

جامعة قاصدي مرباح ورقلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي

الميدان: علوم إنسانية

الشعبة: علوم إعلام واتصال

تخصص: تكنولوجيا الاتصال الجديدة

من إعداد الطالبتين:

نوحة عائشة

نقايس حنان

بعنوان

## تأثير القوات الفضائية على الالتزامات الأسرية -دراسة استطلاعية لعينة من الأسر بورقلة-

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ 2016/05/24

أمام اللجنة المتكونة من:

الأستاذ بن بوزيان عبد الرحيم - أستاذ مساعد - أ-جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا

الأستاذ بودربالة عبد القادر- أستاذ مساعد - ب - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا

الدكتورة تومي فضيلة - أستاذة مساعدة - أ - جامعة قاصدي مرباح ورقلة ) مناقشا

السنة الجامعية: 2016/2015

## قال علي بن ابي طالب - رضي الله عنه -

ما الفضل إلا لأهل العلم إنهم..... على الهدى لمن استهدى أدلاء  
وقيمة المرء ما قد كان يحسنه ..... وللرجال على الأفعال أسماء  
و ضد كل امرئ ما كان يجله..... والجاهلون لأهل العلم أعداء  
وإن أتيت بجود من ذوي نسب ..... فإن نسبتنا جود وعلباء  
ففر بعلم ولا تطلب به بدلا ..... فالناس موتى وأهل العلم أحياء

## إهداء

تلوح في سماننا دوما نجوم براقّة لا يخفت بريقها عنا لحظة واحدة نترقب إضاءتها  
بقلوب ولهاته ونسعد بلمعاتها في سماننا كل ساعة فاستحقت وبكل فخر أن يرفع اسمها  
في عليانا فبكل عبارات الحب والوفاء نكتبها أما بعد: الحمد لله حمدا كثيرا على كل  
شيء ، بعد كل الجهد والصعوبات وسهر الليالي وتعب الأيام تطوي دفتي هذا العمل  
المتواضع ونهديه:

إلى من جرعوا الكأس فارغا ليسقينا قطرة حب إلى من كلت أناملهم ليقدّموا لنا لحظة  
سعادة إلى من حصدوا الأشواك عن دربنا ليمهدوا لنا طريق العلم إلى القلوب الكبيرة  
الوالدين العزيزين

إلى الينبوع الذي لا يمل من العطاء إلى من حاكتا سعادتنا بخيوط منسوجة من قلبهما  
ولا تكفيهما كل كلمات الثناء والشكر إلى من علمتني المسامحة والعفو إلى حبنا الكبير  
أمهاتنا الغاليتين.

إلى من حبهم يسري في عروقنا ويلهف بذكراهم فؤادنا إخوتنا الكرام كل بإسمه.  
إلى الذي تحملنا وساندنا ويعلمنا تفاعل الحياة إلى الأستاذ الذي لم ينقل على مذكرتنا  
ولو بلحظة إلى بودربالة عبد القادر.

إلى كل من علمنا حروفا من ذهب وأسمى عبارات العلم أساتذتي الأفاضل من الطور  
الابتدائي إلى التعليم العالي.

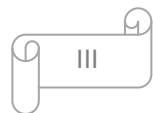
إلى كل هؤلاء نقول نحبكم حبا لو مر على أرض قاحلة لتفجرت منها ينابيع المحبة .

عائشة

عائشة

ان

حنا



# شكر وتقدير

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم :

"من اصطنع إليكم معروفا فجازوه فإن عجزتم عن مجازته، فدعو له حتى تعلموا أنكم قد شكرتم فإن الشاكر يحب الشاكرين " رواه الطبراني

قبل كل شيء نحمد الله عز وجل ونشكره الذي أنعم علينا بنعمة العلم، وأنار طريقنا نحو سبل النور والمعرفة

ومن باب الاعتراف بالجميل لايسعنا إلا أن نتقدم ببالغ عبارات الشكر والتقدير للأستاذ الفاضل " بودربالة عبد القادر " لقبوله الإشراف على هذه المذكرة وعلى مجهوداته الكبيرة ونصائحه العلمية القيمة .

نتقدم بالشكر لجميع أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال، فلا يغيب عن خاطرنا إلا أن نتقدم بشكر جزيل إلى كل من ساهم ومد لنا يد العون في انجاز هذا العمل المتواضع وشكرا .

نوحة عائشة

نقايس حنان

## ملخص الدراسة :

نهـدف من خـلال هـذه الـدراسة إـلى مـعرفة كـيفية تـأثير القـنوات الفـضائية عـلى الـالتزامات الأـسرية عـلى عـينة من الأـسر بورقـلعة بـبلدية سـعيد عـتبه، ولـقد كـانت مـحور الكـثير من الـدراسات المـيدانية الـتي تـناولت مـوضوع القـنوات الفـضائية والأـسرة، حـيث ركـزنا فـي دراستنا عـلى مـعرفة طـبيعة القـنوات الفـضائية لـدى الأـسر، وكـيف يـتم تـأثيرهـا عـليهم، وـخاصة من نـاحية واجـباتهم الأـسرية، فـسـعينا فـي دراستنا إـلى مـعرفة ذـلك من خـلال الأـسر وتـوزيع اسـتبيان يـتضمـن أسـئلة مـوجهة إـلى أـفراد الأـسرة، بـمنطقـة سـعيد عـتبه، وانبـطـاقا من هـذا صـيغت إشـكالية الـدراسة عـلى الشـكل التـالي: هل يـحافظ أـفراد الأـسرة بـولاية ورقـلة عـلى التـزاماتهم فـي ظل انـتشار القـنوات الفـضائية ؟

بـعد تطـبيق أـداة الـدراسة عـلى عـينة تـخص الأزواج كـأفراد مـسؤولين عـن الأـسرة، و الـتي تـكونت من (60) فـرد بـمنطقـة سـعيد عـتبه مـدينة ورقـلة، و قد تم اخـتيارهم بـطريقة قـصدية، مـختلفين فـي الجـنس والسن و المـستوى التـعليمي، و ذـلك خـلال المـوسم الـدراسي (2016-2017)، و تم إـتباع المـنهج المـسحي لأن الـدراسة اسـتكشافية و تم تطـبيقها وحـسابها، و جمـعت عـينة الـدراسة بـواسطة أـداة (الاسـتبيان) ، حـيث تم تقـسيم الاسـتبيان إـلى ثـلاث مـحاور: المـحور الأـول أنـماط مـتابعة القـنوات الفـضائية من قـبل الأـسر، و المـحور الثـاني تـأثير القـنوات الفـضائية عـلى الـالتزامات الأـسرية و المـحور الثـالث دوافع و حاجات و اشـباع مـتابعة الأـسرة للقـنوات الفـضائية، و تم اسـتخدام الحـساب الـيدوي ثم بـرنامـج spss20 فـي عـمليـة الحـساب، بـعد تطـبيق الأـداة و الأسـاليب الإحصائية توصلنا إـلى النـتائج التـالية:

- أن عادات وأنماط متابعة القنوات الفضائية من قبل الأسر يختلف من جيل لآخر ومن أسرة إلى أخرى.

- إن أفراد الأسرة الواحدة يستطيعون تحديد الصورة الحقيقية للبرامج القنوات الفضائية والحفاظ على الارتباط والتواصل فيما بينهم، وذلك عن طريق متابعة البرامج الفضائية التوجيهية.

- تستطيع القنوات الفضائية أن تؤثر في أفراد الأسرة الذين يعجزون عن تحديد العلاقة بين إشباع حاجاتهم واختيار البرامج المعينة مما يؤدي إلى الإخلال في العلاقات الأسرية بين الأفراد وإهمال التزاماتهم الواجبة عليهم .

أخيرا تم عرض النتائج وتحليلها ومناقشتها، وخلصت الدراسة إلى استنتاجات عامة، بالإضافة إلى ذكر المراجع المعتمدة وكذلك مجموعة من الملاحق.

## ABSTRACT

The study aimed to know how the impact of satellite channels on family obligation about a sample of family in Ouargla (Said Otba City). It was the focus of many studies on that topic, where we focused in our research on the nature of the satellite channels followed by the families, and how they are impact them, especially in terms of family duties, we press toward the goal to know that through the families where we were distributing a questionnaire includes questions addressed to family members, at Said Otba City. We formed the problem of the study: Are the family members in Ouargla Province keep their commitments under the spread of satellite channels?

We apply the study on a sample of couples as individuals responsible for the family, which consisted of (60) individual Said Otba city (Ouargla city), were selected in a intentionally manner, different sex and age and educational level, during the academic season (2016 - 2017), we apply the survey method on the study because it was an exploratory study where it was applied and it was calculated. The study sample gathered by a questionnaire, where the questionnaire was dividing to four aspects: The first consist the personal information and the second one forms of follow-up satellite channels by families, the third aspect, the impact of satellite channels on family obligations, the fourth aspect, the motives ,satisfactions and needs of the family by following-up these channels. We use the SPSS program for the accounting, after that we find the following results:

- The habits and the forms of follow-up satellite channels vary by families from one generation to another and from one family to another.
- The family members can determine the true image of the satellite channels programs and maintain engagement and communicate with each other, through follow-up the guidelines satellite programs.
- The satellite channels can be influenced the family members who are unable to determine the relationship between satisfying their needs and choose specific programs, that one result a breach the family relationships between individuals and neglect their obligations.
- Finally, we was presented, analyzed and discussed the results, and the study concluded general conclusions, in addition to that the references and the appendix used.

الصفحة	المحتوى
III	إهداء.....
IV	كلمة شكر.....
V	ملخص الدراسة.....
VIII	قائمة المحتويات.....
X	قائمة الجدول.....
XII	قائمة الأشكال.....
أب-ج	مقدمة.....
<b>الإطار المنهجي</b>	
<b>الفصل الأول: الإطار المنهجي</b>	
05	1-تحديد الإشكالية.....
06	2- تساؤلات الدراسة.....
06	3- أهمية الدراسة .....
06	4- أهداف الدراسة.....
07	5- أسباب اختيار الموضوع.....
08	6- تحديد المفاهيم والمصطلحات.....
09	7- المداخل النظرية.....
13	8- منهج البحث و

قائمة المحتويات

	أدواته.....
13	9- مجتمع وعينة الدراسة.....
17	10- الدراسات السابقة.....
الجانب التطبيقي	
الفصل الثالث: عرض البيانات وتفسير نتائج الدراسة	
22	1-مجالات الدراسة.....
24	2- عرض وتحليل البيانات.....
64	3- استنتاجات العامة.....
69	4- خاتمة.....
72	5- قائمة المراجع.....
/	6- الملاحق.....



قائمة الجداول :

الرقم	العنوان	الصفحة
01	توزيع العينة حسب متغير الجنس	34
02	توزيع العينة حسب متغير السن	35
03	توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي	35
04	توزيع العينة حسب متغير الوضعية المهنية	36
05	توزيع العينة حسب متغير عدد أجهزة التلفاز في البيت	36
06	توزيع العينة حسب متغير عدد الممتلكون للهوائي	37
07	توزيع العينة حسب متغير مشاهدة القنوات الفضائية	38
08	توزيع العينة حسب متغير عدد الساعات التي يقضونها في مشاهدة القنوات الفضائية	39
09	توزيع العينة حسب متغير أوقات مشاهدة القنوات الفضائية	40
10	توزيع العينة حسب متغير نوع القنوات الفضائية	41
11	توزيع العينة حسب متغير معية مشاهدة برامج القنوات الفضائية	42
12	توزيع العينة حسب متغير البرامج التي يتم مشاهدتها في القنوات الفضائية	43
13	توزيع العينة حسب متغير نوع الأفلام والمسلسلات	44
14	توزيع العينة حسب متغير البرامج التي يحرصون على مشاهدتها مع الأسرة	45
15	توزيع العينة حسب متغير توجيه الفضائيات للقيام بواجبات الأسرة	46
16	توزيع العينة حسب متغير مساهمة الفضائية في توعية الأسرة	47
17	توزيع العينة حسب متغير لوقت المستهلك في مشاهدة القنوات الفضائية	48
18	توزيع العينة حسب متغير الإغفال عن المسؤوليات الأسرية بسبب متابعة البرامج المفضلة	49
19	توزيع العينة حسب متغير التأثير بشخصيات القنوات الفضائية	50
20	توزيع العينة حسب متغير تأجيل الواجبات نحو الأسرة من أجل متابعة القنوات الفضائية	51
21	توزيع العينة حسب متغير حدوث نزاع بين أفراد الأسرة حول البرامج المعروضة في القنوات	52
22	توزيع العينة حسب متغير التوفيق بين الواجبات والأبناء	53
23	توزيع العينة حسب متغير الإستغناء عن البرامج المفضلة من أجل خراجات نهاية	54

## قائمة الجداول

	الأسبوع مع الأسرة	
54	توزيع العينة حسب متغير حث الأولاد على متابعة بعض البرامج الفضائية التي تعلمهم التصرفات الإيجابية في الحياة اليومية	24
55	توزيع العينة حسب متغير على أي أساس تختار البرامج	25
56	توزيع العينة حسب متغير مساعدة بعض برامج القنوات الفضائية في تنمية نفسك وأسرتك	26
57	توزيع العينة حسب متغير تقديم القنوات الفضائية لبعض البرامج التي فيها إبداع في العرض ودفء الفرد إلى متابعتها حتى وإن تضمنت عنفا لفظيا أو جسديا	27
58	توزيع العينة حسب متغير إغراء البرامج التي تقدمها الفضائيات عن الموضة وطريقة استعمالها	28
فهرس الجداول المركبة		
59	توزيع العينة حسب تأثير متغير الجنس على نوع القنوات الفضائية	29
61	توزيع العينة حسب تأثير متغير السن وعلاقته بالإغفال عن المسؤوليات الأسرية بسبب متابعة البرامج المفضلة في القنوات الفضائية	30
62	توزيع العينة حسب المستوى التعليمي على تقديم القنوات الفضائية لبعض البرامج التي فيها إبداع في العرض وتدفع الفرد إلى متابعتها حتى وان تضمنت عنفا لفظيا أو جسديا.	31

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	دائرة نسبية توضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	34
02	دائرة نسبية توضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	35
03	دائرة نسبية توضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	35
04	دائرة نسبية توضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الوضعية المهنية	36
05	متغير عدد أجهزة التلفاز في البيت	36
06	متغير امتلاك هوائي	37
07	متغير مشاهدة القنوات الفضائية	38
08	متغير عدد الساعات التي يقضونها في مشاهدة القنوات الفضائية	39
09	أوقات مشاهدة القنوات الفضائية	40
10	نوع القنوات الفضائية المشاهدة	41
11	معية مشاهدة برامج القنوات الفضائية	42
12	البرامج التي يتم مشاهدتها في القنوات الفضائية	43
13	نوع الأفلام والمسلسلات	44
14	البرامج التي يحرصون على مشاهدتها مع الأسرة	45
15	توجيه الفضائيات لقيام بواجبات الأسرة	46
16	مساهمة الفضائيات في توعية الأسرة	47
17	الوقت المستهلك في مشاهدة القنوات الفضائية	48
18	الإغفال عن المسؤوليات الأسرية بسبب متابعة البرامج المفضلة .	49
19	التأثر بشخصيات القنوات الفضائية	50
20	تأجيل الواجبات نحو الأسرة من أجل متابعة القنوات الفضائية.	51
21	نزاع أفراد الأسرة حول البرامج المعروضة في القنوات الفضائية .	52
22	التوفيق بين الواجبات والأبناء	53
23	الاستغناء عن البرامج المفضلة من أجل خراجات نهاية الأسبوع مع الأسرة .	54
24	حث الأولاد على متابعة بعض البرامج الفضائية التي تعلمهم التصرفات الإيجابية في الحياة اليومية.	55
25	أسس اختيار البرامج المشاهدة.	56

## قائمة الأشكال

57	مساعدة بعض برامج القنوات الفضائية في تنمية نفسك وأسرتك .	26
58	تقديم القنوات الفضائية لبعض البرامج التي فيها إبداع في العرض ودفء الفرد إلى متابعتها حتى وان تضمنت عنفا لفظيا أو جسديا.	27
59	إغراء البرامج التي تقدمها الفضائيات عن الموضة وطريقة استعمالها.	28
59	متغير الجنس على نوع القنوات الفضائية	29
61	متغير السن وعلاقته بالإغفال عن المسؤوليات الأسرية بسبب متابعة البرامج المفضلة في القنوات الفضائية	30
62	متغير المستوى التعليمي وعلاقته بتقديم القنوات الفضائية لبعض البرامج التي فيها إبداع في العرض وتدفع الفرد إلى متابعتها حتى وان تضمنت عنفا لفظيا أو جسديا	31

مقدمة

## مقدمة :

كان الإعلام الفضائي وثورة المعلومات عموماً، هو المظهر الأول والأهم في دخول الحياة الإنسانية مرحلة العولمة أي القرية الكونية التي تلاشت فيها المسافات الجغرافية المتباعدة بين الدول والمجتمعات وتعاضمت من خلالها مساحات الاحتكاك الحضاري بين الأمم على كافة الأصعدة، من خلال انتقال الثقافات والمفاهيم والقيم دون حدود بين المجتمعات البشرية بحضارتها المختلفة وبمضامينها التاريخية الخاصة، بما جعل الاحتكاك الحضاري المعقد هو نمط الحياة المعاصرة، ومن خلال ذلك نشأت قنوات فضائية محلية ودولية وفق أهداف وأنماط متعددة، فكان هناك قنوات أنشئت بغرض نقل بث المحطات الغربية غير المفتوحة للجمهور العربي على أساس الاشتراك الجماعي في الفكرة .

وجدت وسائل الإعلام الجماهيرية لنفسها مكاناً ثابتاً لدى الأفراد، وذلك من خلال ما يسمى بمبدأ التخصص، والذي يمكن كل فرد من إشباع حاجاته المختلفة بالبحث عما يرضي رغباته وذوقه الخاص وفي إطار المنافسة بين القنوات الفضائية المختلفة، بهدف شد انتباه المشاهدين إلى هذه القنوات في محاولة للبقاء في دائرة المنافسة، واهتمام المشاهدين خوفاً من الإهمال والعزوف وسط زحام الفضائيات فقد لجأت بعض الفضائيات إلى موجة جديدة من الأعمال الدرامية التي تجذب المشاهدين بمختلف أعمارهم وتحرص على اهتمامهم الدائم، أطلق عليها الدراما المدبلجة .

لا يخفى تأثير القنوات الفضائية على الأفراد والمجتمعات سلباً كان ذلك أم إيجاباً، لأن الإعلام نوعان منها الإعلام الذي يقوم ببيان الحق وتزيينه للناس بكل الطرق والأساليب، وآخر يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من الأكاذيب والضلالات، ففي عصرنا الحالي أصبحوا يعتمدون على الأفلام والمسلسلات المليئة بالخداع والتزييف والإبهام، وبرامج تلفزيون الواقع، لذلك أصبح التأثير القوي للإعلام على حياة الأسر بشكل عام من جهة الإعلام والتلفاز خاصة، من مقومات الحياة، مثله مثل الماء والهواء والغذاء، وكذلك تأثير الإعلام على حياة الأسر بشكل مباشر أو غير مباشر، وقد زادت قوة الإعلام وتأثيره على مختلف الفئات العمرية عما كانت عليه في السابق، وزاد الأثر على حياة الأسر تبعاً لشكل المنافسة لهذه السوق، وإن من المسلم به أن المشكلات الأسرية التي تتسبب في تراجع الأفراد عن القيام بواجباتهم الأسرية، تتعقد وتتنامى بغياب أو تراجع الدور الرقابي الأسري في البيت، وذلك يحدث أحياناً بسبب تسليم الأهل الغير ممنهج لأبنائهم وإهمالهم وترك الفضاء

التربوي الرحب لعمل القنوات الفضائية التي يغيب عنها الضبط الأخلاقي المحكم والحس التربوي المراعي لخصوصيات المرحلة العمرية عند أبنائهم، حيث يجدون الأهل في بعض الأحيان صعوبة أو استحالة التدخل في مسار البرامج المعروضة في القنوات الفضائية .

صحيح أن بعض القنوات الفضائية يعتمد في الدراما التي يقدمها على سيناريوهات لمعالجة واقع مرير يعيشه المجتمع الذي يتم توجيه الرسائل الإعلامية عن طريقها إليه. ورغم أننا نشاهد في الوقت الحالي أن رب الأسرة يجلس إلى جانب زوجته وأبنائه لمتابعة هذه الدراما التي يطغى على معروضاتها الحديث عن الغراميات والتفنن في أنواع الاغتصاب والخيانات، فإن الكثير من البرامج الفضائية تسعى جاهدة إلى إصلاح المجتمعات وتقديم الأحسن، وتوجيه الأسر إلى ما هو خير، فاختلقت القنوات الفضائية وتعددت وتتنوع برامجها التوعوية التي تحت الأفراد وتوجيههم إلى كيفية الحفاظ على علاقاتهم الأسرية، وتحذيرهم من الوقوع في الخلافات الأسرية، وكثير ما نجد تلك البرامج الفضائية التي تحت رب الأسرة على القيام بواجباته، وتعلم الأبناء كيفية القيام بواجباتهم بدون تأخر.

ومن خلال بحثنا هذا سنقوم بدراسة تأثير القنوات الفضائية على الالتزامات الأسرية . ووفقا لذلك فقد قسمنا الدراسة إلى قسمين فبعد قسم الإطار المنهجي، ثم يليه قسم الجانب الميداني .

حيث اشتمل الجانب المنهجي على تحديد إشكالية الدراسة والأسئلة الفرعية ، ثم تبعها أهمية الدراسة، ثم أهداف الدراسة، ثم أسباب اختيار الموضوع، ثم انتقلنا إلى تحديد المفاهيم والمصطلحات، وتليها المداخل النظرية ، منهج البحث وأدواته ، ومجتمع وعينة الدراسة، ، وتليها الدراسات السابقة.

وصولاً إلى الجانب الميداني الذي عرضنا فيه مجالات الدراسة  
البيانات وتفسير نتائج الدراسة، وقد تضمنت الاستمارة ( إعداده، شكلها، توزيعها )، العينة وكيفية اختيارها، وقراءة وتفسير الجداول البسيطة، ثم استنتاجات الجداول البسيطة، واستنتاجاتها، ثم تليها استنتاجات عامة ، لتأتي بعدها الخاتمة، وقائمة المراجع، ختاماً بالملاحق .

# الإطار المنهجي



مما لا شك فيه أن "الإطار المنهجي" هو عنصر ضروري في البحث العلمي، يساعدنا على بناء الموضوع، بطريقة منهجية تدل القارئ على فهم مضمون البحث، حيث نحاول من خلاله حل إشكالية الموضوع لنصل إلى نتيجة تمثل العلاقة بين المتغيرات المدروسة، ولقد استهدفنا فيه بعض الزوايا المنهجية منها ضبط وتحديد إشكالية موضوعنا، ووضع التساؤلات الفرعية، وأهمية الدراسة، وأهدافها، لنصل إلى أسباب اختيار الموضوع، ثم تحديد المفاهيم والمصطلحات، ثم المداخل النظرية، ثم منهج الدراسة وأدواته، مجتمع وعينة الدراسة، كما استعنا بالدراسات السابقة.

### 1- تحديد إشكالية الدراسة:

تعد القنوات الفضائية هاجس الكثير من الأسر بمختلف أفرادها على حدٍ سواء، فأصبحت وكأنها الملاذ الأخير الذي يرجع إليه الأفراد بغض النظر عن السن، النوع، أو المستوى التعليمي والاجتماعي فتعد هذه القنوات الفضائية نتيجة لثورة التكنولوجيا وانتشارها السريع في العالم والمتمثلة في تطور وسائل الاتصالات؛ وشبكة الانترنت؛ والقنوات الفضائية؛ وهذه الأخيرة كان لها تأثير في التواصل بين شعوب دول العالم، وإلى تحول العالم إلى قرية كونية صغيرة مرتبطة عبر الأقمار الصناعية، وهذا أدى إلى تنامي قوة الإعلام الفضائي وزادت المنافسة بين القنوات الفضائية على استقطاب جمهورها الخاص من خلال ما تبثه من برامج علمية؛ اجتماعية؛ ترفيهية وإيديولوجية، متعددة موجهة إلى المجتمعات بجميع شرائحه وبمختلف الأعمار.

وهذا ما جعل الكثير من الأسر تصب اهتمامها على تلك البرامج التي تبثها القنوات الفضائية لدرجة أن أغلبية الأفراد يخصصون وقت كبير لتمكن من متابعتها، على حساب الوقت المخصص للاهتمام بوظائفهم أو التزاماتهم الأسرية، سواء كانت باتجاه الأسرة نفسها أو فرد منها أو حتى الواجبات المنزلية التي يحتاجها الأفراد.

فبالأسرة اتسمت دائما بالقيام بكل الوظائف المرتبطة بالحياة، واتسمت بتحقيق وظائفها بالشكل الذي يلائم العصر الذي تنتمي إليه، فهي تعتبر الخلية الأساسية في المجتمع، تعكس ما يتصف به من حركية ومن تماسك أو تفكك ومن تقدم أو تخلف، فالالتزامات الأسرية تعني الواجبات والتعهدات نحو الأسرة التي يصلحها يصلح المجتمع وبفسادها يفسد. ومن خلال ما سبق ذكره تم طرح التساؤل الجوهرى للإشكالية على الشكل التالي:

هل يحافظ أفراد الأسرة بولاية ورقلة على التزاماتهم في ظل انتشار القنوات الفضائية .؟

## 2- تساؤلات الدراسة الفرعية:

1- ماهي أنماط متابعة أفراد الأسرة للقنوات الفضائية ؟

2- ماهي التأثيرات الناجمة عن القنوات الفضائية على الالتزامات الأسرية .

3- ماهي الحاجات والإشباعات التي تحققها الأسرة من خلال متابعة القنوات الفضائية .؟

## 3- أهمية الدراسة :

لقد انتشرت القنوات الفضائية، في الآونة الأخيرة، بشكل واسع، وتمكنت الفئات الاجتماعية عامة، والأسرة منها خاصة، من متابعة البرامج المختلفة التي تبثها الفضائيات التلفازية عبر الأقمار الصناعية، بما تحمله من آثار ومفرزات سلبية وإيجابية على تنشئة الأفراد وتكوين شخصياتهم، لذلك اكتسب البحث أهمية، تمثلت في ؛ إبراز أهمية قدرة القنوات الفضائية على تغيير قيم الأسرة الاجتماعية التي تنعكس على التزاماتها نحو الأفراد ؛ وكذلك الوقوف عند أوجه الإيجابيات والسلبيات التي تأخذها الأسرة من القنوات الفضائية وتطبيقها على الأفراد بصورة واقعية ؛ كما تفيد هذه الدراسة أيضا المجتمع بصفة عامة والأسرة بصفة خاصة على تشخيص واقع الوقت المستهلك في متابعة برامج القنوات الفضائية المتعددة وخاصة المسلسلات على حساب الوقت الواجب فيه الوقوف عند الوظائف الأسرية ؛ وترسيخ ثقافة التوفيق بين التوجهات المستمرة نحو القنوات الفضائية والتزامات الفرد نحو الأسرة .

#### 4- أهداف الدراسة :

تقوم هذه الدراسة على تحقيق الأهداف التالية :

- 1- تحديد تأثير القنوات الفضائية على الالتزامات والوظائف الأسرية بمدينة ورقلة .
- 2- التعرف على أبعاد برامج القنوات الفضائية وتأثيرها على الأسرة بمدينة ورقلة .
- 3- التعرف على الالتزامات الأسرية ودورها في إنشاء مجتمع بقيم راقية في عصر الفضائيات.
- 4- معرفة اهتمامات أفراد الأسرة بالفضائيات التلفزيونية وإبراز أشكال تأثيرها على الالتزامات الأسرية.

#### 5- أسباب اختيار الموضوع :

إن اختيار القنوات الفضائية لدراستنا هو محاولة معرفة كيفية تأثيرها على الالتزامات الأسرية لمجموعة من الأسر من مدينة ورقلة، كونها تعد من العناصر الأساسية لتطور ورقي وازدهار الكثير من الأفراد، بل وهناك أيضا بعضا من تلك القنوات الفضائية التي أدت بهلاك الكثير من الأسر وتعرضها إلى التشتمت وانحراف العلاقات الإنسانية بين الأفراد .

وهناك جملة من الأسباب لاختيار هذه الدراسة حيث قسمت إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية .

#### أ- الأسباب الذاتية :

- 1- الرغبة الذاتية في دراسة هذا الموضوع ،ومحاولة معرفة أثر القنوات الفضائية على الالتزامات الأسرية.
- 2- موضوع القنوات الفضائية له علاقة مباشرة بتخصصنا (تكنولوجيا الاتصال الجديدة) .
- 3- ملاحظتنا للأوضاع السائدة في بعض الأسر لتخليهم عن معظم التزاماتهم من أجل المثل أمام برامج القنوات الفضائية، الذي أدى إلى سوء التفاهم بين الأفراد .

ب- الأسباب الموضوعية :

- 1- وجود تفاهم واتصال في الأسرة يعد عامل ضروري وهام جدا، لنجاح بقاء أي أسرة وخاصة في عصر الفضائيات وما تبثه من برامج.
- 2- تدعيم المكتبة الجامعية، والكشف عن المعنى الحقيقي للموضوع وإزالة الغموض.
- 3- تحسيس الأفراد بأهمية الالتزامات الأسرية والتوفيق بينها وبين القنوات الفضائية .

6- تحديد المفاهيم والمصطلحات:

6-1-التأثير:

التأثير هو بعض التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد، فقد تلفت الرسالة انتباهه ويدركها وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة، وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل اتجاهاته القديمة كما قد تجعله يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل سلوكه السابق، فهناك مستويات عديدة للتأثير ابتداء من الاهتمام إلى حدوث تدعيم داخلي للاتجاهات، إلى حدوث تغيير على تلك الاتجاهات، ثم في النهاية إقبال الفرد على سلوك علني<sup>1</sup>

6-2- القنوات الفضائية: لكل محطة إذاعية أو تلفزيونية قناة معينة تبث عبرها إرسالها، وهي بمثابة

الطريق الذي تسلكه الإشارة الإذاعية والتلفزيونية من محطة الإرسال إلى أجهزة الاستقبال.<sup>2</sup>

6-3- الالتزامات: لزم الشيء، يلزمه لزمًا ولزومًا، ولازمه ملازمة ولزما، والتزمه، وألزمه إياه،

فالتزمه، ورجل لُزِمَ يلزم الشيء فلا يفارقه، واللزام أو الملازمة للشيء والدوام عليه، والالتزام أي

<sup>1</sup> نسيمه طبشوش، القنوات الفضائية وأثرها على القيم الأسرية لدى الشباب، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة باتنة، مذكرة مقدمة

لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع العائلي، سنة 2007-2008، ص 12

<sup>2</sup> كرم شلبي، معجم مصطلحات الإعلام، دار الشروق، القاهرة، الطبعة 1، 1989، ص 392.

الاعتناق، ولزم الشيء أي ثبت ودام، ولزم ببيته، لم يفارقه، ولزم بالشيء أي تعلق به ولم يفارقه، أو أوجبه على نفسه.<sup>1</sup>

4-6- الأسرة: يعتبر النظام الأسري واحد من النظم الاجتماعية التي تتفاعل معه بصورة مكثفة مع حياتنا اليومية، حيث نالت الأسر اهتمام علماء الاجتماع لكونها النواة الأساسية لأي مجتمع يتحدد وجودها في نطاق أوضاع وظروف معينة، يقررها المجتمع.<sup>2</sup>

## 7- المداخل النظرية (الاستخدامات والإشباع):

### 1-7- مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع وفرضياتها:

تعود بدايات الاهتمام بالإشباع التي تحققها وسائل الإعلام لجمهورها مع ظهور الدراسات الخاصة بتأثيرات الإعلام مع أن هذا المجال يصعب فيه البحث التجريبي وذلك لطبيعة البشر المتغيرة، حيث تعتبر هذه النظرية تياراً فكرياً جديداً ظهر في الولايات المتحدة الأمريكية في الأربعينيات من القرن الماضي ومع ذلك فهناك العديد من الدراسات التي تناولت تأثيرات وسائل الإعلام الجماهيري فقد ظهرت في الأربعينيات أعمال لآرسفيلد وستانون و بيرلسون، وفي الخمسينيات أعمال ريلبز وفريد سونوشرام ولايل وباركر، فهذا النموذج يكاد يلتقي مع نظرية المعلومات لأن كليهما يعدُّ المتلقي هو بؤرة اهتمامه لكن الفارق بين النموذجين هو أن الأول يتساءل عن: كيف يحصل المتلقي على المعلومات؟ والثاني يسعى لمعرفة الحاجات التي تدفع المتلقي لاستخدام وسائل الإعلام؟

ولهذا تعتبر نظرية الاستخدامات أو الإشباع جاءت كردة فعل لمفهوم: (قوة وسائل الإعلام الطاغية) التي أتت بها النظريات السالفة وكانت النظريات المبكرة مثل: نظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية فمن خلال منظور الاستخدامات لم تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل

<sup>1</sup>. أبو حافة أحمد، الإلتزام في الشعر العربي، دار العلم للملايين، بيروت، سنة 1979، ص 14 .

<sup>2</sup>. فادية عمر الحولاني، دراسات حول الأسرة العربية، مؤسسة الشباب الجامعة، الاسكندرية، 1995، ص 11.

الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها، ونوع

المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة.<sup>1</sup>

ونجد أن هذا النموذج قد ركز على جانبيين في الطبيعة البشرية وهما الحاجة والدافع:

**الحاجة (Need):** هو افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما يحقق تواجده حالة من الرضا

والإشباع أو الحاجة قد تكون فسيولوجية أو نفسية.

**الدافع (Motive):** فهو حالة فسيولوجية أو نفسية توجه الفرد للقيام بسلوك معين يقوي استجابته

إلى المثير أو يشبع حاجة ما لديه.

والإنسان بحاجة دائمة إلى المعرفة لتقوية وبناء إدراكه وتشكيل المعاني حتى يتمكن من الفهم

والتفسير وتحديد موقفه واتجاهاته من المثيرات التي يتعرض لها، فهناك علاقة بين مفهوم إشباع

الحاجات وتفسير الدوافع إلى تحقيقها، وتتمثل في الحاجات الأساسية والفسيولوجية، وهي تتغير من فرد

إلى آخر وفق معايير ثقافية واجتماعية، وتعد الوظيفة المعرفية على رأس الوظائف التي تحققها وسائل

الإعلام.<sup>2</sup>

وهناك خمسة فروض تقوم عليها هذه النظرية حددها كاتز في الآتي:

## 7-2- فرضيات النظرية :

1- جمهور المتلقين هو جمهور نشط واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف

معينة.

2- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى

أنها تشبع حاجاته .

<sup>1</sup> . حسن عماد مكاوي - ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2001، ص 247.

<sup>2</sup> . الدكتور. يسرى خالد إبراهيم، وسائل الإعلام الإلكتروني ودورها في الإنماء المعرفي، ط1، إصدارات مركز البصيرة للبحوث والتطوير الإعلامي، دار الفجر للطباعة والنشر، و دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 61-63 .

3- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات الفرد مثل الاتصال الشخصي، وهذا مايقصد به العوامل الوسيطة .

4- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام، لأنه هو الذي يحدد اهتماماته وحاجاته ودوافعه، وبالتالي اختياره الوسائل التي تشبع حاجاته .

5- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه الوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه، لأن الناس قد تستخدم المحتوى نفسه بطرق مختلفة.<sup>1</sup>

### 3-7- الأهداف التي تحققها نظرية الاستخدامات والإشباع:

في عصر الانفجار المعلوماتي وانتشار الاتصال التفاعلي وتطور النظم الرقمية بوسائلها المختلفة أصبح نموذج الاستخدامات والإشباع يتصدر البحوث الإعلامية في تقييم استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال مثل التلفزيون والإشباع التي تحققها في عدد كبير من المجالات، وفي هذا الإطار تسعى نظرية الاستخدامات والإشباع إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي :

**الهدف الأول:** التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وذلك بنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.

**الهدف الثاني:** توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام.

**الهدف الثالث:** التركيز على فهم عملية الاتصال الجماهيري نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.<sup>2</sup>

### 4-7- دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام :

<sup>1</sup> . محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب للنشر، الجزائر، 2004، ص 242 .

<sup>2</sup> .الدكتورة .يسرى خالد ابراهيم، وسائل الإعلام الإلكتروني ودرها في الإنماء المعرفي، ط1، اصدارات مركز البصيرة للبحوث والتطوير الإعلامي، دار الفجر للطباعة والنشر، و دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص62.

يتبنى "أوستن بابرو" وجهة نظر القائل بأن سلوك تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ليس له أي دافع، وتتفق هذه النظرة مع الفكرة العامة التي ترى إن السلوك الإنساني يرتبط غالباً بالتعود أو اللامعقول، وفي هذه الحالة عندما يحدد أفراد الجمهور "دافع".

وبشكل عام يرى "بابرو" ضرورة ربط دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام بالأطر النظرية، وذلك على أساس أن خبرات الجمهور مع وسائل الإعلام خبرات الجمهور مع وسائل الإعلام خبرات فعالة وتفسيرية، مما يحدوه للسعي للتعرض لتحقيق هذا الهدف ويمكن إن يكون التعرض بدون دافع في حالة واحدة فقط حين يحكمه السلوك الاعتيادي أي بحكم التعود وهناك دافع التعرض إلى فئتين هما :

\_ دوافع منفعية: وتستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات، والخبرات .

\_ دوافع طقوسية: وتستهدف في تمضية الوقت والاسترخاء، والصدقة والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية، مثل المسلسلات، والأفلام، المنوعات، برامج الترفيه المختلفة.<sup>1</sup>

5-7- النقد الموجه لهذه النظرية: لقد تعرضت نظرية "الاستخدامات والاشباع" لجملة من

الانتقادات، حيث :

يشير بعض النقاد إلى أن مدخل "الاستخدامات والاشباع" أقل من أن يكون نظرية مستقلة بذاتها، وما هو إلا صياغة معادة محدودة لجوانب معينة من نظريات "التأثير الانتقائي".

<sup>1</sup> - محسن صخر - سعاد بوغرارة - استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي في الأداء الإعلامي - الفيسبوك واليوتيوب والتويتير " أنموذجاً" دراسة وصفية لعينة من الصحفيين الجزائريين بدور الصحافة بالجزائر العاصمة - مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي - 2015 - ص 14 .



وأنها تركز على أسس وظيفية، تهتم بما تحققه وسائل الإعلام من وظائف وذلك من منظور فردي، في حين أن الرسائل الإعلامية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد، واختلالا وظيفيا للبعض الآخر ولذلك فكل الانتقادات الموجهة للوظيفية تنطبق عليها كذلك.<sup>1</sup>

على أساس هذه النظرية أن الجمهور ليس مجرد مستقبل سلبي لرسائل الاتصال الجماعي وعليه سوف نركز في دراستنا هذه على أن أفراد الأسرة هم الذين يستخدمون الوسائل وليس الوسائل هي التي تستخدمهم ، وعليه فهم مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماعي ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبى توقعاتهم ويستطيعون دائما تحديد احتياجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الاحتياجات مثل القنوات الفضائية في موضوعنا .

#### 8- منهج البحث وأدواته:

إن أي دراسة علمية، بغض النظر عن طبيعتها والموضوع الذي تدور حوله وتخضع لمجموعة المعايير والتقنيات، التي يحاول من خلالها الباحث الوصول إلى الحقائق والبيانات الموضوعية المطلوب جمعها وعرضها، بغية معرفة حقيقة المشكلة المطلوب دراستها ومعالجتها وأول أساس تنطلق منه الدراسة العلمية هو اختيار المنهج الذي تتم بموجبه المعالجة الميدانية للمشكلة البحثية .

#### 8-1- المنهج: من المقومات الأساسية والجوهرية لإنجاز البحث العلمي بصورة لائقة وعلمية

تستوجب ضرورة استخدام المنهج العلمي في البحث، والالتزام بمبادئه ومراحله وقوانينه<sup>2</sup>

إن المنهج العلمي هو: " فن التنظيم الصحيح لسلسلة الأفكار العديدة من أجل الكشف عن الحقيقة"<sup>3</sup>

<sup>1</sup> . السعيد بومعيزة - أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب - دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية - رسالة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر 2005-2006 - ص 70-71 .

<sup>2</sup> - عمار عوايدي، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1987، ص 31.

<sup>3</sup> - رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط3، دار هومة للطبع والنشر، الجزائر، 2008، ص 177 .

- ويعرف المنهج على أنه الطريقة التي يتبعها الباحث لدراسة مشكلة موضوع البحث ويجب هذا المفهوم على الكلمة الاستفهامية كيف؟<sup>1</sup>

ومنه فالمنهج المستخدم في دراستنا هو المنهج المسحي .

**8-2- المنهج المسحي:** ويعني الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة

المدروسة من خلال العناصر المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها، كما هي في الحيز الطبيعي الواقعي، وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع البيانات المحققة بذلك.<sup>2</sup>

ويستهدف المسح الاجتماعي دراسة مشكلة اجتماعية راهنة وبذلك بوصف دقيق لمجموعة من الأفراد يعيشون معا في منطقة جغرافية معينة بقصد تشخيصها والعمل على وضع برنامج للإصلاح الاجتماعي، ويتم المسح للظاهرة الاجتماعية لتحديد طبيعتها ومعرفة خصائصها التي تتعلق بتركيبها ووظائفها من جهة، وسلوك الأفراد في تعامل بعضهم مع بعض من جهة أخرى .

**8-3- أدوات جمع البيانات:**

هناك عدد من الأدوات المستخدمة في عملية جمع البيانات الخاصة بالبحث العلمي، ومن أكثر تلك الأدوات شيوعا واستخداما: الملاحظة، المقابلة، الاستمارة. ويتم اختيار هذه الأدوات وبنائها في ضوء أسس علمية وخطوات منهجية، ويمكن للباحث استخدام هذه الأدوات، وذلك تبعا لطبيعة البحث وأهدافه.

لذلك وبغرض جمع البيانات الخاصة بموضوع بحثنا فإننا لجأنا إلى أسلوب الاستبيان.

<sup>1</sup>. تركي رابح، مناهج البحث في علوم التربية وعلم النفس، دون طبعة، جامعة الجزائر معهد العلوم الاجتماعية، الجزائر، 1984، ص107.

<sup>2</sup>. محمد شفيق، البحث العلمي والخطوات المنهجية لاعداد البحوث الاجتماعية، بدون طبعة، المكتبة الجامعية، مصر، 2001، ص85.

4-8- الاستبيان: يعرف الاستبيان أنه أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة مرتبة بأسلوب منطقي مناسب يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها.<sup>(1)</sup>

ويعرف أيضا أنه: إحدى الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في جمع البيانات والمعلومات من مصادرها، أو هو مجموعة من الأسئلة التي يطرحها الباحث على المبحوثين.<sup>1</sup>

ويعرف الاستبيان أيضا: أنه وسيلة لجمع البيانات اللازمة للبحث من خلال مجموعة من الأسئلة المطبوعة في استمارة خاصة يطلب من المبحوثين الإجابة عليها، سواء سجلت هذه الإجابات بمعرفة المبحوث وحده دون تدخل من الباحث أو سجلت بمعرفة الباحث نفسه.<sup>2</sup>

إن طبيعة موضوع الدراسة والمنهج المستخدم يحتم على الباحث استخدام أدوات معينة يستعين بها في جمع المعلومات الضرورية حول ابعاد المشكلة البحثية، وتماشيا مع فروض الدراسة، وقد تم الاستعانة ببعض الكتب والمراجع المكتبية لبناء وتصميم الاستمارة .

وبعد إعداد الاستمارة إعدادا مبدئيا تم عرضها على الأستاذ المشرف، وقد كانت تحتاج إلى تعديلات وتغييرات، حيث كانت عبارة عن أسئلة متتالية فاقتراح الأستاذ تعديلها وتقسيمها وجعلها في شكل محاور وفقا لتساؤلات الدراسة، كما اقترح الأستاذ بتخصيص الأسئلة إلى اختيار فردين من الأسرة وهما الأب والأم، ثم تم عرضها على مجموعة من الأساتذة كمحكمين<sup>3</sup> فكان رأي الأستاذ الأول أن الاستبيان الأسئلة مختلطة فيما بينها فمنها ما كان يجب أن يكون في المحور الثاني وضع في المحور الثالث وما كان يجب أن يوضع في المحور الثالث وضع في المحور الرابع، أما الأستاذ الثاني فقد استفسر عن السؤال الرابع بالمحور الأول حيث رأى أنه يمكن أن يحدث تداخل بين فئة أخرى

<sup>1</sup> . مروان عبد المجيد ابراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق، عمان، 2000، ص 165 .

<sup>2</sup> . علي عبد الرزاق جلبي، البحث العلمي الإجتماعي - دار المعرفة الجامعية - الإسكندرية - 2003 - ص286.

<sup>3</sup> - الأساتذة المحكمين: الأستاذ زاوي محمد الطيب، الأستاذ قنذوز عبد القادر، الأستاذ صانع رابع .

فالمراة الماكثة في البيت قد تعتبر نفسها بطالة مثلا، وقد نجد أن امرأة ماكثة في البيت ولكنها تزاوّل نشاطا مربحا مثل الخياطة وصناعة الحلويات، أما الأستاذ الثالث فقد اقترح إضافة اختيار في السؤال السابع من المحور الثاني وهو القنوات الجزائرية الخاصة.

وبناء على ذلك تم إعداد استمارة استبيان وجهت إلى عينة من الأسر بورقلة، حيث وضع (28) سؤال وقسمت الاستمارة إلى (3) محاور على النحو التالي :

**المحور الأول:** أنماط متابعة القنوات الفضائية من قبل الأسر وتضمن تسعة (9) أسئلة.

**المحور الثاني:** تأثير القنوات الفضائية على الالتزامات الأسرية وتضمن إحدى عشرة (11) سؤال.

**المحور الثالث:** دوافع وحاجات وأشباعات متابعة الأسرة للقنوات الفضائية، وقد تضمن أربع (4) أسئلة.

## 09- مجتمع وعينة الدراسة :

يعتبر تحديد مجتمع البحث الخطوة الرئيسية التي يجب إتباعها قبل تحديد نوع العينة وسبب ذلك وجود فرق بين مجتمع البحث والعينة، فمجتمع البحث يشمل جميع الوحدات أو المفردات التي تتوفر فيها الخصائص لدراستها، بينما العينة هي جزء من المجتمع الذي يقوم الباحث بدراسته والمجتمع المقصود هو الأسر بمدينة ورقلة حي سعيد عتبة .

تعتبر العينة أحد شروط قواعد البحوث العلمية الميدانية، وهي جزء من أفراد المجتمع الأصلي على أن تكون ممثلة للمجتمع الذي تجرى عليه الدراسة على المجتمع ككل ويستخدم هذا الأسلوب عند استحالة دراسة جميع أفراد مجتمع البحث.

وتعرف أيضا: هي المجموعة الجزئية التي يقوم الباحث بتطبيق دراسة عليها وهي تكون ممثلة للخصائص مجتمع الدراسة الكلي.<sup>1</sup>

ولقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية والتي تعرف بأنها عينة يتم اختيارها بشكل مقصود من قبل الباحث، نظرا لتوافر بعض الخصائص بأولئك الأفراد دون غيرهم ولكون تلك الخصائص تمثل مجتمع الدراسة تمثيلا كاملا بما يخدم أهداف الدراسة.<sup>2</sup>

وبناء على ما سبق ذكره قمنا بتوزيع الاستثمارات على عينة الدراسة والمتمثلة في الأسر بمنطقة سعيد عتبة بورقلة وقد اکتفينا في هذه الدراسة بتوزيع (60) استمارة .

هذا وقد تم توزيع الاستمارة شخصيا للأسر بمنطقة سعيد عتبة، حيث تم التوجه إلى المنازل والبعض الآخر التقينا بهم في العمل، والبعض الآخر في الشارع، وتم تقسيم الاستثمارات في يومي 5 و6 أبريل 2016، وتم استلام الاستثمارات في نفس الوقت الموزع فيه، وهناك بعض الأسر التي رفضت الإجابة عن الاستثمارات، وهكذا عدنا بعد توزيع (60) استمارة، استعدنا العدد الكامل أي (60) استمارة .

ولقد استدللنا في دراستنا هذه بعدة دراسات سابقة اخترنا منها واحدة، لمحاولة التعقيب عليها ودراسة أوجه الاختلاف والتشابه بين تلك الدراسات ودراستنا، ومعرفة النقاط التي استفدنا بها من خلال هذه الدراسة السابقة .

## 10- الدراسات السابقة :

إن الدراسات السابقة هي مصادر إلهام لاغنى عنها بالنسبة إلى الباحث أو الباحثة بالفعل، فإن كل بحث ماهو إلا امتداد للبحوث التي سبقته لذلك لابد من استعراض الأدبيات، أي معرفة الأعمال

<sup>1</sup> . وائل عبد الرحمن التل، عيسى محمد قحل، البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار الحسام للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص 42.

<sup>2</sup> . محمد عبيدات، محمد أبو ناصر، عقله مبيضين، منهجية البحث العلمي، الطبعة 2، دار وائل، الأردن، 1999، ص 63 .

التي أنجزت من قبل حول الموضوع الذي يغلب بالنا والتي كانت محل مختصرات مكتوبة، فالأدبيات الموجودة حول موضوع ما، هي إذاً طريق للاستكشاف وقراءة النصوص الملائمة تسمح للباحث بالإحاطة بموضوع بحثه الخاص وضبطه بصورة جيدة.<sup>1</sup>

في ما يلي :

- الدراسات التي تناولت القنوات الفضائية وعلاقتها بالأسرة :

**الدراسة الأولى:** " نسيمه طبشوش " تحت عنوان " القنوات الفضائية وأثرها على الأسرة لدى الشباب " دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة باتنة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع العائلي، سنة 2007-2008، اعتمدت الباحثة في دراستها هذه على المنهج الوصفي، حيث لجأت إلى اختيار عينة البحث إلى العينة المتعددة المراحل ( العنقودية )، وبلغ حجم العينة ( 220 ) شاباً.

حيث سعت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على بعض التأثيرات الإيجابية والسلبية للقنوات الفضائية على قيم الشباب الأسرية، حيث طرحت الإشكالية الرئيسية للدراسة كالتالي: ما تأثير مضامين برامج القنوات الفضائية على القيم الأسرية لدى الشباب ؟

ولم تعتمد الباحثة في دراستها على فرضيات معينة، حيث استقت هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع نفسه فموضوع تأثير القنوات الفضائية على الشباب يعد مسألة ذات أهمية كبيرة لما يشهده من اهتمام الكثير من الباحثين والمفكرين في مجال علم الاجتماع وغيرها من التخصصات.

وتوصلت الباحثة خلال هذه الدراسة إلى جملة من النتائج منها:

**تحقيق الهدف الأول:** معرفة عادات وأنماط مشاهدة الشباب لبرامج القنوات الفضائية

<sup>1</sup> . مورييس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات علمية - تر: بوزيد صحراوي آخرون، دار القصبه للنشر - الجزائر - 2004-ص125.

1-فترة بدأ مشاهدة الفضائيات: توصلت الدراسة إلى نسبة(39.09%) من أفراد العينة قد بدأت مشاهدة البرامج الوافدة عبر البث التلفزيوني الفضائي، منذ مدة تتراوح بين خمس وعشر سنوات، ثم تليها الفترة التي تزيد عن عشر سنوات بنسبة (37.73%) ثم الفترة التي تقل عن خمس سنوات بنسبة (23.18%).

## 2- الأوقات المفضلة لمشاهدة القنوات الفضائية :

أ- الفضائيات الجزائرية: صرحت نسبة (40.31%) من المبحوثين أنها تتشاهد برامج الفضائيات الجزائرية حسب الظروف، وقد حازت الفترة المسائية على الترتيب الثاني بنسبة (25.00%)، أما بالنسبة لبقية الفترات فكانت بنسبة ضئيلة .

ب- الفضائيات العربية: بين المبحوثين أنهم يشاهدون الفضائيات العربية أيضا حسب الظروف وذلك بنسبة (32.29%) ثم تليها فترة المساء وفترة السهرة بنسبة متقاربة، وقد حازت فترة منتصف الليل على أصغر نسبة.

ج- الفضائيات الأجنبية: بينت نسبة (39.01%) أنهم يشاهدونها حسب الظروف، ثم تليها فترة السهرة بنسبة (30.50%) ، أما في فترة بعد منتصف الليل فقد كانت بنسبة أكبر من الفضائيات الجزائرية والعربية.

## 2\_ كثافة مشاهدة برامج الفضائيات:

أ-الفضائيات الجزائرية: بينت نسبة (49.17%) من أفراد العينة أنهم يشاهدون برامج الفضائيات الجزائرية لمد تتراوح بين ساعة إلى ثلاث ساعات يوميا، ثم أقل من ساعة بنسبة (40.88%) وأخيرا أكثر من ثلاث ساعات بنسبة (9.95%).

ب- الفضائيات العربية: صرحت نسبة (51.17%) أنها تشاهد برامج هذه الفضائيات لمدة محصورة بين ساعة وثلاث ساعات، ثم لمدة تدوم أكثر من ثلاث ساعات بنسبة (36.62%)، أخيرا لمدة أقل من ساعة بنسبة (12.21%).

ج- الفضائيات الأجنبية: بينت نسبة (50.48%) أنه تشاهد الفضائيات الأجنبية تتراوح من ساعة إلى ثلاث ساعات، ثم أكثر من ثلاث ساعات بنسبة (26.66%)، أما أقل من ساعة فكانت بنسبة (22.86%).

### 3- معية مشاهدة برامج الفضائيات:

أ- الفضائيات الجزائرية: صرحت أكبر نسبة (76.53%) أنها تشاهد الفضائيات الجزائرية مع كل أفراد الأسرة، ثم مع الإخوة بنسبة (11.74%) أما بقية النسب فكانت ضئيلة.

ب- الفضائيات العربية: بينت نسبة (39.08%) من أفراد العينة أن مشاهدتها لبرامج الفضائيات العربية تكون مع كل أفراد الأسرة، ثم مع الإخوة بنسبة (38.65%)، كما صرحت نسبة (15.13%) أنها تشاهد هذه الفضائيات بمفردها .

ج- الفضائيات الأجنبية: صرح نصف عدد المبحوثين (50.40%) أنهم يشاهدون برامج الفضائيات الغربية بمفردهم، أما نسبة (21.95%) من المبحوثين فأنهم يشاهدونها مع الإخوة، وقد بينت نسبة (15.45%) منهم أنهم يفضلون مشاهدة برامج هذه الفضائيات مع الأصدقاء.

وقد وصلت الباحثة إلى نتائج الأهداف التالية بنفس الطريقة الأولى مثل الهدف الثاني الذي تضمن معرفة الفضائيات والبرامج المفضلة لدى الشباب، والهدف الثالث معرفة دوافع الشباب لمشاهدة برامج الفضائيات، وكذلك الهدف الرابع معرفة دور الأسرة في انتقاء البرامج للشباب، والهدف الخامس معرفة تأثير برامج الفضائيات على القيم الأسرية للشباب .



❖ وقد وظفنا هذه الدراسة لمعرفة أثر القنوات الفضائية على الأسرة، حيث ركزت الباحثة في دراستها على دراسة على تعرض الشباب للقنوات الفضائية، حيث تتشابه دراستنا مع هذه الدراسة في تناول المتغير الأول ( القنوات الفضائية )، ولكن في دراستنا ركزنا على الأسرة بكاملها في المتغير الثاني عكس الدراسة السابقة للباحثة فهي ركزت على فئة الشباب .

وكخلاصة لهذا الفصل ما يسعنا إلا أن نقول أن للإطار المنهجي دورا بارزا في بناء البحوث العلمية، بحيث استطعنا من خلاله إبراز أهمية الموضوع، ودراسة تأثيرات القنوات الفضائية على الالتزامات الأسرية، وتحديد الزاوية المناسبة لحصر الموضوع.

الجانب الميداني: الفصل الثالث

عرض البيانات وتفسير النتائج الدراسة .

## مجالات الدراسة:

**المجال المكاني:** هو ذلك المجتمع الجغرافي الذي يقوم بتحديد الباحث، وهذا المجتمع قد يكون مجتمع جغرافي يشمل جميع المناطق الجغرافية التي يتكون منها المجتمع أو قد يكون جزء (منطقة جغرافية) من مناطق هذا المجتمع الجغرافي عندما تكون تلك المناطق الجغرافية المكونة لهذا المجتمع متجانسة من حيث الخصائص التي يقوم الباحث بدراستها، ويرجع تحديد هذا المجتمع الجغرافي حسب نوع القضية التي يقوم الباحث بدراستها.<sup>1</sup> والمجال المكاني لهذه الدراسة هي مدينة ورقلة .

تقع ولاية ورقلة في الجنوب الشرقي للبلاد على مساحة قدرها 163,233 كلم وتعدمن الولايات الكبرى من حيث المساحة يحدها من الشمال ولايتي الجلفة والوادي ومن الشرق الجمهورية التونسية ومن الجنوب ولايتي تمنراست واليزي ومن الغرب ولاية غردية ولها 10 دوائر و21 بلدية، وتحديدًا تمت دراستنا في حي سعيد عتبة .

## المجال الزماني :

هي تلك الفترة التي يستغرقها الباحث في جمع البيانات والمادة العلمية والمعلومات المرتبطة بالقضية المدروسة من بداية المشروع إلى أن ينهي كتابة التقرير النهائي للدراسة .

وهو أيضا الوقت الذي يحتاجه الباحث لجمع بياناته الميدانية ولا يقصد به الزمن الذي سيحتاجه الباحث للإنتهاء من الدراسة والذي يمكن أن يستغرق سنوات وتشمل هذه الفترة الزمنية بداية جمع المادة النظرية للدراسة إلى جمع البيانات الميدانية وتحليلها إلى الوصول إلى نتائج المرحلة (الميدانية) التي استغرقت حوالي أربعة أشهر من فيفري 2016 إلى ماي 2016.

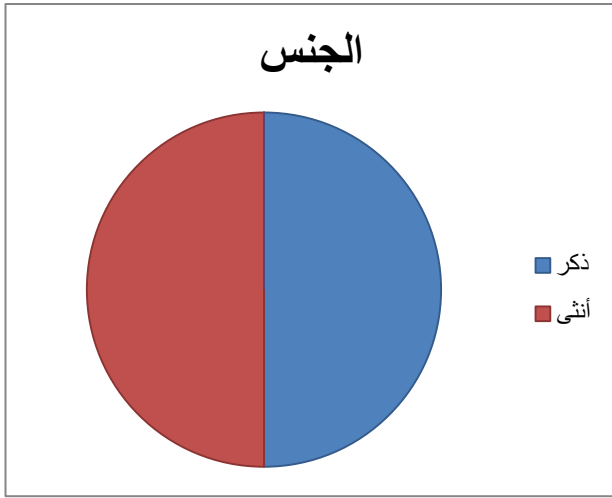
**المجال البشري:** ويقصد بذلك مجتمع البحث وحجم العينة، وحيث أن طريقة اختيار العينة يفترض أن يتم تفصيل كيفية أخذها لا يفترض التطرق إلى ذلك ضمن الحديث عن المجال البشري، والمجال البشري في دراستنا هو مجتمع البحث الأسر بمدينة ورقلة بحي سعيد عتبة، والبالغ عدده أفراد العينة 60 فرد من تشكيلة زوج وزوجة .

<sup>1</sup>- تلحس مراد - شريفي عبد الناصر - العلاقات الإتصالية داخل الأسرة الجزائرية في ظل استخدام الهاتف الذكي وتقنية الجيل الثالث - مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي - جامعة ورقلة - كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية - سنة 2014-2015.

سنتناول في هذا الفصل مناقشة النتائج وذلك بعد جمع الإستمارة وتفرغها في جداول، ثم تحليل النتائج المتحصل عليها .

### عرض البيانات وتفسير النتائج الدراسة:

جدول رقم (01): يمثل متغير الجنس بالنسبة  
 شكل رقم (01): يمثل دائرة نسبية توضح  
 لعينة الدراسة  
 متغير الجنس بالنسبة لعينة الدراسة



الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	30	%50
أنثى	30	%50
المجموع	60	%100

من خلال الجدول رقم (01) يبين لنا توزيع أفراد متغير الجنس بالنسبة لعينة الدراسة، حيث أن تكرار 30 يتمثل في فئة الذكور أي ما يعادل 50 من مجمل عينة الدراسة، ونرى أن تكرار 30 في فئة الإناث أي ما يعادل 50 من باقي عينة الدراسة .

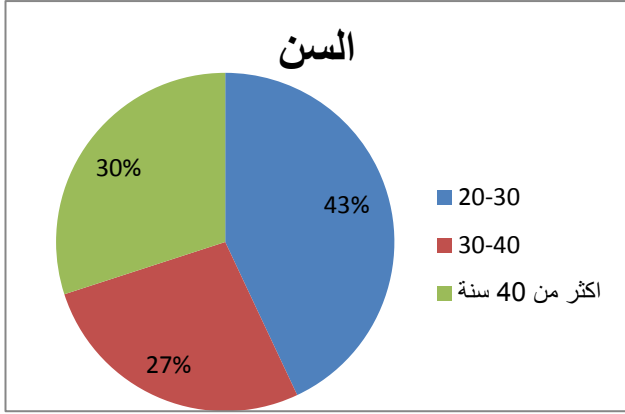
وهنا نستنتج أن نسبة الإناث والذكور متعادلة وهذا ما توضحه الدائرة النسبية أيضا، وذلك لأننا اعتمدنا في دراستنا على الزوجين أي على الأب والأم، ولم نعتمد على آراء الأبناء نظرا لضيق الوقت الذي وزعت فيه الإستمارة .

جدول رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب متغير الشكل رقم (02): يمثل دائرة نسبية توضح

توزيع

السن .

أفراد العينة حسب متغير السن



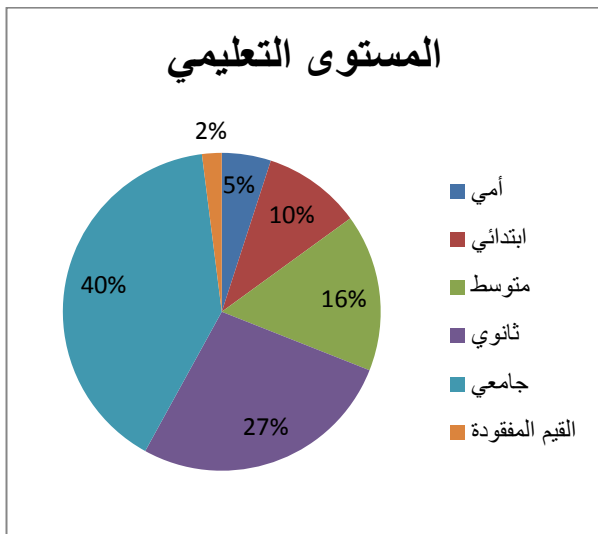
السن	التكرار	النسبة المئوية
من 20 الى 30	26	43%
من 31 الى 40	16	27%
أكثر من 40 سنة	18	30%
المجموع	60	100%

من خلال الجدول رقم (02) يبين لنا توزيع أفراد متغير السن بالنسبة لعينة الدراسة، حيث شملت الفئات العمرية للأفراد العينة، فكانت النسبة المئوية مقتصرة تقريبا على الفئة العمرية ما بين 20 إلى 30 سنة، والتي قدرت بنسبة 43 بالمائة بمجموع 26 مفردة، وهي تعبر عن فئة الأفراد الذين يشاهدون القنوات الفضائية، وأما بالنسبة للفئة العمرية التي أكثر من 40 سنة فقدت بنسبة 30 بالمائة بمجموع 18 مفردة، وبالنسبة للفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة والتي قدرت بنسبة 30 بالمائة بمجموع 16 مفردة.

جدول رقم (3): توزيع أفراد العينة حسب متغير الشكل رقم (03): يمثل دائرة نسبية توضح توزيع

المستوى التعليمي .

أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي .



المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
أمي	3	5%
ابتدائي	6	10%
متوسط	10	16%
ثانوي	16	27%
جامعي	24	40%
القيم المفقودة	1	2%
المجموع	60	100%

من خلال الجدول رقم (03) يبين لنا توزيع أفراد متغير المستوى التعليمي بالنسبة لعينة الدراسة، نجد أن المستوى التعليمي الغالب على العينة هو المستوى الجامعي، وذلك بما يعادل 24 فرد أي بنسبة 40 بالمئة، ثم يليه ثم يليه المستوى الثانوي والذي كان عددهم 16 فرد أي بنسبة 27 بالمئة، ثم يليه المستوى المتوسط بما يعادل 10 أفراد أي بنسبة 16 بالمئة، ثم يليه المستوى الابتدائي والذي يعادل 6 أفراد بنسبة 10 بالمئة، ثم يليه الأفراد الأميين والذي كان عددهم 3 أي بنسبة 5 بالمئة، وأخيرا القيم المفقودة بما يعادل فرد واحد بنسبة 2 بالمئة وهي أضعف نسبة .

ويمكن القول أن المستوى الجامعي هو أعلى نسبة موجودة في العينة، وذلك يرجع إلى متطلبات الحياة التي أصبحت تفرض وجوب التعليم، وانتشار الثقافة العامة حول تكوين الفرد لنفسه حتى يستطيع معايشة الوقت، وبالتالي فإن حتى مشاهدة بعض البرامج في القنوات الفضائية مرتبط في حد ذاته بالمستويات التعليمية.

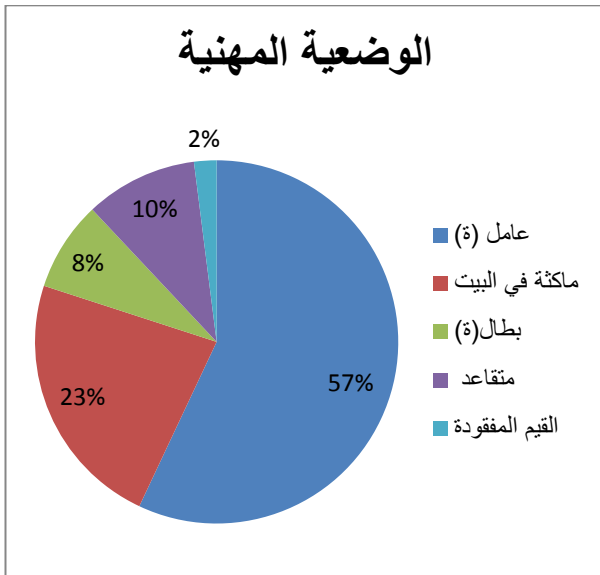
جدول رقم (04): توزيع أفراد العينة حسب

أفراد العينة حسب الوضعية المهنية

الشكل رقم (04): يمثل أعمدة بيانية توضح

توزيع أفراد العينة حسب متغير الوضعية المهنية

الوضعية المهنية	التكرار	النسبة المئوية
عامل (ة)	34	57%
ماكثة في البيت	14	23%
بطل (ة)	5	8%
متقاعد	6	10%
القيم المفقودة	1	2%
المجموع	60	100%



من خلال الجدول رقم (04) يبين لنا توزيع أفراد متغير الوضعية المهنية بالنسبة لعينة الدراسة

نجد أن الوضعية المهنية الغالبة على العينة هي وضعية عامل (ة)، وذلك بما يعادل 34 فرد أي بنسبة

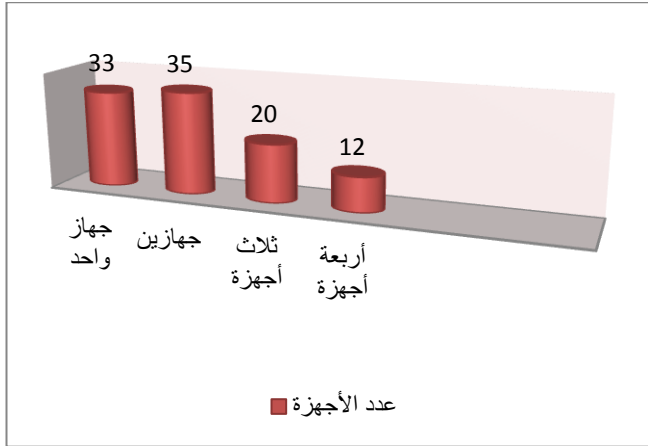
57 بالمئة، ثم تليها وضعية ماكثة في البيت بما يعادل 14 فرد بنسبة 23 بالمئة، ثم تليها وضعية متقاعد بما يعادل 6 أفراد بنسبة 10 بالمئة، ثم وضعية بطال(ة) بما يعادل 5 أفراد بنسبة 8 بالمئة، وأخيرا القيم المفقودة بما يعادل فرد واحد بنسبة 2 بالمئة وهي أضعف نسبة أيضا .

ونستنتج أن نسبة المشاهدين والمتابعين للقنوات الفضائية كانت نسبة عالية لدى فئة العاملين، وهذا ما يعني أنه رغم انشغالهم بالعمل ولكنهم لايفوتون متابعة برامج القنوات الفضائية بحيث يخصصون أوقات للمشاهدة الفضائيات، ومنهم من أجابنا بصريح العبارة أنهم يتابعون برامج الفضائيات حتى في أوقات العمل بحيث يلجؤون إلى الأنترنت، وهذا لعدم تفويت فرصة المشاهدة .

ومن خلال البيانات المتواجدة في الجدول أعلاه نجد أن الفئة (20-30) هي الفئة الأكثر متابعة للقنوات الفضائيات وذلك من أجل برامجها المثيرة حسب قولهم .

**جدول رقم (05):** توزيع أفراد العينة حسب عدد أجهزة التلفاز

**الشكل رقم (05):** يمثل أعمدة بيانية توضح توزيع أفراد العينة حسب عدد أجهزة التلفاز



عدد الأجهزة	التكرار	النسبة بالمئة
جهاز واحد	20	%33
جهازين	21	%35
ثلاث أجهزة	12	%20
أربعة أجهزة	7	%12
المجموع	60	%100

يوضح لنا الجدول رقم (05)، عدد أجهزة التلفزيون التي يملكها أفراد العينة، حيث شكل عدد الأجهزة عند الذين يملكون جهاز واحد 20 فردا بتقدير نسبة 33 بالمئة، أما الأفراد الذين يملكون جهازين هم 21 فرد بنسبة 35 بالمئة، كما بلغ عدد الأفراد الذين يملكون ثلاثة أجهزة إلى 12 فرد

بنسبة 20 بالمئة، وفي الأخير كان عدد الأفراد الذين يملكون أربعة أجهزة 7 أفراد بتقدير نسبة 12 بالمئة .

ونستنتج أن أفراد الأسرة في المجتمع وخاصة المبحوثين يمتلكون تلفازان ويمكن تفسير ذلك أن الأسرة في عصرنا الحالي أخذت تتجه إلى تغيير عادات المشاهدة الجماعية للبرامج التلفزيونية، بحيث تصبح متابعة البث التلفزيوني الفضائي عملية فردية مثلها مثل قراءة الجرائد أو تصفح المواقع عبر الأنترنت، إلا أن هذا لا يمنع من وجود بعض البرامج الهادفة التي تحرص الأسرة على مشاهدتها جماعيا.

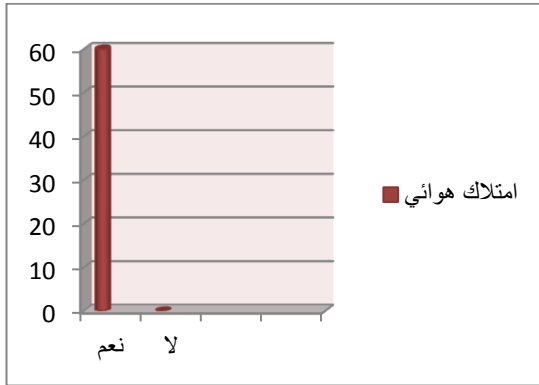
كما أن الأسرة قد تضطر إلى توفير تلفازان في المنزل تجنباً للإجراج الذي قد تسببه بعض برامج الفضائيات، أو تفادياً للنزاعات التي تنشأ بين الأبناء نتيجة الاختلاف في البرامج المفضلة .

الشكل رقم (06): يمثل أعمدة بيانية توضح

رقم (06): توزيع أفراد العينة حسب إمتلاك

توزيع أفراد العينة حسب امتلاك هوائي

هوائي



عدد امتلاك هوائي	التكرار	النسبة المئوية
نعم	60	100%
لا	0	0%
المجموع	60	100%

يوضح لنا الجدول رقم (06) عدد أفراد العينة الذين يملكون هوائيات فضائية، فوجدنا أن عدد

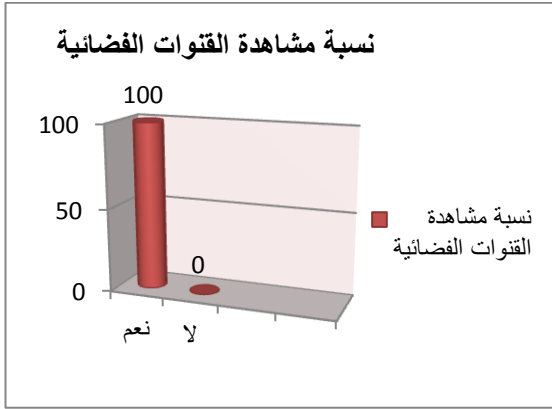
الممتلكين له في عينة الدراسة تقدر بـ 100 بالمئة بالنسبة إلى 60 فرد، وهذا مما يعني أن الأسر



بمنطقة سعيد عتبة كلهم يشاهدون القنوات الفضائية، ولم يعد هناك من يستطيع الإستغناء عن البحث وإكتشاف ما يوجد في العالم .

الشكل رقم(07): يمثل أعمدة بيانية توضح توزيع أفراد العينة حسب مشاهدة القنوات الفضائية

الفضائية



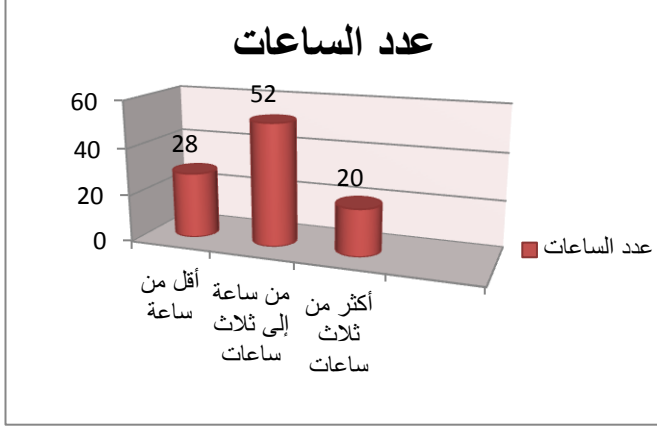
جدول رقم (07): توزيع أفراد العينة حسب مشاهدة القنوات الفضائية.

النسبة المئوية	التكرار	نسبة مشاهدة القنوات الفضائية
100%	60	نعم
0%	0	لا
100%	60	المجموع

يوضح لنا الجدول رقم (07) عدد أفراد العينة الذين يشاهدون القنوات الفضائية، فوجدنا أن عدد المشاهدين للقنوات الفضائية في عينة الدراسة تقدر ب 100 بالمئة بالنسبة إلى 60 فرد . ولذلك نستنتج أن كل أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية مما يعني أن الكل مهتم بالتطورات التكنولوجية الحديثة والمتجددة .

جدول رقم (08): توزيع أفراد العينة حسب عدد الساعات التي يقضونها الأفراد في مشاهدة القنوات الفضائية  
 الشكل رقم(08): يمثل أعمدة بيانية توضح توزيع أفراد العينة حسب عدد الساعات التي يقضونها الأفراد في مشاهدة

القنوات الفضائية



عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	17	28%
من ساعة إلى ثلاث ساعات	31	52%
أكثر من ثلاث ساعات	12	20%
المجموع	60	100%

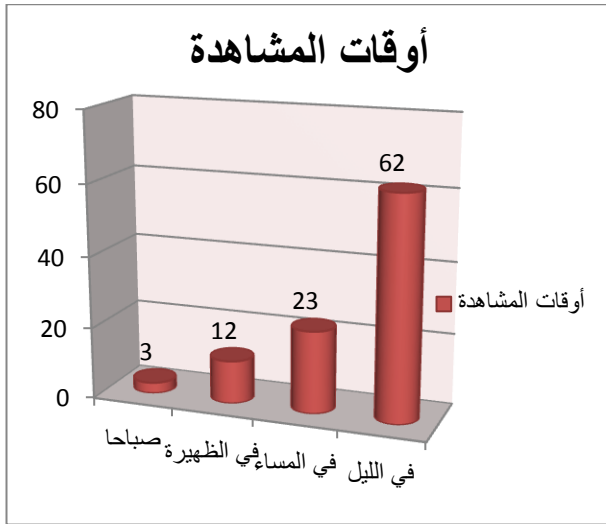
يوضح لنا الجدول رقم (08) توزيع أفراد العينة حسب عدد الساعات التي يقضيها الفرد في مشاهدة القنوات الفضائية، حيث نجد أن مجموع الأفراد الذين يشاهدون القنوات من ساعة إلى ثلاث ساعات يصل عددهم ما يعادل 31 فردا بتقدير نسبة 52 بالمئة، ثم تليها عدد الافراد الذين تصل نسبة مشاهدتهم إلى 28 بالمئة بما يعادل 17 فرد، حيث جاءت بالمرتبة الأخير عدد الساعات التي أكثر من ثلاث ساعات بما يعادل 12 فردا بتقدير 20 بالمئة .

ومن هنا نستنتج أن الأفراد يشاهدون القنوات الفضائية في العينة المدروسة من ساعة إلى ثلاث ساعات وهذا ما يعني أنهم يتابعون البرامج المعروضة باستمرار دائم، ويخططون لوقتهم من أجل مشاهدة برامجهم المفضلة حتى لو استمرت لساعات أطول من المتوقع منهم .

جدول رقم (09): توزيع أفراد العينة حسب أوقات

الشكل رقم (09): يمثل أعمدة بيانية توضح توزيع أفراد العينة حسب أوقات مشاهدة القنوات

الفضائية



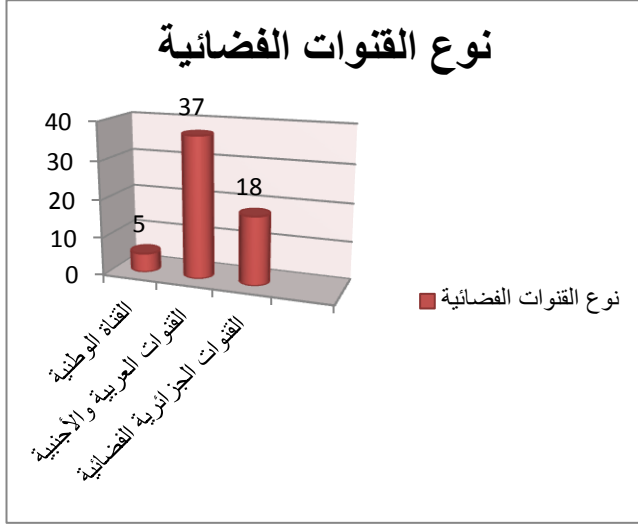
أوقات المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
صباحا	2	%3
في الظهر	7	%12
في المساء	14	%23
في الليل	37	%62
المجموع	60	%100

يوضح لنا الجدول رقم (09) توزيع أفراد العينة حسب أوقات مشاهدة القنوات الفضائية، حيث نجد أن الوقت الذي يشاهدون فيه الفضائيات هي الفترة الليلية بحيث تعادل 37 فردا بتقدير 62 بالمئة، ثم تليها الفترة المسائية بمعدل 14 فردا بتقدير 23 بالمئة، لتليها فترة الظهر التي تعادل 7 مفردات بتقدير 12 بالمئة، وأخيرا الفترة الصباحية التي كانت نسبتها ضئيلة قدرت ب13 بالمئة أي ما يعادل 2 مفردتين.

ونستنتج أن الفترة الليلية قد حصلت على المرتبة الأولى في أوقات المشاهدة لدى أفراد الأسرة، وذلك لأنهم يجدون راحتهم أكثر في ذلك الوقت، وكذلك كما أجاب البعض فإن كل البرامج التي تبث في الفترات السابقة قد يتم إعادتها في الليل، بينما رأى البعض الآخر أنه في فترة المساء ملائمة لأنهم يعرضون جملة من الأفلام والمسلسلات المدبلجة خاصة على الساعة السابعة لذلك احتلت المرتبة الثانية، وكان الرأي من طرف الزوجين .

جدول رقم (10): يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوع القنوات الفضائية

الشكل رقم (10): يمثل أعمدة بيانية توضح توزيع أفراد العينة حسب نوع القنوات الفضائية



نوع القنوات الفضائية	التكرار	النسبة
القناة الوطنية	5	%8
القنوات العربية والأجنبية	37	%62
القنوات الجزائرية الفضائية	18	%30
المجموع	60	%100

يوضح الجدول رقم (10) توزيع أفراد العينة حسب

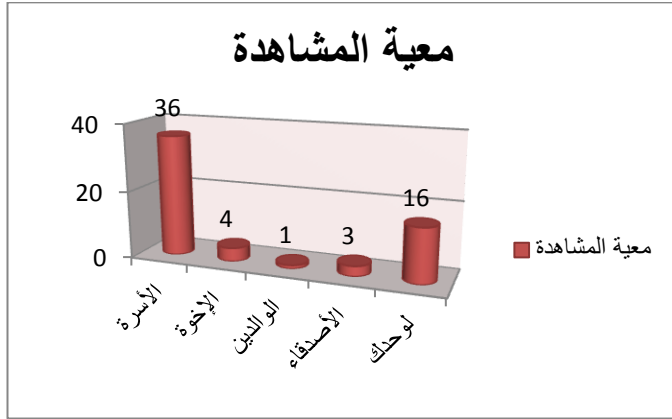
نوع القنوات الفضائية المشاهدة، بحيث وجدنا أن أكبر نسبة كانت للقنوات العربية والأجنبية بما يعادل 37 فردا بنسبة 62 بالمئة، ثم القنوات الجزائرية الفضائية الخاصة جاءت بالمرتبة الثانية بما يعادل 18 فردا بنسبة 30 بالمئة، وفي الأخير القناة الأرضية بما يعادل 5 أفراد بنسبة 8 بالمئة .

ونستج أنه نظرا لنسبة المشاهدين والمتابعين للقنوات الفضائية العربية والأجنبية أن هناك دافع

يجعل هؤلاء الأفراد يتمسكون بها ففي رأي البعض متابعتها تدفعهم الى اكتشاف العالم ومتابعة الأخبار وآخر المستجدات بل وحتى الحصول على الترفيه الثقافة العامة والدين، بينما اختار البعض الآخر القنوات الجزائرية الخاصة للإستفسار عن أخبار البلاد، ليختار البعض الآخر القناة الوطنية فقط في أوقات معينة أغلبها مشاهدة مباريات الفريق الوطني أو أحد الأفرقة المحلية، ووجدنا أن أغلب الذين يشاهدونها تقريبا من فئة الشيوخ .

**جدول رقم (11):** توزيع أفراد العينة حسب متغير  
**الشكل رقم (11):** يمثل أعمدة بيانية توضح  
 توزيع أفراد العينة حسب معية مشاهدة  
 برامج

القنوات الفضائية



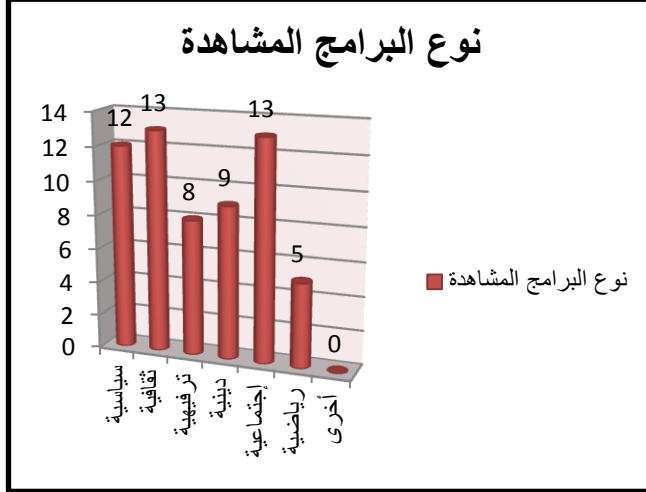
معية المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
مع الأسرة	36	%60
مع الإخوة	4	%6
مع الوالدين	1	%2
مع الأصدقاء	3	%5
لوحدهم	16	%27
المجموع	60	%100

يوضح الجدول رقم (11) توزيع أفراد العينة حسب معية مشاهدة البرامج الفضائية، حيث جاءت نسبة المشاهدة مع الأسرة بنسبة 60 بالمئة أي أكبر مفردة تعادل 36 فرداً، ثم تليها نسبة الذين يشاهدون الفضائيات لوحدهم بما يعادل 16 فرداً أي بنسبة 27 بالمئة، ثم تليها نسبة الذين يشاهدون الفضائيات مع الإخوة ما يعادل 4 أفراد بنسبة 6 بالمئة، ثم الذين يشاهدون الفضائيات مع الأصدقاء ما يعادل 3 أفراد بنسبة 5 بالمئة، لتليها نسبة ضئيلة جدا الذين يشاهدون الفضائيات مع الوالدين ما يعادل 1 فرداً واحداً أي بنسبة 2 بالمئة .

ونستج أن ارتفاع نسبة الذين يشاهدون البرامج الفضائية مع الأسرة راجع إلى تنوع البرامج التي تعرضها القنوات الفضائية وخاصة إذا كانت مواضيع إجتماعية أو ترفيهية، بينما من رأي البعض يفضلون المشاهدة بمفرهم وذلك بالنسبة لهم مشاهدة القنوات الفضائية مع الجماعة تسبب لهم الإزعاج وعدم الإحساس براحة أي في عزلة تامة عن الجماعة، بينما من رأي البعض حين تكون المشاهدة مع الإخوة شئ عادي بحيث يتابعون نفس البرامج تقريبا، كم كانت المشاهدة مع الأصدقاء فقط حين التقائهم في مكان جماعي مثل القهوة، بينما فضل الباقي المشاهدة مع الوالدين.

جدول رقم (12): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الشكل رقم (12): يمثل أعمدة بيانية توضح متغير البرامج التي يشاهدها الفرد في القنوات الفضائية توزيع أفراد العينة حسب متغير البرامج التي يشاهدها الفرد في القنوات الفضائية

يشاهدها الفرد في القنوات الفضائية



البرامج المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
سياسية	12	%20
ثقافية	13	%22
ترفيهية	8	%13
دينية	9	%15
إجتماعية	13	%22
رياضية	5	%8
أخرى	0	%0
المجموع	60	%100

يوضح لنا الجدول رقم (12) توزيع أفراد العينة حسب البرامج التي يتم مشاهدتها عبر القنوات

الفضائية، حيث نجد أن نسبة مشاهدة البرامج الفضائية الثقافية واجتماعية يتعادلان بنسبة 22 بالمئة

بتقدير 13 فردا في كل منهما، لتليهما البرامج السياسية بما تعادل 12 فردا بنسبة 20 بالمئة، ثم تليها

البرامج الدينية بما تعادل 9 أفراد بنسبة 15 بالمئة، لتليها البرامج الترفيهية بما يعادل 8 أفراد بنسبة

13 بالمئة، وأخير البرامج الرياضية بما يعادل 5 أفراد بنسبة 8 بالمئة، ولم يذكر أحد إختيارات أخر

فكلا اختار ميوله وأين يجد حاجاته .

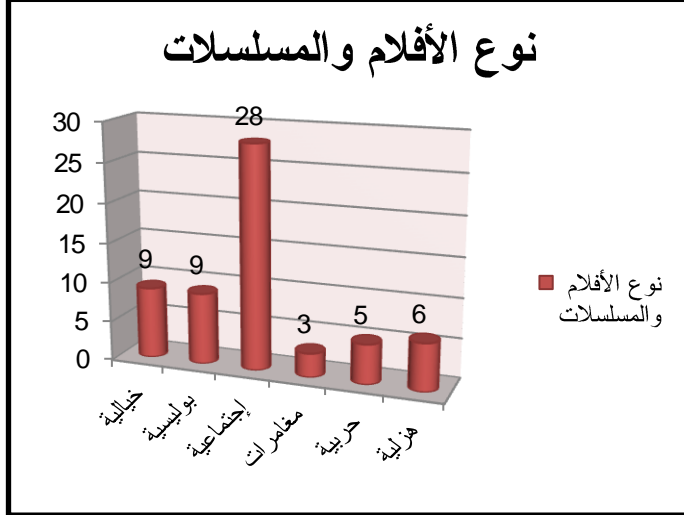
الشكل رقم (13): يمثل أعمدة بيانية توضح

جدول رقم (13): يمثل توزيع أفراد العينة

توزيع

أفراد العينة حسب متغير نوع الأفلام والمسلسلات  
المشاهدة

حسب متغير نوع الأفلام والمسلسلات المشاهدة



نوع الأفلام والمسلسلات	التكرار	النسبة المئوية
خيالية	9	15%
بوليسية	9	15%
إجتماعية	28	47%
مغامرات	3	5%
حربية	5	8%
هزلية	6	10%
المجموع	60	100%

يوضح الجدول رقم (13) توزيع أفراد العينة حسب نوع الأفلام والمسلسلات، حيث نجد أن نسبة

مشاهدة الأفلام الإجتماعية مرتفعة وتعادل 28 فردا بنسبة 47 بالمئة، ثم تليها مشاهدة الأفلام الخيالية

والبوليسية متعادلان بـ 9 أفراد لكل منهما بنسبة 15 بالمئة لكل منهما، ثم تليها الأفلام الهزلية بما

يعادل 6 أفراد بنسبة 10 بالمئة، ثم الأفلام الحربية التي تعادل 5 أفراد بنسبة 8 بالمئة، وأخيرا أفلام

مغامرات تعادل 3 أفراد بنسبة 5 بالمئة .

ونستنتج أن ارتفاع نسبة مشاهدة للأفلام والمسلسلات الإجتماعية راجع إلى كثرة اختلاط

الثقافات وبحث الفرد عن المجهول في ثقافات أخرى وخاصة المسلسلات المدبلجة التركية التي

أصبحت حديث الأمهات بل وحتى الأباء، فيبرر بعضهم هذه الحالة الى انها راجعت لدور القنوات

الفضائية التي تبذل في اظهار الصورة الحقيقية للحياة، ومنهم من يبرر بالقول أنه يجد نفسه أمام واقع

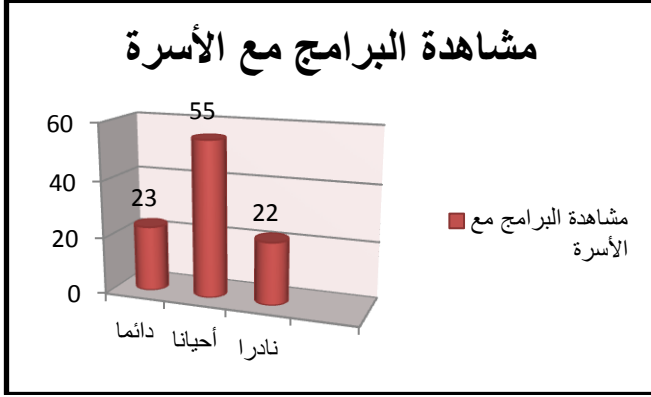
معاش حيث أصبح دائم الحاجة الى تلك الإشباعات المختلفة التي توفرها تلك القنوات في أفلامها

ومسلسلاتها .

الشكل رقم (14): يمثل أعمدة بيانية توضح توزيع العينة حسب متغير البرامج التي يحرصون على مشاهدتها مع

جدول رقم (14): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير البرامج التي يحرصون على مشاهدتها مع الأسرة

الأسرة



النسبة المئوية	التكرار	مشاهدة البرامج مع الأسرة
23%	14	دائما
55%	33	أحيانا
22%	13	نادرا
100%	60	المجموع

يوضح الجدول رقم (14) توزيع أفراد العينة على البرامج التي يحرصون على مشاهدتها مع

الأسرة، حيث نجد أن معظم الأفراد قليلا ما تكون هناك برامج يحرصون على متابعتها مع الأسرة

حيث أجاب مايعادل 33 فردا بأحيانا بتقدير نسبة 55 بالمئة، ثم يليها اختيار "دائما" بما يعادل 14

فردا بنسبة 23 بالمئة، وأخير اختار 13 فردا اختيار "نادرا" بنسبة 22 بالمئة .

ونستنتج أن ارتفاع نسبة الحرص على مشاهدة البرامج مع الأسرة في اختيار " أحيانا " قد بينا لنا

أنه وضعت بعض الخطوط الحمراء في العائلة أي لا يجب أن يشاهد الأب والأم نفس البرنامج مع

الأولاد، وهذا يؤدي الى تهرب الوالدين من واجبه نحو أبنائهم في لام شملهم، وترك المجال لهم كي

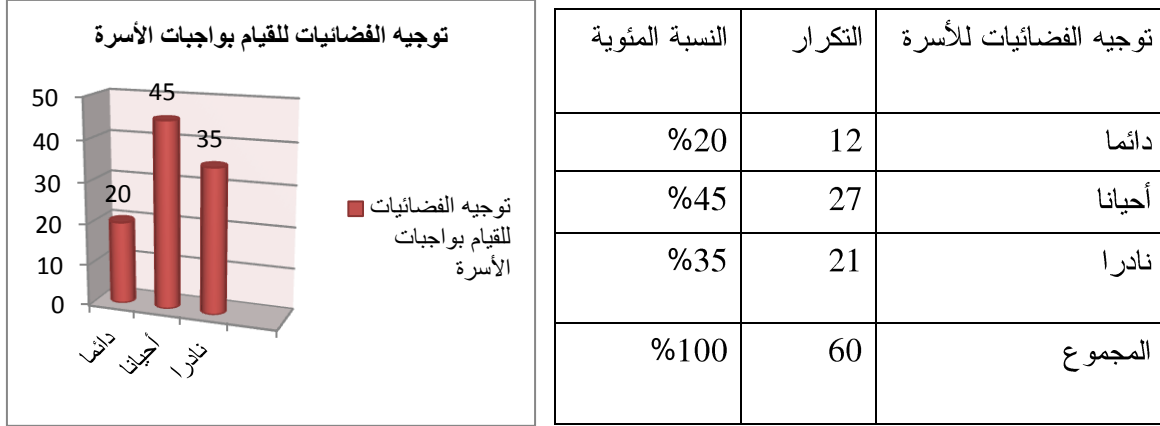
يشاهدون ما أراد في تلفاز آخر بدون الحرص على مراقبة القنوات التي يشاهدونها، وهذا بسبب تعدد

التلفاز كما ذكر في السابق .



**جدول رقم (15):** يمثل توزيع أفراد العينة حسب توزيع متغير توجيه الفضائيات للقيام بواجبات الأسرة  
**الشكل رقم (15):** يمثل أعمدة بيانية توضح أفراد العينة حسب متغير توجيه الفضائيات للقيام

بواجبات الأسرة

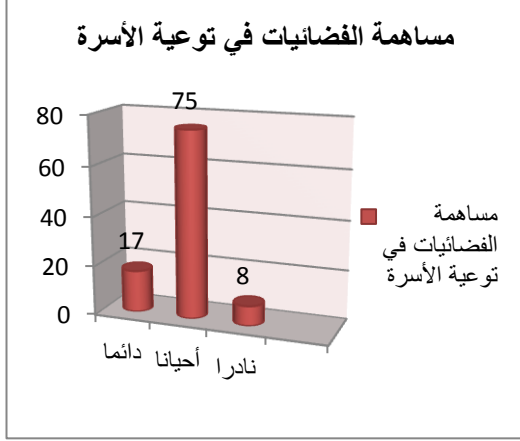


يوضح الجدول رقم (15) توزيع أفراد العينة حسب توجيه الفضائيات للقيام بواجبات الأسرة، حيث نجد أن في اختيار "أحياناً" نسبة مرتفعة تقدر بنسبة 45 بالمئة وتعادل 27 فرداً، ثم يليها اختيار "نادراً" بما يعادل 21 فرداً بنسبة 35 بالمئة، ثم تليها في الأخير اختيار "دائماً" بما يعادل 12 فرد بنسبة 20 بالمئة .

ونستنتج أن الوالدين قليلاً ما يرون أن لبرامج الفضائيات توجيه صحيح للأولادهم، لذلك تردد الكثير في الإجابة على هذا السؤال، بحيث رأى البعض أنها تحرف المرأة عن مسارها وتجعلها تصدق قصة التحرر التي يدعي بها الغرب، وتطيع عقول الأبناء برسوم متحركة تعني الكثير، وتوجه الشباب إلى مصبات موضة غربية تهلك عقولهم .

**جدول رقم (16):** يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير العينة حسب متغير مساهمة الفضائيات في توعية الأسرة

**الشكل رقم (16):** يمثل أعمدة بيانية توضح توزيع أفراد العينة حسب متغير مساهمة الفضائيات في توعية الأسرة .



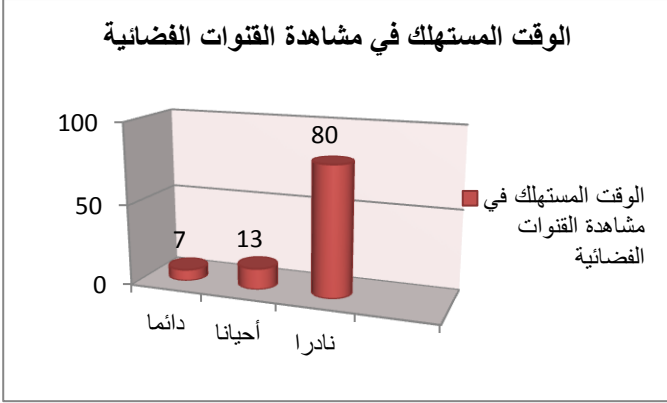
النسبة المئوية	التكرار	مساهمة الفضائيات في توعية الأسرة
17%	10	دائما
75%	45	أحيانا
8%	5	نادرا
100%	60	المجموع

**التحليل:** يوضح الجدول رقم (16) توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الفضائيات في توعية الأسرة، حيث نجد أن أفراد العينة قد اختاروا " أحيانا " بما يعادل 45 فردا بنسبة 75 بالمئة، ثم تليها مجموعة الأفراد الذين رأوا أن لها دور توعوي بطريقة دائمة بما يعادل 10 أفراد بنسبة 17 بالمئة، ثم يليها من اختاروا " نادرا " ليعادل 5 أفراد بنسبة 8 بالمئة .

ونستنتج أن البعض اختاروا " أحيانا " لأنهم من رأيهم تلك القنوات الفضائية القليل منها من تستطيع توعية الأفراد لأنهم يصلونهم بأخبار مزورة وتكاد تغيب عن الحقيقة، التي تظل مخفية في كويليسهم، يعني أن هذه الفضائيات والمسؤولين عنها يقومون بأبعاد عقل الفرد ووضع الفكرة التي يريد هو وضعها .

الشكل رقم (17): يمثل أعمدة بيانية توضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الوقت المستهلك في مشاهدة القنوات الفضائية.

جدول رقم (17): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الوقت المستهلك في مشاهدة القنوات الفضائية.



النسبة المئوية	التكرار	الوقت المستهلك في مشاهدة القنوات الفضائية
7%	4	دائما
13%	8	أحيانا
80%	48	نادرا
100%	60	المجموع

يوضح الجدول رقم (17) توزيع أفراد العينة حسب الوقت المستهلك في مشاهدة القنوات الفضائية،

حيث نجد أن الأغلبية قد أجابوا بي " نادرا " بما يعادل 48 فردا بنسبة 80 بالمئة، ثم " أحيانا " بما يعادل 8 أفراد بنسبة 13 بالمئة، ثم أخيرا " دائما " بما يعادل 4 أفراد بنسبة 7 بالمئة .

وهنا نستنتج تهرب أفراد العينة من كشف حقيقة الوقت المستغرق في مشاهدة القنوات الفضائية فحين وجهنا السؤال المباشر من حيث الإلتزامات الأسرية، فرغم تفانيهم في عدم تفويت حلقات المسلسلات المدبلجة أجاب الكثير منهم بنادرا.

جدول رقم (18): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير

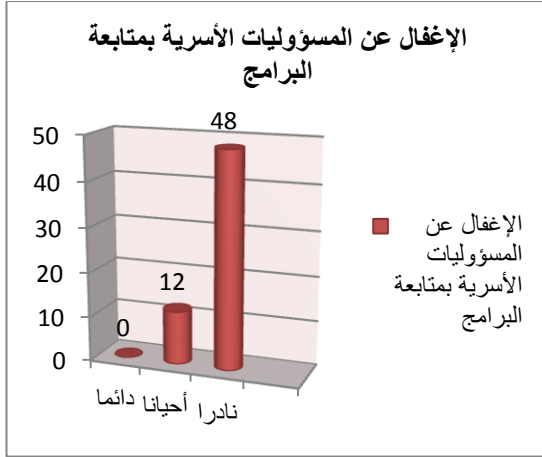
توزيع

الإغفال عن المسؤوليات الأسرية بسبب متابعة البرامج المفضلة  
المسؤوليات

الشكل رقم (18): يمثل أعمدة بيانية توضح

أفراد العينة حسب متغير الإغفال عن

الأسرية بسبب متابعة البرامج المفضلة .



الإغفال عن المسؤوليات الأسرية بمتابعة البرامج	التكرار	النسبة المئوية
دائما	0	0%
أحيانا	12	20%
نادرا	48	80%
المجموع	60	100%

يوضح الجدول رقم (18) توزيع أفراد العينة حسب متغير الإغفال عن المسؤوليات الأسرية بسبب

متابعة البرامج المفضلة، حيث نجد أن النسبة المرتفعة كانت تؤيد "نادرا" بما يعادل 48 فردا بنسبة 80

بالمئة، ثم تليها "أحيانا" بما يعادل 12 فردا بنسبة 20 بالمئة، لينعدم الرأي في "دائما" بما يعادل 0 أي

بنسبة 0 بالمئة .

ونستنتج أن رغم ارتفاع نسبة الأفراد الذين صرحوا بأنهم نادرا ما يغفلون عن مسؤولياتهم

الأسرية بسبب متابعة البرامج المفضلة، ولكن نظرا لنسبة الذين صرحوا بأنهم يقعون في مشكل

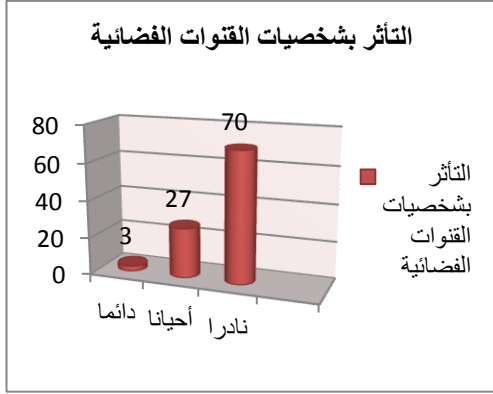
الإغفال أحيانا فهم يشكلون نسبة حتى ولو لم تكن مرتفعة ولكنها تأثر بسلب على إلتزاماتهم الأسرية،

علما أن هذه النسبة من 60 مفردة فقط، فماذا لو كانت من 100 مفردة ربما لكان زاد العدد، أي أن

هناك فعلا برامج فضائية تجعل من الفرد عبدا لها لدرجة أن ينسى نفسه أمامها لحد الإدمان .

جدول رقم (19): يمثل توزيع أفراد العينة حسب التأثر  
توضح

بشخصيات القنوات الفضائية  
توزيع أفراد العينة حسب التأثر بشخصيات  
القنوات الفضائية .



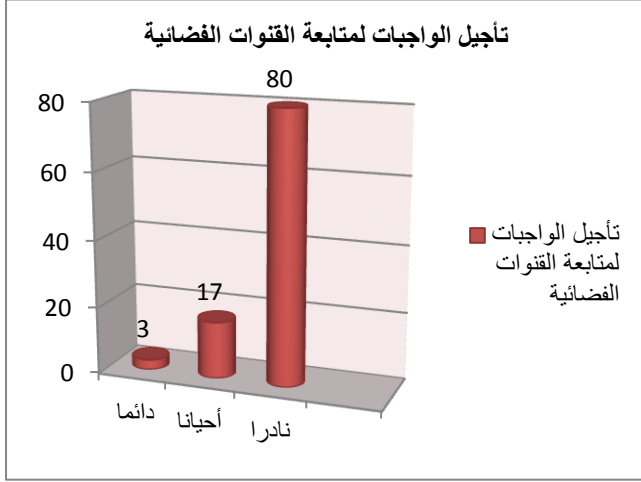
التأثر بشخصيات القنوات الفضائية	التكرار	النسبة المئوية
دائما	2	%3
أحيانا	16	%27
نادرا	42	%70
المجموع	60	%100

يوضح الجدول رقم (19) توزيع أفراد العينة حسب متغير التأثر بشخصيات القنوات الفضائية، حيث نجد أن عدد الأفراد الذين كان رأيهم " نادرا " يعادل 42 فردا بنسبة 70 بالمئة، و " أحيانا " تعادل 16 فردا بنسبة 27 بالمئة، ثم تليها " دائما " بما تعادل 2 فردين بنسبة 3 بالمئة .

ونستنتج أن ارتفاع نسبة الأفراد الذين " نادرا " ما يتأثرون بشخصيات القنوات الفضائية وذلك يبين لنا أن هناك بعض الأشخاص لا يفوتون الفرصة لتطبيق ما يرونه في برامج الفضائيات وخاصة في المسلسلات الدرامية وتقليد اللاعبين الكبار في كرة القدم بل والحرص على شراء كل ما هو باسمهم .

جدول رقم (20): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير تأجيل الواجبات نحو الأسرة من أجل متابعة القنوات الفضائية.

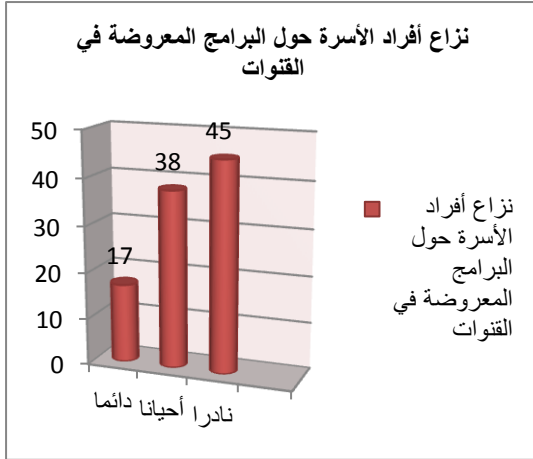
الشكل رقم(20): يمثل أعمدة بيانية توضح توزيع أفراد العينة حسب متغير تأجيل الواجبات نحو الأسرة من أجل متابعة القنوات الفضائية



تأجيل الواجبات لمتابعة القنوات الفضائية	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	2	%3
أحياناً	10	%17
نادراً	48	%80
المجموع	60	%100

يوضح لنا الجدول رقم (20) توزيع أفراد العينة حسب تأجيل الواجبات نحو الأسرة من أجل متابعة القنوات الفضائية، حيث نجد أن الأفراد الذين يصرحون بأنهم " نادرا " ما يأجلون القيام بواجباتهم نحو أسرهم بما يعادل 48 فردا بنسبة 80 بالمئة، ثم تليها نسبة الأفراد الذين صرحوا "أحياناً " ما يعادل 10 أفراد بنسبة 17 بالمئة، لتليها " دائما " بما يعادل 2 فردين بنسبة 3 بالمئة . ونستنتج أن ارتفاع نسبة الأفراد الذين يصرحون بأنهم "نادرا " ما يأجلون واجباتهم من أجل متابعة القنوات الفضائية وذلك راجع للأوقات التي تعرض فيها برامجهم المفضلة .

**الشكل رقم (21):** يمثل أعمدة بيانية توضح توزيع أفراد العينة حسب متغير نزاع أفراد الأسرة المعروضة في القنوات الفضائية .



**جدول رقم (21):** يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير نزاع أفراد الأسرة حول البرامج المعروضة في القنوات الفضائية حول البرامج

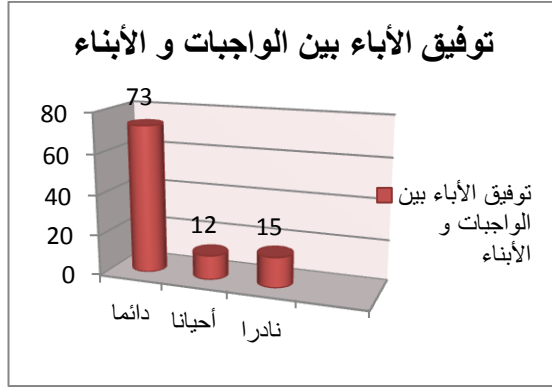
النسبة المئوية	التكرار	نزاع أفراد الأسرة حول البرامج المعروضة في القنوات
17%	10	دائما
38%	23	أحيانا
45%	27	نادرا
100%	60	المجموع

يوضح الجدول رقم (21) توزيع أفراد العينة حسب متغير نزاع أفراد الأسرة حول البرامج المعروضة في القنوات الفضائية، حيث وجدنا أن أغلب الأفراد صرحوا بـ " نادرا " بما يعادل 27 فردا بنسبة 45 بالمئة، بينما صرح البعض الآخر بـ " أحيانا " بما يعادل 23 فردا بنسبة 38 بالمئة، ثم تليها نسبة الأفراد الذين صرحوا بـ "دائما " 17 بالمئة بما تعادل 10 أفراد .

ونستنتج أن رغم ارتفاع النسبة في الأفراد الذين يتنازعون حول البرامج المعروضة في اختيار " نادرا " إلا أن هناك البعض منهم صرحوا بأن النزاع الدائم مع أفراد الأسرة يتزايد يوما بعد يوم رغم تعدد أجهزة التلفاز في المنزل ولكن الصراع عن القنوات أصبح شئ ضروري لكي يفوز احدهم بمشاهدة البرنامج المفضل له.

جدول رقم (22): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الشكل رقم (22): يمثل أعمدة بيانية توضح توزيع

التوفيق بين الواجبات والأبناء . أفراد العينة حسب التوفيق بين الواجبات والأبناء .



توفيق الأباء بين الواجبات والأبناء	التكرار	النسبة المئوية
دائما	44	73%
أحيانا	7	12%
نادرا	9	15%
المجموع	60	100%

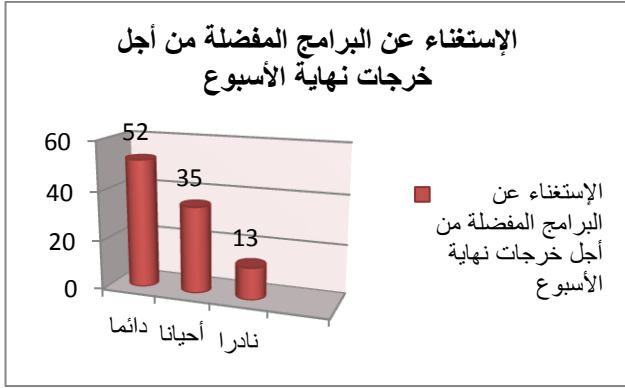
يوضح الجدول رقم (22) توزيع أفراد العينة حسب التوفيق بين الواجبات والأبناء، حيث نجد أن نسبة المصريحين بـ "دائما" تعادل 44 فردا بنسبة 73 بالمئة، بينما صرح البعض الآخر بـ "نادرا" بما يعادل 9 أفراد بنسبة 15 بالمئة، وأخير تأتي نسبة المصريحين بـ "أحيانا" بما يعادل 7 أفراد بنسبة 12 بالمئة .

ونستنتج أن نسبة المصريحين بدائما مرتفعة، ولكن لا يجب أن نستهيينا بالنسبة المصريح بها لدى الأفراد الذين قالوا نادرا فيها نسبة معتبرة، ولو شملناها على المجتمع لأصبح الأباء مشغول فقط ببرامجه الفضائية دون السؤال عن ما يشاهدها الأولاد، وبالتالي عدم التوفيق بين الواجبات والأبناء .



جدول رقم (23): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الاستغناء عن البرامج المفضلة من أجل خراجات نهاية الأسبوع مع الأسرة

الشكل رقم (23): يمثل أعمدة بيانية توضح توزيع أفراد العينة حسب الاستغناء عن البرامج المفضلة من أجل خراجات نهاية



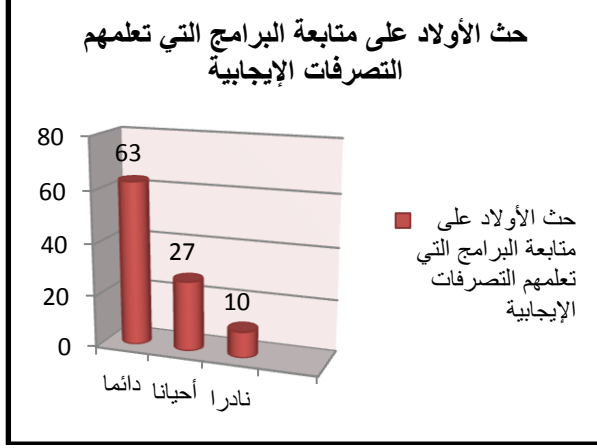
النسبة المئوية	التكرار	الإستغناء عن البرامج المفضلة من أجل خراجات نهاية الأسبوع
52%	31	دائما
35%	21	أحيانا
13%	8	نادرا
100%	60	المجموع

يوضح الجدول رقم (23) توزيع أفراد العينة حسب الإستغناء عن البرامج المفضلة من أجل خراجات نهاية الأسبوع مع الأسرة، حيث نجد أن معظم الأفراد صرحوا " بدائما " بما يعادل 31 فردا بنسبة 52 بالمئة، ثم تليها المصرحون " بأحيانا " بما يعادل 21 فردا بنسبة 35 بالمئة، وأخير المصرحون " بنادرا " بما يعادل 8 أفراد بنسبة 13 بالمئة .

ونستنتج أن أغلب أفراد العينة بنسبة 52 بالمئة يفضلون أن يذهب في خرجت نهاية الأسبوع مع أولادهم بدلا من البقاء رهن الفضائيات، وذلك من أجل ترفيه أولاد والحرص على بقاء العلاقة العائلية السليمة بينهم .

جدول رقم (24): يمثل توزيع أفراد العينة حسب حث الأولاد على متابعة بعض البرامج الفضائية التي تعلمهم التصرفات الإيجابية في الحياة اليومية

الشكل رقم (24): يمثل أعمدة بيانية توضح توزيع أفراد العينة حسب حث الأولاد على متابعة البرامج الفضائية التي تعلمهم التصرفات الإيجابية في الحياة اليومية

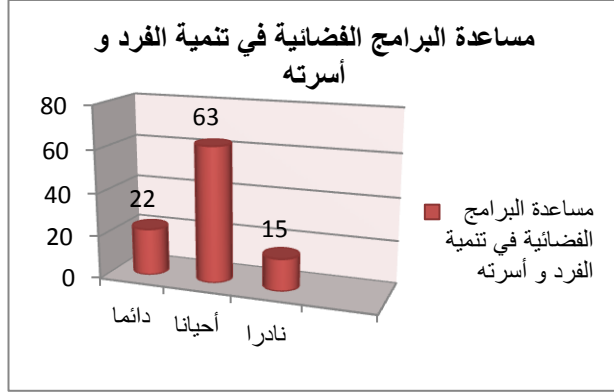


النسبة المئوية	التكرار	حث الأولاد على متابعة بعض البرامج الفضائية التي تعلمهم التصرفات الإيجابية
63%	38	دائما
27%	16	أحيانا
10%	6	نادرا
100%	60	المجموع

يوضح الجدول رقم (24) توزيع أفراد العينة حسب حث الأولاد على متابعة بعض البرامج الفضائية التي تعلمهم التصرفات الإيجابية في الحياة اليومية، حيث نجد أن للأباء دور مهم في توجيه أولادهم وحثهم بحيث وضحة الإجابة أن معظم الأولياء يقفون عند البرامج التي يشاهدها الأبناء بحيث أن أغلبيتهم صرحوا " بدائما " بما يعادل 38 فردا أي بنسبة 63 بالمئة، في حين صرحوا بعض الأولياء أنهم " أحيانا " ما يحثون الأولاد على متابعة بعض البرامج الفضائية التي تعلمهم التصرفات الإيجابية، ولكن ليس بالأمر الدائم حتى لا تنتهي بهم في جعل التلفاز ثلاث الوالدين أي يعتمدون في تربية أولادهم على برامج التلفاز، وقدرت نسبتهم ب 27 بالمئة وتعادل 16 فردا، بينما أجاب 6 أفراد بنسبة 10 بالمئة أنهم " نادرا " ما يقومون بحث أولادهم على متابعة بعض البرامج الفضائية .

الشكل الرقم (25): يمثل أعمدة بيانية توضح أفراد العينة حسب الأسس التي تختار عليها البرامج المشاهدة .

جدول رقم (25): يمثل توزيع أفراد العينة حسب توزيع الأسس التي تختار عليها البرامج المشاهدة

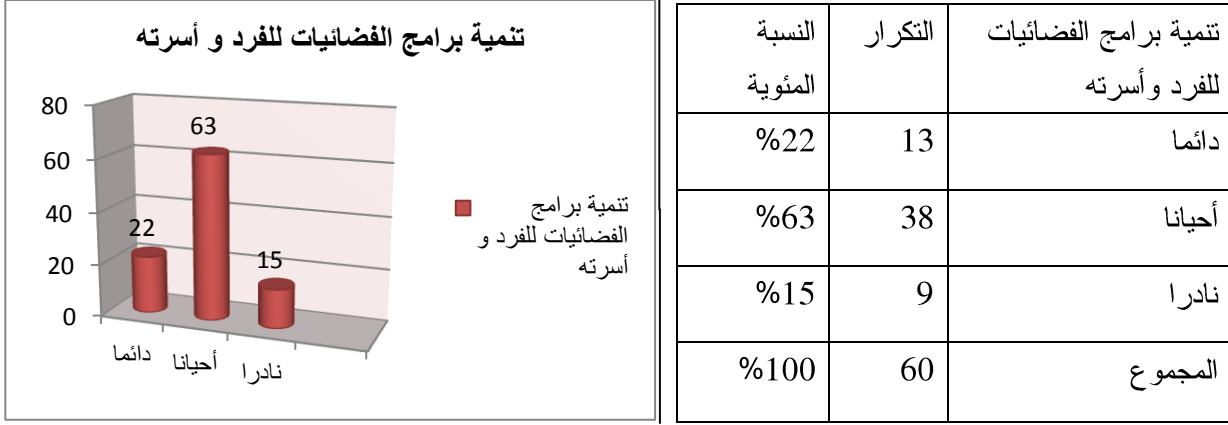


النسبة المئوية	التكرار	إختيار البرامج التي يتم مشاهدتها
57%	34	المجال المعرفي والثقافي
35%	21	الترفيه والتسلية
8%	5	أخرى
100%	60	المجموع

يوضح الجدول رقم (25) توزيع أفراد العينة حسب الأسس التي تختار بها البرامج المشاهدة، حيث نجد المجال المعرفي والثقافي قد احتل المرتبة الأولى بما يعادل 34 فردا بنسبة 57 بالمئة مما يعني أن أفراد العينة واعية لما تشاهده من برامج فضائية بل ومثل ما صرح البعض أنها ترفع من منزلة ومعرفة الفرد، وتغذية العقل، وتنمية الفكر ومسايرة العصر، ثم تليها الترفيه والتسلية بما يعادل 21 فردا بنسبة 35 بالمئة فقد صرح بعض أفراد العينة أنهم يتابعون هذه البرامج لأن الإنسان دائما ما يبحث عن الترفيه والهروب من ضغط الحياة، وأيضا نظرا لوجود الأطفال في البيت، بينما أجاب الآخرين بأنهم يختارون برامجهم حسب الأشخاص الذين يتواجدون معهم في نفس الغرفة وقدرت نسبتهم ب 8 بالمئة بما يعادل 5 أفراد .

جدول رقم (26): توزيع أفراد العينة حسب متغير مساعدة  
 أفراد بعض برامج القنوات الفضائية في  
 تنمية نفس الفرد وأسرته

الشكل رقم (26): يمثل أعمدة بيانية توضح توزيع  
 العينة حسب متغير مساعدة بعض برامج  
 القنوات الفضائية في تنمية نفس الفرد وأسرته .



يوضح الجدول رقم (26) توزيع أفراد العينة حسب مساعدة بعض برامج القنوات الفضائية في تنمية نفس الفرد وأسرته، حيث نجد أن بعض أفراد العينة أجابوا " بأحيانا " بما يعادل 38 فردا بنسبة 63 بالمئة فمنهم من رأى أن برنامج زدني مثلا في قناة الشروق وبرنامج انصحوني في قناة النهار هما برنامجين مفيدين جدا لتنمية النفس والأسرة، كما ذكروا أيضا البرامج الدينية والثقافية والترفيهية مثل برنامج المنشار في قناة الشروق TV، بينما أجاب البعض " بدائما " بما يعادل 13 فردا بنسبة 22 بالمئة فمن البرامج التي دائمة المشاهدة من طرف أفراد العينة المسامح كريم مثلا في قناة حنبعل، وأخير أفراد العينة الذين أجابوا " بنادرا " بما يعادل 9 أفراد بنسبة 15 بالمئة .

جدول رقم 27 يمثل توزيع أفراد العينة  
أفراد

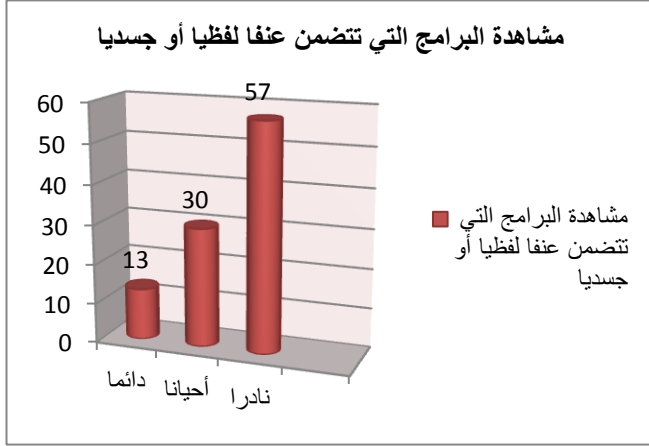
الشكل رقم (27): يمثل أعمدة بيانية توضح توزيع

حسب مشاهدة البرامج التي تتضمن  
عفا

العينة حسب متغير مشاهدة البرامج التي تتضمن

عفا لفظيا أو جسديا

لفظيا أو جسديا.



النسبة المئوية	التكرار	مشاهدة البرامج التي تتضمن عفا لفظيا أو جسديا
10%	6	دائما
20%	12	أحيانا
70%	42	نادرا
100%	60	المجموع

يوضح الجدول رقم (27) توزيع أفراد العينة حسب تقديم القنوات الفضائية لبعض البرامج التي

فيها ابداع في العرض وتدفع الفرد الى متابعتها حتى وان تضمنت عفا لفظيا أو جسديا، حيث نجد أن

أفراد العينة الذين أجابوا " " بنادرا " تعادل 42 فردا بنسبة 70 بالمئة، ثم

تليها نسبة الأفراد الذين أجابوا " بأحيانا " تقدر بـ 20 بالمئة وتعادل 12 فردا، ثم أخيرا نسبة الأفراد

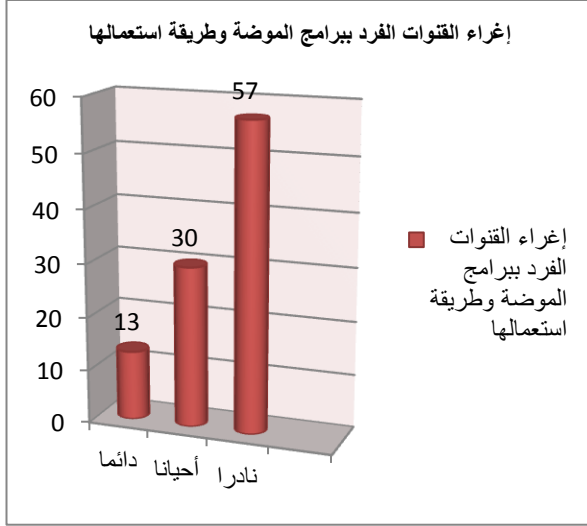
الذين أجابوا " بدائما " تعادل 6 أفراد بنسبة 10 بالمئة .

ونستنتج أن أفراد العينة قلة هم من يشاهدون البرامج التي تضم العنف، بينما البعض منهم رأى أنه

أمر عادي مثل مشاهدة برامج في قناة الشروق مثل برنامج لغز الجريمة .

جدول رقم (28): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الشكل رقم (28): يمثل أعمدة بيانية توضح توزيع

متغير إغراء البرامج التي تقدمها الفضائيات عن الموضة وطريقة استعمالها .  
أفراد العينة إغراء البرامج التي تقدمها الفضائيات عن الموضة وطريقة استعمالها.

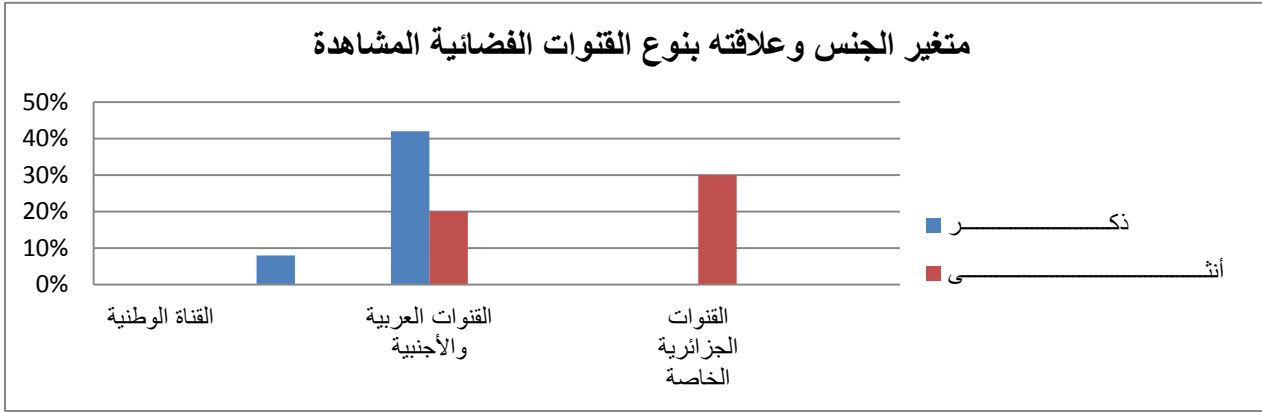


إغراء القنوات الفرد ببرامج الموضة وطريقة استعمالها	التكرار	النسبة المئوية
دائما	8	13%
أحيانا	18	30%
نادرا	34	57%
المجموع	60	100%

يوضح الجدول رقم (28) توزيع أفراد العينة حسب إغراء البرامج التي تقدمها الفضائيات عن الموضة وطريقة استعمالها، حيث نجد أنه نادرا ما يشاهد أفراد العينة برامج الموضة بما يعادل 34 فردا بنسبة 57 بالمئة، ثم تليها نسبة الأفراد الذين " أحيانا " مايشاهدونها فوصل عددهم الى 18 فردا بنسبة 30 بالمئة، وفي الأخير تصل نسبة الأفراد الذين أجابوا " بدائما " الى 13 بالمئة مما تعادل 8 أفراد.

جدول رقم (29) : يمثل متغير الجنس وعلاقته بنوع القنوات الفضائية المشاهدة

المجموع		نوع القنوات الفضائية المشاهدة						الجنس
		القنوات الجزائرية الخاصة		القنوات العربية والأجنبية		القناة الوطنية		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%50	30	%0	0	%42	25	%8	5	ذكر
%50	30	%30	18	%20	12	%0	0	أنثى
%100	60	%30	18	%62	37	%8	5	المجموع



نلاحظ من خلال الجدول أعلاه المركب بين متغير الجنس ونوع القنوات الفضائية المشاهدة أن نسبة الذكور الذين اختاروا القنوات الفضائية العربية والأجنبية أكثر من نسبة الإناث ، فأغلب الذكور اختاروا القنوات العربية و الأجنبية وذلك بنسبة %42 بما يعادل 25 فردا ، أما فيما يخص الإناث تصل نسبة اختيارهم للقنوات الجزائرية الخاصة الى %30 بما يعادل 18 فردا ، أما بالنسبة لنسبة الذكور الذين اختاروا القناة الوطنية كانت %8 بما يعادل 5 أفراد فيما اختاروا بعض الإناث القنوات العربية والأجنبية بنسبة %20 بما يعادل 12 فردا.

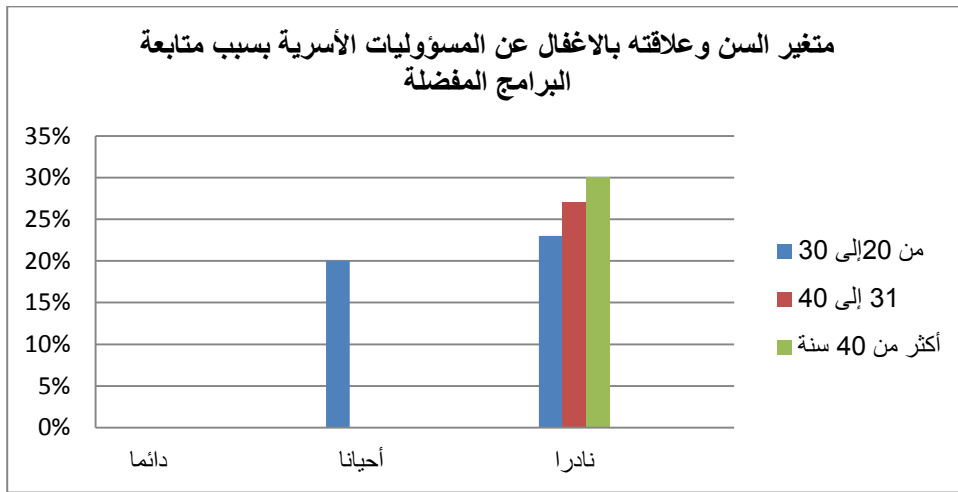
ونستنتج أن أكثر من نصف العينة المدروسة يتجهون الى اختيار القنوات الفضائية العربية

والأجنبية وهذا يرجع لعرضهم البرامج المثيرة والجاذبة للمشاهد

جدول رقم (30): يمثل تأثير متغير السن وعلاقته بالإغفال عن المسؤوليات الأسرية بسبب متابعة

البرامج المفضلة في القنوات الفضائية

المجموع		الإغفال عن المسؤوليات الأسرية بسبب متابعة البرامج المفضلة في القنوات الفضائية						السن
		نادرا		أحيانا		دائما		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%43	26	%23	14	%20	12	%0	0	من 20 إلى 30
%27	16	%27	16	%0	0	%0	0	31 إلى 40
%30	18	%30	18	%0	0	%0	0	أكثر من 40 سنة
%100	60	%80	48	%20	12	%0	0	المجموع



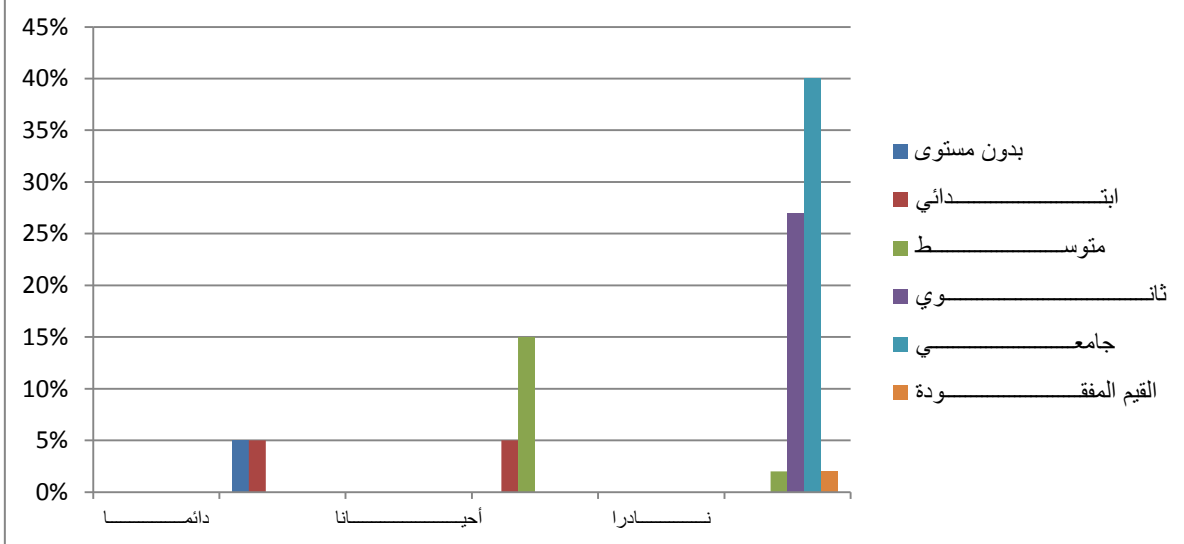
يوضح الجدول المركب أعلاه تأثير متغير السن وعلاقته بالإغفال عن المسؤوليات الأسرية بسبب متابعة البرامج المفضلة في القنوات الفضائية ، حيث نلاحظ اجابات مختلف الأعمار على عدم الإغفال عن المسؤوليات الأسرية بسبب متابعة البرامج المفضلة في القنوات الفضائية ، فنجد أن الفئة الأخيرة (أكثر من 40 سنة ) التي تصل نسبتهم الى 30% بما يعادل 18 فردا الذين نادرا ما يغفلون عن مسؤولياتهم الأسرية بسبب متابعة البرامج المفضلة في القنوات الفضائية ، أما الفئة الثانية (من 31 إلى 40 سنة) فأجابوا بأنهم نادرا ما يغفلون عن المسؤوليات الأسرية بسبب متابعة البرامج المفضلة بنسبة 27% بما يعادل 16 فردا ، أما بالنسبة للفئة الأولى (من 20 إلى 30 سنة ) فأجابوا أنهم أحيانا ما يغفلون عن مسؤولياتهم الأسرية بسبب متابعة البرامج المفضلة في القنوات الفضائية بنسبة 20% بما يعادل 12 فردا.



ونستنتج أن الأسر الجزائرية واعية تماما لمسئولياتهم ، وبإستطاعتهم تحديد الصورة الحقيقية لبرامج القنوات الفضائية ، بحيث من النادر جدا ما يغفلون عن المسؤوليات الأسرية بسبب متابعة البرامج المفضلة ، إلا في حالات خاصة .

جدول رقم (31):يمثل تأثير المستوى التعليمي على تقديم البرامج التي فيها إبداع في العرض وتدفع الفرد الى متابعتها حتى وان تضمنت عنفا لفظيا أو جسديا .

المجموع		تقديم القنوات الفضائية لبعض البرامج التي فيها إبداع في العرض وتدفع الفرد إلى متابعتها حتى وإن تضمنت عنفا لفظيا أو جسديا						المستوى التعليمي
		نادرا		أحيانا		دائما		
ن	ت	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
3	5%	0%	0	0%	0	5%	3	بدون مستوى
6	10%	0%	0	5%	3	5%	3	ابتدائي
10	16%	2%	1	15%	9	0%	0	متوسط
16	27%	27%	16	0%	0	0%	0	ثانوي
24	40%	40%	24	0%	0	0%	0	جامعي
1	2%	2%	1	0%	0	0%	0	القيم المفقودة
60	100%	70%	42	20%	12	10%	6	المجموع



جدول رقم (31): يمثل تأثير متغير المستوى التعليمي على البرامج المقدمة من القنوات الفضائية التي فيها إبداع في العرض وتدفع الفرد الى متابعتها حتى وان تضمنت عنفا لفظيا أو جسديا ، بحيث نلاحظ أن أصحاب المستوى الجامعي أجابوا بأنهم نادرا ما يشاهدون تلك البرامج التي تتضمن عنفا

لفظيا أو جسديا بالنسبة 40% بما يعادل 24 فردا ، ثم تليه في المرتبة الثانية ذوات المستوى الثانوي بنسبة 27% بما يعادل 16 فردا ، ثم أصحاب المستوى المتوسط أجابوا بأحيانا مايشاهدون البرامج الفضائية التي تتضمن عنفا لفظيا أو جسديا بنسبة 15% بما يعادل 9 أفراد ، أما ذوات المستوى الإبتدائي فكانت نسبتهم 5% بما يعادل 3 أفراد ، وفي الأخير الأفراد الذين بدون مستوى أجابوا بدائما بنسبة 5% بما يعادل 3 أفراد.

ونستنتج أن الأفراد يتبعون هذه البرامج لإرضاء حاجاتهم واشبعاتهم للوصول الى مبتغاهم .

## استنتاجات عامة :

- نستطيع أن نلخص أهم النتائج التي توصلنا إليها من خلال دراستنا الميدانية فيما يلي :
- أن نسبة الإناث والذكور الذين يشاهدون القنوات الفضائية متعادلة حيث شكلوا نسبة 100 بالمئة من أفراد العينة التي تعادل 60 فردا ، ويعود ذلك إلى أن البرامج المشاهدة تلبى حاجيات الجنسين.
  - إن عدد الساعات التي يقضونها كلا الجنسين في مشاهدة القنوات الفضائية تصل الى ساعة حتى ثلاث ساعات بنسبة 52 بالمئة من أفراد العينة ، وذلك لأن البرامج التي يشاهدونها تمنحهم عروض جديدة ومبدعة في الأوقات المناسبة لهم بحيث يجد العامل نفسه مع الوقت الذي تعرض فيه برامجه المفضلة ونفس الشئ مع الماكثة في البيت وغيرهم .
  - ان أوقات مشاهدة القنوات الفضائية بالنسبة للجنسين يصل الى 62 بالمئة في فترة الليل ، وذلك لأنهم يجدون راحتهم أكثر في ذلك الوقت ، وأغلب البرامج التي تنتفن القنوات الفضائية في إثرائها بالإغراءات المختلفة تجل كلا الجنسين ينحاز لها في تلك الأوقات ، لأنها تستهدف عقل المشاهد، الذي يكون قد أعطى كل وقته لراحة في الليل بع تعب النهار واستغلالها بكل الطرق .
  - ان نسبة الإناث والذكور الذين يشاهدون القنوات الفضائية العربية والأجنبية تصل الى 62 بالمئة من أفراد العينة ، وهذا راجع الى اكتشاف كل ما هو جديد ومتابعة الأخبار وآخر المستجدات والحصول على المتعة والترفيه ، والثقافة العامة والبحث في الدين.
  - ان نسبة الإناث والذكور الذين يحرصون على معية مشاهدة برامج القنوات الفضائية كانت مع الأسرة بنسبة 60 بالمئة ، وذلك راجع إلى تنوع البرامج التي تعرضها القنوات الفضائية وخاصة اذا كانت مواضيع اجتماعية أو ترفيهية .
  - ان البرامج التي يتم مشاهدتها في القنوات الفضائية سعت جاهدة الى توظيف كل السبل للوصول الى المشاهد ، فالإناث يتابعون البرامج الإجتماعية التي يجدون فيها أذواقهم وميولاتهم وتجسيد لوقعهم ، أما الذكور فيلجؤون الى البرامج الثقافية أكثر من الإناث وذلك لما تحويه من اشباع معلوماتية ، وتحقيق ذاتهم من خلال اللجوء الى ثقافات اخرى .

- ان نسبة توجيه الفضائيات للقيام بواجبات الأعرسة ، كانت في المرتبة الثانية، أي أنها أحياناً ما تفعل ذلك بنسبة 45 بالمئة من أفراد العينة ، وذلك لأن الوالدين قليلاً ما يرون أن البرامج الفضائية تستطيع أن توجههم بنصائحها ، ويجدون هذه الصفة في البرامج الدينية والإجتماعية.
- ان الوقت المستهلك في مشاهدة القنوات الفضائية يعد عاملاً مهماً يمس بالقيام بالالتزامات الأسرية ، لذلك كانت نسبة الأفراد مرتفعة جداً في اختيارهم لمقترح نادر بنسبة 80 بالمئة بحيث رأى كلا الجنسين أنهم هم من يتحكمون بالوقت المستهلك في مشاهدة البرامج ، وذلك لأن المشاهد هو من أصبح يتحكم في كيفية المشاهدة ويستقبل ما يريد فقط أي بمعنى أنهم قادرين على عدم متابعة البرامج متى يشاؤون .
- ان نسبة الإناث والذكور الذين يتأثرون بشخصيات القنوات الفضائية تصل الى 3 بالمئة أي أن الأفراد أصبحوا في درجة الوعي كون أكثرهم لديهم مستوى تعليمي ، وثقافة ارشادية ، تجعلهم يميزون بين البرامج التي تعمل على تبديل وجهة نظرهم والبرامج التي تسعى إلى كشف الحقائق .
- ان تأجيل الواجبات نحو الأسرة من أجل متابعة القنوات الفضائية يصل عند أفراد العينة بنسبة 3 بالمئة ، وذلك راجع إلى الأوقات التي تعرض فيها البرامج المفضلة للأفراد .
- ان نسبة الإناث والذكور الذين يتنازعون حول مشاهدة البرامج المعروضة في القنوات الفضائية تصل الى 17 بالمئة ، وهذا راجع إلى أن المشاهدة أصبحت فردية في العصر الحالي أصبح تقريباً ليس لكل أسرة تلفاز وإنما لكل شخص وسيلة مشاهدة ، فلقد فوجدنا في دراستنا أن الكثير منهم من أفراد العينة الذين يملكون أكثر من ثلاث أجهزة في البيت الواحد .
- ان نسبة الأفراد الذين يوفقون بين واجباتهم الأسرية وأبنائهم مقابلة مشاهدة القنوات الفضائية مرتفعة تصل إلى 73 بالمئة ، وذلك يعني أن الأولياء حرصين على بقاء العلاقة الجيدة بينهم وبين أبنائهم، والالتزامات بواجباتهم نحوهم ، حتى لا تكون القنوات الفضائية الفاصلة بينهم .
- ان نسبة الأولياء الذين يستطيعون الإستغناء عن البرامج المفضلة من أجل خرجات نهاية الأسبوع مع الأسرة تصل الى 52 بالمئة ، وذلك من أجل ترفيه أولادهم والحرص على بقاء العلاقات العائلية السليمة بينهم ، والإثبات للأولاد أن باستطاعتهم الوثوق بتلك العلاقة .
- ان حث الأولياء للأولاد على متابعة بعض البرامج الفضائية التي تعلمهم التصرفات الإيجابية في الحياة اليومية تصل نسبتهم إلى 63 بالمئة ، وهذا يدل على أن الرقابة الإجتماعية مازلت تمارس في الأسرة الجزائرية ، وتسعى إلى المحافظة والرقابة الإجتماعية ، لذلك ينصحون الأولاد بالبرامج

التعليمية ، وعدم مشاهدة البرامج المعروضة للكبار بسبب خوفهم من تقليد لما يرونه في البرامج والتأثر بها .

- ان إغراء البرامج التي تقدمها الفضائية عن الموضة وطريقة استعمالها بالنسبة للأفراد العينة تصل نسبتهم الى 13 بالمئة ، وذلك لإهتمام بعض الفئات العمرية بالموضة وكل ما هو جديد ، وخاصة فئة المراهقين والشباب .

- إن متغير الجنس وعلاقته بنوع القنوات الفضائية المشاهدة بالنسبة لأفراد العينة تصل الى 42 بالمئة بالنسبة لذكور ، ونسبة الإناث 20 بالمئة ، وذلك لأنهم اختاروا القنوات الفضائية العربية والأجنبية أكثر من نصف العينة .

- ان تأثير متغير السن وعلاقته بالإغفال عن المسؤوليات الأسرية بسبب متابعة البرامج المفضلة في القنوات الفضائية ، حيث أن مختلف الأعمار صرحوا بعدم الإغفال عن تلك المسؤوليات الأسرية بنسبة 30 بالمئة ، ماعدا البعض منهم الذين صرحوا بأنهم أحيانا ما يغفلون عن مسؤولياتهم الأسرية بنسبة 20 بالمئة .

- ان تأثير المستوى التعليمي على البرامج المقدمة من القنوات الفضائية التي فيها ابداع في العرض وتدفع الفرد الى متابعتها حتى وان تضمنت عنفا لفظيا أو جسديا ، وقد كانت نسبة المشاهدة الفعلية ضعيفة تصل الى 5 بالمئة ، وذلك لأن الأفراد يتبعون هذه البرامج لإرضاء حاجاتهم واشباعاتهم للوصول الى مبتغاهم .

- اذا تأثير القنوات الفضائية على الإلتزامات الأسرية بولاية ورقلة ، لم تكن كبيرة لدرجة اهمالهم واجباتهم الأسرية ، أي بمعنى أن الأفراد مازالوا يحافظون على التزاماتهم في ظل انتشار القنوات الفضائية ، وتمكنوا من الحفاظ على ثقافتهم وعلاقتهم الأسرية ، رغم دخول التكنولوجيا الجديدة للإعلام والإتصال عليهم . ومثال ذلك الإجابة على سؤال :

- ماهي أنماط متابعة أفراد الأسرة للقنوات الفضائية ؟  
حيث كانت الإجابة بلم يتأثروا بنسبة 50% .

كما توصلنا الى ان هناك نسبة معتبرة من الأفراد الذين مازالوا يلجؤون الى القناة الأرضية الجزائرية لمعرفة الأخبار ولا داعي الى اللجوء الى قنوات فضائية أخرى .

- كما أكدت الإجابة على السؤال الفرعي الثاني :

- ماهي التأثيرات الناجمة عن القنوات الفضائية على الإلتزامات الأسرية ؟  
بحيث ظهرت بعض التأثيرات على أفراد العينة عن القنوات الفضائية على الإلتزامات الاسرية ، وذلك عند الأشخاص الذين عادة ما يغفلون عن مسؤولياتهم بسبب البرامج الفضائية المفضلة لديهم وذلك بنسبة 27% .
- أما بالنسبة لسؤال الفرعي الثالث : ماهي الحاجات والإشباعات التي تحققها الأسرة من خلال متابعة القنوات الفضائية ، فكانت الإجابة بأنهم يحققون غايتهم ومبتغاهم من خلال البرامج المثيرة والحساسة التي تعرضها القنوات الفضائية ، وذلك بالنسبة 40%.

خاتمة

## خاتمة :

مهما حاولنا الإلمام بالموضوع ذو الأبعاد المختلفة والأوجه المتعددة فلن نستطيع أن نوفيه حقه من التحليل ، إذ أن التكنولوجيا أصبحت اليوم تتحكم في أدق الأمور وأبسطها ناهيك عن أضخم الإنجازات وأعقدّها ، فالتكنولوجيا هي تلك اللبنة المبتكرة في المجال التقني خاصة .

ولقد أدى هذا التطور التكنولوجي الهائل والمتسارع إلى تطور تكنولوجيات البث التلفزيوني ، وإلى تطور في وسائل البث وتقنياته ويبرز في هذا المجال التقنية الرقمية التي نجحت في تحويل مشاهدة القنوات الفضائية من التسلية الخاملة إلى عملية تفاعلية بين طفي العملية الإتصالية ، بسبب ظهور القنوات الفضائية المتنوعة ، كما نجحت في تحويل المشاهد إلى مسيطر أي أنه هو من يحدد نوعية البرامج ووقت عرضها ، وذلك بفضل خاصية التفاعلية التي توفرها التقنيات الرقمية ، على عكس الأساليب السابقة التي تفرض على المشاهد أن يبقى دائما مجرد متلقي للمعلومات .

أحدثت التطورات التكنولوجية للقنوات الفضائية تغييرا كبيرا على المجتمعات عامة والأسرة خاصة بإعتبارها نواة المجتمع ، وشريحة مهمة من شرائحه ، فهي تتميز بمميزات مختلفة ، فمنها تبدأ العلاقات الإتصالية بين الأفراد الذين أصبح البث التلفزيوني الفضائي بمضمونات برامجه ، جزءا من التحولات الإجتماعية بقيمها وممارستها ، التي لا يمكن تجاهل تأثيراتها على مناحي الحياة المختلفة للأسرة ، وخاصة على الإلتزامات التي بين أفرادها ، التي تتطلب منهم اتخاذ مواقف واعية وجادة في التعامل مع تلك المواقف التي تسببها التأثيرات ، لأن الأسرة أهم مؤسسات التنشئة ، وذلك من خلال دورها كوسيط ناقل وقامع وصاقل للثقافة والظروف المحيطة بها وبأفرادها .

وعليه تناولنا في دراستنا بالمعالجة والتحليل موضوعا جديدا في مجال تكنولوجيا الاتصال الجديدة، حيث كشفت دراستنا عن تأثير القنوات الفضائية على الإلتزامات الأسرية ، وقد سمحت الدراسة بإعطاء فكرة كافية عن واقع القنوات الفضائية وأشكال تأثيرها على واجبات الفرد داخل أسرته ، بحيث أن الفرد أصبح اليوم واعيا وملما بالإلتزامات المفروضة عليه باتجاه أفراد أسرته ، فهناك الكثير منهم من تغيرت أحوالهم الإجتماعية ونشئت أسرهم بسبب الإلتزامات الموعودة والإدمان على القنوات الفضائية وبرامجها .



وقد توصلت الدراسة إلى أن تأثير القنوات الفضائية على الالتزامات الأسرية ، التي تمثلت في ظهور العديد من الإيجابيات التي عادت بها تلك الفضائيات على توجيه الفرد وإدراكه لأهمية القيام بالتزاماته نحو أفراد أسرته ، مما قابلتها النتائج السلبية الفاضحة سواء كان الأمر متعلق بالبرامج التي تعرضها بعض القنوات الفضائية التي تدعو الأفراد إلى العزلة و الاستفراد، بل وحتى إغراء الجماعة ببرامج يسودها الفساد بغطاء التقدم والتحرر ، وكذا بعض أفراد الأسر الذين انزاحوا عن مسؤولياتهم والتزاماتهم من أجل الخضوع الدائم لتلك البرامج ، وخاصة منها المترجمة أو المدبلجة أو برامج تلفزيون الواقع ، فبالنسبة للمبجوثين في دراستنا أن القليل من البرامج الفضائية التي يمكن أن تأخذ من وقتهم وتلهيهم عن التزاماتهم الأسرية ، ومستعدين لتخلي عن تلك القنوات مقابل أسرهم .

ويبقى الهدف من هذه الدراسة هو تقديم إضافة إلى الدراسات السابقة التي اهتمت بمجال القنوات الفضائية وكيفية تأثيرها على الالتزامات الأسرية أو ما يخص الأسرة عامة ، التي لا يزال يطرحها الباحثين في ظل تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال ، في محاولات متجددة لإثرائنا بدراسات أخرى .

# قائمة المراجع

قائمة المراجع :

01\_ المعاجم :

1- منير حجاب - المعجم الإعلامي - ط1 - دار الفجر للنشر والتوزيع - مصر - 2004 .

2- كرم شلبي، معجم مصطلحات الإعلام، دار الشروق، القاهرة، الطبعة 1، 1989.

3- دينكين ميتشيل، معجم علم الاجتماع: ترجمة إحسان محمد الحسن، الطبعة الأولى، دار الطلعية

للطباعة والنشر، بيروت، سنة 1981.

02- الكتب:

1- أبو حافة أحمد - الالتزام في الشعر العربي - دار العلم للملايين - بيروت - سنة 1979.

2- الأستاذ-الدكتور-عبد الرزاق محمد الدليمي - الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية- الطبعة

الأولى- دار وائل للنشر والتوزيع- عمان- الأردن- سنة 2011.

3- تركي رابح، مناهج البحث في علوم التربية وعلم النفس، دون طبعة، جامعة الجزائر معهد العلوم

الاجتماعية، الجزائر، 1984.

4- ثريا التجاني -القيم الاجتماعية والتلفزيون في المجتمع الجزائرية - دار الهدى- عين مليلة -

الجزائر- سنة 2011 .

5- جلبي علي عبد الرزاق- البحث العلمي الاجتماعي- دار المعرفة الجامعية - الإسكندرية -

2003.

6- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد - الاتصال ونظرياته المعاصرة - ط2- الدار المصرية

الليبنانية - مصر - 2001.

7- الدكتور عطا الله فؤاد الخالدي ؛ الدكتورة دلالة سعد الدين العلمي - الإرشاد الأسري والزواجي -

الطبعة الأولى - دار الصفاء للنشر والتوزيع- عمان - سنة 1430هـ - 2009م .

- 8- الدكتور عيسى الشماس، تأثير الفضائيات التلفزيونية الأجنبية على الشباب، دراسة ميدانية على طلبة كلية التربية بجامعة دمشق، سنة 2005.
- 9- الدكتور.يسرى خالد ابراهيم، وسائل الإعلام الإلكتروني ودرها في الإنماء المعرفي، ط1، إصدارات مركز البصيرة للبحوث والتطوير الإعلامي، دار الفجر للطباعة والنشر، و دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 10- ربحي مصطفى عليان وآخرون، أساليب البحث العلمي وتطبيقاته في التخطيط والإدارة، ط1، دار الصفاء، عمان، 2008.
- 11- سامية محمد جبار - الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث - النظرية والتطبيق - مصر - دار المعارف الجامعية - 1998 .
- 12- عبد الحميد محمد- نظريات الإعلام واتجاهات التأثير - عالم الكتب للنشر - الجزائر - 2004 .
- 13- لدكتور مجد الهاشمي - تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهير، دار أسامة - للنشر والتوزيع، الأردن - عمان - ط1 - 2012.
- 14- محمد شفيق، البحث العلمي والخطوات المنهجية لاعداد البحوث الاجتماعية، بدون طبعة، المكتبة الجامعية، مصر، 2001.
- 15- محمد عبيدات ،محمد أبو ناصر، عقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي، الطبعة 2، دار وائل، الأردن 1999.
- 16- محي الدين مختار - الاتجاهات النظرية والتطبيقية في منهجية العلوم الإنسانية - الجزء1- سلسلة البحوث والدراسات الاجتماعية، معهد علم الاجتماع- جامعة قسنطينة - الجزائر - 1997.
- 17- هداية الله أحمد الشاش - موسوعة التربية العملية للطفل - الطبعة الثانية - دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة -مصر - الإسكندرية - سنة 1428-2007.
- 18- وائل عبد الرحمان التل، عيسى محمد قحل، البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية ،دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.

03- الرسائل العلمية :

- 1- ابراهيم حمد المبرز - القنوات الفضائية وتأثيرها على منظومة القيم الإجتماعية لدى طلاب الثانوية العامة بمدينة الرياض - دراسة مقدمة إلى قسم الإجتماع بكلية العلوم الإجتماعية بجامعة الإمام محمد بن سعود كمتطلب تكميلي لنيل درجة الماجستير -سنة 1432-2011.
- 2- بوداود فريدة ؛ روان سعيدة - مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر - مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر - تخصص تكنولوجيايات الحديثة للإتصال-الإشهار التلفزيوني في ظل التكنولوجيا الحديثة للإتصال وتأثيره على المتلقي- دراسة استطلاعية لعينة من طلبة قسم علوم الإعلام والإتصال- سنة 2014\_2015.
- 3- بومعيزة السعيد- أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب - دراسة استطلاعية بمنطقة البليدة - رسالة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والإتصال - جامعة الجزائر 2005-2006 .
- 4- تلحس مراد - شريفي عبد الناصر - العلاقات الإتصالية داخل الأسرة الجزائرية في ظل استخدام الهاتف الذكي وتقنية الجيل الثالث - مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي - جامعة ورقلة - كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية - سنة 2014-2015.
- 5- عمار عوابدي - مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها - ديوان المطبوعات الجامعية - الجزائر - 1987 .
- 6- نسيمة طبشوش- القنوات الفضائية وأثرها على القيم الأسرية لدى الشباب - دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة باتنة - مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الإجتماع العائلي- سنة 2007-2008

## المجلات

- 1- بوحوش عمار، دليل الباحث من المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1990 .
- 2- فادية عمر الحولاني، دراسات حول الأسرة العربية، مؤسسة الشباب الجامعة، الاسكندرية، 1995.

3- فضيل دليو وآخرون، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، بدون طبعة، منشورات جامعة منتوري قسنطينة، 1999.

4- مالك شعباني، دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد

7، جانفي 2012

الأملاحق

الملحق رقم 01: الإستبيان



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

المستوى: ثانية ماستر تكنولوجيا الإتصال الجديد

إستبيان

في اطار انجاز مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص تكنولوجيا الإتصال الجديدة . وبصدد اعداد دراسة، نضع بين أيديكم هذا الإستبيان الذي يهدف إلى معالجة موضوع يتعلق " بتأثير القنوات الفضائية على الإلتزامات الأسرية " " دراسة استطلاعية لعينة من الأسر بورقلة " .

فالرجاء منكم قراءة الأسئلة بشكل جيد وإعطاء الإجابة التي تعبر عن رأيكم بكل موضوعية .

ونتعهد بالمحافظة على سرية المعلومات وعدم استعمالها إلا لغرض البحث العلمي وشكرا.

**ملاحظة:** الرجاء الإجابة على أسئلة الاستمارة بالشطب (x) على العبارة المناسبة .

**البيانات الشخصية :**

أنثى

الجنس: ذكر

أكثر من 40 سنة

من 31 إلى 40

السن: من 20 إلى 30



## الملاحق

المستوى التعليمي: بدون مستوى  ابتدائي  متوسط  ثانوي  جامعي

الوضعية المهنية: عامل(ة)  مأكثة في البيت  بطال(ة)  متقاعد(ة)

المحور الثاني: أنماط متابعة القنوات الفضائية .

1- كم عدد أجهزة التلفزيون في بيتك ؟

2- هل تملك هوائيا مقعرا؟

3- هل تشاهد القنوات الفضائية ؟

نعم  لا

إذا كانت الاجابة (لا) علل ذلك :

4- ماهو عدد الساعات التي تقضيها في مشاهدة القنوات الفضائية؟

أقل من ساعة  من ساعة الى ثلاث ساعات  أكثر من ثلاث

ساعات

5- ماهي الأوقات التي تشاهد فيها القنوات الفضائية ؟

صباحا  في الظهيرة  في المساء  في الليل

6- مانوع القنوات الفضائية التي تشاهدها؟

القناة الوطنية  القنوات العربية والأجنبية  القنوات الجزائرية الفضائية

## الملاحق

ماهو الدافع وراء متابعتك لهذه القنوات التي اخترتها:

.....

7- مع من تشاهد برامج القنوات التلفزيونية الفضائية؟

مع الأسرة  مع الإخوة  مع الوالدين  مع الأصدقاء  لوحدك

علل اجابتك

.....:

8- ماهي البرامج التي تشاهدها في القنوات الفضائية؟

سياسية  ثقافية  دينية  اجتماعية  رياضية

اخرى

.....: علل اجابتك

9- ما نوع الأفلام والمسلسلات التي تشاهدها؟

أفلام خيالية  أفلام بوليسية  أفلام اجتماعية  أفلام

مغامرات

أفلام حربية  أفلام هزلية

## الملاحق

### المحور الثالث: تأثير القنوات الفضائية على الإلتزامات الأسرية

نادرا	أحيانا	دائما	البنود
			10- هناك برامج معينة أحرص على مشاهدتها مع أسرتي
			11-مشاهدتي لبرامج الفضائيات تزيد في توجيهي للقيام بواجباتي نحو أسرتي
			12-تساهم بعض القنوات الفضائية في توعية أفراد أسرتي
			13- تأخذ برامج القنوات الفضائية جزء كبيرا من وقتي
			14- أغفل عن مسؤولياتي الأسرية بسبب متابعة برنامجي المفضل
			15- أتأثر بدور الشخصيات التي أتابعها عبر القنوات الفضائية وأطبقها في حياتي اليومية.
			16- أقوم بتأجيل واجباتي نحو أسرتي لوقت آخر من أجل مشاهدة البرامج الفضائية
			17- يحدث نزاع بيني وبين أفراد أسرتي من أجل مشاهدة البرامج الفضائية
			18- أوفق بين واجباتي نحو الأبناء ومشاهدة برامجي المفضلة
			19- أستطيع أن أستغني عن برنامجي المفضل من أجل خراجات نهاية الأسبوع مع الأسرة
			20- أحدث أولادي على متابعة بعض البرامج الفضائية التي تعلمهم التصرفات الإيجابية في الحياة اليومية

## الملاحق

المحور الرابع: دوافع وحاجات وانشاعات متابعة الأسرة للقنوات الفضائية

21- على أي أساس تختار(ين) البرامج التي تشاهدها ؟

المجال المعرفي والثقافي  الترفيه والتسلية  أخرى

علل اجابتك:.....

22- هل تساعدك بعض برامج القنوات الفضائية في تنمية نفسك وأسرتك؟

دائماً  أحيانا  نادرا

في حالة ما إذا كانت الإجابة "دائماً" أو "أحيانا" فما هي تلك البرامج والقنوات ؟

البرامج والقنوات :.....

23- هل أن تقديم القنوات التلفزيونية الفضائية لبعض البرامج التي فيها ابداع في العرض

يدفعك الى متابعتها حتى وان تضمنت عنفا لفضيا أو جسديا؟

دائماً  أحيانا  نادرا

في حالة ما اذا كانت الإجابة "دائماً" أو "أحيانا" علل اجابتك مع ذكر البرامج والقنوات ؟

التعليل والقنوات :.....

24- هل تغريك البرامج التي تقدمها الفضائيات عن الموضة ؟

دائماً  أحيانا  نادرا

علل اجابتك:.....

الملحق رقم 2: نتائج تفريغ بيانات الدراسة الميدانية ببرنامج spss 20

1-متغير الجنس

2- متغير السن

## الملاحق

3- متغير المستوى التعليمي

4- متغير الوضعية المهنية

5- نرزم للسؤال بالرمز Q

		الجنس			
		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	30	21,0	50,0	50,0
	أنثى	30	21,0	50,0	100,0
	Total	60	42,0	100,0	
Manquante	Système manquant	83	58,0		
Total		143	100,0		

		السن			
		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	30 إلى 20 من	26	18,2	43,3	43,3
	40 إلى 31 من	16	11,2	26,7	70,0
	سنة 40 أكثر من	18	12,6	30,0	100,0
	Total	60	42,0	100,0	
Manquante	Système manquant	83	58,0		
Total		143	100,0		

### المستوى التعليمي

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بونمستوى	3	2,1	5,0	5,0
	ابتدائي	6	4,2	10,0	15,0
	متوسط	10	7,0	16,7	31,7
	ثانوي	16	11,2	26,7	58,3
	جامعي	24	16,8	40,0	98,3
	6	1	,7	1,7	100,0
Total		60	42,0	100,0	
Manquante	Système manquant	83	58,0		
Total		143	100,0		

## الملاحق

### الوضعية المهنية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valides				
(ة) عامل	34	23,8	56,7	56,7
ماكثتفيا البيت	14	9,8	23,3	80,0
(ة) بطل	5	3,5	8,3	88,3
(ة) متقاعد	6	4,2	10,0	98,3
5	1	,7	1,7	100,0
Total	60	42,0	100,0	
Manquante				
Système manquant	83	58,0		
Total	143	100,0		

### Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,980	82

## الملاحق

### Q1

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
جهاز	20	14,0	33,3	33,3
جهازين	21	14,7	35,0	68,3
Validه ثلاثأجهزة	12	8,4	20,0	88,3
أربعأجهزة	7	4,9	11,7	100,0
Total	60	42,0	100,0	
Manquante Système manquant	83	58,0		
Total	143	100,0		

### Q2

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validه نعم	60	42,0	100,0	100,0
Manquante Système manquant	83	58,0		
Total	143	100,0		

### Q3

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validه نعم	60	42,0	100,0	100,0
Manquante Système manquant	83	58,0		
Total	143	100,0		

### Q4

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أقلمنساعة	17	11,9	28,3	28,3
Validه منساعةإلىثلاثساعات	31	21,7	51,7	80,0
أكثرمنثلاثساعات	12	8,4	20,0	100,0
Total	60	42,0	100,0	
Manquante Système manquant	83	58,0		
Total	143	100,0		

## الملاحق

### Q5

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
صباحا	2	1,4	3,3	3,3
فيالظهيرة	7	4,9	11,7	15,0
Valides فيالمساء	14	9,8	23,3	38,3
فيالليل	37	25,9	61,7	100,0
Total	60	42,0	100,0	
Manquante	Système manquant	83	58,0	
Total		143	100,0	

### Q6

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
القناةالوطنية	5	3,5	8,3	8,3
Valides القنواتالعربيةوالأجنبية	37	25,9	61,7	70,0
القنواتالجزائريةالخاصة	18	12,6	30,0	100,0
Total	60	42,0	100,0	
Manquante	Système manquant	83	58,0	
Total		143	100,0	

### Q7

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
معالأسرة	36	25,2	60,0	60,0
معالإخوة	4	2,8	6,7	66,7
Valides معالوالدين	1	,7	1,7	68,3
معالأصدقاء	3	2,1	5,0	73,3
لوحديك	16	11,2	26,7	100,0
Total	60	42,0	100,0	
Manquante	Système manquant	83	58,0	
Total		143	100,0	



## الملاحق

### Q8

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
سياسية	12	8,4	20,0	20,0
ثقافية	13	9,1	21,7	41,7
ترفيهية	8	5,6	13,3	55,0
Valide دينية	9	6,3	15,0	70,0
اجتماعية	13	9,1	21,7	91,7
رياضية	5	3,5	8,3	100,0
Total	60	42,0	100,0	
Manquante Système manquant	83	58,0		
Total	143	100,0		

### Q9

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أفلامخيالية	9	6,3	15,0	15,0
أفلامبوليسية	9	6,3	15,0	30,0
أفلاماجتماعية	28	19,6	46,7	76,7
Valide أفلاممغامرات	3	2,1	5,0	81,7
أفلامحربية	5	3,5	8,3	90,0
أفلامهزلية	6	4,2	10,0	100,0
Total	60	42,0	100,0	
Manquante Système manquant	83	58,0		
Total	143	100,0		

### Q10

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دائما	14	9,8	23,3	23,3
Valide أحيانا	33	23,1	55,0	78,3
نادرا	13	9,1	21,7	100,0
Total	60	42,0	100,0	
Manquante Système manquant	83	58,0		
Total	143	100,0		

## الملاحق

### Q11

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دائما	12	8,4	20,0	20,0
أحيانا	27	18,9	45,0	65,0
نادرا	21	14,7	35,0	100,0
Total	60	42,0	100,0	
Manquante	Système manquant	83	58,0	
Total	143	100,0		

### Q12

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دائما	10	7,0	16,7	16,7
أحيانا	45	31,5	75,0	91,7
نادرا	5	3,5	8,3	100,0
Total	60	42,0	100,0	
Manquante	Système manquant	83	58,0	
Total	143	100,0		

### Q13

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دائما	4	2,8	6,7	6,7
أحيانا	8	5,6	13,3	20,0
نادرا	48	33,6	80,0	100,0
Total	60	42,0	100,0	
Manquante	Système manquant	83	58,0	
Total	143	100,0		

### Q14

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أحيانا	12	8,4	20,0	20,0
نادرا	48	33,6	80,0	100,0
Total	60	42,0	100,0	
Manquante	Système manquant	83	58,0	
Total	143	100,0		

## الملاحق

### Q15

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دائما	2	1,4	3,3	3,3
أحيانا	16	11,2	26,7	30,0
نادرا	42	29,4	70,0	100,0
Total	60	42,0	100,0	
Manquante	Système manquant	83	58,0	
Total		143	100,0	

### Q16

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دائما	2	1,4	3,3	3,3
أحيانا	10	7,0	16,7	20,0
نادرا	48	33,6	80,0	100,0
Total	60	42,0	100,0	
Manquante	Système manquant	83	58,0	
Total		143	100,0	

### Q17

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دائما	10	7,0	16,7	16,7
أحيانا	23	16,1	38,3	55,0
نادرا	27	18,9	45,0	100,0
Total	60	42,0	100,0	
Manquante	Système manquant	83	58,0	
Total		143	100,0	

### Q18

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دائما	44	30,8	73,3	73,3
أحيانا	7	4,9	11,7	85,0
نادرا	9	6,3	15,0	100,0
Total	60	42,0	100,0	
Manquante	Système manquant	83	58,0	
Total		143	100,0	

## الملاحق

### Q19

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دائما	31	21,7	51,7	51,7
أحيانا	21	14,7	35,0	86,7
نادرا	8	5,6	13,3	100,0
Total	60	42,0	100,0	
Manquante	Système manquant	83	58,0	
Total		143	100,0	

### Q20

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دائما	38	26,6	63,3	63,3
أحيانا	16	11,2	26,7	90,0
نادرا	6	4,2	10,0	100,0
Total	60	42,0	100,0	
Manquante	Système manquant	83	58,0	
Total		143	100,0	

### Q21

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
المجالالمعرفيوالثقافي	34	23,8	56,7	56,7
الترفيهوالتسلية	21	14,7	35,0	91,7
أخرى	5	3,5	8,3	100,0
Total	60	42,0	100,0	
Manquante	Système manquant	83	58,0	
Total		143	100,0	

### Q22

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دائما	13	9,1	21,7	21,7
أحيانا	38	26,6	63,3	85,0
نادرا	9	6,3	15,0	100,0
Total	60	42,0	100,0	
Manquante	Système manquant	83	58,0	
Total		143	100,0	

## الملاحق

### Q23

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valida				
دائما	6	4,2	10,0	10,0
أحيانا	12	8,4	20,0	30,0
نادرا	42	29,4	70,0	100,0
Total	60	42,0	100,0	
Manquante				
Système manquant	83	58,0		
Total	143	100,0		

### Q24

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valida				
دائما	8	5,6	13,3	13,3
أحيانا	18	12,6	30,0	43,3
نادرا	34	23,8	56,7	100,0
Total	60	42,0	100,0	
Manquante				
Système manquant	83	58,0		
Total	143	100,0		

### Récapitulatif du traitement des observations

	Observations					
	Valide		Manquante		Total	
	N	Pourcent	N	Pourcent	N	Pourcent
مشاهدة القنوات الفضائية * الجنس	60	42,0%	83	58,0%	143	100,0%

### Tableau croisé مشاهدة القنوات الفضائية \* الجنس

Effectif

		مشاهدة القنوات الفضائية	Total
		نعم	
الجنس	ذكر	30	30
	أنثى	30	30
Total		60	60

## الملاحق

### Récapitulatif du traitement des observations

	Observations					
	Valide		Manquante		Total	
	N	Pourcent	N	Pourcent	N	Pourcent
* السن الوقت المستهلك في مشاهدة القنوط الفضائية	60	42,0%	83	58,0%	143	100,0%

### Tableau croisé الوقت المستهلك في مشاهدة القنوط الفضائية \* السن

Effectif

	الوقت المستهلك في مشاهدة القنوط الفضائية			Total
	دائما	أحيانا	نادرا	
30 إلى 20 من	4	8	14	26
السن 40 إلى 31 من	0	0	16	16
سنة 40 أكثر من	0	0	18	18
Total	4	8	48	60

### Récapitulatif du traitement des observations

	Observations					
	Valide		Manquante		Total	
	N	Pourcent	N	Pourcent	N	Pourcent
* المستوى التعليمي التوفيق بين الواجبات والأبناء	60	42,0%	83	58,0%	143	100,0%

### Tableau croisé التوفيق بين الواجبات والأبناء \* المستوى التعليمي

Effectif

	التوفيق بين الواجبات والأبناء			Total
	دائما	أحيانا	نادرا	
بدون مستوى	3	0	0	3
ابتدائي	6	0	0	6
متوسط	10	0	0	10
المستوى التعليمي ثانوي	16	0	0	16
جامعي	9	7	8	24
القيم المفقودة	0	0	1	1
Total	44	7	9	60