

## بعنوان

# الاتصال الجماهيري والاتصال الثقافي ودوره في وسائل الإعلام (تحليل حصة ثقافية نموذجاً)

إشراف الأستاذ:

مداح أحمد

إعداد الطالبة:

العكرمي حليلة

السنة الجامعية

2015\*\*\*2016

## شكر والتقدير

نحمد الله العلي القدير ونشكره، الذي وفقنا لإتمام هذا العمل المتواضع، والذي أنعم علينا نعمة الإرادة، ونور البصيرة لطلب العلم والتعليم، ونصلي ونسلم على رسوله المصطفى الكريم؛ القائل: " مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَطْلُبُ فِيهِ عِلْمًا سَلَكَ اللَّهُ بِهِ طَرِيقًا مِنْ طُرُقِ الْجَنَّةِ".

نتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى الأستاذ المشرف "الأستاذ مداح أحمد" على صبره وتفانيه في تأدية واجبه، بإرشادي وتوجيهي وموافقتي على طول هذا العمل، مع الشكر الجزيل لأعضاء لجنة المناقشة بتشريفهم لنا بمناقشة هذا العمل.

كما أتقدم بجزيل الشكر إلى جميع الأساتذة الأدب العربي، ولا يفوتنا أن نشكر كل من مدّ يد العون من قريب أو بعيد.

العكرمي حليلة

# الإهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى الشمعتين المضيئتين في حياتي الدنيا وريحانة قلبي إلى أمي منبع الحنان، والنور الذي أضاء في قلبي حب العلم وتقديسه، إلى أبي الذي طالما حلم معي بإتمام هذا العمل بشغف وإسرار، إلى كل أفراد عائلتي وإخوتي الأعزاء "فاطمة، نسيمة، أحمد، الحبيب، الحاج" إلى نور دربي في الحياة وخاطبي عبد الله وجميع أصدقاء من بينهم "سميرة، كريمة، حليلة، صورية، فايزة، ...." إلى جميع الأهل والأقارب، وإلى كل من علمني حرف ويستحق التقدير والاحترام، إلى جميع الأساتذة والطلبة الأدب العربي.

العكرمي حليلة

المقدمة

## المقدمة:

لقد عرفت المجتمعات البشرية ثروة معلوماتية هائلة، يمثل التطور فيها السمة الأساسية للبيئة الاتصالية في العصر الحديث، وفي ظل هذا التقدم المذهل تضاعف عدد القنوات الفضائية بظهور التقنية الحديثة، أصبح في الإمكان بث أعداد كبيرة من القنوات التلفزيونية في عصر تكنولوجيا الاتصال الفضائي، الذي شهد تغيرات كبيرة في مجال الإعلام، برزت إلى الوجود فكرة القنوات التلفزيونية المتخصصة، إذا كان الإعلام في تعرفه المحايد يتصل بتزويد الناس بالمعلومات الصحيحة والحقائق والأخبار الصادقة، بقصد محاولتهم على تكوين الرأي السليم إزاء المشكلات العامة المختلفة عليها، فإن الإعلام من الناحية التطبيقية قد يستخدم للتأثير الانفعالي، وتطوير الناس وتوجيههم نحو هدف معين، حيث يقوم الاتصال ووسائله بدور أساسي في الحفاظ على ثقافة الشعوب ونشرها بين أفراد المجتمع، وإيصالها من جيل إلى جيل.

وتعمل الثقافة على إغناء الكفاءات الروحية والعقلية للإنسان، إذن كيف يساهم الاتصال الجماهيري والاتصال الثقافي؟ وهل لوسائل الإعلام دور في توثيق الاتصال الجماهيري بالاتصال الثقافي؟

وبذلك كان هدفنا الأساسي في اختيار هذا الموضوع، هو معرفة ما إن كان الاتصال الجماهيري والاتصال الثقافي في دور وسائل الإعلام، وذلك قصد تقريب المشاهد والقارئ إلى هذه المواضيع.

أما فيما يخص أسباب اختيارنا للموضوع؛ فقد تمثلت في الأسباب الذاتية، في الاهتمام والميول الشخصي للموضوع والرغبة في اكتساب الخبرة في تحليل الحصص ومعرفة أبعادها الضمنية.

فضولنا للمعرفة ما إذا كانت هذه البرامج تلقى رد فعل إيجابي من طرف الجمهور، أما الأسباب الموضوعية فقد كان اهتمام الدارسين والباحثين بهذا الموضوع.

فكانت قراءتنا لبعض المراجع وكذا محاولتنا الأولى في جمع مدونة البحث، سببا في رسم مسار بحثنا هذا والذي حاولنا أن نقسمه إلى جانبين؛ الجانب النظري والذي يضم فصلين، الفصل الأول: الذي عنوانه بالاتصال الجماهيري جاء كمحاولة لمعرفة الاتصال بصفة عامة، ثم ركزنا على الاتصال الجماهيري وخصائصه.

أما الفصل الثاني جاء بعنوان "الاتصال الثقافي" إذ ركزنا على التعريف الثقافة، والاتصال الثقافي وكذا التلفزيون ودوره في نشر الثقافة الجماهيرية.

أما الجانب الأخير فقد كان تطبيقي للفصلين السابقين، وقد أخذنا نموذج حصة ثقافية وهي حصة برنامج "زدني علما" للإعلامي "سليمان بخيلي" وقمنا بتحليلها.

وختمنا بحثنا بجملة من النتائج وهي بمثابة العصاراة لمسار هذه الدراسة واعتمدنا على منهج الوصفي التحليلي، لعلّه يخدم بحثنا، وقد اقتضته طبيعة البحث المتبعة، وذلك لوصف الظاهرة المدروسة وتحليلها.

وقد اعتمدنا في بحثنا هذا على مجموعة من المراجع الهامة، والتي جعلتنا نتحكم في البحث بأكثر دقة، ومن بين المراجع على سبيل المثال "سيكولوجية الاتصال الجماهيري" لسعاد جبر سعاد، والإعلام الثقافي جدليات وتحديات لعزام أبو حمام، المدخل في الاتصال الجماهيري لعصام موسى، الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي، الموضوع والقضايا لطفه عبد العاطي نجم، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون ليوسف مرزوق.

ومن الصعوبات التي واجهتنا أثناء بحثنا هذا، وهي صعوبة التعامل مع الموضوع وذلك راجع إلى قلة الدراسات التي تهتم بالاتصال الثقافي وتعريفه.

ولا يسعني في الأخير إلا أن أتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف "مداح أحمد" والذي شجعني منذ البداية إلى خوض الغمار في هذا البحث، وكذا صبره وتوجيهه ونقده.

# الجانب النظري

# الفصل الأول

## الاتصال الجماهيري

- تعريف الاتصال ( لغة ، واصطلاحا )
- خصائص و عناصر الاتصال
- الأهداف الإتصال
- تعريف الإتصال الجماهيري
- خصائص و أنواع الإتصال الجماهيري
- الشروط الأساسية لوجود الإتصال الجماهيري
- العلاقة بين وسائل الإعلام و الجمهور

## تعريف الاتصال:

(أ) لغة: اتصال بالشيء: التام به، اتصال إليه بلغ وانتهى، اتصال إلى بني فلان انتسب وانتهى إليه، وصل الشيء: اتصلت الأشياء (1).

واصطلاحاً: يذهب "الدكتور عبد العزيز" على القول بأن: مفهوم الاتصال هو "المفهوم الذي يذهب عليه مصطلح البيان في اللغة العربية، قبل أن يدخل في المصطلحات البلاغية، وفي القرآن الكريم إشارات كثيرة إلى البيان منها قوله تعالى: (الرَّحْمَنُ (1) عَلَّمَ الْقُرْآنَ (2) خَلَقَ الْإِنْسَانَ (3) عَلَّمَهُ الْبَيَانَ (4)) [الرحمان 1-4].

وقال تعالى: (هَذَا بَيَانٌ لِلنَّاسِ وَهُدًى وَمَوْعِظَةٌ لِّلْمُتَّقِينَ (138)) [آل عمران 138].

وهكذا وردت كلمة البيان في القرآن الكريم، وهي كما يصفها "الدكتور شرف" إعلام لسانی، ووصف الله سبحانه وتعالى القرآن الكريم بالبيان، والإفصاح وبحسن التفصيل، والإيضاح وبجودة الإفهام، والحكمة البالغة.

وقال تعالى: (وَكُلُّ شَيْءٍ فِصْلَانُهُ تَفْصِيلًا) [الإسراء 12] فالبيان؛ بالمفهوم الاتصالي: هو الإفصاح، أي قول الحق، وإظهار المقصود وهو كما جاء بلسان العرب (بين) حسن الفهم وذكاء القلب مع اللسان وأصله الكشف والظهور ذلك أن الاتصال بعين انتقال المعلومات أو الأفكار أو الاتجاهات (2).

وقال "ريتشاردز 1982" بأن: الاتصال يحدث حيث يؤثر عقل في عقل آخر، فتحدث في عقل المتلقي خبرة مشابهة لتلك التي حدثت في عقل الرسل.

(1) منجد الطلاب، دار المشرف، بيروت، لبنان، الطبعة 46، ص 929.

(2) كامل خور رشيد، مواد الاتصال الجماهيري والإعلام التطور، الخصائص، النظريات، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2011، ص 50.

## (ب) اصطلاحا:

الاتصال عبارة عن عملية إرسال أو استقبال رموزا ورسائل، سواء كانت هذه الرموز شفوية أو كتابية، لفظية أو لا لفظية، ويعتبر الاتصال أساسا التفاعل الاجتماعي، الذي يؤدي على نشوء علاقات متنوعة، ومتعددة في مختلف الموافق سواء كان ذلك بين شخصين أو أكثر وقد عرف (rogers) الاتصال على "أنه نقل المعلومات أو تحويل فكرة ما، من شخص مرسل إلى شخص آخر مستقبلا ذلك بغية تغيير سلوكه" (1)

- يعرف قاموس أكسفورد الإتصال بأنه "يعني نقل وتوصيل، وتبادل الأفكار والمعلومات (بالكلام) وبالكتابة أو بالإشارات، بحيث يتم تبادل المعلومات والأفكار بين مرسل ومستقبل أو مرسل ومستقبلين، بالإضافة إلى أنه يعني المشاركة في الرأي، واتخاذ القرار والاشترك في تبادل المعلومات، والمشاعر واتجاهات، وهذا يعني أن الإتصال يشل عملية تفاعل أخرى تهدف إلى تقوية المصالح الاجتماعية عن طريق تبادل الأفكار والمشاعر والمعلومات والتخاطب أو التباغض (2).

- وتعرف القواميس أيضا الاتصال باعتبار أن كلمة الاتصال Communications تشتق من الأصل اللاتيني الفعل Communicate بمعنى يستع عن طريق المشاركة، ويرى البعض الآخر أن الكلمة اللاتينية Communis ومعناه common بمعنى عام أو مشترك، وينظر علماء الاجتماع إلى الاتصال باعتباره ظاهرة اجتماعية، وقوة رابطة Binding Force لها دورها في تماسك المجتمع، وبناء العلاقات الاجتماعية وهنا يؤكد (سرام) "أن المجتمع الإنسان يقوم على مجموعة من العلاقات، قوامها الإتصال وأن ما يجمع الأفراد ليس قوة غيبية أو سحرا وقوى مطلقة، وإنما هي علاقة الإتصال التي هي ضرورة من ضرورات الحيات الاجتماعية ذاتها.

(1) عشوي مصطفى، أسس علم النفس الصناعي والتطبيقي، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1992، ص 67.

(2) جمال محمد أبو شب، الاتصال والإعلام والمجتمع (المفاهيم والقضايا والنظرية)، دار المعرفة الجامعة، 2009،

كما يعرف "حسين الطوبيجي" الاتصال بأنه: "عملية التي يتم بمقتضاها تكوين العلاقات بين أعضاء المجتمع بصرف النظر عن حجم المجتمع، وطبيعته وتكوينه وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والتجارب فيما بينهم" (1).

### خصائص الاتصال: Communication Characteristics

(1) الاتصال عملية مستمرة Continuons Process نظرا لأن الاتصال يشمل على سلسلة من الأفعال ليس لها بداية أو نهاية محددة.

(2) الاتصال يشكل نظاما متكاملًا System Complete : يتكون الاتصال من وحدات متداخلة تعمل جميعا حينما تتفاعل مع بعضها البعض، من مرسل ومستقبل ورسائل ورجوع صدى وبيئة اتصالية، فإذا ما غابت بعض العناصر أو لم تعمل بشكل جيد فإن الاتصال يتعطل أو يصبح بدون التأثير المطلوب.

(3) الاتصال تفاعلي وأن ومتغير Time Ly Andere – Changion ,Interaccre أن الاتصال نشاط يتبني على التفاعل مع الآخرين، حيث يقوم الشخص بالإرسال والاستقبال في الوقت نفسه، و لا يمكن أن يتصل شخص بأخر ثم ينتظر الآخر حتى وصول الرسالة ثم يقوم بإرسال رسالة إليه أو يستحب لرسالة إننا عادة ما نرسل رسائل إلى الآخرين حتى قبل أن يكتمل إرسال رسائلهم إلينا (2).

(4) الاتصال عملية ديناميكية Dynamic Process: الاتصال عملية تفاعل اجتماعي يتم تبادل المعلومات والأفكار بين الناس.

(5) الاتصال عملية دائرية Circulan Process: لا تسير عملية الاتصال في خط واحد من شخص لآخر، بل تسير في شكل دائري حيث يشترك الناس جميعا في الاتصال.

(1) محمد فهمي، فن الاتصال في خدمة الاجتماعية، الوفاء لدنيا الطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2010، ص 24.

(2) ينظر إكمال خو رشيد مراد، المرجع السابق، ص 49.

(6) الاتصال عملية لا تعاد Unrepeatable Process: تتغير الرياسة الاتصالية بتغير الأزمان والأوقات والجمهور المستقبل وكذلك معناها.

(7) لا يمكن إلغاء الاتصال: Communication Irreversible: ليس من سهل إلغاء التأثير الذي حصل من الرسالة الاتصالية، وأن كان غير مقصود كزلة اللسان أو الخطأ في تحييز الزمان أو المكان أو الموقف الاجتماعي .

(8) الاتصال عملية معقدة Communication Complexes : الاتصال عملية تفاعل اجتماعي تحدث في أوقات وأماكن ومستويات مختلفة (1).

(9) نظام من الرموز: تشكل العلاقة الرمزية جوهر العملية الاتصالية، وتقم قسما مشتركات بين عناصرها، والرموز هو ما يستخدم عمد البحر محل الشيء أو معنى آخر والرمز Symla حسب مفهوم وايت White هو شيء يكتسب قيمته أو معناه ممن يستخدمونه، فالمعنى ليس أصيلا في الرمز إنما ينشأ معنى الرمز من التفاعل الإنساني، كما يبقى عملية يشرية وهو ما يسمى بالتفاعل الرمزي Interaction Symbolic والذي بعد الشكل المثالي من التواصل المميز و اللازم للحياة الاجتماعية وأداته في البقاء والاستمرار (2).

(1) ينظر جمال محمد أبو شنب، المرجع السابق، ص 22.

(2) ينظر فواز منصور الحكيم، سوسو نوجيا، الاعلام الجماهيري، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، الطبعة الأولى، 2011، ص26.

## عناصر الاتصال:

## أولا المرسل:

هو مصدر الرسالة أو البداية لعملية الاتصال، وتميلك لمصدر بعض الأفكار والمعلومات والمعارف، فضلا عن وجود هدف محدد لقيامه بعملية الاتصال، ويختلف المرسل من أطار آخر، حيث يتكون في مجال التعليمي هو المعلم وفي المؤسسات الاجتماعية يكون أحد العاملين أو رئيس العمل، وفي مجال الخدمة الاجتماعية لا يتكون المرسل هو الأخصائي الاجتماعي ويقوم المرسل بتحويل الرسالة التي يريد أن يبعها إلى رموز من خلال قنوات اتصال مختلف (1).

ويعتبر المرسل هو المسؤول عن إعداد وتوحيد المعلومات، والمفاهيم أو المهارات أو المبادئ أو الإتجاهات التي يحتاجها من يتعامل معهم، من الأفراد أو الجماعات في موقف معين (2).

## ثانيا المستقبل:

هو الجهة أو الشخص الذي توجه إليه الرسالة ويقوم بحل رموزها Message Decoded بغية التواصل إلى تفسير محتوياتها، وفهم معناها ونعكس ذلك في أنماط السلوك المختلفة التي يقوم بها أو يجب ألا يقاس نجاح عملية الاتصال بما يقدمه المرسل، وبكل بما يقوم به المستقبل سلوكيا، فالسلوك هو المظهر والدليل على نجاح الرسالة وتحقيق الهدف وبنبعي أن يدرك المدرس أن نجاح الدرس لا يقاس بمقدرته على تقديم المعلومات، ولكن يقاس بما يقوم به التلميذ ويستدل منه على بلوغ الهدف (3).

(1) ينظر نجلاء محمد صالح، مهارات الاتصال في خدمة الاجتماعية، الأناض نظرية العلمية، الدار الثقافة للنشر، الطبعة 01، 2012، ص 29.

(2) ينظر محمد سيد فهمي، المرجع السابق، ص 29.

(3) ينظر جمال محمد أبو شنب، المرجع السابق، ص 15.

**الرسالة Message:**

هي مجموعة الأفكار والمفاهيم أو المهارات أو المبادئ أو القيم أو الاتجاهات، التي يرغب المرسل في توجيهها لمن هم في حاجة إليه، من الأفراد أو الجماعات لاشتراكهم فيها.

ومن أمثلة ذلك مجموعة الحقائق العلمية التي يقدمها المدرس لتلميذ وكذلك الاتجاهات الفكرية التي يرغب المعلم في نقلها للناس وكذلك (1).

الإحساس الفرح أو الحرية الذي يحاول الفنان أن يشرك الجمهور فيه، فهو رسالة وأيضا المعلومات التي يوجهها الأخصائي لاجتماعي لعملائه عن المؤسسة وشروط الاستفادة من خدماتها أو معلومات عن المؤسسة الأخرى التي تدخل في نطاقها شكله أحد العملاء تعتبر هذه المعلومات رسالة من أجل ذلك، يعرف كثيرون الرسالة بكونها مجموعة من الرموز المرتبة التي لا يتضح معناها إلا من نوع السلوك، الذي يمارسه المستقبل (2).

**وسيلة الاتصال channel or medium:**

وهي التي ستخدم في نقل الرسالة فالرمز أو الشكل أو اللغة تعتبر رسائل يستعملها المرسل ليعبر بها عن رسالتها التي يرغب في توجيهها إلى المستقبل عن الأفكار أو المهارات لا تنقل من تلقاء نفسها بل تحتاج إلى وسيلة تعبر عنها.

من معلوم أن هناك العديد من الوسائل التي يمكن أن يستعملها المرسل في نقل رسالته، وقد تكون هذه الوسائل لفظية سواء منها المنطوقة مثل المحاضرة ومناقشة والندوة أو المكتوبة مثل الكتب أو المذكرات أو الخطابات أو النشرات أو التقارير.

(1) ينظر محمد سيد فهمي، المرجع السابق، ص 29.

(2) ينظر محمد سيد فهمي، المرجع السابق، ص 16.

وقد تكون هذه الوسائل غير لفظية كالصورة والرسوم التوضيحية وكلها تعددت الوسائل أتاحت الفرصة للمرسل أن يتخير من بينها الوسيلة التي تتناسب مع الرسالة ومع المستقبل الذي يوجه رسالته إليها (1).

- رجع الصدى أو التغذية العكسية: الرجوع هو الإجابة التي يجيب بها المستقبل على الرسالة التي يتلقاها من المرسل، وقد يأخذ الرجوع نفس الشكل الذي تأخذه الرسالة، وقد يأخذ شكلا مختلفا، وعن طريق الرجوع يستطيع المرسل أن يفهم ما إذا كان المستقبل قد تلقى الرسالة أم لا، وهل فهم محتواها أم لا وهناك بعض علماء الاتصال يرون أن عناصر الاتصال تقتصر على أربعة فقط (المرسل، المستقبل، الرسالة، الوسيلة) ويهتمون الرجوع كعنصر خاص، وتفسيرهم لذلك أن الرجوع يشكل رسالة لها نفس العناصر الأربعة؛ إذ يصبح المستقبل مرسلا والمرسل مستقبل ولكن أغلبية خبراء الاتصال يرون أن عملية الاتصال تصبح عملية ناقصة دون الرجوع والتغذية العكسية، كما أنها تجعل عملية الاتصال دائرية أكثر منها طويلة ذات اتجاه واحد (2).

### أهداف الاتصال:

لاعتبار الاتصال عملية اجتماعية لا يمكن أن تعيش الجماعات الإنسانية دونها، فهو يسعى إلى تحقيق هدف عام، وهو التأثير في المستقبل حتى تحقق المشاركة في الخبرات والأفكار مع المرسل، وينتج عنها إكساب أو تعديل اتجاهات المستقبل أو تغييرها، كما أن عملية الاتصال تسعى إلى تحقيق أكثر من هدف في الوقت واحد و تحدد أهداف الاتصال في التي:

**(1) هدف توجيهي:** ويمكن أن يحقق ذلك حينما يتوجه الإتصال إلى اكتساب المستقبل اتجاهات جديدة، أو تعديل اتجاهات قديمة مرغوب فيها، وقد وضح من خلال الدراسات

(1) ينظر جمال محمد أبو شنب، المرجع السابق، ص 16.

(2) ينظر محمد سيد فهمي المرجع السابق ص 30

العديدة التي أجريت أن الاتصال الشخصي أقدر على تحقيق هذا الهدف من الاتصال الجماهيري.

**(2) هدف تثقيفي:** ويتحقق هذا الهدف حينما يتوجه الإتصال نحو تبصير وتوعية المستقبلين بأمور تهمهم، بقصد مساعدتهم وزيادة معارفهم واتساع أفقهم لما يدور حولهم من أحداث (1).

**(3) هدف تعليمي:** وتقوم عملية الاتصال بتحقيق هذا الهدف، من خلال اكتساب المستقبل خبرات أو مفاهيم ومعلومات ومهارات جديدة، أو تنمية مهاراته وخبراته ويتم ذلك باستخدام وسائل مختلفة، كالندوات والمحاضرات وغيرها، وذلك لمساعدة المستقبلين على ممارسة وظائفهم في المجتمع بكفاءة (2).

**(4) هدف ترفيحي أو ترويحي:** ويتحقق هذا الهدف حينما يتوجه الإتصال نحو إدخال البهجة والسرور والاستمتاع إلى نفس المستقبل (3).

**(5) هدف إداري:** وتحقق هذا الهدف حينما ينجح الإتصال إلى تنمية وتطوير العمل في الجهاز الإداري للدولة، والقطاع الخاص ويتم عن طريق توزيع المسؤوليات ودعم وتعزيز التفاعل بين العاملين بالمؤسسات الاجتماعية، من أجل تحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية أكثر (4).

(1) ينظر محمد سيد فهمي، المرجع السابق، ص 32.

(2) ينظر نجلاء محمد صالح، المرجع السابق، ص 45.

(3) ينظر نجلاء محمد صالح، المرجع السابق، ص 46.

(4) ينظر محمد سيد فهمي، المرجع السابق، ص 33.

**(6) هدف اجتماعي:** حيث يتيح الفرصة لزيادة احتكاك الجماهير بعضهم البعض الأخر، وبذلك تقوى الصلات الاجتماعية بين الأفراد، وفي الواقع أن الإتصال قد يجمع بين أكثر من هدف في وقت واحد (1).

**(7) هدف مهني:** تسعى عملية الإتصال إلى تحقيق التطوير والتقديم المنشود في كل المجالات والبياديين بالمجتمع، وذلك بالاعتماد على عناصر الإتصال المختلفة واختيار الوسائل التي تتناسب مع طبيعة الموقف الإتصالي.

**(8) هدف تكنولوجي:** ويتحقق هذا الهدف حينما يسعى الإتصال إلى تحقيق التغيير عن المجتمع بمواكبة التغيرات الناتجة عن التكنولوجيا، والعولمة الثقافية؛ مثل استخدام وسائل الإنترنت والكمبيوتر، والفاكس، والتلفزيون، المحمول وغيرها من الوسائل، التي تساهمت في التواصل مع المجتمعات.

**تعريف الاتصال الجماهيري:** هو اتصال منظم، ومدروس يقوم على ارسال رسائل علمية صادرة عن مؤسسة إعلامية للاتصال الجماهيري (المؤسسة إذاعية أو صحفية أو وكالة إعلان أو دار النشر أو تليفزيونية) عبر وسيلة اتصال جماهيرية (سمعية أو البصرية أو سمعية بصرية) إلى جمهور عريض من الناس بقصد التأثير على معلوماتهم أو اتجاهاتهم أو سلوكهم (2).

- هو كذلك العملية التي يقوم فيها القائم بالاتصال ببث رسائل مستمرة ومتعددة من خلال الوسائل الإلكترونية والآلية إلى عدد كبير منتشر من المتلقين في محاولة للتأثير عليها بطرق متعددة (3)، ويتميز الاتصال الجماهيري في قدرته على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات، والأفراد غير معروفين للقائم بالاتصال

(1) ينظر نجلاء محمد صالح، المرجع السابق، ص 46.

(2) ينظر جمال محمد ابو شنب، مرجع السابق، 209.

(3) ينظر محمد عبد الحميد، الاتصال في مجالات الإبداع الفني والجماهيري، المطبعة النموذجية للأوفيس، رقم الإبداع

1993/1994 ، ص 36.

تصليح الرسالة في اللحظة نفسها وبسرعة مدهشة مع القدرة على تنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة أصلاً، والقدرة على نقل المعارف والمعلومات والترفيه<sup>(1)</sup>.

فهو إذن من أهم الظواهر البشرية والاجتماعية، الأداة نتاج للتفاعل بين الفرد والمجتمع، كما أنه يعني (أي الاتصال الجماهيري) الضرورة البشرية الملحة التي يعيش الإنسان معها طوال عمره، لأجل إشباع حاجاته المتعددة.

والاتصال الجماهيري يتحقق عبر وسيلة توزيع على جمهور واسع، ولا تحقق فيه عملية التغذية المرتدة (أو رجع الصدى) إلا بشكل قليل جداً.

ولقد برزت عبارة الإتصال الجماهيري منذ اختراع المطبعة، على يد الألماني يوحناغو تنبيرغ منتصق القرن الخامس عشر الميلادي أما مطلع القرن العشرين فيعد انطلاقة عصر الإتصال الإلكتروني الحديث الإذاعي و التلفازي<sup>(2)</sup>.

ومن هنا، يمكن القول أن الإتصال الجماهيري، هو بث وإرسال ونشر رسائل متنوعة<sup>(3)</sup>.

### خصائص الاتصال الجماهيري:

1) يعتمد على التكنولوجيا أو وسائل النقل، وسواء كانت ميكانيكية أم إلكترونية، مثل الصحف والمجلات والراديو والتلفزيون والسنيمات ومن كل ذلك، بهدف نشر الرسائل الإعلامية على نطاق واسع وبسرعة كبيرة إلى الجماهير المنتشرة.

2) يعمل الإتصال الجماهيري على تقديم معني مشتركة لملايين الأشخاص الذين لا يعرفون بعضهم البعض معرفة شخصية، فالمساحات الشاسعة والتمايز بين الجماهير يجعل

(1) صالح خليل أبو أصبع، الاتصال الجماهيري، الدر الشروق للنشر والتوزيع، عمان الطبعة، 01-1999، ص15.

(2) ينظر فواز منصور الحكيم، مرجع السابق، ص154.

(3) ينظر يوسف مرزوق، عن كتابة للإذاعة والتلفزيون، دار المعرفة الجامعة للنشر والتوزيع 2009، ص 20.

الإتصال الجماهيري مختلفا عن أنواع الإتصال الأخرى فالمرسل والمستقبل لا يعرف كلاهما الآخر معرفة حقيقية (1).

(3) يحتاج الإتصال الجماهيري إلى مؤسسة إعلامية معقدة الإعداد وإنتاج الرسائل الاتصالية المنظمة والمدروسة والمؤثرة.

(4) يسير الإتصال الجماهيري في اتجاه واحد حيث يقوم مرسل واحد بإرسال رسالة اتصالية علنية إلى جمهور عريض من المستقبلين قد يكونون بالملايين.

(5) المشتركون في الإتصال الجماهيري لا يعرفون بعضهم الآن الرسالة الاتصالية عامة للجميع وهناك انفصال بين المرسل والمستقبل في المكان.

(6) ترسم الرسالة الاتصالية الجماهيرية بالفورية.

(7) الرسالة الإتصالية عرضه للرقابة من قبل الرقيب (2).

(8) تستهلك الرسائل الاتصالية للجماهيرية بسرعة، وتستبدل برسائل أخرى، فالمعلومات والإخبار متجددة باستمرار.

(9) يتم بث أو توزيع الرسائل الاتصالية الجماهيرية بسرعة هائلة.

(10) جمهور الإتصال الجماهيري غير متجانس فهو متنوع الفئات، ومختلف الثقافات، والسول والاتجاهات والانتماءات والظروف الحياتية (3).

(11) إن السيطرة على العملية الاتصالية تكون في يد المستقبل أو متلقي أكثر، لأنه هو الذي يختار وسيلة الإتصال الجماهيري، وموضوع الإتصال ويتحكم في عملية

(1) ينظر سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الإتصالي الجماهيري، جدار للكتاب العالمي، عمان الأردن، الطبعة الأولى، 2008، ص 34.

(2) ينظر جمال محمد أبو شنب، المرجع السابق، ص 23.

(3) ينظر جمال محمد أبو شنب، المرجع السابق، ص 211.

الإستقبال بالطريقة التي تتفق مع سماته العامة، والاجتماعية وحاجاته ودوافعه من الاستقبال (1).

12) تتسم المصادر في الاتصال الجماهيري بكونها ناتجة عن منظمات رسمية، مثل (الشبكات، السلاسل) فالالاتصال الجماهيري عبارة عن انتاج جماعي عادة ما يتسم بالبيروقراطية التي تستهدف تحقيق الربح أو كسب الولاء مهما كانت الظروف.

13) يتم التحكم في الإتصال الجماهيري من خلال العديد من (حراس البوابة) الإعلامية، ففي حين يتحكم شخص واحد في طبيعة الرسائل المنقولة في حالة الإتصال المواجهي، إلا أنه في حالة الإتصال الجماهيري يوجد مجموعة من الأشخاص الذين يتحكمون في شكل ومحتوى الرسائل التي تنقلها وسائل الإعلام (2).

14) يتميز هذا الاتصال، بأنه من جانب واحد، ففي الغالب الإنتاج للقارئ أو المستمع، أو المشاهد، طريقة سهلة، لكي يوجه الأسئلة أو يعقب أو يستوضح ما غمض عليه في الرسالة الموجهة إليه.

15) انتشار الإتصال الجماهيري عبر الزمان والمكان، يمضي الإنسان يومه متحدثا ومتحدثا إليه وكاتبا وقارئا للحديث والقديم ومستمعا ومستجيبا للعديد من الرموز الثقافية المحلية والعالمية، لهذا يوجد الإتصال الجماهيري في كل مكان اللحظة، ولا غني عنه، من هنا يعتبر الإتصال الجماهيري عن الأوضاح القائمة والبيئة المحيطة والثقافية المميزة لشعب معين أو المناخ الثقافي، الذي يعبر عن حقيقة المجتمع وأوضاعه.

16) قابلية الاتصال الجماهيري للتنبؤ به بدرجة من الاحتمال، أكدت الأبحاث العلمية أن الذي يحدث عندما تصل رسالة معنية من مصدر محدد، إلى جمهور معين، فإن الأمر يعد مسألة قابلة للتنبؤ بأثارها بدرجة مناسبة من الاحتمال.

(1) ينظر محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص 37.

(2) ينظر سعاد جبر، المرجع السابق، ص 24.

(17) صعوبة الحصول على معلومات عن المستقبلين (1).

### أنواع الاتصال الجماهيري:

**(1) الاعلام:** وهو عملية اتصال موضوعية تهدف وترمي إلى تزويد الجماهير بالمعلومات الصحيحة و تنظم التفاعل بينها.

**(2) الإعلان:** وهو من وسائل الرعاية التجارية لتسويق المنتجات والسلع عن طريق توجيه الجمهور ولفت نظره، ولا شك أن الترويج لهذه السلع أسهل من ترويج الافكار والمبادئ وذلك لأن الحاجة المادية أقوى بكثير عن الإنسان من غيرها (2).

**(3) التعليم:** يعرف التعليم على أنه الإحداث السلوك مستجد عند المتعلم، يحمل نظريات مختلفة في طريق تنمية الفكر وتقوية ملكات النقد وتربية الشخصية، كما أن التعليم يوثق جذور الحضارة مع الحاضر فيغرس في الأذهان المفاهيم والمبادئ المستحبة.

**(4) الدعاية:** ويتميز هذا النوع من الاتصال الجماهيري بأسلوب الأعراء والاستهواء، بغض النظر الى الموضوع الذي ترمي وتهدف إليه فهي ترمي إلى التأثير على السلوك أكثر مما ترمي إلى الإقناع، لذا نجد لها قوياً التكتير في المجتمع النساء والجماعات البدائية والفقير والأطفال ومن وسائل الدعاية المألوفة نجد الصحف والتلفزيون والمجلات وأغلفة البضائع (3).

(1) ينظر فواز منصور الحكيم، المرجع السابق ص156.

(2) ينظر فواز منصور الحكيم، المرجع السابق، ص 156.

(3) ينظر فواز منصور الحكيم، المرجع السابق، ص 157.

## الشروط الأساسية لوجود الاتصال الجماهيري:

تحتاج وسائل الاتصال الجماهيري كي تنمو وتزدهر في أي مجتمع من المجتمعات الى وجود بعض الشروط الأساسية الواجب توافرها فيها، ومن ضمن هذه الشروط يمكننا الإشارة إلى ما يأتي:

**أولاً:** يوجد قاعدة اقتصادية متينة توفر التمويل الأزمة للحصول على تكنولوجيا الاتصال، كالمطابع ومحطات إذاعية وتلفزيونية، وكذلك توفر المبنى الأساسية اللازمة مثل شبكة الطرق والنقل والكهرباء مما يسهل عمليات التوزيع للوسائل المطبوعة، والبث للإذاعتين المسموعة والمرئية (1).

**ثانياً:** وجود قاعدة علمية وثقافية في المجتمع، بحيث يكون بإمكانها إنتاج معلومات وتوزيعها واستهلاكها، ويدخل في هذا المجال زيادة التعليم بين أفراد المجتمع، فالعلاقة بين المستوى العلمي والثقافي وزيادة التعليم تتناسب طردياً مع تقدم وسائل الاعلام الجماهيري، ومع زيادة حجم استهلاك الجمهور لها، فعلى سبيل المثال نجد أن توزيع الصحف والمجلات والكتب ينحدر انحداراً كبيراً في المجتمعات التي تسود فيها الأهمية بينما يزداد التوزيع مع ازدياد نسبة التعليم (2).

**ثالثاً:** قدر معقول من الكثافة السكانية في المجتمع ذلك أن وسائل الاعلام الجماهيري ذات تكلفة باهظة و تشغيل تلك الوسائل بفعالية يحتاج إلى كثافة سكانية ليتمكنها أن تستهلك إنتاج الوسائل الإعلامية، وليمكننا أن نفهم لماذا يمكن أن تنجح جريدة محلية في المدينة، بينما يمكن أن تفشل جريدة محلية في القرية، ذلك أن ضمان استمرارها يتمثل في المقدرة على تغطية تكاليفها، والتي لا تتحقق إلا بعد أدنى من التوزيع مما يضمن لها كذلك سوق جيدة للإعلانات (3).

(1) ينظر صالح خليل أبو اصبع، المرجع السابق، ص15.

(2) ينظر صالح خليل أبو اصبع، المرجع السابق، ص16.

(3) ينظر: صالح خليل أبو اصبع، المرجع السابق، ص16.

**رابعاً:** توفير مناخ ملائم من حرية الرأي، ففي المجتمعات التي تتيح المجال للإظهار الرأي والرأي الآخر وحرية التعبير، نجد أن وسائل الإعلام أكثر تقدماً أو أكثر تعبير عن مصالح الناس وآرائهم، مما يفر لهذه الوسائل شعبية بحيث يكون لها جمهور واسع يدعم وجودها ويعطيها مبرراً للبقاء وللبحث عن سبل تقدمها وتطوير أدائها.

**خامساً:** الإمكانيات التكنولوجية المتاحة للاتصال، سواء كانت متمثلة بالبرق أو الهاتف أو الأقمار الصناعية أو المطابع، فإن توافرها سيسهم في دعم وتطوير عملية الإتصال الجماهيري، وقد لمت وسائل الإتصال الجماهيري في ظل ظروف تاريخية خلال القرنين التاسع عشر و العشرين (1).

### العلاقة بين وسائل الإعلام و الجمهور:

وسائل الإعلام هي الجهاز العصبي للحياة العصرية، بعد أن خضعت أنشطة أفراد المجتمع لإيقاعها نظراً لما تملكه من أثريو من وحركة متجددة، وصوت أعلى في الفعاليات الإنسانية، فهي النافذة التي يتعرف أفراد المجتمع من خلالها على صور التنمية الحضارية المختلفة، وفي الوقت نفسه هي وسيلة فاعلة ومؤثرة في تكوين الصورة الحقيقية عن المجتمع، تقديم المعلومة والتحليل السياسي والرأي الاجتماعي والترفيه والتثقيف والتعليم (2).

(1) ينظر صالح خليل أبو اصبح، تحديات الإعلام العربي، دار الشروق للنشر والتوزيع، 1999، ص45.

(2) عزام أبو الحمام، المرجع السابق، ص41.

وللوسائل الإعلامية دور في بناء الرأي والتعبير عنه في المجتمع، من خلال توفيرها المعلومات الوافية والخلفيات المطلوبة حول القضية، أو الموضوع المطروح للنقاش، فالمجتمع لا بد أن يبني آرائه وأفكاره على معلومات وافية ودقيقة لا بد أن تتيح هذه الوسائل الفرصة لمختلفة الآراء والاقتراحات الأفراد المجتمع، تضافرت عدة عوامل في انتشار وسائل الإعلام فقد كان الانتشار<sup>(1)</sup>، وتوسع التعليم لم التقدم الاقتصادي لم بروز وانتشار بعض أنظم الديمقراطية، وتقدم تكنولوجيا الإتصال الدور الحاسم في دخول وسائل الإعلام والاتصال في حياة الناس اليومية، وبعد أن كانت وسائل الإعلام تتوجه إلى النخب وقاية الرأي في شتى المجالات، فقد صارت تهتم بقطاعات واسعة من تلك الجماهير بعد أن راحت فئات واسعة منها تهتم و تشارك في مناحي الحياة المختلفة<sup>(2)</sup>.

---

(1) عزام أبو الحمام، المرجع السابق، ص42.

(2) عزام أبو الحمام، المرجع السابق، ص42.

# الفصل الثاني

## الاتصال الثقافي

- تعريف الثقافة.
- الاتصال الثقافي.
- الثقافة الجماهيرية.
- الوسائل الإعلام و دورها التنويري في نشر الثقافة.
- تعريف التلفزيون.
- مزايا التلفزيون.
- التلفزيون كأداة ثقافية ووسيلة اتصال جماهيرية.

## تعريف الثقافة:

إن لفظ الثقافة إنما هو لفظ لا تكاد تعثر له على أثر في التراب العربي القديم، وهو اسم مفعول من "ثقف" بمعنى "حذق" جاء من لسان العرب ثقف الشيء ثقفا و ثقافا وثقوفة: حذق ورحل ثقف وثقف حاذق فهم، ولا يرد لفظ متقف، أما لفظ الثقافة فقد ورد كمصدر بمعناه الحذق: وثقف الرجل ثقافة أي صار حاذق نفيها (1).

الثقافة هي جماع السمات المميزة للأمة، من مادية وروحية وفكرية وفنية ووجدانية، وتعرف بأنها المخزون الجماعي للمعرفة، والخبرة، والمعنى، والمعتقدات، والقيم، والموافق، والأديان، ومفاهيم الزمان، والمسافة التي تكتسبها مجموعات كبيرة من الأفراد وتتوارثها عن الأجيال المتعاقبة، ويشير مفهوم الثقافة في علم الإنسان الأنثروبولوجيا إلى كل ما يقيم في المجتمع من أحداث، أي العادات والممارسات التي تنحدر من جيل إلى آخر، كما أن الثقافة تتضمن جميع القوى والعوامل التي تسهم في تشكيل سلوكنا في المجتمع، وتعني كلمة الثقافة في اللغة العربية "الحذق" والدراية التهذيب فنقول العرب ثقف الرمح: سواه، ثقف الولد: علمه وهذبه، والتنقيف من الرجل الشديد الحذق، ويذكر المعجم الوسيط أن مجمع اللغة العربية (المصري) عرف الثقافة بأنها العلوم والمعارف، والفنون التي يطلب "الحذق" فيها أما ثقف الشيء، فيعني أقام المعرج منه وسواه وثقف الإنسان "أدبه وهذبه وعلمه وأما التنقيف فهو الإنسان الذي صار حاذقا وفطنا.

(1) ينظر عزام أبو الحمام، الإعلام الثقافي جدليات وتحديات، دار أسمة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2010، ص 71.

الثقافة إذا هي النتاج الاجتماعي الفكري، الذي يؤدي بعد التأثر به إلى إحداث تبادلات نفسية واجتماعية في المتلقين له، فيصبح أسلوب حياة وتعد وسائل الإتصال من القنوات المهمة التي تقدم مضامين ثقافية إلى جمهور المتلقين (1).

### الاتصال الثقافي:

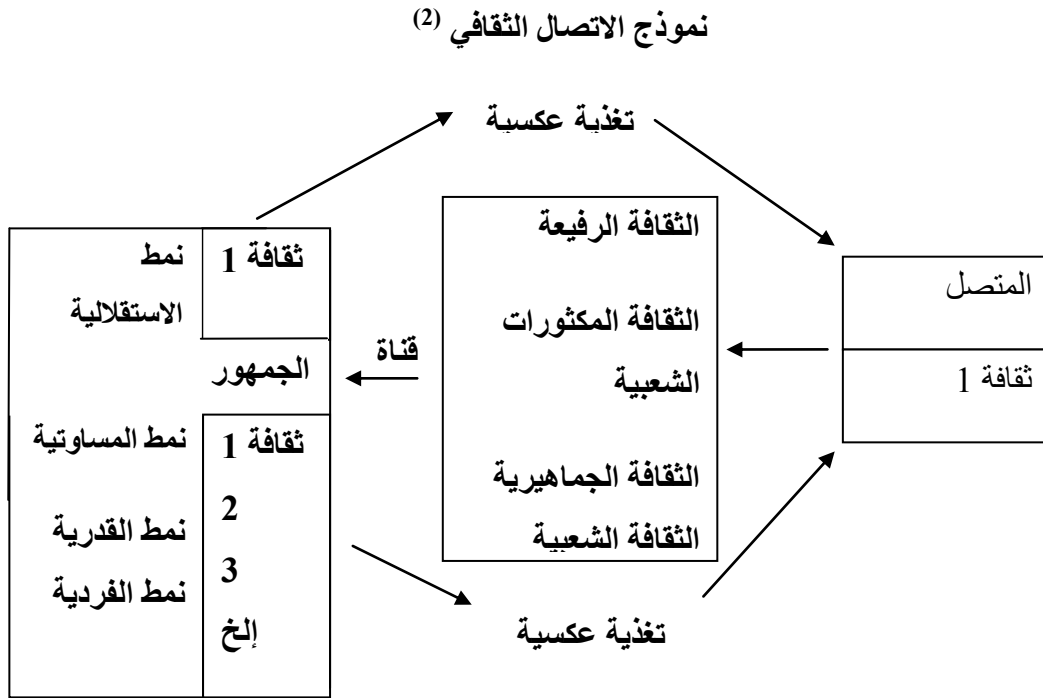
من عرضنا السابق لعناصر العلمية الاتصالية الثقافية، ودورها الفاعل في تشكيل وعي الإنسان وقيمة واتجاهاته تخلص ما يلي:

- 1) هناك أنماط ثقافات اجتماعية مختلفة تشكل المجتمع الإنساني.
- 2) وهناك أنماط ثقافات اجتماعية فكرية سواد المجتمع الواحد في إطار المجتمع الإنساني.
- 3) وهناك أنماط ثقافية فكرية مختلفة تشمل فكر الإنسان ونتاجه.
- 4) وأن الثقافات في عصرنا الحالي متخلفة بعضها على بعض.
- 5) وأن المتصل يؤدي دورا فاعلا في عملية التنمية الثقافية، والتأثير في المجتمع من خلال عملية الاتصال الجماهيري (2).

(1) ينظر عصام سليمان الموسى، التطوير الثقافي الجماهيرية العربية، المركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، الطبعة الأولى، 2002، ص 29-30.

(2) ينظر عصام سليمان الموسى، الرجوع السابق، ص 52.

(2) ينظر عصام سليمان الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، الطبعة 04، الأردن، مكتبة الكتابي، 1998، ص 205.



(6) وأن تقنية الاتصال الحديثة تتيح للجمهور أن يختار من فيض الرسالة الثقافية ما يناسب ذوقه.

(7) وأن تقنية الاتصال الحديثة تتيح للمتصل أن يعبر حدود الثقافة الواحدة، إلى الثقافة ثانية وثالثة ورابعة، بما يعنيه ذلك من أن التبادل والتفاهم الثقافي، ليتمكن أن يخلق علاقات دولية شعبية.

(8) وأن هذه الرسائل التي يبعث بها المرسل ويتلقاها المستقبل تسهم في نقل الإنسان من نمط اجتماعي إلى آخر.

(9) وأن الجمهور بموجب نظريات الاتصال الحديثة جمهور فاعل يملك هذه الاستنتاجات، يصورها نموذج الاتصال الثقافي في الشكل الذي ورد أنفاً<sup>(1)</sup>، وبموجب هذا النموذج يمكن طرح الفرضيات التالية:

**(1) فرضية الاتصال المغلق:** إن المتصل الذي يمثل نمطا اجتماعيا ثقافيا، يكون بحكم تكوينه منفتحا على أنماط الثقافات الفكرية السائدة الرفيعة والمأثورات، والفنون الشعبية، والشعبية والجماهيرية، فيقدم منها رسالة تعكس سياسة تحيزه الثقافي الذي يتكون من أحد أنماط ثقافات التدرج والمساواتية والقدرية والفردية والاستقلالية بهدف تحقيق آثار محددة تسعى إلى بناء و النمو.

**(2) فرضية الاتصال المنفتح:** إن الجمهور بأنماطه الخمسة يملك خيارات انتقائية بين الرسائل المتاحة<sup>(2)</sup> فيقرر التعرض لرسائل تناسب ذوقه وميوله، يرسلها متصل منحازا غير منحاز لثقافة ذلك الجمهور يسعى لتحقيق آثار محددة تخدم أغراض تحيزه الثقافي<sup>(3)</sup>.

**(3) فرضية التأثير الثقافي:** إن وسائل الاتصال بما تقدمه من وسائل تحمل سمات ثقافية تمثل الثقافة الأصلية والثقافة الداخلية، تؤدي إلى إحداث تغيير فكري يؤدي دورا مع عوامل وسيطة أخرى في انتقال المرء من نمط اجتماعي إلى آخر، و سيكون هذا التغيير في اتجاهين: أولها إما أن يكون التغيير ينسجم مع التحيز الثقافي للنمط الاجتماعي السائد، وإما أن يكون التغيير لا ينسجم مع التحيز الثقافي للنمط الاجتماعي السائد، والاتجاه الثاني أن يكون التغيير ينسجم مع التحيز الثقافي للنمط الاجتماعي غير السائد<sup>(4)</sup>.

(1) ينظر عصام موسى، الرجع السابق، ص 205.

(2) ينظر عصام سليمان موسى، الرجع السابق، ص 55.

(3) ينظر عصام سليمان موسى، الرجع السابق، ص 56.

(4) ينظر عصام سليمان موسى، الرجع السابق، ص 56.

الثقافة الجماهيرية (MASSCULTURE): وهي الثقافة التي تقدمها وسائل الاتصال الصلف والمجلات والمكتب الشعبية PAPERBACHS والإذاعة<sup>(1)</sup>، والتلفاز والسينما إلى جمهرة المتعلقة، وتشمل الثقافة الجماهيرية إذا البرنامج الإذاعية، والتلفازية والسينمائية، والموضوعات الصحفية والمواد الخفيفة التي تنتج بهدف تسويقها إلى الجماهير الغفيرة، ويمسى هذا الجمهور بسبب ضخامة جمهور الاتصال الجماهيري، ويتميز بأنه يشمل الناس من مختلف فئات المجتمع<sup>(2)</sup>.

### الاتصال والثقافة الجماهيرية (المجتمع الجماهيري):

يقوم الاتصال ووسائله بدور أساسي في الحفاظ على ثقافة الشعوب، ونشرها بين أفراد المجتمع وإيصالها من جيل إلى جيل، وتعمل الثقافة على أغناء الكفاءات الروحية والعقلية للإنسان، بالمقابل يحذر الباحثون والمفكرون من خطر سقوط الثقافة وتدين مستواها، لأن ذلك يقود إلى استحلال شخصية الأمة ومن ثم انهيارها، وفي العالم العربي يقدم وسائل الاتصال العربية صوفا من الثقافة الجماهيرية عبر قنواتها المختلفة: إذاعة والتلفاز والصفحة والسينما وتناول هذه الثقافة المقدمة اهتمام المفكرين والدارسين العرب، فيبدون قلقهم إزاء مستواها ونوعها، وما يمكن أن تتركه من آثار نفسية واجتماعية متباينة على المتلقين العرب، وبخاصة في نواحي المتعلقة بالتنشئة الاجتماعية والغزو الثقافي والاستلاب الفكري وغرس قيم جديدة لا تمت للواقع المعيش بصلة، ويزداد الوضع خطورة مع انتشار المحطات الفضائية و شبكة المعلومات العلمية (الإنترنت) التي تقتحم المنازل والعقول وتهدد برسائلها المقترحة القيم والعادات والتقاليد<sup>(3)</sup>.

(1) ينظر عصام سليمان الموسى، الرجوع السابق، ص 32.

(2) ينظر عصام سليمان الموسى، الرجوع السابق، ص 33.

(3) ينظر عصام سليمان الموسى، الرجوع السابق، ص 08.

وإذا كان الإنسان كائن اجتماعي لا يستطيع أن يعيش بمعزل عن الآخرين فهو عضو في جماعات منذ أن يولد، وحتى يموت سواء كانت هذه الجماعات اختيارية أو إجبارية (1).

وكان لا بد لوسائل الإعلام من القيام بدور الوسيط وهي دورها هذا دفعت الصفوة للانحدار درجة أو درجات من على منبرها المرتفع، وهي كذلك شددت الجمهور العريض وجديته درجة أو درجات ليلتقي الطرفان في مستوى معين أو عند نقطة معينة من الصيغ الثقافية التي بات يصطلح عليها بثقافة الجماهير أو الثقافة المتألفة (2).

إن هذه المعادلة في العلاقة بين المادة الثقافية وبين وسائل الإعلام ستفرض تحديات على أطراف المعادلة الثلاث: المنتجين للمادة الثقافية، ووسائل الاتصال والإعلام، ثم المتلقين وسيتبين لبعضهم من هذه المعادلة ما بدأت تكتسبه جماهير المتلقين من قوة ستؤثر في الطرفين الآخرين، ووفق هذه المعادلة، فإن وسائل الاتصال والإعلام غالباً ما سينحو إرضاء الجماهير العريضة وعلى حساب الطرف الآخر المنتجين الذين إما أنهم سينصاعون إلى إملاءات المعادلة، أو أنهم قد يحجمون عن الدخول في عملية الاتصال والإعلام أو أنهم قد يتمرسون خلق نمط واحد منها كالكتاب مثلاً إلا أن بعضهم ولا شك سيتمكن من تحقيق توازن مناسب في المعادلة فينقذ إليها يصل إلى الجمهور العريض ويكون الفائز من بين كل الفئات الأخرى، أن الثقافة الجماهيرية سارت خطوة خطوة مع تطور الديمقراطية والتعليم الشعبي (3).

(1) ينظر محمد سيد فهمي، الرجوع السابق، ص 178.

(2) ينظر عزام أبو الحمام، الرجوع السابق، ص 89.

(3) ينظر عزام أبو الحمام، الرجوع السابق، ص 90.

لذا تسعى المقاربة الحالية إلى تبيان دور الثقافة الجماهيرية، والقائمين عليها واثرها في تنمية الحياة الاجتماعية بما يساعد على تطوير نموذج نظري لبناء ثقافة جماهيرية عربية معاصره و بناءه (1).

وكذلك الاتصال في خدمة الجماعة يلعب دوراها ما، بالنسبة لتكوين العلاقات من خلال التفاعلات بين أعضاء الجماعة بعضهم البعض من جهة وبين الأخصائي من جهة أخرى، ويترتب على نمط الاتصال في الجماعة كثيرا من المتغيرات التي يستخدمها الأخصائي ويوجهها لمساعدة أعضاء الجماعة والجماعة ككل على اشباع حاجياتهم وتحقيق أهدافهم (2).

### الوسائل الإعلام و دورها التنويري في نشر الثقافة:

ويعتبر الاتصال أداة فاعلة في إحداث التغيير الثقافي داخل المجتمع، كما قد يمتد تأثيره من مجتمع إلى مجتمعات أخرى، والفضل في ذلك إنما يرجع إلى تطور تكنولوجيا الاتصال، حيث أصبحت هذه التكنولوجيا مركز المختلف أشكال التكنولوجيا فالاتصال له تأثيره القوي على التنظيم الاجتماعي والتجمعات الإنسانية، ومن ثم فإن السيطرة على الإعلام إنما تعني بالسيطرة على كل من كل مجتمع و التنظيم الاجتماعي (3).

تؤكد الاستفتاءات والدراسات المختلفة بوضوح دور التلفزيون كوسيلة للترويج والتسليّة كما أنه يساعد على نشر المعلومات بأنواعها المختلفة، فاستخدام التلفزيون قد ساعد على استخدام الوسائل الثقافية الأخرى بالنسبة للموضوع الذي يستحوذ على اهتمام

(1) ينظر عصام سليمان الموسى، الرجوع السابق، ص 09.

(2) ينظر محمد سيد فهمي، الرجوع السابق، ص 182.

(3) ينظر أحمد طلعت البشيشي، الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، دار المعرفة الجامعية، 2005، ص 35.

الفرد أي أن الذي يهتم بموضوع معين غي مجالات الرياضة أو العلم أو الرحلات أو غيرها كثيرا ما يستخدم لإرضاء اهتمامه و سائل الإعلام الأخرى المختلفة (1).

أخذت وسائل الإعلام تسهم في نشر الثقافة وتمييزها لا سيما، الأدب ولذلك أصبحت لها وظيفة ثقافية ونافست (الكتاب) منافسة شديدة في أداء هذه الوظيفة، بحكم أنها أرخص تمنا، وأكثر انتشارا وأسهل قراءات من الكتب، ولذلك قلها نجد أديبا لا يكتب في الصحف ذلك لأنها أقوى وسائل الاتصال بالجمهور وإن كانت الأجهزة الآلية كالإذاعة والتلفز أخذت تنافس الصحافة أيضا في شتى وظائفها. و بناءا على ذلك لا تكف وسائل الإعلام بإنشاء مجلات أسبوعية أو شهرية متخصصة نشر الإنتاج الأدبي والغني، بل ترى الصحف اليومية والأسبوعية تخصص أجزاء منها أو ملحقات خاصة بشؤون الثقافة والأدب والفن، وكانت فكرة الصحافة الأدبية قد انتشرت في الصحافة العربية وانتشرت أيضا البرامج الثقافية من مقابلات ودراسات وعرض لكتب صدرت حديثا في كل من الإذاعة و التلفاز أيضا (2).

### تعريف التلفزيون:

إن التلفزيون ( TELEVISION ) كلمة مركبة من مقطعين (TELE) معناه "عن بعد" و (VISION) معناه الرؤية وبهذا يكون معنى كلمة التلفزيون هو الرؤية عن بعد.

ومن جهة أخرى يمكن تعريف نظام التلفزيون من الناحية العلمية، بأنه طريقة إرسال واستقبال الصورة والصوت بأمانة من مكان إلى آخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية، ثم بواسطة الأقمار الصناعية ومحطات الأرضية في حالة البث كبير المسافة (3).

(1) ينظر أحمد بدر، الاتصال بالجمهور بين الإعلام والتطويع والتنمية، دار قباء للطباعة و النشر، 1998، ص 82.

(2) ينظر أحمد طلعت البششي، المرجع السابق، ص 39.

(3) فضيل دليو مقدمة في الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، 1998-02، ص143.

إن التلفزيون وسيلة اتصال سمعية بصرية تعتمد أساساً على الصورة، يتوقف التلفزيون على كل وسائل الإعلام، لأنه يجمع كل إمكاناتها ومميزاتها وعن طريقة يمكن تقديم المعلومات التي يتفسر نقلها عن طريق الكلمة المكتوبة أو المنطوقة أو المصورة إذا استعمل كل منها على حد يعتبر التلفزيون أقوى وسائل الإعلام MASSMEDIA التي ظهرت في القرن العشرين، ويتميز بمزايا عديدة يشارك فيها وسائل الإعلام وبتفرد دونها بمزايا أخرى حيث يقدم لمشاهديه المعارف والأفكار والخبرات في مشاهد متكاملة تعتمد على الصورة الحية المعبرة المقترنة بالصوت الدال على عمق المشاعر ومغزى الأحداث والوقائع، وبلونها الطبيعي الذي يظفي إليها مزيد من الواقعية ويزيد من فاعليتها (1).

وهو وسيلة نقل الصورة و الصوت في الوقت واحد بطريقة الدفع الكهربائي، وهو أهم الوسائل السمعية البصرية الإتصال بالجمهور عن طريق بث برامج معينة (2).

### مزايا التلفزيون:

\* يتميز التلفزيون بالتغطية الواسعة، ويمكن لرسائله أن تصل الملايين المشاهدين بالصوت والصورة، ورغم التباين الشديد بين هؤلاء المشاهدين من حيث المكان الجغرافي وأماكن التجمع، ويصل للفئات التي لا يصلها الكتب مثلاً الأمي ومحدودي القراءات.

\* يمتاز التلفزيون بأنه يعد وسيلة اقتصادية في الاتصال بالجمهور مما جعله يجذب أنظار العالم كله، ويؤثر في حياة المجتمعات رغم تنوع أساليب العرض فيه كما أنه

(1) ينظر جلال الخوادة، المذيع التلفزيوني التدريب والتأهيل، المعتر للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة، 01-2009، ص 69.

(2) عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج برامج الرادو والتلفزيون، دار الفكر العربي، 1996، ص 12.

يستطيع أن يقدم الأفكار جاهزة للإنسان وبصورة مستمرة، ويساعد أيضا في تخلص من مساوئ وعيوب القراءة باعتماده على الصوت والصورة<sup>(1)</sup>.

\* يخاطب التلفزيون حاستي السمع والبصر لدى المشاهد ويستحوذ على جل اهتمام من خلال هذه الخاصية الفريدة، ومن المعروف لدى علماء الاتصال أن 98% من مدركات الإنسان ومعلوماته العامة تأتي من حاستي السمع والبصر مجتمعتين، وبهذه الخاصة (الصوت والصورة) يتفوق التلفزيون حتى الآن على معظم وسائل الإعلام، ونقول حتى الأذن إدراكا من لما لوسائل الاتصال من مجالات كثيرة للتطور والنفوق وقد تنقلب المعادلات و الحسابات و البديهيات نتيجة انقلاب الموازين و ما سيحدث من تطور يغطي إلى عادة النظر بالتقييم و الآراء.

\* أنه اقرب وسيلة للاتصال الوجيه بل انه يتفوق على الاتصال المواجهي من خلال استثمار حاستي السمع والبصر<sup>(2)</sup>.

\* له أهمية كبيرة في التنقيف الجماهيري، والتعبئة المعنوية، والدينية، والسياسية، والاقتصادية، والرياضية، والفنية، ويساعد على نقل التراث والثقافة من جيل إلى آخر، فالتلفزيون عامل من عوامل توحيد الأفكار والمشاعر بين الأفراد الوطن الواحد، فهو يوحد مواقفهم وقيمهم و ينمي أذواقهم ويشذب ثقافتهم واهتماماتهم<sup>(3)</sup>.

\* يتسم التلفزيون بالآنية أو الحالية ومعنى ذلك أن الرؤية من بعد الأحداث تقع حاليا ولعل كلمة تلفزيون باللغة الإنجليزية TELEVISION تعني ما نقول فكلمة TELE معناها (بعد) وكلمة VISION ومعناها (الرؤية) هذه الخاصية جعلت التلفزيون منذ التسعينيات

(1) ينظر: طه عبد العاطي، نجم الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي، الموضوع والقضايا، دار المعرفة الجامعة الطبعة 1-2009، ص 118.

(2) ينظر كامل الخور رشيد، المرجع السابق، ص 202.

(3) ينظر: كامل الخور رشيد، المرجع السابق، ص 202.

تاريخ ظهور البث عبر الأقمار الصناعية ضيفا مرغوبا ومطلوبا بصالونات السياسيين والبيوت والمقاهي والأمكنة العامة، ولعلنا نتذكر ما قام به التلفزيون من نقل حي ومباشر الأحداث حروب الخليج الثلاثة (1980 وحرب 1981 وحرب 2003) التي وقعت في العراق والخليج العربي (1).

\* التلفزيون هو الذي جمع أفراد الأسرة حول شاشته، ليطوف بهم في كل مكان، يقدم لهم المشاهد المتكاملة في بيوتهم دون تعب أو عناء معتمدا في ذلك على الصورة والحركة واللون والصوت حتى أصبح العالم على اتساعه قرية صغيرة، أو قرية عالمية (2).

لكننا في النهاية نستطيع أن نقول أن التلفزيون يعتبر أقدر وسيلة عرفها الإنسان في مجال الإعلام فهو إذا يجمع بين الصورة (3)، والصوت وبذلك يستطيع أن يسيطر على حاستين من أهم حواس الإنسان وأشدها أقدر وسيلة عرفها الإنسان في مجال الإعلام، فهو إذا يجمع بين الصورة والصوت وبذلك يستطيع أن يسيطر على حاستين من أهم حواس الإنسان وأشدها أنضالا بما يجري في نفسه من أفكار ومشاعر، وهو إذا ينقل إلى المشاهد الأحداث أثناء حوادثها في أغلب الأحيان فإنه يربط بينه وبينها، وينقلها إليه بكل ما فيها من معان و انفعالات، وهو إذا ينقل إلى المشاهدين معلومات جديدة سواء في محيطهم أو بطريقة مشوقة، وهو إذا يعرض المشاكل الاجتماعية والقائمة في المجتمع فإنه يثير الوعي والإحساس بهذه المشاكل، ويوجد دافعا وحماسا ورغبة للمساهمة في حلها، كما يقوم

(1) المرجع السابق، ص 203.

(2) يوسف مرزوق، المرجع السابق، ص 93.

(3) ينظر: محي الدين عبد الحليم، الاتصال بالجماهير والرأي العالم الأصول والفنون، مكتبة الأنجلو المصرية، ص

التلفزيون بدور هام في تحقيق الترابط بين أجزاء الأمة، وتدل الأبحاث على أن تأثير التلفزيون في حالة توفره يفوق تأثير كل وسائل الاتصال الجماهيري الأخر (1).

يعتبر مجال الاتصال الجماهيري ميدانا لمعركة شاملة تستخدم فيها الكلمات، والصور، والأصوات، وهي معركة تستهدف جذب الاهتمام، ولغت الأنظار من ناحية وإثارة الانفعالات والعواطف من الناحية الأخرى، ومن ثم يعبر عن جهد تنافسي يبذل توجيه العاطفة نحو المعلومات والأفكار والأفعال ونحذ جميعا نعتبر أنفسنا مشاركين وأبداء وجهات النظر الانتقادات المختلفة، وأما الفعل فقد يتمثل في العمل المهني داخل إحدى مجالات وسائل الاتصال أو الاشتراك في بعض عملياتها المذكورة (2).

### التلفزيون كأداة ثقافية:

تشكل وسائل الاتصال والإعلام بالنسبة للملايين البشر والوسيلة الأساسية في الحصول على الثقافة وجميع أشكال التعبير الخلاق، كذلك فالالاتصال دور في تدبير شؤون المعرفة وتنظيم الذاكرة الجماعية للمجتمع، وبخاصة جمع المعلومات العلمية ومعالجتها واستخدامها، وهو يستطيع إعادة صياغة قالب الثقافة للمجتمع، ومع أن التلفزيون بدأ مسيرته كأداة للتسلية والأخبار السياسية إلا أن سرعان ما وسع من اهتماماته لبطل جوانب أخرى متعددة ومنها الموضوعات الثقافية (3).

والثقافة تعبير واسع يتضمن العديد من الأفكار فهي من ناحية عامل حيوي للتلفزيون الذي من المفترض أن يعكس الخبرات وأساليب الحياة والمعتقدات التي تميز كل بلد عن الأخر ومن المهم ونحن نعرف الثقافة أن تعتبر طريقة شاملة ولذلك تهتم الأمم

(1) ينظر: محي الدين عبد الحليم، المرجع السابق، ص 103.

(2) ينظر: سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2009، ص 136.

(3) ينظر عزام أبو الحمام، الرجوع السابق، ص 129.

والمجتمعات المحلية والجماعات بتنوع الخلفية الثقافية والخبرات التي يتلقاها الفرد في المجتمع (1).

ويجب في هذا الصدد الإشارة إلى أن قيمة المعرفة لا تحقق بغير تمثل تلك المعرفة وهذا سيحيلنا إلى قول أن أهمية البرنامج الثقافية الناحية هي تلك البرامج التي تحرك المفاعيل النفسية والذهنية والسلوكية في الفرد والجماعة (2).

فقد أصبحت وسائل الإعلام أساسية في تشكيل اتجاهات الجماهير والمحافظة على الشكل الاجتماعي للمجتمع، وهذا ما ذهب إليه علماء الاجتماع إدار أو أن وسائل الإعلام تستطيع التأثير في سلوك الأفراد والمجتمع الواحد، والقدر ربط العلماء قديما بين التقدم المادي والإعلامي في المجتمع وزيادة وعي الأفراد أي أن هناك إنتاج آخر غير الإنتاج المادي وهو إنتاج ذهني واجتماعي وتلعب القوانين الاجتماعية والنظم الثقافية دورا هاما في المجتمع، ويأتي ذلك من خلال مواكبة التقدم في مجالات التكنولوجيا المتعددة.

وقد أكد معظم الباحثين أهمية الثقافة وفعاليتها في المجتمع وضرورة الاهتمام بالقيم والعادات، التي تساعد على تنمية المجتمع وإهمال القيم السلبية، وقد أكدوا أيضا أن كل هذا يتم من خلال عامل واحد هو الإعلام ووسائله المختلفة، فالثقافة والإنتاج المادي وجهاد مختلفا العملة واحدة أي أن الثقافة هي عبارة عن الجزء النظري الذي يمد الإنتاج بالقوانين والنظريات والأفكار (3).

(1) ينظر طه عبد العاطي، الرجوع السابق، ص 227.

(2) ينظر عزام أبو الحمام، الرجوع السابق، ص 130.

(3) ينظر طه عبد العاطي، الرجوع السابق، ص 227.

ونهة اتفاق على صعوبة تحديد ماهية البرنامج الثقافية الآن أي برنامج لا يخلو من محتوى ثقافي كما أن وصف البرامج بأنها ثقافية أمر لا يتفق حوله (1)، كل تصنيف، وما بعد ثقافيا في أحد البلاد قد لا يكون كذلك في بلد آخر (2).

### التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية:

أصبح التلفزيون من الوسائل التي تسيطر على حياة الفرد في غالبية دول العالم رغم حداثة عهده، حيث يدخل كل بيت ويشاهده الملايين من مختلف الأعمار والأجناس والأديان والثقافات وترجع أهميته إلى عمق الأثر الذي يخلفه في نفسية مشاهدين، وفي دراسة هامة أجريت لهذا الشأن مثل فيها الباحثون إذا قدر لهم أن يحتفظوا بوسيلة واحدة من الوسائل الإعلامية فكانت النتيجة تفوق التلفزيون وحصوله على أعلى نسبة مئوية بين جميع الوسائل الإعلامية (3).

إن التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية يوجه إلى أعداد كبيرة جدا من المشاهدين لا تعد مجرد أداة النقل الأخبار المصورة، مسجلة أو مباشرة عبر الأقمار الصناعية بل أصبحت تتميز بقدرة خارقة على الإقناع والتأثير والسيطرة، قد أصبحت رمز السلطة وعصر الاتصال فالثورات والانقلابات تقوم اليوم بالاستيلاء على مقرات التلفزيون بدلا من القصور الرئاسية فلا توجد سلطة سياسية أو اقتصادية أو دينية لا تحلم بالسيطرة عليها، لأنها تمكن بيانه من هيكله خيال الفرد والجماعة والتحكم في الرأي العام إلى درجة جعل أحدهم "مارشال ماكلوهان" يجعل التلفزيون كأداة أهم من مضمونة فالناس سيشاهدون التلفزيون مهما كانت البرامج المذاعة بحكم أنه يفرض سيطرته على البشر (4).

(1) ينظر عزام أبو الحمام، الرجوع السابق، ص 130.

(2) ينظر عزام أبو الحمام، الرجوع السابق، ص 131.

(3) ينظر جلال الخوالدة، المرجع السابق، ص 71.

(4) ينظر فضيل دليوا، المرجع السابق، ص 147.

وقد أصبحت له العديد من القنوات الرئيسية التي يصل مداها الملايين المشاهدين في مختلف بقاع العالم، كما أدى هذا التوسع الكبير في نطاق استخدامه في كافة المجالات الحيوية و الأساسية (1).

استطاع التلفزيون تصغير الكرة الأرضية وتحويلها إلى قرية عالمية، كما قال مارشال ماكلوهان عالم الاتصال المعروف، خاصة بعد إطلاق الأقمار الصناعية الخاصة بالاتصالات، حيث ليستطيع المرء أينما كان متابعة ومشاهدة ما يدور في مختلف أنحاء العالم في التو واللحظة، مما يصغي على المشاهد الحيوية والأنية والجدة في نفس الوقت. يتميز التلفزيون بالتفوق الساحق في نقل الأحداث والمناسبات الهامة على الهواء مباشرة مما يجعله عين المشاهد الذي لا يستطيع التواجد في المكان الحدث، كما ينقل المشاهد إلى أماكن أخرى يصعب عليه مشاهدتها في الطبيعة مثل نقل نزول رجلين أمر يكيين من مركبة فضائية أمريكية على سطح القمر في 1969 م (2).

ويستطيع التلفزيون أيضا أن ينقل للمشاهد صور الشخصيات عالمية يصعب على الإنسان العادي الالتقاء بها مثل: الرؤساء والملوك والحكام والشخصيات العالمية، أيضا يجمع التلفزيون مجموعة من الوسائل الاتصالية، فله الصوت الخاص بالراديو والصورة واللون الخاصتين بالسينما والحركة الخاصة بالمرح.

متلقي الرسالة التلفزيونية لا يشعر بالوقت بالدرجة ذاتها في حالة تلقي الرسالة الإذاعية لأن الرسالة التلفزيونية تستحوذ على حاستي السمع والبصر معا (3).

(1) ينظر الدسوقي عبده ابراهيم، وسائل وأساليب الإتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية، تحليل نظري، دار الوفاء للنشر، 2006، ص 94.

(2) ماجي الحلواني، مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، مصر عالم الكتب للطباعة والنشر، 2002، ص 67.

(3) ماجي الحلواني، الرجع نفسه، ص 16.

وبما أن التلفاز يوصفه ظاهره اتصالية اجتماعية اقتحمت حياتنا المعاصرة اقتحاما عنيفا وكأنه القدر الذي لا ممر منه، فقد أصبح عنصرا ملازما لحياتنا العائلية بل وفي شتى الجوانب حياتنا الفردية والاجتماعية يتدخل وتترك بصماته الواضحة على قيمنا وسلوكنا وعاداتنا واتجاهاتنا وأفكارنا ... ، فقد أحدث التلفزيون ثورة اجتماعية وحضرية، أصبح التلفزيون هو الذي يفكر لنا يوجهنا إلى السبيل الذي يختاره لحل مشاكل الحياة على اختلافها ... ، وقد أصبح قوة هائلة حيث استحوذ على عدد كبير من الساعات اليومية لأي فرد من أفراد المجتمع بدء من الألفاظ والعبارات التي يستخدمها، وهذا ما ساعد على تطور التلفزيون كما يعتبر المجال الواسع لتبادل الآراء و الواقع بين البشر ووسيلة من وسائل الاتصال السريعة، والتي من خلالها تتعرف على ما يجول في أنحاء العالم بواسطة ما تقدمه من أخبار و برامج ثقافية والترفيهية (1).

---

(1) ماجي الحلواني، الرجع نفسه، ص 34.

# الفصل الثالث

## الجانب التطبيقي

- بناء و تنشيط البرامج والحصص التثقيفية والتلفزيونية.
- تمهيد.
- مستويات تحليل الحصة.
  - (1) تعريف بالقناة.
  - (2) التعريف بالإعلامي.
  - (3) التعريف بالبرنامج زدني علما.
    - أ) اسم البرنامج.
    - ب) وقته و توقيته و القناة التي يبث فيها البرنامج.
    - ت) شكل و فكرة البرنامج.
    - ث) هدف البرنامج و الجمهور المستهدف.
    - ج) طبيعة الأسئلة (نماذج عن الأسئلة).
    - ح) نسبة المثقف الجزائري.
    - خ) دورها في توثيق الاتصال الجماهيري بالاتصال الثقافي.
- خلاصة.

## تمهيد:

لقد أصبحت البرامج التلفزيونية الوسيلة والمحتوى الأكثر إنتهاجا لجعل الأفراد المستهلكين لها تحت وصية رسائل الاتصال الجماهيرية ومالكها كأبناء ينشرون الناس لمستقبل زاهر من خلال ما يبيعونه من أخرمه و سلع ثقافية، إن تقديم مجتمعاتنا يزتهن بالإعداد الثقافي المتكامل والطيب للنشء والأمل أن يسعوا للمعرفة من مصادر ثقافية متكاملة بالمشاركة في حضور الندوات وزيارة المكتبات والنهل من زاد ثقافي وترفيهي متوازن من القنوات التلفزيونية بما يحافظ على مبادئ الإنسان والأخلاقه التي تعد أساس الضمير استقامته إلى طريق الأمل، وذلك باقتناء البرامج أو المواد مع ما يتوافق و أدبياته ودينه وقيمته التربوية والاجتماعية.

إذن كيف يتظاهر الاتصال الثقافي مع الاتصال الجماهيري ؟

نبذة عن القناة:

شبكة تلفزيون خاصة. في البداية بدأت بثها كقناة فضائية عامة منذ 2011، ثم توسعت الشبكة لتصنع قناة أخرى باسم الشروق الإخبارية. تمتلك الشبكة مجموعة من المكاتب على المستوى الوطني ومكاتب عالمية أخرى.

الباقيّة:

بعد عامين كاملين من الانطلاق الرسمي لتلفزيون الشروق، وبتاريخ 19 مارس 2014 أطلقت المؤسسة قناة أخرى وهي قناة الشروق الإخبارية، وبعد ثلاث سنوات أصبحت الشروق أطلقت قناة خاصة بالمرأة والطبخ قناة "بنة" لتصبح بذلك أول باقة جزائرية خاصة.

تلفزيون الشروق	
منوعة	اختصاص
رأينا صواب يحتمل الخطأ ورأيكم خطأ يحتمل الصواب	شعار
2011	التأسيس
علي فوزيل	المالك
الجزائر	المقر
خاصة	القطاع
سمير بوجاجة	المدير
عمان - الأردن	المقر الاجتماعي
البث	
أتلانتك بيرد7 تردد 12418 أفقي 27500 و قمر = هوتبيرد D 13	
عبر الساتل	تردد 11623 عمودي 27500

## التعريف بالإعلامي:

سليمان بخليلى إعلامي ومنتج تلفزيوني جزائري معد ومذيع البرنامج الثقافي التلفزيوني الشهير خاتم سليمان الذي عرضته في بداياته فضائيات عربية عديدة، هو من مواليد ولاية بسكرة في الجنوب الشرقي للجزائر، التحق بالإذاعة والتلفزيون الجزائري عام 1985 صحفياً، ثم تدرج في مختلف المناصب ليتقلد منصب رئيس تحرير، ثم مدير الإنتاج في التلفزيون الجزائري.

أنشأ عام 1994 مؤسسة استوديوهات الإنتاج التلفزيوني المستقلة رفقة عدد من الكفاءات الإعلامية المتخصصة في مجال الإعلام التلفزيوني. راسل العديد من قنوات التلفزيون العربية كصحفي، حيث قام بتغطية حرب الخليج الأولى للتلفزيون الجزائري، إضافة للعديد من التقارير والتغطيات الإخبارية المختلفة من عدد من البلدان العربية وأوروبا والأوروبية. يُبث له حالياً برنامج بتلفزيون الشروق عنوانه زدني علما وقد اظهر فيه ابداعات عديدة واستفاد منه العديد من الناس، وقد حصل مؤخراً على جائزة الإبداع في مهرجان القاهرة للإذاعة والتلفزيون، كما أنتج خلال شهر رمضان برنامج مسابقات بعنوان: (فرسان القرآن) وصف بأنه النسخة الإسلامية من ستار أكاديمي، وحصل أيضاً على الجائزة الذهبية في مهرجان القاهرة الـ 14 للإعلام العربي.

اكرمه الله بحفظ 60 حزبا من القرآن الكريم. وهو يجيد العديد من اللغات ويقوم الآن بتقديم حصة عد النجوم على قناة الشروق ثم عين مديرا تنفيذيا لقناة الشروق tv الجزائرية يوم 11 جوان 2012.

هو يقدم برنامج المسابقات: زدني — على قناة الشروق الفضائية الجزائرية.

## تعريف البرنامج التلفزيوني:

هو عبارة عن فعل تواصل مع الجمهور لأجل تبادل المعلومات أو المشاركة بين كل من المرسل يعد الرسالة و المرسل إليه الذي يستقبل الرسالة أى الجمهور و مادة التواصل و هي الرسالة الموجهة بالإضافة إلى قناة التواصل و التي تكون سمعية بصرية تلفزيونية و إذا توفرت هذه العناصر يتكون لدينا برنامج تلفزيوني.

البريد الإلكتروني للبرنامج زدني علما:

Tv .chammel[www.facebook.com/zidni](http://www.facebook.com/zidni)

## اسم برنامج :

زدني علما وهذا الاسم مأخوذ من قوله تعالى " وقل ربي زدني علما " فيتضح من اسم البرنامج ثقافي ، حيث نلاحظ من عنوان البرنامج أن فيه نوع من جذب الجماهير إلى معرفة مضمونه ، فالعلم موضوع تهفو و تميل إليه النفوس بطبعها.

## هدف البرنامج:

يهدف البرنامج إلى تثقيف الجماهير بصفة عامة التسلية و الترويح .

## الجمهور المستهدف:

يستهدف هذا البرنامج جميع طبقات المجتمع دون استثناء من كبار وصغار ورجال ونساء فهو ممتدو له شعبية واسعة نسبيا.

## فكرة البرنامج:

يتمثل البرنامج في طرح الأسئلة في مختلف المجالات مثلا أسئلة سياسية، دينية، اقتصادية، اجتماعية، تاريخية ... وغيرها، يوجهها مباشرة تقدم البرنامج إلى مشاركة وإذا تغير عليه الجواب يطلب المساعد من الصديق المساعد ثم يتناقشا ويقدم المشارك الأول

الجواب، ما يعطي الحصة روقنا مختلفا هو تلقائية في معالجة السؤال وتقديم الجواب بالاعتماد على الثقافة والاطلاع والعلم الزاخر لمقدم البرنامج.

### وقت الحصة وتوقيته:

يشاهد البرنامج في قناة الشروق TV عند الساعة التاسعة والنصف سهرة مل يوم الجمعة، يعتبر توقيت هذا البرنامج جيد لأن الأسر و الجمهور المستهدفة تكون متفرغة في هذا الوقت بشكل عام.

أما وقت البرنامج ومدته فهي تتراوح من خمسة وأربعين دقيقة إلى خمسين دقيقة وهذه المدة مناسبة للبرنامج وطبيعة بحيث لا يعتبر المشاهد فيها بالملل من البرنامج بل على العكس تنزع في المشاهد روح المنافسة وحيث المشاركة.

### شكل البرنامج:

يتميز هذا البرنامج بشكل فريد من نوعه وخارج عن أشكال البرامج التقليدية الأخرى، حيث يتكون هذا البرنامج من ثلاث شخصيات أساسية والجمهور يعتبر العنصر الثانوي.

مقدم البرنامج هو شخصية رئيسية دائمة في البرنامج يتولى عملية التقديم وطرح الأسئلة والضيفان يتغيران من كل حصة الضيف الأول يكون هو المشارك الرئيسي في البرنامج أما الضيف الثاني يكون مساعد.

### « أعضاء تسيير البرنامج »

- إعداد وتقديم: سليمان بخليلي.
- الباحثون: رزيقة حملاوي، سعاد وقاسي، مصطفى براهيم.
- علي بن عمار، ادريس جلابي.

- مدير التصوير: اسماعيل بجاوي.
- تصوير: أحمد حامدي، سعيد معار.
- سمير بلدي، محمد محمدي، عدنان لمتيري.
- مهندس الرؤية: مداني زموري.
- مهندس الصوت: محمد بن ياني.
- الإضاءة : أمين بوكerman.
- حمزة زواوي.
- الصوت: حسين غيلاس، أحلام دعاء.
- سكريت: محمد بخليلي.
- مهندس ديكور: الطيب حقناوي، سفيان عبدوش، خالد عبدوش، أكرم زياد، أكرم بلعيد.
- حلاقة: حسين جعفري.
- تجميل: نصيرة بن عمر.
- تصميم غرافيك: كمال درارجة.
- أنفوغرافنا: Génie Vision
- الموسيقى التصويرية: هشام داعو.
- مسؤول التسويق: مداني مبارك.

- 
- المساعدون: عبد الرحمان خريس، جميلة محمدي، وليد طاهيري، يوسف أبرار، فريد أعرب.
  - الوسائل التقنية: UVA
  - مسؤول الأجهزة: الصادق عزاز.
  - تسجيل: مهدي أمين.
  - مسؤول التركيب: محمد حناك.
  - الإشراف العام: عبد النور زيواني.
  - الإخراج: حنيفة حامي.
  - استوديوهات الإنتاج التلفزيوني: انتاج الشروق.TV.

• طبيعة الأسئلة (نماذج عن الأسئلة):

تختلف طبيعة الأسئلة من دينية اجتماعية أدبية اقتصادية وغيرها.

أولا تنقسم الأسئلة إلى ثلاث مراحل:

• المرحلة الأولى: من السؤال الأول إلى السؤال العاشر.

المبلغ: من عشرة آلاف دينار جزائري إلى مئة ألف دينار جزائري.

• المرحلة الثانية: أربعة أسئلة.

المبلغ: من ألفين دينار جزائري إلى خمسة مئة ألف دينار جزائري

• المرحلة الثالثة: سؤال واحد.

المبلغ: مليون جزائري.

عملية المساعدة:

\* في المرحلة الأولى: ثلاث مرات.

\* في المرحلة الثانية: مرتين.

\* في المرحلة الثالثة: مرة واحدة.

اسم المتسابق: محمد جربوعة

المهنة: شاعر و إمام

اسم مساعد: رمضان

السؤال الأول:

- في أي سورة تقع هذه الآية الكريمة " وما علمناه الشعر وما ينبغي له إن هو إلا ذكر وقرآن مبين .

(2) سورة يس

(1) سورة الشعراء

(4) سورة القمر

(3) سورة الطور

السؤال الثاني:

- ما معنى خيط عشواء

(2) المترنج من الشراب

(1) من يببسر و هو نائم

(4) السير مساء بعد النوم

(3) التاقة التي لا تبصر في الليل

السؤال الثالث:

- ما الأشر فان عند العرب

(2) الفارس و الفرس

(1) الشعر و النشر

(4) اللوح و القلم

(3) التمر و اللبن

السؤال الرابع:

- من أي بحر شعري هذا البيت " تقول و الدتي الله يحفظها ضيغت عمرك في الأشعار يا كبدي .

(2) البحر البسيط

(1) البحر الطويل

(4) البحر الكامل

(3) البحر الوفير

السؤال الخامس:

- من هو صاحب نظرية و السهل الممتنع في الأدب العربي .

(2) عبد الحميد الكاتب

(1) عبد الله بن المقفع

(4) نزار قباني

(3) محمود درويش

السؤال السادس:

- من الشاعر الذي قيل عنه لولا شعره لذهب ثلث اللغة .

(2) الجريـر

(1) الأخطل

(4) الخطيئة

(3) الفرزدق

السؤال السابع:

- ماذا كانت وظيفة الشاعر الكبير بدر شاكر السياب.

(1) موظف بمصلحة الموائئ

(2) موظف بمصلحة الجمارك

(3) موظف بلدية

(4) موظف بالجيش

السؤال الثامن:

- خنزب اسم شيطان يحاول إفساد .

(1) صلاة المسلم

(2) صوم المسلم

(3) زكاة المسلم

(4) حج المسلم

السؤال التاسع:

- ماذا تعني اسم الخياط .

(1) ثقب الإبرة

(2) ثقب الغربال

(3) ثقب الثوب

(4) ثقب الأوزون

السؤال العاشر:

- كم عدد القنوات السمعية في الأذن .

2 (2)

4 (1)

8 (4)

6 (3)

السؤال الحادية عشر:

- من صاحب قصيدة الغيرة .

(2) أبو الطيب المتنبّي

(1) عمر ابن ربيعة

(4) وضاح اليمن

(3) أبو النّوّاس

السؤال الثاني عشر:

- من صاحب مديح الظلّ العالي .

(2) محمود درويش

(1) سميح القاسم

(4) عبد الله البردوني

(3) أبونيس

السؤال الثالث عشر:

- من صاحب قصيدة أطفال الحجارة .

(2) الأخطل الصغير

(1) نزار القباني

(4) مانع العتيبة

(3) غازي القصبي

السؤال الرابع عشر:

- ما لمقصود بجارة الوادي في قصيدة أحمد شوقي
- (1) مدينة الإسكندرية (2) الفنانة هدى سلطان
- (3) مدينة زحلة اللبنانية (4) الفنانة اللبنانية فيروز

السؤال الخامس عشر

- لماذا لقب الشاعر " ديك الجن " بهذا اللقب .
- (1) بسبب لون عينيه الأخضر (2) سبب إدعائه أنه شيطان الشعر
- (2) بسبب مشيئة التي تشبه مشية الديك (4) بسبب خصلة على جبهته

اسم المتسابقة: أمال العيفاوي

المهنة : أستاذة بالتعليم الإبتدائي

اسم مساعد : نواره مبروك

السؤال الأول:

- كيف كانت العرب في الجاهلية تستفتح الرسائل و الوثائق .

(1) باسم هبل (2) باسم الرب

(3) اسم اللات (4) باسمك اللهم

السؤال الثاني:

- ما هو اللون الذي يمتص الحرارة أكثر

(1) الأبيض (2) الأسود

(3) الأزرق (4) الأصفر

السؤال الثالث:

- ما هو اللون الذي يمتص الحرارة أكثر

(1) الأزرق (2) الأحمر

(3) البرتقالي (4) الأخضر

السؤال الرابع:

- في أي بلد تحصل المرأة على عطلة رسمية يوم 08 مارس

(1) فرنسا (2) الصين

(3) تونس (4) مصر

السؤال الخامس:

- حسب آخر الاحصائيات بلغ عدد النساء العاملات في الجزائر

(1) 590 ألف امرأة (2) 1.9 مليون امرأة

(3) 2.9 مليون امرأة (4) 3.9 مليون امرأة

السؤال السادس:

- ما اسم والد سيدنا ابراهيم عليه السلام .

(1) كنعان (2) سليمان

(3) أزر (4) آدم

السؤال السابع:

- في أي بلد بدأ استعمال تقنية الجيل الثالث لأول مرة

(1) اليابان (2) الصين

(3) أمريكا (4) فرنسا

السؤال الثامن:

- من يخاطب إن الفارض بقول : زدني بفرط الحب الحب فيك تحيزا .

(1) حبيبة سلمى (2) للقائد صلاح الدين الأيوبي

(3) الذات الإلهية (4) والدة

السؤال التاسع:

- يعتبر الدلفين من .

(1) الثدييات (2) القوارض

(3) الزواحف (4) الطيور

السؤال العاشر:

- ما هو الشاعر الذي كان يكتب على الأوسمة و النياشين العسكرية أثناء الثورة التحريرية .

(1) إن تتصر و الله ينصركم (2) نصر من الله و فتح قريب

(3) ولا تهيئوا ولا تحزنوا (4) و ما النصر الأمن عند الله

السؤال الحادي عشر:

- لمن تقود مليكة جواز السفر

(1) للشخص (2) للدولة

(3) للأمن (4) للخارجية

السؤال الثاني عشر:

- ما هو أصل كلمة دستور

(1) تركيا بمعنى الرجل (2) فارسية بمعنى النظام

(3) عربية بمعنى كتاب (4) هندية بمعنى حروف

السؤال الثالث عشر:

- أي من هذه المعادن هو الناقل الأفضل للكهرباء

(1) الحديد (2) الفضة

(3) النحاس (4) الذهب

السؤال الرابع عشر:

- حسب موسوعة غينيس " ما هي الدولة الأسرع في خدمة الأنترنت عام 2012

(1) كوريا الشمالية

(2) كوريا الجنوبية

(3) اليابان

(4) الولايات المتحدة الأمريكية

نسبة المثقف الجزائري :

النسبة	عدد الإجابة عن الأسئلة	الجنس
86.66	13	انثى
39.33	14	ذكر
100	15	العدد الإجمالي للأسئلة

دور البرنامج الثقافي في توثيق الإتصال الجماهيري بالإتصال الثقافي: إن البرامج الثقافية تساهم في التغيير الاجتماعي وتقوم على تنوير العقول وتزويدها بمبناهم جديد والإطلاع على الثقافات أخرى وأن تقنية الاتصال الحديثة تتيح للجمهور أن يختار من فيض الرسائل الثقافية ما يناسب ذوقه، أن تقنية الاتصال الحديثة للمتصل أن يعبر حدود الثقافة إلى الثقافة ثانية وثالثة والرابعة، بما يعنيه ذلك من أن التبادل والتفاهم الثقافي يمكن أن يخلق علاقات دولية شعبية فالإتصال الجماهيري بدوره على إرسال الرسائل علينا إلى جمهور عريض من الناس يقصد التأثير على معلوماتهم أو اتجاهاتهم أو سلوكهم بحيث يجعل المشاهد يكتب معلومات تزيد من بنك معارفه العامة عن العالم، حيث يقوم الإتصال الثقافي بدوره أساسي في الحفاظ على الثقافة الشعوب ونشرها بين أفراد المجتمع كما تعمل الثقافة على إغناء الكفاءات الروحية و العقلية للإنسان.

## خلاصة:

يجب على الأفراد التفاعل مع التلفزيون الذي يمس شتى المجالات الخاصة بهم سواء كانت في الجانب الثقافي و ذلك يجعل التلفزيون يساهم في نشر ثقافة الحداثة والنهضة وذلك بترشيح القيم والعلم والإبداع والذوق الجمالي والفني لدى المشاهد والانتقال بالتلفزيون من وظيفة الفرحة إلى وظيفة التثقيف والتكوين العلمي والإبداع أو الجانب الاجتماعي والأخلاقي يجعل التلفزيون يلعب دورا كمؤسسة التربية والتنشئة الاجتماعية العمومية بتجاوز مظاهر الطبقية والقبلية والتعصب وترسيخ القيم الجماعية والايجابية والوطنية والإنسانية عامة، إلى جانب جعله يلعب دورا في بناء شخصية سليمة متوازنة عبر بناء الاتجاهات النفسية الإيجابية وتصحيح انحرافات المعرفة والوجدانية السلبية وذلك من أجل بمنء شخصية ناضجة وذكية وأوعية ومنتقفة وفعالية.

الختامة

## الخاتمة:

من خلال دراستنا ووقوفنا على الجانب النظري والجانب التطبيقي للموضوع المدروس، أردنا التواصل إلى نتائج في البداية عبارة عن إشكالية، لأن أي عمل أو بحث علمي أكاديمي يكمل في الأخير بنتيجة عامة تعكس ما تم التطرق إليه، وبناءً على أنه لكل سؤال جواب فإننا نحاول كما سبق القول أن نختم دراستنا هذه بلاجابة عن الإشكالية المطروحة في بداية العمل، والخاصة بدور الاتصال الجماهيري والاتصال الثقافي في نشر الثقافة، إذ أن البرامج الثقافية تساهم وبشكل كبير في الوعي، حيث تقوم بتنوير العقول وتزويدها بالمفاهيم الجديدة، كما أن الثقافي لوسائل الإعلام وخاصة التلفزيون الذي يعتبر من أهم و أبرز الوسائل الإعلامية التي تأثر وبقدر كبير على مختلف الشرائح الاجتماعية، باعتباره وسيلة سمعية بصرية تعتمد على الصوت والصورة الملونة والمتحركة المدعمتان بالرسالة التلفزيونية، ويظهر ذلك من خلال الوظائف والأدوار التي يؤديها والتي تتعلق بالدور التنقي المتمثل في البرنامج المتنوعة التي تجعل المشاهد يكتسب معلومات تزيد من بنك معارفه العامة عن العالم.

وهكذا تقول وسائل الإعلام عامة والتلفزيون بصفة خاصة بالتبسيط والتفسير والتكامل وتوصيل الجيل للمعرفة بأشكالها وأنواعها المختلفة للفئات المختلفة من الجماهير.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: قائمة المصادر:

1. منجد الطلاب، دار المشرف، بيروت، لبنان، الطبعة 46.

ثانياً: قائمة المراجع:

1. أحمد بدر، الاتصال بال جماهير بين الإعلام والتطويع والتنمية، دار قباء للطباعة و النشر، 1998.
2. أحمد طلعت البشيشي، الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، دار المعرفة الجامعية، 2005.
3. جلال الخوادة، المذيع التلفزيوني التدريب والتأهيل، المعتز للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة، 01-2009.
4. جمال محمد أبو شب، الاتصال والإعلام والمجتمع (المفاهيم والقضايا والنظرية)، دار المعرفة الجامعة، 2009.
5. الدسوقي عبده ابراهيم، وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية، تحليل نظري، دار الوفاء للنشر، 2006.
6. سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2009.
7. سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الإتصالي الجماهيري، جدار للكتاب العالمي، عمان الأردن، الطبعة الأولى، 2008.
8. صالح خليل أبو أصبع، الاتصال الجماهيري، الدر الشروق للنشر والتوزيع، عمان الطبعة 01، 1999.
9. صالح خليل أبو اصبع، تحديات الإعلام العربي، دار الشروق للنشر والتوزيع، 1999.

10. طه عبد العاطي، نجم الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي، الموضوع والقضايا، دار المعرفة الجامعة الطبعة 01، 2009.
11. عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال في الانتاج برامج الرادو والتلفزيون، دار الفكر العربي، 1996.
12. عزام أبو الحمام، الإعلام الثقافي جدليات وتحديات، دار أسمة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2010.
13. عشوي مصطفى، أسس علم النفس الصناعي والتطبيقي، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1992.
14. عصام سليمان الموسى، التطوير الثقافي الجماهيرية العربية، المركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، الطبعة الأولى، 2002.
15. عصام سليمان الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، الطبعة 04، الأردن، مكتبة الكتابي، 1998.
16. فضيل دليو، مقدمة في الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، 02-1998.
17. فواز منصور الحكيم، سوسو نوجيا، الاعلام الجماهيري، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، الطبعة الأولى، 2011.
18. كامل خور رشيد، مواد الاتصال الجماهيري والإعلام التطور، الخصائص، النظريات، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2011.
19. ماجي الحلواني، مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، مصر عالم الكتب للطباعة والنشر، 2002.

20. محمد عبد الحميد، الاتصال في مجالات الإبداع الفني والجماهيري، المطبعة النموذجية للأوفيس، رقم الإيداع 1993/1994.
21. محمد فهمي، فن الاتصال في خدمة الاجتماعية، الوفاء لدنيا الطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2010.
22. محي الدين عبد الحليم، الاتصال بالجماهير والرأي العالم الأصول والفنون، مكتبة الأنجلو المصرية.
23. نجلاء محمد صالح، مهارات الاتصال في خدمة الاجتماعية، الأناظرية العلمية، الدار الثقافة للنشر، الطبعة 01، 2012.
24. يوسف مرزوق، عن كتابة للإذاعة والتلفزيون، دار المعرفة الجامعة للنشر والتوزيع 2009.

فهرس

المحتويات

الصفحة	الموضوع
	شكر وتقدير
	الاهداء
أ - ب	المقدمة:.....
	<b>الجانب النظري</b>
	<b>الفصل الأول: الاتصال الجماهيري</b>
02	تعريف الاتصال:.....
04	خصائص الاتصال :.....
06	عناصر الاتصال :.....
08	أهداف الاتصال :.....
11	تعريف الاتصال الجماهيري :.....
11	خصائص الاتصال الجماهيري :.....
14	أنواع الاتصال الجماهيري :.....
15	الشروط الأساسية لوجود الاتصال الجماهيري:.....
16	العلاقة بين وسائل الإعلام و الجمهور :.....
	<b>الفصل الثاني: الاتصال الثقافي</b>
19	تعريف الثقافة :.....

20	.....الاتصال الثقافي:
23	.....الاتصال والثقافة الجماهيرية (المجتمع الجماهيري) :
25	.....الوسائل الإعلام و دورها التنويري في نشر الثقافة :
26	.....تعريف التلفزيون:
27	.....مزايا التلفزيون :
30	.....التلفزيون كأداة ثقافية :
32	.....التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية :

### الجانب التطبيقي

#### الفصل الثالث

36	.....بناء و تنشيط البرامج والحصص التثقيفية والتلفزيونية:
36	.....تمهيد :
37	.....نبذة عن القناة.....:
38	.....التعريف بالإعلامي :
39	.....تعريف البرنامج التلفزيوني :
39	.....اسم برنامج :
40	.....وقت الحصة وتوقيته.....:
40	.....أعضاء تسيير البرنامج.....:
43	.....طبيعة الأسئلة (نماذج عن الأسئلة):.....:

52	.....نسبة المتقف الجزائري:
52	..... دور البرامج الثقافية:
53	.....:خلاصة
55	.....:الخاتمة
57	..... قائمة المصادر والمراجع.
61	..... فهرس المحتويات.