافي، اعتمدنا على المساحات أو المناطق ومراعين في ذلك الكثافة السكانية، وهذا على النحو التالي:

تبسة: 170 مفردة، الشريعة: 85 مفردة، بئر العاتر: 75 مفردة، الونزة: 70 مفردة.

ثانياً: اعتمدنا على العينة الحصصية فيما يتعلق بالجنس بمعنى 50% ذكورا و50% إناثا إلا أن عدد الإناث في النهاية بلغ 215 مفردة وهذا يتوافق مع نسبتهم في المجتمع التي تفوق نسبة الذكور ونفترض أن هذه الزيادة القليلة لا تؤثر كثيراً على الطريقة الحصصية.

ثالثاً: حرصنا على مراعاة جميع مستويات التعليم حاضرة في العينة وكذلك أنماط مكان السكن وهذا بناء على متغيرات الدراسة من حيث السن والمستوى الاقتصادي والاجتماعي وكذا المستوى التعليمي.

#### خامساً: منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات

إن أي بحث يرسم هدفا محددًا من أجل تحقيقه ضمن حدود معينة تكون في متناول إمكانيات الباحث النظرية والمنهجية والمادية، وهذه الدراسة لا تخرج عن نطاق هذا التقليد. وبالتالي سنحاول رسم الحدود المكانية والزمنية من خلال الإشارة إلى النقاط التالية: أجريت الدراسة في نطاق جغرافي محدد ويتمثل في ولاية تبسة، وامتد البحث إلى المناطق الحضرية (متمثلة في عاصمة الولاية) والمناطق الريفية (متمثلة في دوائر الولاية)، فقد حاولنا تمثيل مجتمع البحث بعينة من هذه المناطق المختلفة. اقتصرَت الدراسة على وسيلة إعلامية وحيدة ألا وهي التلفزيون وبالضبط القناة التلفزيونية الأرضية، لأننا نفترض أن هذه الوسيلة الإعلامية يمكن أن تكون أكثر استعمالًا من طرف الشباب بمنطقة تبسة. تمت الدراسة في مجال زمني تجاوز مدة السنة في فترة الموسم الجامعي (2019-2020) بحيث قام الباحثان بتجريب الاستمارة على عدد من أفراد العينة كما سبقت الإشارة إلى ذلك، وقد تمت في تاريخ: 2019/12/23، بينما تم التوزيع النهائي للاستمارة وإعادتها في الفترة الممتدة بين 2020/05/25 و 2020/06/25، رغم أن الوقت المحدد قد يسبب بعض المشاكل ومنها: صعوبة التعامل مع مفردات عينة البحث بسبب جائحة كورونا والاحتفاظ بالمعلومات أو المعطيات، ومساهمة الشباب موضوع الدراسة.

## سادسًا: الإطار النظري والدراسات السابقة

- مفاهيم الدراسة.

وهي أهم المفاهيم التي ستمحور حولها الدراسة، حيث نقوم بتقديمها مع ذكر التعريفات الإجرائية لها :

- التلفزيون:

إن تعريف التلفزيون من الناحية التقنية نظام بث الإشارات واستقبالها، فهو وسيلة " بث فورية " تتابع فيه 25 صورة في الثانية، في حركة منتظمة متعاقبة، ويتحقق البث التلفزيوني بفضل وجود كاميرا أو نظام بث الصورة على الشاشة ( نظام المسح) و مولد إشارات متزامنة للصوت و الصورة و وجهة بث و جهاز استقبال (طارق سيد أحمد الخلفي، 2005، صفحة 24)

وتعتمد تقنية التلفزيون على عملية التقاط صور (ثابتة و متحركة ) وتحويلها إلي محتوى كهربائي ونقلها عبر الأثير إلي مكان بعيد عن مكان التقاط الصور، ثم استقبالها بواسطة جهاز استقبال وتحويلها داخله إلي صور مماثلة للصور الملتقطة (محمد تيمور و محمود علم الدين، 2002، صفحة 170)

ونلاحظ أن أغلب تعريفات التلفزيون ركزت على الجانب التقني، ففي معجم المصطلحات الإعلامية، التلفزيون "هو وسيلة إعلام و اتصال تعتمد على الصوت والصورة في أن واحد وتجمع بين خواص الإذاعة المسموعة و المرئية، وكلمة Télévision مكونة من كلمتين vision وتعني عن بعد و Télég تعني الرؤية أي نقل الصورة و المرئيات عن بعد.

ويعمل التلفزيون على تحويل الصورة إلي أشعة، تختلف قوتها حسب كميات الضوء الموزعة على الأشياء المصورة لتتحول بواسطة الأشعة إلي موجات أثيرية تنتشر في الجو، بحيث يصبح بالإمكان

التقاطها بواسطة أجهزة خاصة من أجهزة الاستقبال التي تحول تلك الموجات الأثيرية إلي أشعة من جديد ثم تحول الأشعة إلي صورة (كرم شلي، 1989، صفحة 603)

وبفعل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال عرفت وسيلة التلفزيون تطورات كبيرة في الشكل و المضمون.

ومما سبق نستطيع أن نحدد التعريف الإجرائي الآتي:

التلفزيون هو وسيلة إعلام واتصال إلكترونية، تخاطب العين والأذن معا بالصوت ولصورة. فهو يقوم بنقل الأخبار والأفكار والمعلومات والعلوم بالصوت والصورة عن بعد، وبذلك يعتبر من أكثر الوسائل تأثيراً على الجماهير.

#### - البرامج الثقافية:

هي مجموعة البرامج التي تتعرض بشكل مباشر للأنشطة المتصلة بالأدب والنقد الأدبي والفنون التشكيلية، والمسرح، والسينما، والعلوم، والدراسات الإنسانية، والدراسات الدينية وتبسيط العلوم، والمعارف العامة (سعد لبيب، 1973، صفحة 17) ويمكن تقسيم البرامج الثقافية حسب المضمون كالتالي:

- البرامج الأدبية: وتتضمن الشعر، والقصة، والرواية، والنقد الأدبي.

- البرامج العلمية: وتتضمن الاكتشافات العلمية، والتكنولوجيا وتبسيطها.

- برامج المعارف العامة: وتتضمن العلوم الإنسانية (علم اجتماع، نفس، فلسفة، تاريخ دين، اقتصاد، صحة).

- البرامج الفنية: وتتضمن المسرح، السينما، الموسيقى، الباليه، فنون تشكيلية.

ومما سبق نستطيع أن نحدد التعريف الإجرائي الآتي:

البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية هي مجموعة من البرامج التي تتطرق إلى النشاطات المختلفة والمتعلقة بالحركة الثقافية سواء كانت أدبا أو نقدا أو فنونا أو معارف عامة، وتسلب الضوء عليها عن طريق التغطيات والتقارير قصد تغطية الحياة الثقافية (داخليا وخارجيا) أخذاً في ذلك بعين الاعتبار التنوع الثقافي من أجل إثراء مضامينها.

#### - الشباب:

في المعجم الوجيز "الشباب هم من أدركوا سن البلوغ إلى الثلاثين (مجمع اللغة العربية، 1993، صفحة 333). والشباب: هي الفترة العمرية التي يصبح فيها الفرد مؤهلاً للقيام بأدوار اقتصادية واجتماعية وسياسية في المجتمع، وهي الفترة التي تقع ما بين 18-35 سنة على اعتبار أن معظم المجتمعات العربية يعتبر فيها الفرد البالغ من العمر 18 سنة فأكثر هو شخص منفرد بذاته له الحق في استخراج بطاقة شخصية وانتخابية، ومن ناحية أخرى فإن الفرد البالغ من العمر 35 سنة قد بلغ مرحلة نضجه واستقراره الشخصي والوظيفي، بمعنى انتهاء مرحلة من حياته وبداية مرحلة أخرى (عبد الوهاب إبراهيم، 1990، صفحة 170)

والشباب: فئة عمرية تشغل وضعا متميزا في بناء المجتمع - وهي ذات حيوية وقدرة على العمل والنشاط - كما أن هذه الفئة تكون ذات بناء نفسي وثقافي يساعدها على التكيف والتوافق والاندماج والمشاركة في أنشطة المجتمع بطاقة كبيرة تعمل على تحقيق أهداف المجتمع وتطلعاته (محمود عرابي، 2006، صفحة 31) و مما سبق نستطيع أن نحدد التعريف الإجرائي الآتي:

إن مفهوم الشباب في هذه الدراسة نعني به فئة اجتماعية توجد في مرحلة عمرية محددة وتمتد من 19 سنة إلى 35 سنة، ويتميز أفراد هذه الفئة ببعض المميزات والخصائص النفسية والاجتماعية والثقافية التي تجعلهم يختلفون عن الفئات الاجتماعية الأخرى.

#### - دوافع التعرض للبرامج الثقافية:

يقصد بالدافع حالة الاستثارة، والتوتر الداخلي التي تثير السلوك، وتدفعه إلى التعرض للبرامج الثقافية، وتنقسم دوافع التعرض إلى ما يلي:

#### - دوافع نفعية Instrumental Motives:

تستهدف إشباع الفرد من المعلومات، وتشمل البحث عن الفائدة، الاهتمام، البحث عن معلومات متخصصة، تعليم الذات، البحث عن المعلومة، معرفة الأخبار الثقافية.



- دوافع طقوسية **Ritualized Motives**:

تستهدف تمضية الوقت، والتنفيس والاسترخاء، والهروب من المشكلات اليومية وتشمل الألفة الهروب، تقليد الآخرين التسلية، تمضية الوقت، التعود.

## - اشباعات التعرض للبرامج الثقافية:

أي قدرة البرامج الثقافية على تلبية حاجات الأفراد، ويمكن تقسيم الاشباعات إلى:

- اشباعات المحتوى: **content Gratification**

وينتج عن استخدام مضمون الوسيلة (التلفزيون)، لتحقيق أهداف المتلقي، وتشمل: معرفة الأخبار الثقافية، تعلم المهارات، الحصول على الجودة، إدارة النقاش، الاستفادة من تجارب الآخرين، اكتساب معلومات متخصصة.

- اشباعات العملية: **Process Gratification**

التي يحصل عليها الفرد نتيجة اختيار الفرد لوسيلة معينة، ودخوله عملية الاتصال، حتى يهرب من التوتر، والإحساس بالاستثارة، أو تقليل الشعور بالعزلة الاجتماعية. وتشمل الألفة، تمضية الوقت، التسلية، الهروب، التميز عن الآخرين، محاكاة الواقع.

## - المشاركة في التعرض:

يقصد بها عملية التفاعل الاجتماعي التي قد تحدث أثناء التعرض للبرامج الثقافية في التلفزيون وتنقسم إلى فئتين:

أ- يتعرض بمفرده.

ب- يتعرض مع الآخرين.

## - النشاط المصاحب للتعرض:

وهي الطريقة التي يتعرض بها الشباب للبرامج الثقافية، وتنقسم إلى قسمين:

أ- يتفرغ للمتابعة.

ب- يمارس نشاطا آخر.

## - البدائل الوظيفية لتمضية وقت الفراغ:

أي وجود طرق وأساليب لتمضية الوقت (مطالعة الكتب، والصحف، مشاهدة التلفزيون، النوادي، المراكز الثقافية، الأصدقاء، الأسرة،...).

## الدراسات السابقة:

- دراسة (ريهام ، 2016) بعنوان (استخدامات الشباب المصري لقنوات تلفزيون الأترنت والاشباعات المتحققة منها):

استهدفت هذه الدراسة التعرف على استخدامات الشباب المصري من طالب الجامعات لقنوات تلفزيون الأترنت، والدوافع المختلفة لهذه الاستخدامات، والمضامين التي يشاهدها الشباب في هذه القنوات، والاشباعات التي يحققونها نتيجة هذه الاستخدامات، وهي دراسة وصفية، استخدمت منهج المسح، حيث تم التطبيق من خلال صحيفة استقصاء تم ملؤها من خلال المقابلة الشخصية مع 400 من الشباب الجامعي المصري من مشاهدي تلفزيون الأترنت. حيث خلصت إلى عدة نتائج من أهمها أن الاشباعات الغالبة هي اشباعات شبه اجتماعية تجسدت في معظمها في الهروب من الواقع وتمضية وقت الفراغ ما حيث ارتبطت بدوافع طقوسية خصوصا لما تلاحظه من ارتباط الشباب بتلك المضامين في تلك القنوات.

دراسة (صقا ، 2016) بعنوان (استخدام الشباب للتلفزيون ووسائل الإعلام الجديدة والاشباعات المتحققة منها - دراسة مقارنة):

اعتمدت الدراسة في اطارها النظري على: نظرية المجال العام Public Sphere ، ومدخل الاستخدامات والاشباعات Uses and Gratifications وتم استخدام منهج المسح على الجمهور عن طريق صحيفة استبيان، تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها 400 من الشباب المصري (من 18- 35 سنة) من الدارسين في جامعة القاهرة، والأهر، والأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام، والجامعة الأمريكية، بالمرحلة الجامعية من الذكور والإناث بمختلف التخصصات النظرية والعملية، ومن العاملين بعدد من القطاعات: قطاع البنوك، والعاملين بقطاع الإعلانات والعاملين بمستشفى سرطان الأطفال 57357. وكانت من أهم النتائج -التلفزيون ما زال يحتل مكانة هامة للشباب بصفة يومية، وأنهم لم يلغوه من حياتهم، بل قل اعتمادهم عليه الشباب في مرحلة العمل أعلى مشاهدة للتلفزيون بالمقارنة بالشباب في مرحلة الدراسة، جاءت الإشباعات المتحققة من مشاهدة التلفزيون متوسطة، ويرى الشباب أن التلفزيون الحكومي لا توجد لديه حرية في التعبير عن قضايا الشباب في مصر، والتلفزيون الخاص لديه حرية منقوصة .

### سابعاً: نتائج الدراسة

خلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- فيما تعلق بمصادر تثقيف الشباب الجزائري:

جاءت الإنترنت في المرتبة الأولى كمصدر لمعلومات المبحوثين من الشباب من حيث أهميتها لهم وهي الوسيلة الأكثر استعمالاً من طرفهم وهذه النتيجة تتطابق مع نتائج اتجاه معظم الأبحاث سواء في الجزائر أو في بلدان أخرى، وجاء في المرتبة الثانية كمصدر لمعلوماتهم القنوات التلفزيونية الجزائرية ثم جاءت الكتب الجزائرية والعربية في المرتبة الثالثة من حيث كونها مصدر لمعلومات الشباب، وتلتها الفضائيات العربية في المرتبة الرابعة، ثم تلتها الفضائيات الأجنبية، لتأتي كل من الجرائد والمجلات العربية والإذاعات الوطنية والدولية في المرتبة الأخيرة.

كما أسفرت الدراسة على غياب كل من المسرح والسينما اللذان اقترحا من بين البدائل كمصدر لمعلومات الشباب وعاد هذا إلى شبه الانعدام لهذين المصدرين في المنطقة التي أجريت فيها الدراسة.

أما فيما تعلق بمدى استخدام الشباب لمصادر المعلومات:

فقد كشفت الدراسة أن جميع أفراد العينة يطالعون الكتب غير الدراسية أحيانا وهذا انسحب على الذكور وعلى الإناث على حد سواء حيث تجاوزت نسبة الإناث نسبة الذكور نسبيا من إجمالي الشباب.

ولمعرفة مدى اطلاع الشباب على الصحف فقد توصلت الدراسة إلى أن الشباب الذين يطالعون أو يقبلون على الصحف بصفة دائمة جاءت نسبتهم منخفضة فقد تبين أنهم يطالعون على الصحف أحيانا، والإقبال المحتشم على الجرائد ظاهرة عالمية، يرجع أساسا إلى أن عادات القراءة في المجتمع الجزائري ضعيفة بصفة عامة، والأسرة الجزائرية في غالبيتها لا تنمي مثل هذه العادة في أطفالها بالإضافة إلى أن الجرائد في جل بلدان العالم فقدت مصداقيتها.

وكشفت الدراسة أن الشباب الذين يستخدمون الإنترنت بصفة دائمة جاءت نسبتهم مرتفعة وهذا انسحب على بقية الشباب الذين يستخدمونها أحيانا، كما أن ذوي المستوى التعليمي الجامعي يستخدمون الإنترنت أكثر من المستويات الأخرى، لتبرز الإنترنت كتكنولوجيا ووسيلة إعلامية وعلى خلاف التكنولوجيا والوسائل الإعلامية التقليدية تبقى هذه الأخيرة من إهتمامات الشباب الجزائري، وهي تناسب سنهم وهو ما يتميز به من

خصائص كالفضول وحب الجديد والتفاعل وتغيير الهويات الشيء الذي لا يستطيع الشباب القيام به في الحياة الحقيقية، وكذلك خصائص الإنترنت وما توفره من فرص الترفيه.

فيما تعلق بأنماط تعرض الشباب للبرامج الثقافية في التلفزيون:

تصدر الشباب الذين يتعرضون للتلفزيون مدة (3 ساعات وأقل من 5 ساعات/يومياً) المرتبة الأولى، ثم جاء الشباب الذين يتعرضون للتلفزيون مدة (2 ساعة وأقل من 3 ساعة/يومياً) في المرتبة الثانية وجاء الشباب الذين يتعرضون للتلفزيون مدة (1 ساعة وأقل من 2 ساعة/يومياً) في الترتيب الأخير. وأن الإناث يتعرضون للتلفزيون بنسبة أكبر قليلاً من الذكور وهذا ما يفسر بكون أن الإناث يمكنهن بالبيت أكثر من الذكور، كما كشفت الدراسة أن السن ليست له علاقة ترابطية كبيرة مع تعرض الشباب الجزائري للتلفزيون.

وتوصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن كل أفراد عينة الدراسة يتعرضون للبرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية أحياناً مع وجود بعض تفاوت نسبي بين الذكور والإناث.

ولمعرفة الفترات التي يتعرض فيها الشباب للبرامج الثقافية كشفت الدراسة أن الشباب يتابعون البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في فترة المساء بنسب عالية تقريباً، ثم تلاهم الشباب الذين يتابعونها في فترة العصر ليأتي الشباب الذين يتابعونها في فترة السهرة في المرتبة الأخيرة.

وتوصلت الدراسة إلى أن الشباب الذين يتعرفون على مواعيد البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية عن طريق تنويهات التليفزيون بصفة دائمة احتلوا المرتبة الأولى، وهذا ما يفسر غياب القوالب الأخرى التي تستعمل عادة في التعريف بمواعيد البرامج الثقافية.

ويبقى التلفزيون وسيلة عائلية أكثر منها وسيلة فردية وهذا ما كشفت عليه الدراسة حيث أن الشباب الذين يشاهدون البرامج الثقافية بصحبة بعض أفراد الأسرة وبصفة دائمة احتلوا المرتبة الأولى، أما الشباب الذين يشاهدونها أحياناً بصحبة بعض الأصدقاء جاءوا في المرتبة الثانية، لتظهر نسبة عالية لإجابات الشباب الذين يقومون أحياناً بأعمال أخرى أثناء المشاهدة، أما الشباب الذين يتفرغون تماماً للمشاهدة فقد احتلوا المرتبة الأخيرة. والسباق العائلي له تأثير في التعرض للبرامج الثقافية ومن هنا تتولد الحاجة إلى بحوث التلقي لمعرفة بصفة ملائمة أكثر كيف تتم تفاعلات الشباب في سياق المشاهدة العائلية.

وكشفت الدراسة أن الشباب الذين يدور أحياناً بينهم وبين الآخرين حوار حول فقرات البرنامج الثقافي جاءت نسيم عالية، وهذا ما يدعم دور التفاعل الاجتماعي والأصول الاجتماعية التي لا يمكن أن تغفل دورها في رسم الإشباع المتحققة من مضامين البرامج الثقافية.

فيما تعلق بنوع المحتوى الذي يتعرض له الشباب في البرامج الثقافية:

تبين من الدراسة أن نسبة إجابات الشباب الذين يتعرضون للبرامج الثقافية من نوع البرامج الفنية كانت عالية ليأتي هذا النوع في المرتبة الأولى، ثم تلتها برامج عن العلوم والتكنولوجيا وتبسيطها في المرتبة الثانية ثم جاءت برامج المعارف العامة في المرتبة الثالثة لتأتي برامج الأدب والشعر في المرتبة الأخيرة.

فيما تعلق بدوافع تعرض الشباب للبرامج الثقافية:

كشفت الدراسة أن إجابات الشباب الذين يتعرضون للبرامج الثقافية في القناة الأرضية بدافع التعرض لها لمعرفة الأخبار الثقافية جاءت الأولى من إجمالي الإجابات، ثم جاءت في المرتبة الثانية الإجابات التي تعبر على دافع التعرض بحكم أنها تفيدهم في أشياء كثيرة أما في المرتبة الثالثة جاءت الإجابات التي ترجع دافع التعرض لهذه البرامج كونها تقدم لهم معلومات لا يجدونها في وسائل أخرى، لتأتي في المرتبة الرابعة الإجابات التي يرجع فيها الشباب دافع التعرض إلى كون أن هذه البرامج جادة، أما في المرتبة الأخيرة جاءت الإجابات التي تعبر عن دافع التعرض إلى كون أن الشباب يهتمون بالثقافة.

وأُسفرت الدراسة على نتيجة مفادها أن الشباب الذين يتعرضون للبرامج الثقافية في القناة الأرضية بدافع التخلص من الملل جاءوا في المرتبة الأولى ثم جاءت في المرتبة الثانية الإجابات التي تعبر على دافع التعرض بحكم أنها تسلي الشباب، أما في المرتبة الثالثة جاءت الإجابات التي ترجع دافع التعرض لهذه البرامج كونهم لا يجيدون شيئاً أخريفعلونه، لتأتي في المرتبة الرابعة الإجابات التي يرجع فيها الشباب دافع التعرض بحكم العادة ، أما في المرتبة الأخيرة جاءت الإجابات التي تعبر عن دافع التعرض إلى كون أن الشباب يشعرون بالألفة عند التعرض لهذه البرامج .

وكشفت الدراسة أن الشباب الذين تلبى لهم البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية الحصول على معلومات وموضوعات جيدة جاءت في المرتبة الأولى من إجمالي الإجابات، ثم جاءت في المرتبة الثانية الإجابات التي تعبر على الإشباع التي تحققها البرامج الثقافية والمتمثلة في الاستفادة من تجارب الآخرين ، أما في المرتبة الثالثة جاءت الإجابات التي تعبر عن الإشباع المتمثلة في كون أن البرامج الثقافية يجدونها تعالج موضوعات واقعية، لتأتي في المرتبة الرابعة الإجابات التي ترى أن هذه البرامج تحقق إشباعاً والمتمثلة في معرفة الشباب ما يجري حولهم على المستوى الثقافي، لتأتي في المرتبة الخامسة الإجابات التي ترى أن البرامج الثقافية تلبى إشباعاً متمثلة في كون أن هذه البرامج تساعد الشباب في إدارة النقاش مع الآخرين، أما في المرتبة الأخيرة جاءت الإجابات التي تعبر عن الإشباع المتمثلة في تعلم مهارات.

وكشفت الدراسة أن نسبة إجابات الشباب الذين تحقق لهم البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية إشباعاً التسلية جاءت في المرتبة الأولى، ثم جاءت في المرتبة الثانية الإجابات التي تعبر عن الإشباع المتمثلة في شغل وقت فراغ الشباب، أما في المرتبة الثالثة جاءت الإجابات التي تعبر عن الإشباع المتمثلة في شعور الشباب بالألفة مع هذه البرامج، لتأتي في المرتبة الرابعة والأخيرة الإجابات التي تعبر عن الإشباع المتمثلة في أن البرامج الثقافية تنسي الشباب مشكلاتهم اليومية .

وكشفت الدراسة صحة الفرض الأول الذي وضع حيث كشفت على وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين دوافع التعرض النفعية للشباب وإشباعهم المحتوى المتحققة لهم والمتمثلة في الإشباع التوجيهية. وانسحب هذا على الكشف عن صحة الفرض الثاني حيث كشفت الدراسة على وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة القوة بين دوافع التعرض الطقوسية للشباب وإشباعهم العملية المتحققة لهم والمتمثلة في الإشباع شبه التوجيهية

#### أما فيما تعلق بمدى مشاركة الشباب في البرامج الثقافية:

كشفت الدراسة أن نسبة الشباب الذين يرون أن البرامج الثقافية في القناة الأرضية نجحت بدرجة متوسطة جاءت عالية من إجمالي عينة الدراسة، أما النسبة المتبقية فقد رأت أن البرامج الثقافية لم تنجح. إذ توصلت الدراسة إلى حقيقة أجمع عليها الشباب وهي أنهم يحتاجون إلى قناة متخصصة في الثقافة. كما توصلت الدراسة إلى أن الشباب الذين لم يشاركوا في أحد البرامج الثقافية في القناة الأرضية جاءت نسيمهم من إجمالي عينة الدراسة، ثم تلاهم الشباب الذين اشتركوا في احد البرامج الثقافية ولم يجيبوا عليهم، ليأتي في المرتبة الثالثة والأخيرة الشباب الذين اشتركوا وأجابوا عليهم .

ووقفت الدراسة على نتيجة مفادها انخفاض نسبة الإجابات التي تعلقت بنوع مشاركة الشباب في البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية حيث جاءت نسبة الإجابات التي شملت إبداء رأي حول أحد الموضوعات ثم تلها الإجابات التي شملت طلب إعادة مادة ثقافية لتأتي في المرتبة الأخيرة الإجابات التي تعلقت طلب استشارة أو توضيح.

توصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن نسبة إجابات الشباب الذين يقضون أوقات فراغهم مع الأهل من جاءت في المرتبة الأولى، وجاءت إجابات الشباب الذين يقضون أوقات فراغهم مع الأصدقاء في المرتبة الثانية،

ثم تلاهم في المرتبة الثالثة الذين يقضونه في الانترنت ليأتي الذين يقضونه في المطالعة في المرتبة الرابعة، وفي المرتبة الخامسة الذين يقضونه في إشباع مواهبهم في النوادي أو المراكز الثقافية، ليأتي في المرتبة السادسة والأخيرة الذين يقضونه في السفر والرحلات.

وكشفت الدراسة أن نسبة إجابات الشباب الذين يرجعون سبب عدم تعرض الشباب للبرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية إلى أن موضوعات البرامج الثقافية لا يستفيد منها الشباب جاءت في المرتبة الأولى من إجمالي الإجابات، لتأتي نفس النسبة التي تعبر عن إجابات الشباب الذين يرجعون السبب إلى أن وقت تقديم البرامج الثقافية لا يناسب معظم الشباب، وجاءت إجابات الشباب الذين يرجعون سبب عدم تعرض الشباب إلى البرامج الثقافية إلى كون موضوعات البرامج الثقافية مكررة في المرتبة الثالثة، وفي المرتبة الرابعة جاءت إجاباتهم التي ترجع السبب إلى أن معدو البرامج لا يهتمون بالحياة الثقافية العامة، وفي المرتبة الخامسة الإجابات التي ترجع السبب إلى كون أن معظم ضيوف البرامج الثقافية غير مفيدون أو جذايين، أما إجابات الشباب الذين يرجعون سبب عدم التعرض إلى أن معظم مذيبي البرامج الثقافية غير ناجحين جاءت في المرتبة السادسة، وجاءت الإجابات التي ترجع السبب إلى أن شكل تقديم البرامج الثقافية غير جذاب، وفي المرتبة الأخيرة جاءت الإجابات التي ترجع سبب عدم التعرض إلى أن موضوعات البرامج الثقافية غير جادة .

### خاتمة

وكخاتمة لدراستنا يمكن أن نقترح مجموعة من التوصيات التي من شأنها أن تطور البرامج الثقافية في التلفزيون منها:

أولاً: اختيار التوقيت المناسب للبرامج الثقافية.

ثانياً: زيادة مدة البرامج الثقافية على الخريطة اليومية للبرامج.

ثالثاً: الاهتمام والتركيز على الموضوعات والقضايا التي تمس الشباب بصفة مباشرة.

رابعاً: الاهتمام أكثر بالبرامج الثقافية التفاعلية.

خامساً: تسهيل استخدام التكنولوجيا مثل الانترنت وزيادة خطوط الهاتف لإتاحة إمكانية مشاركة الشباب في البرامج الثقافية.

سادساً: الاهتمام بالإشهار والتعريف بالبرامج الثقافية ومواعيدها وعدم الاكتفاء بالتنويه لها في التلفزيون، كالتعريف بها في الصحف والنشريات.

سابعاً: الحرص على التطوير المستمر للبرامج الثقافية من حيث الشكل والمضمون. فمن حيث الشكل يمكن تنويع أشكال عرض البرامج الثقافية مثل الاهتمام بالديكور وتنويع زوايا التصوير ومن حيث المضمون يمكن استيقاء مضامين البرامج الثقافية من آراء الجمهور وخصوصاً شريحة الشباب والإعداد الجيد لها وتقديمها في حلقات تالية.

ثامناً: جل البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية الجزائرية تقترن بمناسبات ثقافية، وتنتهي بانتهاء تلك التظاهرات الثقافية، لذا وجب إعداد برامج تتسم بالديمومة في معالجة وطرح القضايا الثقافية حتى يكون لها جمهورها الوفي.

تاسعاً: مراعاة إعطاء فرصة أكبر للشباب والجمهور بشكل عام في عرض آرائه بخصوص الموضوعات الثقافية أو اقتراح موضوعات يدور حولها النقاش.

عاشراً: ربط الحوار في البرامج الثقافية بواقع واحتياجات جمهور المشاهدين وخاصة شريحة الشباب حتى يتسنى لهم الإحساس بالاستفادة من هذه البرامج.

الحادي عشر: التنوع في عرض آراء أصحاب الرأي وخاصة المثقفين منهم من مختلف الأجيال وتقديم وجهات نظر مختلفة.

الثاني عشر: الاهتمام بالثقافات المحلية أو الفرعية خاصة أن الثقافة الجزائرية ثرية بتنوعها وعدم حصرها في المركزية.

الثالث عشر: اللجوء إلى البساطة والموضوعية في أسلوب الحوار في البرامج الثقافية.

الرابع عشر: الاهتمام بتكوين منشطي البرامج الثقافية واختيار مقدمين يكونون على ثقافة عالية ويهتمون بالحياة الثقافية العامة.

الخامس عشر: أن تحرص البرامج الثقافية على السرعة والتنوع وتراعي في توصيل المضمون ربط المعلومة بالصورة وإجراء مسابقات في كل حلقة حتى لو كانت بسيطة لجذب الجمهور وربطه بالبرنامج.

السادس عشر: وكخيار استراتيجي يجب إنشاء قناة متخصصة في الثقافة، حتى تهتم أكثر بالثقافة المحلية وتهتم بموضوعات وقضايا تهتم الشباب، إذ أن التخصص في معالجة وطرح القضايا والموضوعات الثقافية يعطي للبرامج الثقافية فعالية ونجاحا أكثر.

### الإحالات والمراجع:

- موريس أنجرس. (2006). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية - تدريبات عملية، ط 2، الجزائر: دار القصة للنشر.
- محمد علي محمد، (1986). علم الاجتماع والمنهج العلمي، القاهرة، دار المعرفة الجامعية.
- طارق سيد احمد الخلفي. (2005). فن الكتابة الإذاعية و التلفزيونية، مصر، دار المعرفة الجامعية.
- محمد تيمور و محمود علم الدين. (2002). المعلومات و تكنولوجيا الاتصال، القاهرة، دار الفجر للنشر و التوزيع.
- كرم شلبي. (1989). معجم المصطلحات الإعلامية، ط 1، القاهرة، دار الشروق.
- سعد لبيب. (1973). دراسات في الفنون الإذاعية، بغداد، مطبعة الأديب البغدادية.
- مجمع اللغة العربية.
- عبد الوهاب إبراهيم. (1990). الشباب وقضايا التنمية والتخلف في المجتمع المصري، القاهرة، دار النهضة العربية.
- محمود عرابي. (2006). تأثير العولمة على ثقافة الشباب. القاهرة، الدار الثقافية للنشر.
- ريهام محمد عبد الباري. (2016). استخدامات الشباب المصري لقنوات تلفزيون الانترنت والاشياعات المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.
- صفا محمد إبراهيم عبد الدايم. (2016). استخدام الشباب للتلفزيون ووسائل الإعلام الجديدة والاشياعات المتحققة منها - دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.