

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

قسم العلوم الإنسانية
شعبة العلوم الإسلامية



جامعة الوادي
كلية العلوم الاجتماعية
والإنسانية

استخدامات تلاميذ المدارس لقنوات الأطفال الفضائية
دراسة ميدانية لتلاميذ المدارس الابتدائية
- ولاية الوادي أنموذجاً -

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم
الإسلامية تخصص: دعوة وإعلام واتصال

المشرف:

الطاهر الأدغم

الطالبة:

شفيفة مأمون

لجنة المناقشة

- يوسف عبد اللاوي، أستاذ محاضر "أ"، جامعة الوادي، رئيساً.
- الطاهر الأدغم، أستاذ مساعد "ب"، جامعة الوادي، مقررًا.
- رشيد خضير ، أستاذ مساعد "أ"، جامعة الوادي، مناقشا.

السنة الجامعية: 1434-1435هـ/2013-2014م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

المخلص

يهدف البحث إلى التعرف على استخدامات تلاميذ المدارس الابتدائية لقنوات الفضائية، ومدى تأثير هاته الأخيرة عليهم وذلك باستخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال عينة عشوائية طبقية. كما أسفرت الدراسة عن تقدم وسائل الإعلام في العصر الراهن، وذلك من خلال ما يقدمه من برامج تربوية، اجتماعية وثقافية تساعد في صقل شخصية الأطفال وفي حل مشكلاتهم، حيث يعتبر التلفاز احد أهم الوسائل الإعلامية التي تشغل حيزا كبيرا من أوقات الأطفال خاصة، لكونه الأكثر انتشارا وتأثيرا في حياتنا، كما يعد التلفاز من وسائط التربية الفعالة في نقل القيم، والأفكار والمفاهيم وغيرها، ولكنه أيضا قد يوجه لنشر الرذيلة وبث الجريمة ومسح العقول، ومن هنا كشفت الدراسات عن بعض النظريات لوسائل الإعلام والاتصال منها نظرية الاستخدامات والإشباع و التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري، حيث أدت إلى عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام.

وفي مجمل هذا الكلام خلصت بدراسة ميدانية حول هذا البحث والتي فهمنا من خلالها دراسة الجانب النظري، وعقبت على بعض النتائج المتوصل إليها من خلال بعض الأمثلة ثم خلصت بوضع نتائج لهذه الدراسة وتوصيات مقترحة لذلك.

الكلمات المفتاحية:

الاستخدامات –الأطفال –القنوات الفضائية.

Summary

The research aims to identify the uses of primary school pupils to satellite channels, and the impact of these recent over them by using descriptive analytical method through a stratified random sample. The study also resulted on the progress of the media in the present day, through its programs of educational, social and cultural help in refining the personality of children and solve their problems, where TV is one of the most important media, which occupies a major place of children in particular, as the most widespread and influential in our lives, the TV is also active in effective media education of transmission of values, ideas, concepts and other. But it also has brought to spread vice and crime and monster brains. Hence the studies revealed some theories of media and communication, including the theory of uses and the satisfactions interested in studying mass communication, which led to the consequences of individual differences and social inequality on the behavior associated with the media.

And all this talk we concluded with a field study about this search and understanding through theoretical study, and we follow up with some of the results obtained through some examples and then came the results of this study and the recommendations proposed so.

Keywords:

Uses – Children – Satellite.

إهداء

إلى من نحب ... كلمات مفتوحة

إلى الشمعة المتقدة التي تنير ظلمة حياتي... أُمي الغالية

إلى من أودعني لله أهدي هذا البحث إلى... روح أبي الطاهرة.

إلى القلوب الرقيقة والنفوس البريئة إلى رياحين حياتي إخوتي:

"لخضر, محمد الحافظ, فريد, اللودي, رضا "

إلى من آثروني على أنفسهم أخواتي: فطيمة, الزهرة.

إلى من آنسني في دراستي وشاركني همومي: مسعودة, آمنة, أميمة.

إلى كل بنات و أولاد أخوتي وأخواتي.

إلى كل من واسانا ببسمة ... وشد أزرنا بكلمة طيبة.

إلى كل من آخانا في الله ... إلى أحبائنا في الله.

مأمون شفيقة

شكر و عرفان

بسم الله الرحمن الرحيم
والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين
نبينا محمد بن عبد الله عليه أفضل الصلاة وأتم التسليم
تحية عطره نبعثها لكم
محملة بروح الأخوة والمحبة والإخلاص
ومد يد العون ليكون جزءاً لا يتجزأ من هذا الصرح الشامخ
لكل من لهم بصمة في الإشراف
فبتوفيق من الله عز وجل أنجزت هذا البحث، فله الحمد والشكر والثناء الحسن في الأولى
والآخرة، فاللهم اجعل هذا العمل خالصاً لوجهك الكريم، نافعا لنا وللمسلمين في العاجل
والآجل.
ومن باب العرفان بالجميل نتقدم بالشكر الجزيل وخالص التقدير والاحترام إلى أستاذ
المشرف " طاهر لدغم " الذي أفادنا بتوجيهاته السديدة وإرشاداته القيمة والشكر
الجزيل للأستاذ الفاضل للمشرف الثاني " رشيد خضير " الذي أفادنا بخبرته وتجربته
في الدراسات الميدانية، وكذلك الدكتور " عبد الباسط هويدي ".
كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من ساهم في إعداد هذا البحث بمصدر أو مرجع
أو مجلة أو دعاء، لهم مني جميعاً أجلّ معاني الشكر والتقدير.

الطالبة شفيقة

فهرس الجداول:

الصفحة	عنوان الجداول	رقم الجدول
72	توزيع عينه الدراسة حسب السمات الشخصية للمبحوثين	01
73	توزيع عينة الدراسة حسب أعمار المبحوثين	02
73	توزيع عينة الدراسة حسب مكان سكن المبحوثين	03
74	توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي للوالدين	04
75	توزيع عينة الدراسة حسب مدى مشاهدة المبحوثين	05
75	توزيع عينة الدراسة حسب متوسط الوقت الذي يخصصونه المبحوثين لمشاهدة القنوات في اليوم	06
76	توزيع عينة الدراسة حسب الأوقات التي يفضلها المبحوثين لمشاهدة القنوات	07
77	توزيع عينة الدراسة حسب تفضيل المبحوثين لهذه الفترات	08
77	توزيع عينة الدراسة حسب أهم القنوات التي يشاهدها أفراد العينة	09
78	توزيع عينة الدراسة حسب البرامج المفضلة لدى محطاتهم المخصصة	10
79	توزيع عينة الدراسة حسب أهم البرامج المفضلة	11
80	توزيع عينة الدراسة حسب مع من يشاهدون هذه القنوات	12
80	توزيع عينة الدراسة حسب اللغة المفضلة لتقديم البرامج	13
81	توزيع عينة الدراسة حسب عادات المبحوثين أثناء المشاهدة	14
81	توزيع عينة الدراسة حسب مدى استفادة المبحوثين من هذه القنوات	15

82	توزيع عينة الدراسة حسب دوافع المبحوثين لمشاهدة هذه القنوات	16
83	توزيع عينة الدراسة حسب الهدف من مشاهدة المبحوثين للقنوات	17
83	توزيع عينة الدراسة حسب تأثير التلفاز على الطفل من الناحية الايجابية	18
84	توزيع عينة الدراسة حسب تأثير التلفاز على الطفل من الناحية السلبية	19
85	توزيع عينة الدراسة حسب دور الأسرة في توجيه أبنائها في مشاهدة التلفاز	20
86	توزيع عينة الدراسة حسب علاقة السمات الشخصية للمبحوثين ومدى مشاهدتهم للقنوات	21
87	توزيع عينة الدراسة حسب العلاقة ومدى مشاهدة القنوات مع العمر	22
88	توزيع عينة الدراسة حسب علاقة السكن مع مدى مشاهدة القنوات	23
89	توزيع عينة الدراسة حسب علاقة المؤهل العلمي للأب مع مدى مشاهدة القنوات	24
90	توزيع عينة الدراسة حسب علاقة المؤهل العلمي للأم مع مدى مشاهدة القنوات	25
91	توزيع عينة الدراسة حسب علاقة السمات الشخصية مع دوافع المشاهدة	26
92	توزيع عينة الدراسة حسب علاقة مكان السكن مع دوافع المشاهدة	27
93	توزيع عينة الدراسة حسب علاقة العمر بدوافع المشاهدة	28

94	توزيع عينة الدراسة حسب علاقة المؤهل العلمي للأب مع دوافع المشاهدة	29
95	توزيع عينة الدراسة حسب علاقة المؤهل العلمي للأم مع دوافع المشاهدة	30
96	توزيع عينة الدراسة حسب علاقة السمات الشخصية مع دور الأسرة	31
97	توزيع عينة الدراسة حسب علاقة العمر مع دور الأسرة	32
98	توزيع عينة الدراسة حسب علاقة مكان السكن مع دور الأسرة في التوجيه	33
99	توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي للأب مع دور الأسرة	34
100	توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي للأم مع دور الأسرة	35

فهرس الموضوعات

المحتويات	الصفحة
الملخص باللغة العربية	
الملخص باللغة الانجليزية	
الإهداء	
شكر وعرفان	
فهرس الجداول	
فهرس الموضوعات	
المقدمة	أ-ج
الإطار المنهجي للدراسة	
أولاً- إشكالية الدراسة	6
ثانياً- أهداف الدراسة	6
ثالثاً- أهمية الدراسة	6
رابعاً- التساؤلات	6
خامساً- الفرضيات	7
سادساً- أسباب ودوافع اختيار الموضوع	7
سابعاً- المفاهيم الأساسية للدراسة	8
ثامناً- الدراسات السابقة	12
تاسعاً- نوع الدراسة ومنهجها وأداة الدراسة	17
الفصل الثاني : نظرية الاستخدامات والاشباعات	
المبحث الأول: لمحة عامة حول النظرية	20
المطلب الأول: مفهوم النظرية وروادها	20
المطلب الثاني: نشأة النظرية	23
المبحث الثاني: أبعاد وأهداف النظرية	25

25	المطلب الأول: أبعاد النظرية.
29	المطلب الثاني: أهداف النظرية
31	المبحث الثالث: نقد نظرية الاستخدامات والإشباعات والرد عليها
31	المطلب الأول: نقد نظرية الاستخدامات والإشاعات
32	المطلب الثاني: الرد على الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات
	الفصل الثالث: الإعلام والطفل
35	المبحث الأول: الإعلام
35	المطلب الأول: تعريف الإعلام ووظائفه
37	المطلب الثاني: أهمية الإعلام وتطوره التاريخي
39	المطلب الثالث: مدى تأثير الإعلام على الطفل
40	المبحث الثاني: الطفولة
40	المطلب الأول: تعريف الطفولة وأهميتها
41	المطلب الثاني: مراحل الطفولة
43	المطلب الثالث: الطفولة في المجتمع الإسلامي
	الفصل الرابع: التلفزيون
46	المبحث الأول: ماهية التلفزيون
46	المطلب الأول: تعريفه التلفزيون ونشأته
49	المطلب الثاني: أهمية التلفزيون ووظائفه بالنسبة للطفل
51	المبحث الثاني: دور التلفزيون في توجيه الطفل
52	المطلب الأول: أهم القنوات التلفزيونية الموجهة للطفل
55	المطلب الثاني: تأثير البرامج التلفزيونية على الطفل

60	المطلب الثالث: أهمية المعلومات التلفزية في حياة الطفل
	الفصل الخامس: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.
64	تعريف وادي سوف
66	1- منهج الدراسة
66	2- مجالات الدراسة
67	3- عينة الدراسة
68	4- أدوات جمع البيانات
70	5- الأساليب الإحصائية
	الفصل السادس: عرض البيانات ومناقشة النتائج
72	المبحث الأول: تحليل النتائج وتفسيرها
72	المطلب الأول: الجداول البسيطة
86	المطلب الثاني: الجداول المركبة
101	المبحث الثاني: النتائج العامة
104	الخاتمة
106	التوصيات
109	الملاحق
113	فهرس المصادر والمراجع
119	فهرس الآيات
119	فهرس الأحاديث

مُقَدِّمَةٌ

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وينوره تشرق الظلمات، والصلاة والسلام على رسوله ورحمته للعالمين، وعلى آله وأصحابه ومن تبعه بإحسان إلى يوم الدين أما بعد:

أدت التطورات التكنولوجية الهائلة الخاصة بالفضاء والأقمار الصناعية إلى انتشار القنوات الفضائية بشكل لافت للنظر.

ومع مرور الأيام أصبح الاهتمام من قبل الجماهير العربية بهذا التطور ظاهرة إعلامية مهمة، مما حثّ العديد من رجال الأعمال والمهتمين إلى التوجه لإنشاء قنوات فضائية متنوعة، حتى تكونت لديهم دوافع عديدة لاستخدام هذه الوسائل، على اعتبار أن احتياجاتهم هذه يمكن إشباعها من خلال التعرض لوسائل الإعلام، حتى جاءت نظرية الاستخدامات والاشباع لتزودنا بالمفهوم الصحيح حول هذا المنظور.

وقد شهدت السنوات الأخيرة من القرن الواحد والعشرين ظهور القنوات الفضائية وانتشارها على نطاق واسع، نتيجة التقدم العلمي والتكنولوجي السريع الذي اجتاح العالم والذي أدى إلى تحول العالم إلى قرية صغيرة تربطها شبكة اتصالات واحدة عبر الأقمار الصناعية وذلك من خلال ما تبثه من برامج علمية وثقافية وترفيهية وإيديولوجية متعددة موجهة إلى المشاهدين باختلاف مراحلهم العمرية.

و مما لا شك فيه أن القدرات والإمكانيات التي تمتلكها وسائل الإعلام والاتصال في إيصال المعلومات للجمهور، نرى بأن التلفزيون يعتبر في صدارة هذه الوسائل المختلفة من حيث جذب المشاهد، خاصة الطفل الذي يتابع بشكل دائم هذه البرامج التلفزيونية الموجه له ولغيره، وما يخصه أو يفيد وما لا يخصه ولا يفيد.

وبما أن تنشئة الطفولة والاهتمام بها من العوامل الأساسية لرفي الشعوب، فقد تزايد الاهتمام بالطفولة على جميع الأصعدة ومنها الإعلام فقد أصبح التلفزيون عنصراً أساسياً في حياة الطفل، حيث يشغل حيزاً كبيراً من وقته، لأن الطفل الذي يقضي وقتاً طويلاً أمام شاشة التلفاز يصبح منعزلاً عن العالم المحيط به إلى حد ما، ومحصوراً بما يشاهده في التلفزيون بعيداً عن البيئة الأسرية، والأصدقاء، وأماكن الترفيه.

وبالتالي فإننا نستكشف خطورة ما يقدم للطفل عبر القنوات التلفزيونية التي ستكرس لديه الصواب من الخطأ ضمن مقاييسها وستطلعه على ثقافات وأمور وتحجب عنه أخرى.

لذلك يطمح الآباء والأمهات والتربويون إلى أن يكون التلفزيون نافذة تطل على آفاق رحبة تساعد في نمو الأطفال نفسياً وعقلياً، وتساعد في إشباع حاجاته وتهيئته للمدرسة والحياة وهذا الطموح بعيد المنال إذا لم يتم الإعداد الجيد له، إذ أن التلفزيون سلاح ذو حدين قد يؤدي إلى تزييف الوعي، ويؤدي إلى الإحاطات، ويعطل ملكة الخيال ويشجع الروح الاستهلاكية ويعزز الصور النمطية للطفل، وقد يؤدي إلى النضج المبكر للأطفال، ويعزز روح العنف لديهم، ولكن في المقابل إذا أحسن استخدامه يمكن أن يكون عاملاً مساعداً في التنشئة الاجتماعية، فيعزز قيم إيجابية، ويعزز الشعور بالانتماء ويزود الطفل بالمعلومات والمساهمة في تكوين شخصيته وبناء ثقافته.

فمن هذا المنطلق ارتأيت أن يكون مجمل البحث ملخصاً في العنوان الآتي: استخدامات تلاميذ المدارس الابتدائية لقنوات الأطفال الفضائية .

لذا ستكون الخطة المتبعة مقسمة حسب المنهج المخطط وفق النموذج الآتي: مستهلة بمقدمة تدرج ضمنها خمسة فصول مقسمة إلى مباحث ومطالب موضحة كما يلي:

- الإطار المنهجي للدراسة ويحوي:

- إشكالية الدراسة أه داف الدراسة وأهميتها، والتساؤلات والفرضيات، وأسباب ودوافع اختيار الموضوع، والمفاهيم الأساسية للدراسة، والدراسات السابقة، نوع الدراسة ومنهجها و أداة الدراسة.

أما الفصل الأول: المعنون بنظرية الاستخدامات والإشباع، المقسم إلى المباحث الآتية:

المبحث الأول: لمحة عامة حول النظرية ويتضمن المطالب التالية: الأول موضوعه مفهوم النظرية وروادها، أما الثاني فكان حديثه حول نشأة هذه النظرية.

المبحث الثاني: أبعاد وأهداف النظرية وينقسم إلى مطلبين: الأول يتناول أبعادها، و الثاني يحوي أهدافها.

المبحث الثالث: يدور الحديث فيه عن نقد النظرية والرد عليها، يندرج تحتها مطلبان، الأول نقد النظرية، والثاني الرد على الانتقادات الموجهة لهذه النظرية.

أما الفصل الثاني: يدور موضوعه حول الإعلام والطفل والمقسم إلى المباحث التالية:

المبحث الأول: يتحدث عن الإعلام، تتضمنه ثلاث مطالب، الأول يعرفنا بالإعلام ووظائفه، والثاني أهميته وتطوره التاريخي، أما الثالث يدور حول مدى تأثير الإعلام على الطفل .

المبحث الثاني : موضوعه يدور حول الطفولة والمقسم إلى المطالب التالية: الأول بعنوان تعريف الطفولة وأهميتها, أما الثاني فكان الكلام فيه عن مراحل الطفولة والثالث يدور حول الطفولة و المجتمع الإسلامي .

والفصل الثالث بعنوان التلفزيون, وهو مقسم كالآتي:

المبحث الأول: بعنوان ماهية التلفزيون تتدرج ضمنه المطالب الآتية: الأول تعريف التلفزيون ونشأته, والثاني أهمية التلفزيون ووظائفه بالنسبة للطفل.

المبحث الثاني: بعنوان دور التلفزيون في توجيه الطفل وفيه ثلاث مطالب, الأول يتناول أهم القنوات الفضائية والثاني تأثيرها على الطفل, أما الثالث فيدور حول أهمية المعلومات التلفزية في حياة الطفل .

أما الفصل الرابع: والذي يتضمن الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية وهو بدوره يحوي تعريفا مبسطا بالمنطقة المختارة التي عالجت فيها الجانب الميداني من خلال منهج الدراسة المتبع والأدوات والأساليب المختارة لجمع هذه البيانات.

وأخيرا الفصل الخامس: الذي كان يعالج عرض البيانات ومناقشة النتائج وذلك من خلال تحليل تلك البيانات ومناقشتها ثم التعليق عليها مع وضع بعض التوصيات المقترحة لذلك .

الإطار المنهجي للدراسة

من المؤكد أن الثورات المذهلة وغير المنقطعة التي تشهدها الإنسانية اليوم في مجال الاتصال، وفي مجال القدرة على إنتاج ومراقبة أنظمة اتصالية جديدة لنقل المعلومات وجمعها ونشرها وتبادلها وتخزينها على الصعيد العالمي إذ يرى بعض الباحثين بأن مرحلة الإعلام الجديد تميزت بظهور وسائل اتصالية جديدة وحديثة، وذلك تأكيداً لانتقالات (مارشال ماکاوھان) في فكرة الحتمية التكنولوجية.

بالإضافة إلى ذلك فإن هذا الموضوع لم يأخذ حظه من البحث العلمي على المستوى العربي، خاصة في إطار الجوانب المتعلقة بالاستخدامات والإشباع في إطار تطبيقات الإعلام الجديد، وما أفرزته من دوافع وطرق جديدة للاستخدام.

أولاً- إشكالية الدراسة:

في الفترة الأخيرة كان هناك قنوات كثيرة تثير اهتمام الأطفال وتؤثر فيهم إلى جانب عدم اقتصرها فقط على أوقات وبرامج محدد بل تشمل كل ما يرغب به الطفل وتشغل كل ساعات اليوم لذلك تطرقت في دراستي هذه لمعرفة: استخدامات الأطفال - تلاميذ المدارس - لقنواتهم الفضائية المتخصصة, بهدف الوقوف على عادات تعرضهم لتلك القنوات ودوافع التعرض لها, ومدى استفادتهم للبرامج المقدمة لهم, ومدى تأثيرها عليهم.

ثانياً: أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على :

- عادات وأنماط تعرض الأطفال - تلاميذ المدارس - لقنواتهم المتخصصة .
- مدى استفادة التلاميذ - عينة الدراسة - من المواد والبرامج المعروضة لتطوير برامجهم وقنواتهم المفضلة.

- أهم البرامج التي تلبي رغبات الأطفال.

- أهم البرامج التي تثري ثقافة الأطفال بالمعرفة والعلم.

ثالثاً: أهمية الدراسة

تتمثل أهمية البحث فيما يلي:

-تقييم برامج الأطفال من وجهة نظر تلك الفئة - تلاميذ المدارس - ي مكن أن يساعد في تطوير هذه البرامج على أساس سليم.

-يأتي التلفزيون في مقدمة الوسائل الإعلامية من حيث قدرته على التأثير على الأفراد من خلال ما يتمتع به من مزايا تجمع بين الصوت والصورة والحركة والألوان وهو أيضا أداة تسلية رئيسية يتعرض لها الأطفال مدة أطول, مما يزيد من احتمالات تأثيره عليهم.

رابعاً: التساؤلات

تسعى الدراسة للإجابة على عدة تساؤلات أهمها :

- ما مدى مشاهدة الأطفال - عينة الدراسة - لبرامج الأطفال ؟
- ما أهم القنوات الأطفال المفضلة ؟ وما أسباب تفضيلها ؟
- ما البرامج والمواد المفضلة المقدمة من خلال برامج الأطفال المعروضة ؟
- ما دوافع مشاهدة الأطفال للبرامج المقدمة ؟

- ما اقتراحات العينة لتطوير البرامج الخاصة بهم ؟
- ما مدى استفادة الأطفال من الفقرات والبرامج المقدمة لهم ؟

خامسا- الفرضيات

تنقسم الفرضيات إلى ثلاث محاور أهمها :

أ -محور استعمال وسائل الإعلام:

الفرضية 1: أن استعمال وسائل الإعلام وطرائق التعرض لها, والمدة الزمنية من طرف الأطفال يختلف باختلاف التغيرات الديمغرافية.

الفرضية 2: أن الأطفال يستعملون التلفزيون أكثر من وسائل الإعلام الأخرى سواء محلية أو الأجنبية.

الفرضية 3: أن الأطفال يتعرضون إلى مضامين الخيال في التلفزيون أكثر مما يتعرضون إلى محتويات الواقع.

ب- محور اهتمامات الأطفال:

الفرضية 4 : أن وسائل الإعلام لا تساعد على ارتباط الأطفال بالواقع, نظرا لكون مضامين هذه الوسائل الإعلامية تميل أكثر إلى الترفيه وغيرها باستثناء بعض المضامين المحدودة مثل الوثائقيات أو البرامج الدينية..

ج- محور العلاقة بين وسائل الإعلام وبعض السلوكيات:

الفرضية 5: أن وسائل الإعلام تساعد الأطفال على تجاوز بعض السلوكيات السلبية.

سادسا: أسباب ودوافع اختيار الموضوع:

- الدوافع الشخصية:

-الرغبة الشخصية في الاطلاع على الموضوع والإحاطة بكل جوانبه.

-محاولة المساهمة في إثراء المكتبة الإسلامية والإعلامية بهذا النوع من الدراسات.

- الدوافع الموضوعية:

-الأثر الواضح للفتنات الفضائية في المجتمع واختراقها لكافة طبقاته.

-انتشار الفضائيات داخل المجتمعات وعلى كافة المستويات.

سابعاً: المفاهيم الأساسية للدراسة

نتناول فيما يلي التحديد الإجرائي للمفاهيم التي سنستعملها في هذه الدراسة، وهذا بعد مراجعة الأدبيات في ميدان العلاقة بين وسائل الإعلام والطفل والاطلاع على المفاهيم المستعملة في دراسة هذه الأدبيات بصفة صريحة أو ضمنية، ومدى الاتفاق أو التقارب أو الاختلاف فيما بين الباحثين، فمراجعة هذه الأدبيات سمحت لنا بتوضيح المفاهيم التي سنستعملها من جهة، ومن جهة ثانية ستمكن من ربط نتائج هذه الدراسة بما توصلت إليه الأبحاث في هذا الميدان

1 +الاستخدام: قد ينصرف معنى الاستخدام إلى الأداء التقني فيصبح المعنى معلق على التحكم وإدارة النظم المختلفة للانترنت، من تشغيل وإبحار على النسيج والقدرة على انتقاء المحتوى المتوقع خلف العقد والروابط، ثم القدرة على معالجته، تخزينه واسترجاعه أو إنتاجا للمحتوى، وكذا إعادة إنتاجه.

كما يمكن أن يعالج المفهوم كنشاط ذا طابع اجتماعي وثقافي داخل على المنظومة السلوكية السابقة، حينئذ لا يصبح الاستخدام مجرد فعل عابر منفصل عن التكوين النفسي والمادي لشخصية الفرد المستخدم، بل يتخذ شكل نماذج استخداميه تتجلى أساسا في التكرار والاستمرار الذي يحيلها إلى عادات متكاملة مع باقي ممارسات الحياة اليومية للمستخدم بهدف فرضها ودمجها واقعا في إطار الموروثات الثقافية المسبقة، كممارسة نوعية قد تندمج فيها أو تتباين عنها في مقابل ممارسات أخرى منافسة أو مماثلة بها¹.

2 +الانتباه: ونعني به ذلك الجهد الفكري الذي يبذله الطفل أثناء استعمال وسيلة إعلامية محددة والتعرض لمحتوياتها، وهو مظهر من مظاهر عملية الاستعمال².

1- أحمد عبد العالي، مستخدمو الانترنت، دراسة ميدانية بولاية سطيف وقسنطينة، رسالة ماجستير، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2002-2003، ص 05.

2- السعيد بومعزة، أثر وسائل الإعلام على القيم لدى الشباب، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2005 - 2006، ص ص 29، 31.

4- المشاهدة التلفزيونية:

تُعرّف المشاهدة التلفزيونية، "بأنّها ذلك الوقت المخصص لمتابعة البرامج التلفزيونية من أجل ملء وقت الفراغ وذلك بهدف تلبية وإشباع رغبات مختلفة كالترفيه، التعليم، التثقيف"¹. وبعبارة أخرى فإنّ المشاهدة التلفزيونية تمثل نقطة البدء لعمليات التفاعل بين الجمهور كأفراد ورسائل القائمين بالاتصال كمرسلين؛ وهي ذلك التعرض الإعلامي الذي يتمثل في استقبال الجمهور للخطاب الإعلامي من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية، لكن هذا التعرض تتحكم فيه عدة عوامل، ومن بين هذه العوامل نجد العوامل الديموغرافية والاجتماعية، كارتباط هذا التعرض بالجنس والعمر والمهنة والمستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي، فتكرار واستمرار التعرض للبرامج التلفزيونية يطلق عليها عادات المشاهدة التي لا يمكن أن يستغني عنها الجمهور بعد إدمانه على برنامج معين، إذ تتميز هذه الأخيرة (المشاهدة التلفزيونية) بالانفتاح (Openess)، وذلك من خلال إتاحتها للمثيرات السمعية والبصرية المزيد من سهولة الوصول المباشر إلى الدماغ².

5- التأويل (herméneutique):

يقصد بالتأويل، تلك العملية الإنتاجية التي من خلالها يضيف المتلقي رموزاً ومعاني معينة نتيجة استقباله للخطاب الإعلامي، بمعنى استنتاج المعنى الخفي للخطاب الإعلامي، فهو عملية تتجاوز مجرد تفكيك الرموز إلى البحث عن المعنى الكامن في النص من أجل تقديم

1- نصر الدين لعباسي، التلفزيون دراسات وتجارب، لا.ط، دار هومة، الجزائر، 1998، ص 86.

* على خلاف القراءة التي هي ملكة صعبة الاكتساب حيث تتطلب من القارئ، جهداً أكبر من أجل الفهم والتفسير، ضف إلى ذلك فإن القراءة ثنائية الاتجاه، فالقارئ يستطيع أن يكتب كما أن الكتب والمواد المطبوعة موجودة في كل وقت، على خلاف المشاهدة التلفزيونية فهي أحادية الاتجاه لا يمكن للمرسل والمتلقي تبادل الأدوار في نفس الوقت باستثناء التلفزيون التفاعلي ووسائل الاتصال التفاعلية كالانترنت.

2- حنان شعبان، اثر الفواصل الإشهارية التلفزيونية على عملية التلقي، دراسة استطلاعية لجمهور الطلبة الجامعيين،

مذكرة معدة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، ص 23.

قراءة ومعنى ثاني* . إذن، التأويل هو عملية تفسير المعلومات وتكوين المفاهيم والتصورات، وهو استكشاف آخر ومرحلة أخرى من مراحل ومستويات الفهم. ومن جهة أخرى يرى (امبرتو ايكو) التأويل¹، بأنه تلك التخمينات والتفسيرات التي يقدمها المتلقي نتيجة استقباله للرسالة الإعلامية، وذلك من خلال الكشف عن المعنى الخفي للرسالة، وما هو إلا عبارة عن عملية تفاعلية بين المشاهد والخطاب الإعلامي**، من خلال استنتاج وإعادة بناء معاني جديدة.

وقد وردت كلمة التأويل في القرآن الكريم في بعض السور منها:
 قوله تعالى: ﴿وَابْتَغَاءَ تَأْوِيلِهِ وَمَا يَعْلَمُ تَأْوِيلَهُ إِلَّا اللَّهُ...﴾².
 قوله تعالى: ﴿هَلْ يَنْظُرُونَ إِلَّا تَأْوِيلَهُ يَوْمَ يَأْتِي تَأْوِيلَهُ...﴾³.
 قوله تعالى: ﴿قَالَ هَذَا فِرَاقُ بَيْنِي وَبَيْنِكَ سَأُنَبِّئُكَ بِتَأْوِيلِ مَا لَمْ تَسْتَطِعْ عَلَيْهِ صَبْرًا...﴾⁴.
 وكلها تدل على التفسير، إذ أن التفسير ما هو إلا شكل من أشكال الفهم، أي أنه النهج الذي نستطيع بواسطته أن نعرف مضمونا ما بمساعدة العلامات التي تدركها حواسنا في الشكل⁵،
 إذن التأويل هو التفسير وهو الدلالات التي ينشئها المتلقي جراء تعرضه للخطاب سواء كان إعلاميا أم أدبيا أم فنيا.

انطلاقاً من هذا الاعتبار، فإننا نقصد في بحثنا بمفهوم التأويل، تلك العملية أو النشاط التحليلي الذي يخلص إليه المتلقي عند تلقيه للخطاب الإعلامي، والذي يكون مرتبطاً في حد

* وهذا ما ذهب إليه (جاك دريدا) حينما قال بأنه لا توجد قراءة مركز وإنما هناك تعددية في المعنى من خلال تفكيك النص من قبل القراء.

1- امبرتو ايكو، التأويل بين السيميائيات والتفكيكية، ترجمة سعيد بنكراد، المركز الثقافي العربي، ط: 1، لا.م، الدار البيضاء، المغرب، ، 2000، ص ص 77، 117.

** إلا أن الكاتب يطلق عليها بأنها عملية تفاعلية بين نص العالم والقارئ، لكن وبحكم الرسالة الإعلامية ما هي إلا نص مكتوب وبالتالي تنطبق عليها نفس الشروط وهذا ما وضحناه في فقره من إشكالية البحث.

2- سورة آل عمران، الآية 07.

3- سورة الأعراف، الآية 53.

4- سورة الكهف، الآية 78.

5- فيرناند هالين وآخرون، بحوث في القراءة والتلقي، ترجمة محمد خير البقاعي، ط: 1، حلب، سوريا، مركز الإنماء الحضاري 1998، ص 76.

ذاته بعملية المشاهدة التلفزيونية *، فوجود تأويل يعني أنّ المتلقي هو الذي يعمل على بناء وإنتاج دلالات من خلال عمليتي الإدراك والانتقاء¹.

6- جمهور المشاهدين:

لقد تعددت الأدبيات الإعلامية في تعريف جمهور وسائل الإعلام، إلا أنّ هناك مدرستين رائدتان في تعريف الجمهور:

فمفهوم الجمهور عند المدرسة الأنكلوسكسونية (Anglo-Saxons)، يعني الجمهور بمفهومه الواسع والذي يتضمن أبحاث الجمهور (audience research)، أي أنها تهتم بكل الدراسات التي تؤدي إلى معرفة الجمهور معرفة حقيقية فيما يتعلق بعدده، سلوكياته، طرائق حياته وحتى التطبيقات الثقافية (les pratiques culturelles) التي يوليها الأفراد لنشاطاتهم، وهذا يعني دراسته كما وكيفا، أمّا عند المدرسة الفرنسية (école française) فمفهوم الجمهور عندها مرادف لكلمة مشاهد أو مستمع (auditoire)، أي دراسة عدد المشاهدين أو المستمعين في حد ذاتهم، وهذا يعني اعتمادها على الجانب الكمي مهملة الجانب الكيفي، وبالتالي فهي تعتبر الجمهور كوحدة قابلة للقياس متغاضية عن جانب مهم في الدراسة ألا وهو الكيف والذي يعكس السمات الداخلية للجمهور². كما يرى Michel Souchon أنّ هناك نوعين من الجمهور، فهناك جمهور يشاهد التلفزيون كثيرا وهناك من يستعمله قليلا.

فالجمهور **، هو عنصر أساسي وجوهري لعملية الاتصال، فكلمة الجمهور تشير إلى المستقبلين أو المتلقين للنصوص الإعلامية وفق شروط ملائمة، كما يستعمل للدلالة على

* لأنّ الصورة التلفزيونية آنية تقتضي من المشاهد أن ينشئ بعض الارتباطات الذهنية من خلال عمليات الإدراك والتفسير.

1- حنان شعبان، المرجع السابق، ص ص 26-27.

2- Rémy RIEFFEL, Sociologie des médias, Ed Ellipse, France, 2001, P119

** L'Audience, Ainsi se nomme, La force qui empêche les chaînes de télévision de

somber dans le néant. Avec l'audience, On obtient la pub, Carburant extraordinairement convoité.

الجمهور كظاهرة سوسيولوجية ارتبط ظهورها وتطورها بانتشار واستعمال وسائل الإعلام في المجتمعات الحديثة وما بعد الحديثة¹.

ثامنا: الدراسات السابقة

1 - دراسات أجنبية:

- دراسة جومز (Gomez1988): حول التلفزيون التجاري وتعليم الأطفال في المكسيك، هدفت الدراسة للتعرف على أثر البرامج التلفزيونية على تحصيل تلاميذ المرحلة الابتدائية وما قبلها، واشتملت العينة على 174 طفلا من مختلف الطبقات الاجتماعية واستخدم لذلك الاستبيانات و المقابلات، وتبين أن الأطفال من الطبقات الدنيا (الفقراء) هم أكثر الأطفال لمشاهدة برامج التلفاز وأن عائلاتهم ومدرسيهم يعتبرونه أقل فعالية ويؤثر سلبا على تحصيل التلاميذ.

- دراسة هام (Hamm 1988): عن دور التلفاز في تعريف التلاميذ بأهم القضايا العلمية التي أجريت على عينة من 100 تلميذ من الصفين السادس و السابع من مرحلة التعليم الأساسي بولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة تبين أن التلفزيون هو أكثر مصادر المعلومات للتلاميذ بالنسبة للموضوعات مثل: الخطر النووي، مرض الايدز، المجاعة في العالم، وتلوث المياه والبيئة، حيث أن الكتب المدرسية لا تخصص إلا 2% من حجمها لمثل هذه المواضيع.

- دراسة شارلز (Charles1988): حول نوعية البرامج التلفزيونية وعلاقتها بالانجاز وتصرف الأطفال بطيئي التعلم واستخدمت الدراسة عينة من تلاميذ الصفين الخامس والسادس الابتدائي بانجلترا، وتم تحليل محتوى 279 برنامجا تلفزيونيا بواسطة 9 محكمين متخصصين، باستخدام مقياس للانجاز والتصرف للتلاميذ، تبين أن برامج التلفزيون تقدم راحة غير واقعية للمشاهدين وان كان الانجاز الدراسي للتلاميذ يتحسن لدى بطيئي التعلم.

- دراسة ديبورا (Debora1989): العادات المكتسبة من خلال وسائل الإعلام المختلفة تبين أن أطفال ما قبل المدرسة الابتدائية (225 طفل بتايوان) يبدون اتجاهات عدائيا ضد

1- علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي: دراسة نقدية لأبحاث الجمهور في الجزائر 1995-2006، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007، ص 48.

بعضهم لبعض عند مقارنتهم بأطفال لم يشاهدوا أفلاما تحوي مشاهد العنف, كما وجدت علاقة ايجابية بين نسبة العنف وعدد ساعات مشاهدة أفلام العنف¹.

- دراسة سميث (Smith1989): حول تأثير البرامج والإعلانات على مدى تجاوب الأطفال (302 بأمريكا) مع أهداف الإعلان التجاري بالتلفزيون يشكل للأطفال سوقا هامة لسببين أهمهما: أنهم يشترون بضائع لأنفسهم, والثاني لأنهم يؤثرون على أعضاء الأسرة لأن يشتروا لهم البضائع التي يريدونها باعتبار التلفزيون وسيلة الدعاية الذي يشاهده الأطفال أكثر من غيرهم فان معظم الإعلانات موجهة للأطفال وتجذبهم, وأوضحت الدراسة بان الأطفال أكثر تجاوبا مع مواد البرامج المقدمة بالتلفزيون و إعلاناته سواء كانت أكثر أم أقل عنفا وأجريت الدراسة, على عينة من الأطفال أعمارهم تتحصر ما بين 3 إلى 9 سنوات واتضح إن الأطفال الذين يتأثرون أكثر ببرامج العنف تقل استجاباتهم لبرامج الإعلانات والعكس بالعكس².

- دراسة إدوين (Edwine1991): حول العلاقة بين مشاهدة العنف في التلفزيون والنزاعات العدوانية للأطفال التي أجريت على 386 زوجاً من المراهقين الأخوة بمنطقة ليستر بجنوب أيرلندا, تبين أن عدم وجود علاقة بين درجة القرابة ومشاهدة برامج العنف في التلفزيون على فهم النزاعات العدوانية لدى المراهقين, وأن هناك ارتباطا قدره 0.48% بين مشاهدة برامج العنف وبين نمو النزاعات العدوانية لدى المراهقين بصرف النظر على العوامل الوراثية.

- دراسة جريمز وآخرين (Grimes and Others 2004): وهدفت إلى بحث تأثير مشاهدة الأطفال (327 طفلا وطفلة بايرلندا) لبرامج العنف التلفزيونية على تفاقم الأمراض النفسية لديهم , لما لهذه البرامج من تأثيرات سلبية حيث تعمل على تغيير معدلات ضربات القلب وغيرها من الأعراض التي تؤدي إلى العديد من الأمراض , وأكدت نتائج الدراسة على أن عدم التعرض لمثل هذه البرامج يؤدي إلى تقليل الأعراض المرتبطة بالأمراض النفسية³.

1- فاطمة عبد الصمد دشت, أثر مشاهدة البرامج الفضائية على المهارات الاجتماعية لدى عينة من الأطفال بدولة الكويت, مجلة رسالة الخليج العربي, العدد 103, 1428 هـ - 2007 م , ص 20.

2- فاطمة عبد الصمد دشت, المرجع السابق, ص ص 21-22م.

3- فاطمة عبد الصمد دشت, المرجع نفسه, ص ص 22, 34.

2 -دراسات عربية:

- دراسة نجم منور (2005): بعنوان الدور التربوي لوسائل الإعلام الإسلامي وسبل تطويره من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة.

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى الدور التربوي لوسائل الإعلام وسبل تطويره والكشف على الاختلاف في هذا الدور طبقا لمتغيرات الدراسة واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي واعدت استبانة لقياس الدور المنوط للهدف واشتملت على 61 فقرة في المجال البنائي، الوقائي، العلاجي وأسفرت نتائج الدراسة عن قيام هذا الدور بنسبة (75.04%).

فأكدت على وجود فروق لصالح الإناث وعدم وجود فروق دالة إحصائيا تعزي لمتغير الدراسة، كذلك وجود فروق دالة إحصائيا تعزي لمتغير الكلية ودرجة التعرض للوسائل. وأوصلت الدراسة العمل على إيجاد صيغة من التكامل والتنسيق بين وسائل الإعلام الإسلامي وباقي مؤسسات التنشئة في المجتمع الفلسطيني، إضافة إلى إعداد كوادر إعلامية وأوصت بالإسراع في إنشاء فضائية إسلامية محلية¹.

- دراسة ليلي داود: عرضت الباحثة في المقدمة الدراسة دور وسائل الإعلام في تنشئة أطفال المجتمع العربي والحفاظ على كيان الأمة، بعد أن أصبحت وسائل الإعلام إحدى الأدوات الأساسية التي تسهم في إعداد الطفل، لذا ينبغي أن يكون لها أهداف واضحة محددة تتمكن من خلالها القيام بدورها في تنشئة الطفل، تهدف دراسة البحث عن الاتجاهات التي ترتبط بها مضامين تلك الوسائل.

تطلق الدراسة من مقولة أساسية: أن وسائل الإعلام تعد إحدى الأدوات التي تتواصل بوسائل أخرى وتتكامل معها في إطار عملية تنشئة الأطفال وتكوين شخصياتهم منذ الطفولة المبكرة، وهي تعكس التيارات الفكرية المختلفة ثم عرضت الباحثة مفهوم التنشئة الاجتماعية وأساليبها وأهدافها في الوطن العربي، وعلاقاتها بوسائل الإعلام والتثقيف والترفيه.

دائما وضعت الباحثة عدة محاور تؤلف بمجموعها خطوطا عامة تسترشد بها وسائل الإعلام تتعلق بدور وسائل في التنشئة الاجتماعية، والتراث العربي وضرورة العمل القومي المشترك،

1- عزيزة عبد العزيز علي، دور المرأة في تعزيز الثقافة الإسلامية لدى أبنائها في ظل تحديات العولمة، بحث مقدم إلى المؤتمر (الإسلام والتحديات المعاصرة)، كلية أصول الدين في الجامعة الإسلامية، إبريل 2007، ص 734.

ومنظومة القيم التي ينبغي أن تؤكد لها مضامين وسائل الإعلام الموجهة للأطفال (قيمة العلم، قيمة الإبداع، قيمة العمل الاجتماعي)¹.

- **دراسة حسين العودت:** حاولت الدراسة الإجابة عن سؤال رئيسي كيف تجعل القنوات الفضائية أداة للتعريف بالثقافة العربية الإسلامية ؟

وتؤكد الدراسة أن وسائل الاتصال والإعلام تؤدي دورا مهما في التأثير في مفاهيم المتلقي وفرض نماذج سلوكية سلبية على الفرد والمجتمع، وفي ضوء تعددية الآراء انتشرت القنوات الفضائية التلفزيونية، وصاحب ذلك عدد كبير من ساعات البحث ودور هذه القنوات في التعريف بالثقافة العربية والإسلامية لا يزال ضعيفا وسطحيا، وتقترح الدراسة ضرورة التنسيق العربية لإنتاج برامج تزيد اللحمة بين أبناء الشعب العربي، وتعمق الثقافة القومية بما يتفق حاجات المجتمع العربي الإسلامي وتسهم في تحقيق التنمية².

- **دراسة أماني عمر الحسين حافظ:** أثر مشاهدة الأطفال للدراما في تنشئتهم الاجتماعية، تركزت مشكلة الدراسة في أن أغلبية الأطفال يشاهدون المواد الدرامية الموجهة للكبار مما يصيبهم بأضرار نفسية واجتماعية جسمية، ويخلف التلفزيون أثرا تراكميا في نفس الطفل يؤثر فيه عندما يكبر نتيجة خصائصه الفردية من جهة والعلاقة الحميمة التي يخلفها مع المشاهد من جهة أخرى اعتمدت الباحثة على مناهج المسح الميداني وتحليل مضمون و التحليل النوعي، أجريت الدراسة على عينة عشوائية مكونة من 504 من تلاميذ المدارس من سن 7-15 سنة وتوصلت إلى مجموعة نتائج منها: وجود تأثير لدور الأب و الأم في مشاهدة المسلسلات و اتضح وجود علاقة إرتباطية بين تعرض الأطفال للدراما و اكتساب الأطفال لسلوكيات يطبقونها في حياتهم، كما أن الدراما العربية تشوه في كثير من الأحيان النظام القيمي للشخصيات³.

1- ليلي داود، وسائل الإعلام ودورها في التنشئة الاجتماعية في المجتمع العربي المعاصر، دراسة مقدمة إلى ندوة وسائل الإعلام وأثارها في المجتمع العربي المعاصر، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، دمشق 3-5/08/1991، ص ص 697-698.

2- حسين عودت، كيف يمكن أن نجعل القنوات الفضائية العربية أداة للتعريف بالثقافة العربية الإسلامية، المجلة العربية للثقافة، ع23، ص ص 26-48 .

3- أماني عمر الحسين حافظ، أثر مشاهدة الأطفال للدراما على تنشئتهم الاجتماعية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة 2001، ص16.

- دراسة عماد الدين الرشيد : أثر أفلام الكرتون في تربية الطفل تكمن أهمية الدراسة في كونها تعالج قضية تربية مهمة تشغل بال المربين و الآباء, ولاسيما هذا الوقت مع ازدياد الفضائيات الخاصة بالأطفال على نحو يصعب على المربين أن يتابعوه لسرعته وانتشاره, وتغلغل شخصيات أفلام الكرتون في أطعمة الأطفال و ألبستهم و أحذيتهم و ألعابهم,.... ودخولها ليس مجرد رسوم ملونة بل بما تحتويه من قيم ومفاهيم و أدوار درامية تحملها هذه المسلسلات بين الباحث مفاهيم التربية ومرحلة الطفولة والإعلام والرسوم المتحركة وأثرها في أطفالنا مبينا الآثار السلبية في الأخلاق, الهوية, العقيدة, الفطرة وأسبابها كما يوضح دورها الايجابي (الآثار اللغوية, تنمية الحس الجمالي, حب الاطلاع, تعزيز القيم) مبشرا إلى عدد كبير من أفلام الكرتون الأمريكية واليابانية ولاسيما المدبلجة, وانتهى إلى مجموعة من التوصيات أبرزها ضرورة تشجيع صناعة الكرتون العربية و توسيع دائرة إعلام الطفل وترشيد أوقات بث برامج الأطفال و إحداث مراكز دراسات تنمية الطفل¹.

تاسعا: نوع الدراسة ومنهجها و أداة الدراسة

1- نوع الدراسة:

تدخل هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة الحقائق المحيطة بالظواهر والأحداث والأوضاع وذلك من خلال جمع البيانات والمعلومات وتحليلها وتفسيرها, لاستخلاص دلالاتها وإصدار تعميمات بشأنها, ويقوم هذا المنهج على قاعدتين أساسيتين هما التجربة والتعميم.

2- منهج الدراسة :

استخدام منهج المسح الإعلامي الذي يعتبر جهدا علميا منظما للحصول على البيانات والمعلومات عن الظواهر التي يقوم بدراستها والتعرف على الحقائق الأساسية التي يتميز بها الجمهور وتفصيلات المشاهدين وملاحظة التغيرات السريعة والمستمرة في مجال الإعلام.

1- عماد الدين الرشيد: أثر أفلام الكرتون في تربية الأطفال, سلسلة الباء والترشيد, ط 1, دار القمة, حمص 2007 ص

3- أداة الدراسة:

تمثلت أداة الدراسة في "الاستبانة أو صحيفة الاستقصاء" والتي تعتبر أداة رئيسية لجمع البيانات والمعلومات، التي تعتبر إحدى الطرق و الأساليب الأساسية في إجراء تصميم الاستبانة، والتي تحتوي على المحاور الآتية:

- السمات الشخصية للمبحوثين .
- مدى متابعة المبحوثين لقنوات الأطفال.
- عادات و أنماط المشاهدة لدى المبحوثين.
- تفضيلات ودوافع المبحوثين لمشاهدة قنوات الأطفال.

صدق أداة الدراسة:

يقصد بالصدق هو أن يقيس الاختبار أو أن يقيس الاختبار أو الأداة ما وضعت لقياسه، والصدق كالثبات مفهوم مدروس دراسة كبيرة، وتحقيق صدق أداة القياس أكثر أهمية ولا شك من تحقيق الثبات، لأنه قد تكون أداة القياس أو الاختبار ثابتة، ولكنها غير صادقة.

الثبات:

يؤكد التعريف الشائع للثبات أنه يشير إلى إمكانية الاعتماد على أداة القياس أو على استخدام الاختبار، وهذا يعني أن ثبات الاختبار هو أنه يعطي نفس النتائج باستمرار إذا ما استخدم الاختبار أكثر من مرة تحت ظروف مماثلة (نفس الظروف)¹.

1- فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، ط:1، جامعة الإسكندرية، لان، 2002م، ص ص 165-167.

الفصل الثاني: الإعلام والطفل

المبحث الأول: الإعلام

المبحث الثاني: الطفولة

هناك من يرى بأن الإعلام قديم قدم البشرية نفسها ومنذ بدء الخليقة ظهرت حاجة الإنسان إلى الاتصال والتواصل بالآخرين وإخبارهم عن حاله ومعرفة أحوالهم ولكن الاستخدام الفعلي للإعلام لم يظهر إلا في القرن العاشر حين بدأ الرومان ينشرون الصحف الحائطية التي أخذت بالتطور حتى اختراع الطباعة بواسطة جوتنبرغ حيث كان المجتمع في تلك الفترة مهيباً ومستعداً لتطوير ذلك الأسلوب الجديد في الكتابة وتدوير الأفكار وإن اضطرت تلك المجتمعات للانتظار حتى القرن السابع عشر الميلادي لتكون مستعدة تماماً لتقبل وسائل الإعلام الجماهيري.

المبحث الأول: لمحة عامة حول النظرية

تعتمد البحوث في مدخل الاستخدامات و الاشباعات على افتراض أن الأفراد يقومون بدور إيجابي في عملية الاتصال، إذ توجد لديهم دوافع تدفعهم لاستخدام وسائل الاتصال، ومن هنا يظهر مصطلح (الاستخدامات Uses)، كما يفترض أيضا أن احتياجات الأفراد يمكن أن يتم إشباعها من خلال التعرض لوسائل الاتصال، ومن هنا يظهر مصطلح (الإشباعات Gratification)¹.

المطلب الأول: مفهوم النظرية وروادها

1 مفهوم النظرية:

يطلق عليها البعض نموذج، والبعض الآخر مدخل، وآخرون منظور. ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" تأليف "كاتز وبلوملر" * ومن وجهة نظره فإن مدخل الاستخدامات والإشباعات يعني بما يلي:

١- الأصول الاجتماعية والسيكولوجية.

٢- الاحتياجات التي يتولد عنها.

٣- توقعات من وسائل الإعلام أو أي مصادر أخرى تؤدي إلى أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام ينتج عنها إشباعات للاحتياجات. ونتائج أخرى في الغالب غير مقصودة².

تهتم نظرية الاستخدامات و الاشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام. وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها

1- رضاء عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر، منتدى سور الأزبكية، 2007، ص 66.

* مؤلفا كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري، سنة 1974، ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر.

2- محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، 2003، ص ص 252، 253.

عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام مثل: نظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية ومنفصلة، وتتصرف بناء على نسق واحد. أما وقد اتضح الدور القوي للمتغيرات في المعرفة والإدراك والثقافات الفرعية، فلم يعد ممكن فهم الجماهير بهذه الطريقة.

ويشير "ويرنر وتانكرد" إلى أن البحث في أنواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام قد بدأ منذ وقت مبكر في الثلاثينيات، حيث أجريت دراسات عديدة من هذا المنظور على قراءة الكتب، ومسلسلات الراديو، والصحف اليومية. وغيرها وذلك للتعرف على أسباب استخدام الناس لوسائل الإعلام، والنتائج التي تترتب على ذلك للرأي العام، خلال سنوات الحرب العالمية الثانية، أصبح هناك كم وفير من المعلومات حول استخدامات وسائل الإعلام والاشباع التي تحققها¹.

وبالاستناد إلى جملة من الأدبيات الإعلامية المتعلقة بالوظائف السيكلوجية والاجتماعية للإعلام الجماهيري، صنف بعض الباحثين الإعلاميين خمس طبقات من الحاجات يمكن للإعلام أن يشبعها وهي:

- حاجات معرفية (اكتساب وتقوية معارف وفهمها).
- حاجات مشاعرية - مظهرية (تقوية التجربة المظهرية والانفعالية).
- حاجات تكميلية على مستوى الشخصية (اطمئنان، استقرار عاطفي، نمو المصادقية والوضع الاجتماعي).
- حاجات تكميلية على الصعيد الاجتماعي (تقوية العلاقات الشخصية، ومع العائلة ومع الأصدقاء ومع الزملاء... الخ).

- حاجات ترويحوية (تراخي التوترات والتخفيف من الصراعات).
يمكن اعتبار كل طبقة من هذه الحاجات متغيراً مستقلاً لدراسة تأثيرات الإعلام الجماهيري².

1- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السلمي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط:7، لام، الدار المصرية اللبنانية، 2008، ص ص 239، 240.

2- M.Wolf, "teorie delle Comunicazioni di Mass ", op.cit.p75.

2- رواد النظرية: ونراها من خلال:

- أعمال "لازرسفيلد" و "ستاتون" و "بيرلسون" في الأربعينيات.
- أعمال "ريليز" و "فريدسون" و "ماك كوبي" في الخمسينيات.
- أعمال "شرام" و "ليل" و "بارك" في الستينيات.

ويقدم نموذج الاستخدامات والاشباعات مجموعة من المفاهيم والشواهد التي تؤكد على أن أسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية.

- ويذهب "إدلستاين" وزملاؤه إلى تأسيس نموذج الاستخدامات والاشباعات جاء كرد فعل لمفهوم "قوة وسائل الإعلام الطاغية" ويضيف هذا النموذج صفة ايجابية على جمهور وسائل الإعلام، فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض إليها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة.

- ويرى "كانتز" وزملاؤه أن منظور الاستخدامات والاشباعات يعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية، وتتضمن فروض النموذج ما يلي:

1- أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

2- يعتبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.

3- التأكد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد¹.

¹ - حسن عماد مكاي، ليلي حسين السلمي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، المرجع السابق، ص ص 242، 243.

4- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسالة فقط¹.

المطلب الثاني: نشأة النظرية

ترى هذه النظرية أن الطفل يولى اهتماما بالغا للرسائل التي تمتعه أو تجلب له السرور أو تشبع احتياجاته وغاباته، يدركها ويتذكرها خاصة إذا شعر بأنها مفيدة أو ستحقق له نوعا من الإشباع، وبموجب هذه النظرية فإن الأطفال وغيرهم قد لا يتعرضون للبرامج التليفزيونية غير السارة أو الشقية أو المملة، وحتى إذا تعرضوا لها ينسونها بسرعة.

تضمنت بعض الأبحاث التي استفادت من هذه النظرية تأثير مختلف الوسائل الإعلامية على الأطفال وخصوصا التلفزيون، وتتبع دوافع تعرضهم لها لإشباع احتياجاتهم، والآثار التي تنتج عن استخدامها سواء كانت سلبية أو ايجابية. وبدأت البحوث والدراسات الحديثة في الإجابة على عدد من الأسئلة الهامة، ومنها لماذا يشاهد الأطفال برامج التلفزيون؟ وماذا تحقق لهم هذه المشاهدة من إشباعات؟ وما هي الحاجات التي يتم إشباعها؟ ومنها دراسة "برادلى جرنبرج" حول إشباعات مشاهدة برامج التلفزيون وعلاقتها بالطفل البريطاني، والتي اهتمت بعدة عوامل تتعلق بالمشاهدة وهي العادة والرفعة والاسترخاء والتعليم وتوصلت إلى وجود دور فريد لهذه العوامل.

وكذلك دراسات كل من "ولبرشرام" و "ليل" و "باركر" والتي استهدفت التعرف على المتغيرات النفسية والاجتماعية التي تؤدي إلى أنماط استخدام الأطفال للتلفزيون، والتي خلصت إلى أن استخدام الأطفال للتلفزيون يتأثر بقدراتهم الذهنية، وعلاقتهم

1 - حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السلمي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، المرجع السابق، ص 243.

بوالديهم أو بأقرانهم، ورغبتهم في تقليد الآخرين، وخصوصا الكبار، والرغبة في التسلية والترفيه¹.

وكذلك دراسة "ريبين" حول استخدام الأطفال والمراهقين للتلفزيون والذي خلص إلى وجود علاقة ارتباط إيجابي بين المشاهدة من أجل التعليم والإدراك الواقع، كما أشارت إلى ارتفاع درجة إتقان الطفل، وتجاوبه مع العلاقات الاجتماعية كلما زادت معدلات مشاهدته التلفزيونية².

حيث أن الدراسات الأولى لوسائل الإعلام بنيت على أساس النظرية القائلة بأن تأثيرات وسائل الإعلام في حياتنا قوية و مباشرة وقد افترضت أن مجرد وصف العمل الإجرامي كاف للتحفيز على زيادة السلوك الإجرامي بين الجمهور غير المحصن، وقد عرف هذا المنظور فيما بعد بنظرية الحقنة تحت الجلد، وهي تقوم على افتراضيين أساسيين، الأول مفاده أن الغليان الاجتماعي المصاحب للتصنيع أضعف كثيرا من حصانة الناس، ولهذا كان من السهل استمالتهم وتزويدهم بخبرات جديدة والتأثير عليهم بواسطة وسائل الإعلام.

أما الافتراض الثاني فقد استمد من مدرسة السلوكية النفسية التي ظهرت في السنوات الأولى من القرن العشرين ، والتي ترى أن الفعل الإنساني يصاغ وفقا لانعكاسات شرطية ومثيرات محيطية خارجية، تشكل نماذج سلوك مستقرة، يمكن تمييزها، ومن ثمة فإن الفعل الاجتماعي ليس اختيار شخصي مبني على معارف ومعتقدات مختلفة³.

ولكن سرعان ما تم التخلي عن فكرة أن تعرض لوسائل الإعلام ينتج تأثيرات فورية ومتساوية على الجمهور ، وذلك بسبب حدثين رئيسيين ، الأول هو بدأ الأبحاث الإمبريقية على نطاق واسع. والحدث الثاني هو أن علماء الاجتماع وعلماء

2 - محمد معوض إبراهيم، الاتجاهات الحديثة في إعلام الطفل، ذوى الاحتياجات الخاصة، ط:1، بالقاهرة، دار الكتاب الحديث، 2006، ص ص 139-140.

2- محمد معوض إبراهيم، الاتجاهات الحديثة في إعلام الطفل، المرجع السابق، ص 140.

3- فضيل دليو، علي غربي و آخرون، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 1999، ص 29.

النفس توصلوا إلى نتائج جديدة تماما حول الخصائص الشخصية والاجتماعية للإنسان¹.

المبحث الثاني: أبعاد النظرية وأهدافها

يبني مدخل الاستخدامات والاشباع على فكرة مؤداها أن حاجات الفرد مرتبطة بوسائل الاتصال، والتي تنشأ في ظل بيئة اجتماعية ونفسية معينة تخلق لدى الفرد دوافع للتعرض لوسائل الاتصال، فضلا عن مصادر أخرى غير وسائل الاتصال، حيث يتوقع الفرد أن تحقق له هذه المصادر اشباعا لهذه الحاجات، وقد تتجح وسائل الاتصال في تحقيق هذه الاشباعات وقد لا تتجح في ذلك².

المطلب الأول: أبعاد النظرية

لشرح أبعاد نظرية الاستخدامات والاشباع نعرض المحاور الرئيسية لهذه النظرية:
افتراض الجمهور النشط:

يؤكد باحثو الاستخدامات والاشباع أن أفراد ال جمهور إيجابي ونشطين، وليسوا مستقبلين سلبيين أو ضحايا لوسائل الإعلام. وهذا على عكس ما كانت تفترض النظريات السابقة - التي تنتمي لدخل التأثيرات - أن الجمهور سلبي في التعامل مع وسائل الإعلام، ولا يستطيع تحديد ما يريد من الإعلام وفق احتياجاته ودوافعه.

وقد حدد "جونتر" أبعاد مفهوم الجمهور النشط " في النقاط التالية:

1- الانتقائية "selectivity":

فالجمهور وفقا لنظرية الاستخدامات والاشباع لديه القدرة على الاختيار للوسائل والمضامين التي تحقق حاجاته ودوافعه النفسية والاجتماعية والتي تعكس اهتماماته وتفضيلاته المختلفة، بالإضافة إلى أن ال جمهور يستطيع أن يدرك ويتذكر بشكل انتقائي ما يتعرض له من رسائل.

1- ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، لاط، القاهرة،

مصر، الدار الدولية لنشر والتوزيع، 1993، ص ص 205 - 185.

2- عادل عبد الغفار فرج خليل، استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي، ماجستير غير منشور، جامعة القاهرة كلية الإعلام قسم الإذاعة والتلفزيون، 1995م، ص 09.

2_ العمدية "Intentionality":

حيث يوجه جمهور وسائل الإعلام ال مضمون الذي ينتقيه ويتعرض له ل خدمة دوافعه وأهدافه وحاجاته المختلفة.

3_ المنفعة "Utility":

استخدام جمهور وسائل الإعلام للوسائل والمضامين الإعلامية مرهون بم يعود عليه من إشباع للاحتياجات المختلفة التي يشعر بأنه في حاجة إليها.

4_ عدم السماح بفرضية التأثير "Imperviousness to influence":

الجمهور لا يريد أن يتحكم فيه أحد كما يؤكد باحثو هذه النظرية، وأنه إيجابي ونشط ويوجه اختياراته بناء على احتياجاته، وعلى ذلك فالتأثير القوي لوسائل الإعلام على الجمهور مستبعد، والأقرب هو التأثير المحدود لوسائل الإعلام.

5- الإستغراق "Involvement":

وهذه سمة تؤكد -أيضا- إيجابية الجمهور الذي يندمج ويتوحد مع النماذج التي تقدم في وسائل الإعلام ويتأثر بها¹.

الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام:

انتهى "جون جونستون" في دراسته حول استخدام المراهقين لوسائل الإعلام والدمج الاجتماعي، إلى أن أعضاء الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفرادا معزولين عن واقعهم الاجتماعي، وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة، وشركاء في بيئة ثقافية واحدة.

وتتفق هذه الرؤية مع العديد من باحثي الاستخدامات والاشباع الذين يعارضون دوما مصطلح (الحشد) لتمييز جمهور وسائل الإعلام، وطبقا لهذه الرؤية فإن العديد من الاحتياجات المرتبطة باستخدام وسائل الاتصال ترتبط بوجود الفرد في بيئة اجتماعية وتفاعله مع هذه البيئة.

1- مرزوق عبد الحكم العادلي، الإعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والاشباع، ط:1، لام، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004م، ص ص114-116.

وقدمت العديد من الدراسات الدليل الأمبريقي على دور العوامل الديموغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام، مثل: ارتباط هذا التعرض بالنوع، والعمر والمهنة والمستوى التعليمي¹.

دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام :

الافتراض الثالث لنظرية الاستخدامات والإشباع، ويقوم على أساس أن دوافع التعرض لوسائل الإعلام الجماهيري تنتج أساساً عن الحاجات النفسية والاجتماعية لأفراد الجمهور، وتؤدي إلى توقعات يمكن إشباعها من خلال استخدام وسائل الإعلام الجماهيري، وأن دوافع استخدام وسائل الإعلام ومضامينها ترتبط بمتغيرات ديموغرافية متعددة: كالسن، والنوع، والتعليم، والمستوى الاجتماعي والاقتصادي، والعلاقات الاجتماعية، ومن ثم فإن تأثير وسائل الإعلام يرتبط بهذه المتغيرات. وهناك وجهات نظر مختلفة حول هذا الافتراض وهي على النحو الآتي:

- يرى أصحاب الاتجاه الأول أن الدوافع حالات داخلية يدركها الجمهور ويعيها بشكل مباشر، وأن الجمهور يستطيع تحديد النتائج التي يهدف إلى الحصول عليها من وسائل الإعلام.

- أما مؤيدو الاتجاه الثاني فيرون أنه يصعب إدراك الدوافع بشكل مباشر من قبل الجمهور، ويجب أن يستدل على هذه الدوافع من خلال معتقدات وسلوكيات أعضاء الجمهور.

- وأما أصحاب الاتجاه الثالث فقد انتقدوا الرؤيتين السابقتين، ورأوا أنه من الصعب التوصل للدوافع، لأن الحاجات الأساسية للفرد ربما تؤثر في تعرضه لوسائل الإعلام، وربما تكون هذه الحاجات أساسية لدرجة أنه لا يمكن معرفتها، على أساس أن هذه محددات للتعرض لوسائل الإعلام، وبهذا لا يمكن التوصل لهذه الدوافع.

- وأصحاب الاتجاه الرابع ومنهم "Babrow" و "ns Aus.ti" رأوا أن تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ليس بالضرورة أن يكون مدفوعاً، بل قد يكون سلوكاً اعتيادياً. وبشكل عام فإن دوافع التعرض كما قسمها "روبن" تنقسم إلى فئتين هم:

1- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 244.

أ- الدوافع الوظيفية (النفعية): تعني اختيار الفرد لنوع معين من المضمون، ولوسيلة اتصالية معينة لإشباع حاجته من المعلومات والمعرفة.

ب- الدوافع الطقوسية: تستهدف تلبية الوقت، والتنفيس والاسترخاء، والهرب من الروتين اليومي والمشكلات¹.

توقعات الجمهور من وسائل الإعلام:

إن الأفراد يختارون بإرادتهم التعرض لوسائل ورسائل معينة تحقق لهم القيمة التي يتوقعونها، وهو ما تشير إليه نظرية القيمة المتوقعة "Expectancy value theory" حيث إنَّها تقدم تفسيراً واضحاً لدوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، فهي ترى أن الشخص يختار من بدائل وسائل الإعلام: الوسيلة، والمضمون طبقاً لقيمتها في إشباع حاجته حسب توقع الأفراد لهذه القيمة، ومن ثم فإنَّ إشباع الوسيلة والمضمون لحاجات الأفراد يعزز من تعرض الفرد للوسيلة مرة أخرى والعكس صحيح².
وتختلف توقعات الأفراد من وسائل الإعلام وفقاً للفروق الفردية، وكذلك وفقاً لاختلاف الثقافات³.

تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:

أشارت دراسات عديدة إلى وجود علاقات ارتباطية بين البحث عن الإشباع، والتعرض لوسائل الإعلام، ويعبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الإعلام عن نشاط هذا الجمهور، وقدرته على اختيار المعلومات التي تلبي احتياجاته. وقد أظهرت دراسات عديدة في الولايات المتحدة أن الاستماع للبرامج الجادة مثلاً، يرتبط ارتباطاً كبيراً بمستوى التعليم⁴.

1- مرزوق عبد الحكيم العادلي، مرجع سابق، ص 117-118.

2- مرزوق عبد الحكيم العادلي، مرجع نفسه، ص 119.

3- حسن عماد مكاي، مرجع سابق، ص 247.

4- باديس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة - الجزائر، 2008، ص 34.

اشباعات الجمهور من وسائل الإعلام:

وفق نظرية الاستخدامات والاشباعات يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها: الاشباعات Gratifications.

وقد اهتمت هذه النظرية منذ السبعينات بضرورة تمييز بين الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور والاشباعات التي تتحقق بالفعل.

ويفرق "لورانس وينر" بين نوعين من الاشباعات هما:

أ - اشباعات المحتوى: وتنقسم إلى نوعين:

- اشباعات توجيهية: وتتمثل في مراقبة البيئة والحصول على معلومات.

- اشباعات اجتماعية: وهي المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

ب - اشباعات العملية: وترتبط بوسيلة اتصال محددة لا بخصائص الرسائل وتنقسم إلى نوعين:

- اشباعات شبه توجيهية: وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإيثار.

- اشباعات شبه اجتماعية: وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام وتزيد هذه الاشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة.

المطلب الثاني: أهداف النظرية

- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال وذلك بالنظر إلى

الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

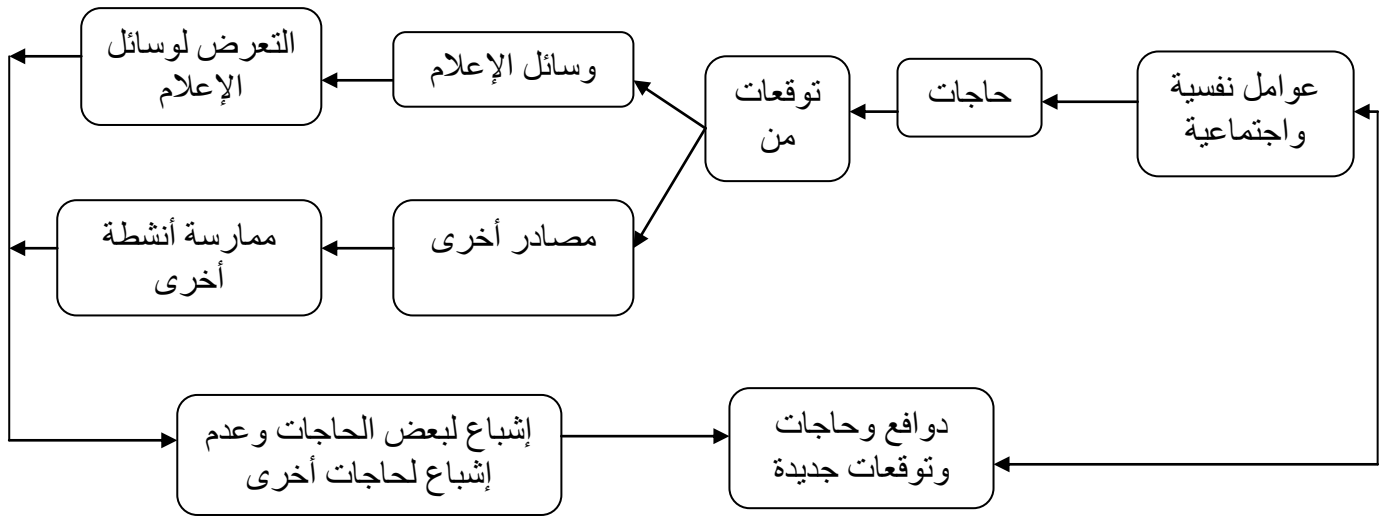
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري، ويربط "آلان روبن" الأهداف الثلاثة السابقة بمنظور التحليل الوظيفي من خلال التأكيد

على نمط السلوك الفردي، حيث يكون الفرد هو وحدة التحليل وتكون علاقات الفرد

بمحيطه الاجتماعي هي البناء، ويكون ملاحظة سلوك الأفراد عند استخدامهم لوسائل

الاتصال هو الأنشطة، وتكون نتائج نمط السلوك الفردي في علاقته مع كل من: وسائل الاتصال، المحتوى والاهتمامات العامة للجماهير هي الوظائف، ويعرض "روزنجرين" مجموعة العناصر التي تشكل منظور الاستخدامات والاشباعات والتي تبدأ من تلبية حاجات بيولوجية ونفسية واجتماعية لدى الإنسان، وتتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي المحيط بالفرد، وينتج عن ذلك مشكلات فردية تختلف في حدوثها، وحلول محتملة لتلك المشكلات، وبالتالي تتولد الدوافع لحل المشكلات أو إشباع الحاجات، ويتم ذلك من خلال التعرض لوسائل الإعلام أو ممارسة أنشطة أخرى، ويؤدي ذلك إلى اشباعات أو عدم إشباع، ثم تتولد حاجات إضافية تمر بنفس المراحل السابقة.

ويعبر "كاتز" وزملاؤه عن نموذج الاستخدامات والاشباعات في الشكل التالي:



نموذج "كاتز" للاستخدامات والاشباعات¹

¹ - Lambard.M and Ditton.T, (1997), At The heart of it all: The Concept of Presence, Journal of Computer Mediated Communicated (on line), 3(2) available:

www.jemchttp://huji-ac.il/vol3/Issu2/Lambard.html.

المبحث الثالث: نقد نظرية الاستخدامات والإشباع والرد عليها

هناك اختلاف بين الباحثين في دراسة دوافع التعرض لوسائل الإعلام، فهناك وجهة نظر ترى أنه من الممكن النظر على الدوافع على أنها حالة داخلية يمكن للجمهور إدراكها وفهمها مباشرة من خلال منظور مدخل قيم متوقعة Expectancy Value Approach، فإن دوافع الفرد للتعرض لوسائل الاتصال تعكس سلوكا ايجابيا ذا قيمة، أو خصائص ذات قيمة في الوسيلة التي تدفع الجمهور للتعرض إليها، وبالتالي يكون الفرد قادراً على التعبير و-بشكل لفظي- عن أسباب استخدامه لوسائل الإعلام¹.

المطلب الأول: نقد نظرية الاستخدامات والإشباع:

لقد تعرضت هذه النظرية لانتقادات كثيرة منها أن مفهوم الاستخدامات والإشباع لا يشكل نظرية مستقلة، وإنما هو إعادة صياغة مختصرة لبعض أوجه نظريات التأثير الاصطفائي (الاختياري) وهي عبارة عن صياغات متفرقة²، ويعتقد بعض منتقدي النظرية أن فرضيتها الأساسية (أي أن الحاجات الفردية لأعضاء الجمهور والإشباع التي يحصلون عليها تؤثر في نماذج انتباههم لمضامين الإعلام الجماهيري وفي طرائق استخدامهم للمعلومات التي يتلقونها) هي في جوهرها صياغة مبسطة لنظرية الفروق الفردية المرتكزة على عامل البنية المعرفية. ويؤخذ على نظرية الاستخدامات والإشباع من ناحية أخرى أنها حتى اليوم لم تنتج سوى قوائم طويلة من الحاجات والإشباع التي تستمدتها من الاستثمارات، وأنها عجزت على إعطاء تفسير منتظم يذهب أبعد من ذلك³.

تعرض مدخل الاستخدامات والإشباع إلى عدة انتقادات منها:

1- رضاء عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، قسم الصحافة، جامعة الأزهر القاهرة، منتدى سور الأزبكية، 2007 م، ص 65.

2- فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط:1، دمشق، سوريا، دار الفكر، 2002 ص 147.

3- Ball -Rokeach & Defieur, Theories of Mass Communication, op, cit , p 207

- صعوبة قياس الحاجات مما يجعل عملية استنتاج الإشباع التي تقوم بإشباعها غاية في الصعوبة بالإضافة إلى التعقيد في استخلاص العلاقة بين الحاجة والإشباع والاستخدام.
- الميل الشديد إلى الفردية المنهج والمفاهيم، وهذا يؤدي إلى صعوبة الخروج بنتائج يمكن تعميمها على المجتمع ككل.
- غياب النظرية الاجتماعية يجعل المدخل يتصف بدرجة عالية من التجريد، حيث يتم عزل عملية الاتصال عن العمليات الاجتماعية الأخرى، فالأمر لا يتوقف على الحالة العقلية، ولكن هناك أمور عديدة تعتبر متغيرات في علاقتها باستخدام وسائل الإعلام مثل المركز الاجتماعي للفرد، والحالة الاقتصادية، والتعليم.
- يصف مدخل الاستخدامات والاشباع الجمهور بالنشاط، وهذا النشاط مرتبط بالانتقالية واختيار مضمون من محتوى وسائل الإعلام، إلا أن الدوافع تتحدد بناءً على الظروف والخبرات الاجتماعية، كما أن هناك بعض الدلائل تشير إلى أن عملية التعرض لبعض الوسائل الإعلامية -كالنظرية- غير انتقائية.
- إن نتائج هذه البحوث ربما تتخذ ذريعة لإنتاج المحتوى الهابط بدعوى إرضاء أذواق المتلقين في مجالات التسلية والترفيه والهروب...
- المطلب الثاني: الرد على الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع:**
- تصدى الباحثون للرد على الانتقادات التي وجهت إلى هذا المدخل إطار نظري لدراسات سلوك الجمهور نحو وسائل الإعلام منها:
- إن مفهوم الجمهور النشط يمكن التغلب على غموض هذا المفهوم من خلال تقسيم إيجابية الجمهور إلى ثلاثة مراحل، تتمثل في الانتقاء قبل التعرض، والاهتمام أثناء التعرض، وزيادة المعرفة والنقاش بعد التعرض.
- استطاع الباحثون وضع قائمة من الحاجات والاشباع يختار الجمهور تحديدها عندما تقدم له، وبذلك تم تجاوز الشكوك حول قدرة الأفراد على تحديد حاجاتهم وإشاعاتهم¹.

1- رضاء عبد الواحد أمين، المرجع السابق، ص ص 83، 86.

الفصل الثالث: التلفزيون

المبحث الأول: ماهية التلفزيون

المبحث الثاني: دور التلفزيون في توجيه الطفل

يعتبر التلفزيون من المصادر الرئيسية التي يتعرض لها الأطفال و التي تؤثر في تكوينهم وبلورة فكرهم , فهو الذي يعرض عليهم مختلف المواد والبرامج, ويعطيهم صورة عامة وانطبعا شاملا عن المجتمع كله, ويتم ذلك في أشد فترات تكوينهم ونموهم حرجا, حيث يدخل التلفزيون حياة الأطفال في بداية إدراكهم السمعي البصري ونضج جسمهم العضوي بالإضافة إلى بداية تفتح قدراتهم على التمييز بين الأشياء .

ويشاهد الأطفال التلفزيون في سنواتهم المبكرة , بإعجاب شديد وبشكل شديد الانتظام, وتتأثر نوعية اتجاه الكبار نحو استعمال التلفزيون, من حيث اختيار البرامج, وكمية الوقت الذي يقضونه في المشاهدة والجو النفسي للعائلة أثناء المشاهدة , على الأطفال, إذا يتسم الأطفال الذين ينشئون في عائلات يحسن أفرادها الكبار الاختيار الواعي للبرامج ومراعاة قضاء الوقت المناسب للمشاهدة.

المبحث الأول: الإعلام

أصبح الإعلام بوسائله المتعددة وبكل ما يقدمه حديث العصر نتيجة سرعة تطوره وكثرة وسائله وعمق تأثيره حتى بات يشكل الشغل الشاغل للعلماء الباحثين.

المطلب الأول: تعريف الإعلام ووظائفه

أولاً- تعريف الإعلام:

لغة : يرى تشارلز رايت Charles R.Wrights بأن الإعلام يتمثل في نقل المعنى أو المغزى بين الأفراد بينما يقول ولبرم شرام :إن كلمة إعلام Communication مشتقة من اللفظ اللاتيني Communis أي شائع Common فنحن حينما نتصل نحاول أن نشارك معلومات أو فكرة أو اتجاه مع شخص ما أو مع الآخرين¹.

اصطلاحاً: لقي الميدان الإعلامي بشكل عام الاهتمام الأكبر في الدراسة والتحليل، ونتيجة لهذا الاهتمام بالوسائل الإعلامية على اعتبار أن القنوات الأساسية لانتقال الأخبار والمعلومات والأفكار، فقد اكتسبت البحوث المتعلقة بالاتصال بناءً محددًا غالبًا ما يعبر عنه بالصياغة المشهورة التي صاغها "هارولد لازويل" Harold Dwight Lasswell ويقول (من يقول ماذا لمن وبأي وسيلة وبأي تأثير؟)²

الثلاثة الرئيسية للبحث الإعلامي المتمثلة بالمرسل، والرسالة، والمستقبل..

ويعرّف خبراء الإعلام العملية الإعلامية بأنها الوسائل التي تتم بواسطتها عملية الاتصال بال جماهير بحيث تتميز هذه الوسائل بالمقدرة على توصيل الرسائل في اللحظة نفسها وبسرعة إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات ومع قدرتها على نقل الأخبار والمعلومات والترفيه والآراء والقيم والمقدرة على خلق رأي عام وتنمية اتجاهات وأنماط من السلوك لم تكن موجودة لدى الجمهور المستهدف ومن هذه الوسائل الصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما والكتاب والتسجيلات المسموعة والمرئية والانترنت وغيرها كثير³.

1- جبارة عطية جبارة، علم اجتماع الإعلام، لا.ط، لا.م، دار الوفاء، 2001 م، ص53.

2- محمود عودت، أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، لا.ط، الإسكندرية، دار المعرفة، 1996 م، ص 25.

3- صالح خليل أبو اصبع، تحديات الإعلام العربي، لا.ط، بيروت، دار الشروق، 1999م، ص 83.

ثانياً - وظائف الإعلام

تتعدد الوظائف التي تسعى وسائل الإعلام إلى تحقيقها، وتتنوع وفق الأهداف التي رسمتها الوسيلة الإعلامية لنفسها منذ البداية، ووفق سياسة هذه الوسيلة، فقد بين بعض الباحثين أن وظائف الإعلام هي:

1- **الوظيفة الإخبارية:** وتعني توفير المعلومات عما يحيط بالإنسان من ظروف، ونقل الأخبار له، مع التحليل لها، والتعقيب عليها.

2- **الوظيفة التنسيقية التضامنية الاجتماعية:** التي تساعد في توحيد الأمة، وتماسكها، ونبذ كلما يؤدي للفرقة والخلاف، فتؤدي هذه الوظيفة إلى الاعتصام والتوحد والتعاون، ووسائل الإعلام بمقدرتها التأثيرية تتمكن من تحقيق هذه الأمور.

3- **الوظيفة الانتقائية التوجيهية:** وتعني مواجهة ما يستجد من أفكار طارئة على الساحة، سواء منها ما تبثه الفرق المنحرفة داخل المجتمع بأكمله، أو الهجوم الغربي على الإسلام وأهله، وتفنيد شبهاتهم، والرد عليهم.

4- **الوظيفة التثقيفية:** المتمثلة في نشر الثقافة، التي ينبغي أن تقوم على دعائم القيم الحميدة، وكافة المعارف الخادمة للمجتمع وذلك لانتشار الوعي لدى الجمهور¹.

5- **الوظيفة العقائدية:** ومن خلالها يتم إيصال مبادئ العقيدة الصافية، الخالية من أية شائبة، وترسيخها في نفوس المتلقين.

6- **الوظيفة الاقتصادية:** ومن خلالها يتم العمل على تحسين أوضاع الجمهور في حياتهم، وكسبهم، وإنفاقهم والتحذير من الغش والاحتكار، وعرض طرق التجارة المثلى، وقواعد إدارة الأموال، دون أن يكون فيها تعنت أو تسبب في الأزمات².

7- **الوظيفة السياسية:** من خلال تقريب العلاقات بين الحكام والمحكومين، وتنظيم العلاقات الداخلية والخارجية، ورعاية مصالح الأمة والشعب.

1- ينظر: إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، لا. ط، القاهرة، دار الفكر العربي، 1985م، ص 35.

2- سيد محمد ساداتي الشنقيطي، الإعلام الإسلامي الأهداف والوظائف، ط: 1، لا.م، د.ت، ص 13.

8- الوظيفة الترفيهية: فمع ما يواجهه الناس من أعباء الحياة، كان لا بد لهم من الراحة والترفيه لذا نجد في الإعلام الوسيلة الترفيهية والمسلية، فالترفيه ليس أمراً معيباً، ولكن ينبغي أن يكون كمقدار الملح للطعام¹.

9- الوظيفة التربوية: من خلال العمل على تكثيف البرامج التربوية بالتعاون بين وسائل الإعلام وأخصائيي التربية، وهذا يتحقق من خلال ثلاث اتجاهات، هي: اهتمام أجهزة الإعلام بتأكيد وترسيخ أهداف التربية، وألا تهدم برامج الإعلام ما تبنيه مناهج التربية، وأن تتكامل خطا العمليتين التربوية والإعلامية في تناغم وانسجام، ويلحق بهذه الوظيفة : العمل على ترشيد استخدام المواد الترفيهية؛ لتحقيق مقاصد التربية².

المطلب الثاني: أهمية الإعلام وتطوره التاريخي

أولاً - أهميته:

بات من المسلّم به أن الأمة لا تستطيع أن تعيش دون أن تعطي قضية الإعلام ووسائله ما تستحقه من اهتمام، نظراً لأهميته البالغة، بل وخطورته على حياة أبناء هذه الأمة. ولعلنا نلمس عدداً من النقاط التي تتعلق بالقضية الإعلامية:

- لقد أصبح الإعلام علماً له مقوماته، وشروطه، وتقنياته، ومتخصصوه، ومستلزماته وأدواته، كما أصبح ثمرة يشارك في إنضاجها كثير من المعارف والعلوم، وتوظف لها أرقى الخبرات، وصناعة من الصناعات الفكرية الثقيلة التي لها مؤسساتها وخططها ونفقاتها، بل لعل نصيب الدعم الإعلامي في الكثير من الدول اليوم في الميزانيات يفوق الدعم الغذائي، ولئن كان الإعلام في الماضي يوظف ليكون أداة ترفيه وترويح وتسلية يعيش على هوامش المجتمع، فإنه اليوم في صميم المجتمع يوظف الترفيه والتسلية لأداء رسالة، وإيصال فكرة، وتشكيل عقل وصناعة ذوق عام وزراعة اهتمامات معينة، حتى انه لم يعد يكتفي برصد الحدث، وإيصال المعلومة بل أصبح يقوم بصنع الحدث والتحضير له في الوقت نفسه³.

- لا تخرج العملية الإعلامية في عمومها عن غيرها من عمليات التحكم المتعددة التي تمارس من عالم الأقوياء على عالم الضعفاء والمتخلفين، للحيلولة دون ردم فجوة التخلف

1- سيد محمد ساداتي الشنقيطي، المرجع السابق، ص 14.

2- حسن فضل المولى دفع الله، الدور التربوي لوسائل الإعلام إيجاباً و تعميماً، مقال مقدم من طرف مجلة الأمة، ع 56 1405هـ، 1985م، ص 26.

3- عمر عبيد حسنة، مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي، لا.ط، قطر، لا.ن، 1411هـ، ص 09.

وإلغاء التبعية الفكرية والإعلامية والثقافية والسياسية والاقتصادية. فالقدرات والقابليات الإعلامية المبدعة التي قد تشكل الأمل للخروج من دائرة التحكم لا تجد لها مكانا ولا مناخا في العالم الإسلامي، لذلك نرى استمرار نزف الطاقات، وامتصاص تلك القدرات المبدعة، الأمر الذي يجعل العالم الإسلامي خاصة، والعالم الثالث بشكل عام صدى لأفكار الغرب ومنتجاته الإعلامية التي تمهد لتسويق أفكاره وأشيائه معا، ويستمر الفقر الإعلامي والفقر الفكري إلى جانب مظاهر الفقر الأخرى¹.

- وجوب إيجاد وسيلة اتصال للتعبير عن القوة المؤثرة؛ لأن الحياة الإنسانية بشكل عام هي استجابة لمؤثرات ودوافع أخرى.

- وجود المجتمعات واستمرارها معتمد على تأثر الناشئين بالكبار، والاستفادة من آرائهم وخبراتهم، وهذا لا يتم إلا بالاتصال والإعلام.

- حياة الناس في جماعة متوافقة يكون من خلال القدر المشترك فيما بينهم من الأهداف والمعلومات، والإعلام له دوره البارز في إكسابهم.

- الإعلام وسيلة لاتساع خبرات الأفراد، مما يؤثر بعدها على الحياة الاجتماعية والعملية الاتصالية، وكلما ازداد تقدم المجتمع، كلما أصبح الإعلام أكثر أهمية².

ثانيا - تطوره التاريخي:

في عصرنا الحاضر تطورت وسائل الإعلام بصورة ملحوظة بدءا بالطباعة والتلغراف حتى الراديو والسينما والتلفاز، مروراً بالكتب والصحف وانتهاءً بالأقمار الصناعية والانترنت ويرجع هذا التطور الهائل إلى مجموعة من العوامل أهمها:

- استخدام الأساليب المتطورة في التخطيط الإعلامي وتنفيذ الخطط على كافة المستويات.
- استفادة العمل الإعلامي من التقدم البحثي، وتقديم المتابعة والتقويم.
- الثورة الصناعية التي أدت إلى خلق مجموعة من قنوات الاتصال، بغرض خدمة أهدافها وإرادة رغبات الناس وحاجاتهم.

1- عمر عبيد حسنة، مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي، المرجع السابق، ص 11.

2- آلاء أحمد هشام، مصباح عمار، الإعلام مقوماته، ضوابطه، أساليبه في ضوء القرآن الكريم دراسة موضوعية، رسالة قدمت استكمالاً لمتطلبات الماجستير في التفسير وعلوم القرآن، غزة، 1430هـ، 2009م، ص 12.

- ثورة الاتصال التي ترتب عليها ظهور ثورة معلوماتية معاصرة، انتهت بثورة الاتصالات والأقمار الصناعية ونظام الإعلام الشامل.
- تطور أجهزة النقل مما أدى إلى توزيع أعداد كبيرة من الصحف في مختلف المناطق النائية¹.

المطلب الثالث: مدى تأثير الإعلام على الطفل

تؤثر وسائل الإعلام على الطفل بحسب أربعة عوامل:

- 1- نوعية الوسيلة وقوتها ومدى انجذاب الطفل إليها وهي مرتبة بحسب نسبة تأثيرها كالآتي:
 - السمعية البصرية: (التلفاز-السينما-الفيديو)، وهي تمثل أعلى ثقل (60-70%).
 - التفاعلية: (ألعاب الكمبيوتر)، وتمثل ثقل متوسط (20-30%).
 - السمعية: (الإذاعة-الكاسيت-CD) وتمثل ثقل متوسط (10-20%).
 - البصرية: المقروءة (المجلات-الكتب-القصص) وتمثل ثقل متوسط (10-20%).
- 2- عمر الطفل وخلفيته الثقافية وبيئته الاجتماعية وهل لدى الطفل حصانة ثقافية؟ وهل البيئة مشجعة؟ وهل الوسيلة منتشرة؟
- 3- نوعية الرسالة للطفل من خلال المادة الإعلامية المقدمة، وتعتبر هذه أهم قضية فالطفل - بالجملة - مستقبل جيد لكل ما يرسل له خصوصاً إذا صاحب المادة تشويق وإثارة للطفل.
- 4- الوقت الذي يقضيه مع وسائل الإعلام، يمكن توزيع تقدير أوقات الطفل كالآتي:
 - نوم 8-10 ساعات.
 - مدرسة 6-7 ساعات.
 - لعب/طعام/أنشطة حرة / 4-5 ساعات.
- إعلام 5-6 ساعات².

1- ينظر: صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام والطفل العربي، ط:1، القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر، 2012، ص ص 10-13.

2- آلاء حمد هشام، المرجع السابق، ص 08.

بتحليل رياضي بسيط نستطيع أن نؤكد أن تأثير الإعلام على الطفل يشكل نسبة تقارب 35-40%.

النتيجة: أن ما يقارب 4 من المفاهيم التربوية والأخلاق والسلوك والاعتقادات مصدرها الإعلام، بينما 6 مصدرها المدرسة /المنزل/الجيران/المجتمع¹.

المبحث الثاني: الطفولة

تعتبر مرحلة الطفولة من أهم مراحل النمو وأكثرها أثرا على حياة الإنسان، وإن الاهتمام بهذه الشريحة هو ضمان لاستمرارية المجتمع وتطوره، فإعداد الطفل للمستقبل إعداداً سليماً سيعبد الطريق لأجيال الغد للمساهمة الفعالة في تنمية وتقدم المجتمع.

ولهذا فإن مرحلة الطفولة هي أهم مراحل حياة الإنسان والتي كثيراً ما نتوقف عليها صحته النفسية خلال مراحل نموه المختلفة، ولقد شهدت هذه المرحلة في العديد من الدراسات والبحوث العلمية في جميع الجوانب، وهذا نظراً لقناعة الدول المتقدمة بأهمية تنمية مواهب ومعارف الطفل لأنه يعتبر ميدان للاستثمار للرأس المال البشري².

المطلب الأول: تعريف الطفولة وأهميتها

لغة: الطفولة مصدر من الطفل وطفّل بضم الفاء وفتح الطاء واللم حسب ما جاء في المعجم الوسيط هو الناعم والرقيق بمعنى نَعْم بضم العين ورق، والطفل هو المولود مادام ناعماً وجمعه أطفال والطفل هو المولود أو الصغير من شيء، فالصغير من الناس أو الدواب طفل، وأصل لفظ الطفل من الطفولة أي النعومة، فالوليد به وطفولة ونعومة، وكلمة طفل تطلق على الذكر والأنثى والجمع³.

1- مالك إبراهيم الأحمد، دور الإعلام في تربية الأطفال، ملتقى جمعية الرحمة الطبية الخيرية (أطفالنا آمال وتحديات)، ص ص 19-20 .

2- إيناس محمد غزال، الإعلانات التلفزيونية وثقافة الطفل، ط:1، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة للنشر، 2001، ص 03.

3- محمد حافظ محمد جواد حافظ الجبر، اتجاهات الأطفال الأردنيين نحوى قنوات الأطفال رسالة مكملة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط، أيار 2010، ص 36.

اصطلاحاً: الطفولة هي المرحلة الأولى من الولادة حتى البلوغ, قال تعالى: ﴿الطُّفُلُ الَّذِينَ لَمْ يَظْهَرُوا عَلَى عَوْرَاتِ النِّسَاءِ﴾¹, وقال: ﴿وَإِذَا بَلَغَ الْأَطْفَالُ مِنْكُمُ الْحُلُمَ فَلْيَسْتَأْذِنُوا كَمَا اسْتَأْذَنَ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ﴾².

1 - أهمية الطفولة: وتكمن أهميتها فيما يلي:

- تعد الطفولة مرحلة غرس المفاهيم والثقافات الأساسية.
 - تعد الطفولة مرحلة الضعف والاعتماد على الكبير.
 - الحاجة للعناية و الاهتمام كي يشب الطفل سوياً.
 - الطفولة إذا هي مرحلة البناء الأساسية³.
- لذا يجب الاهتمام بالطفولة لأنها وكما قيل أن الطفولة تشكل أعلى نسبة في العالم تصل إلى 45% بالنسبة للعالم ككل, وهذا أمر منطقي لأية أمة واعية تريد لمستقبلها أن يكون مضيئاً ولمسيرتها أن تكون واعية وخالية من العثرات⁴.

المطلب الثاني: مراحل الطفولة

- 1- **مرحلة المهد:** من الولادة حتى الفطام (أي بعد سن السنتين).
- 2- **مرحلة الطفولة المبكرة (3-5 سنوات):** وتتميز هذه الطفولة بأنها انتقال بالطفل من فترة أو مرحلة العجز والاعتماد على الغير إلى الاستقلال التدريجي, حيث تؤدي الضغوط والتوقعات الثقافية الجديدة إلى تغيرات مهمة في سلوك الطفل وفي اتجاهاته وميوله وقيمه فيصبح شخصاً مختلفاً عما كان عليه.

خصائصها:

- هي سن ما قبل المدرسة.
- هي مرحلة ما قبل تكوين جماعات الرفاق.
- هي مرحلة استكشاف (تتميز بمحاولة التحكم في البيئة), (استكشاف البيئة).
- سن ملئ بالمشكلات.

1- سورة النور, الآية 31.

2- سورة النور, الآية 59.

3- صلاح محمد عبد الحميد, الإعلام والطفل العربي, المرجع السابق, ص 08.

4- محمد عبد العليم مرسى, الطفل المسلم بين منافع التلفزيون ومضاره, جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية, ط:1, الرياض, لان, 1418هـ, 1997م, ص 21.

- مرحلة أقل جاذبية.

ثم إن طفل هذه المرحلة - الطفولة المبكرة - تؤثر فيه وسائل الإعلام في مجال النمو اللغوي، حيث يقول "ماكارثي Macarthy": إن الإذاعة والتلفزيون وغيرها من وسائل الإعلام تتيح إثارة وتنبيهها لغويا أكثر و أفضل مما يساعد في النمو اللغوي.

2 - **مرحلة الطفولة المتوسطة** (وتكون من 6-11 سنة): وتسمى بمرحلة التمييز حيث يبدأ الطفل في التمييز بين الأشياء المرغوبة والاختيار فيما بينها، حيث يقول أحد العلماء (فايز اسكندر): "إنّ النمو في مرحلة الطفولة الوسطى ليس إلا استمرارية في النمو وامتدادا طبيعيا للنمو في المرحلة السابقة".

3 - **مرحلة الطفولة المتأخرة** (12-15 سنة - البلوغ): أي إلى أن يكون الفرد ناضجا جنسيا، فالآباء ينظرون إلى الطفولة المتأخرة على أنها سن النشاط الزائد والسن الذي يعتقد فيه الطفل أنه يعرف كل شيء ولا يتردد أن يخبر الآخرين بتفوقه المعرفي، ويؤدي به ذلك إلى المقاومة والتمرد على القواعد من جهة، ومن جهة أخرى نجده يطلب كثيرا من الاستقلال مما يتجه له والداه.

أما بالنسبة لعلماء النفس فمرحلة الطفولة المتأخرة تمثل سن العصبية وبعض العلماء أطلقوا عليها مصطلح « مرحلة عبور الموانع Moran Hurdle » والتي على الطفل أن يتخطاها إذا ما كان عليه أن يتوافق مع حياة البالغين¹.

المطلب الثالث: الطفولة في المجتمع الإسلامي

أهتم الإسلام بالطفولة وشرع الأحكام التي تضمن حقوقهم ومنها:

- حق الطفل في الحياة.
- تحريم قتل المولود (تحريم الإجهاض).
- تأخير حد القتل أو الرجم في الزانية حتي تضع حملها.
- احتضان اللقطاء.
- الجنة لمن مات له ولد وصبر واحتسب.
- زيادة الحسنات للوالدين بعد موتهما بدعاء الولد.

1- ينظر: محمد عبد العليم مرسى، الطفل المسلم بين منافع التلفزيون ومضاره، المرجع السابق، ص ص 17 - 21.

- استجابة الإنجاب « تَرَوُّجُوا الْوُدَّ الْوُلُودَ فَإِنِّي مُكَاثِّرٌ بِكُمْ الْأُمَمَ »¹.
- البنات ستر من النار إذا أحسن لهن الوالدين.
- ربطه بالتوصية منذ الولادة « الآذان في أذان المولود »².
- العقيدة عند الولادة.
- الختان للصحة الجنسية.
- وجوب التأديب والحض على التعليم.
- كفل حقه بالحضانة والإرضاع ﴿ وَالْوَالِدَاتُ يُرْضِعْنَ أَوْلَادَهُنَّ حَوْلَيْنِ كَامِلَيْنِ ﴾³.
- أوجب له النفقة والسكن والكسوة ﴿ وَعَلَى الْمَوْلُودِ لَهُ رِزْقُهُنَّ وَكِسْوَتُهُنَّ بِالْمَعْرُوفِ ﴾⁴.
- جعل الأبناء من أسباب السعادة ﴿ وَالَّذِينَ يَقُولُونَ رَبَّنَا هَبْ لَنَا مِنْ أَزْوَاجِنَا وَذُرِّيَّاتِنَا قُرَّةَ أَعْيُنٍ ﴾⁵.
- كفل لهم حق التراويح والمرح.
- التسمية الجميلة المحببة.
- اهتم المسلمون بالطفل والتزموا بأوامر الله فيه فيعلموه القراءة في الكتاب وحفظوه القرآن في المسجد ثم أقاموا المدارس النظامية وأوقفوا عليها الأموال لتعليم الصبيان⁶.

1- الراوي: أنس بن مالك، المحدث: ابن حبان، المصدر: المقاصد الحسنة، لا.ط، لا.م، ص198، خلاصة حكم الحديث:

صحيح

2- المحدث: ابن عثيمين، المصدر: مجموع فتاوى ابن عثيمين لا.ط، لا.م، ص242/25، خلاصة حكم المحدث: لا بأس به على أن فيه مقالاً.

3- سورة البقرة الآية 233.

4- سورة البقرة، الآية 233.

5- سورة الفرقان، الآية 74.

6- صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام والطفل العربي، المرجع السابق، ص ص 09، 10.

الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

يتضمن هذا الفصل وصفا للطريقة والإجراءات التي استخدمت في الدراسة, كما يتضمن تعريفا بمنهج الدراسة وعينتها, والأدوات المستخدمة فيها, وكيفية بنائها ومجالات الدراسة من حيث المكان والزمان والمجال البشري, إضافة إلى وصف الطريقة الإحصائية التي استخدمت في تحليل البيانات, واستخلاص النتائج المتعلقة باستخدامات تلاميذ المدارس الابتدائية للقنوات الفضائية, حيث هدفت الدراسة إلى التعرف والوقوف على عادات تعرضهم لتلك القنوات ودوافع التعرض لها, ومدى استفادتهم للبرامج المقدمة لهم, ومدى تأثيرها عليهم. فهذه العينة تم اختيارها نظراً لمدى تأثير هذه القنوات على الأطفال وذلك تبعاً لصغر سنهم, حيث تم توزيع الاستبيان عليهم مستخدمة المنهج الوصفي لعينة عشوائية طبقية من أطفال المدارس, لذا سنفترسول في هذا الفصل نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها, وهذا تفصيل لذلك

لقد قمت بدراسة ميدانية في ولاية الوادي لذا ارتأيت أن أحيط بلمحة عن هذه الولاية.

تعريف وادي سوف:

أولاً- الموقع:

تقع سوف على العرق الجنوبي للجزائر على الحدود التونسية فوق بحر لجي من الرمال الذهبية عاصمتها أم القرى الوادي التي سميت قديماً.

سوف منطقة بشرية صحراوية، وحدة صنعها الإنسان على رمالها يعيش مزارعو النخيل وعلى كئنها تربية الماشية من أغنام وإبل، وتبلغ مساحة سوف بـ 82.800 كلم² تقع بين خطي طول 6° و 8° وخطي عرض 33° و 34° من سطيل إلى غدامس طولها يتجاوز 620 كلم أما عرضها في أقصاه 160 كلم¹.

ثانياً- سوف عبر التاريخ:

شملت منطقة سوف قبل 6000 ق م مناخ متوسطي الذي كان سائداً من البحر الأبيض المتوسط إلى منطقة الهقار. وعرفت آنذاك المنطقة بالاخضرار الذي استمر لفترات طويلة حتى بعد الميلاد. ثم بدأ الجفاف بالزحف شيئاً فشيئاً وبدأت الخضرة تندثر أيضاً مع حلوله وقد زاد الطين بله ما قامت به الكاهنة - سياسة الأرض المحروقة - عام 670 م فتحوّلت الجنة الخضراء إلى صحراء².

ثالثاً- تسمية وادي سوف:

قيل إن سوف نسبت لرجل صالح سكنها قديماً يدعى (ذا السيوف)

وقيل إن سوف نسبت إلى لباس سكانها قديماً (الصوف).

والظاهر أن تسمية وادي سوف قديمة ولا يعرف لها سبب محدد وأقرب الأحوال أن سوف نسبت إلى الكثبان الرملية المنتشرة بكثرة في هذه المنطقة والتي تسمى بلغة السكان إلى اليوم بـ (السيوف) جمع سيف بكسر السين، ثم حذفت الياء لكثرة الاستعمال فأصبح يقال سوف. أما الوادي فهي نسبة إلى وادي الجردانية الذي كان يجري قبل عدة قرون في هذه المنطقة ثم نضب ماؤه وجف، ولا زالت بعض مجاريه موجودة إلى الآن³.

1- السعيد ديدى، وادي سوف كنوز الجزائر، لا.ط، الوادي، المطبعة العصرية، 2002، ص 11.

2- بن سالم بن الطيب بالهادف، سوف تاريخ وثقافة، لا.ط، الجزائر، مطبعة الوليد، مارس 2008، ص 14 - 16.

3- السعيد ديدى، وادي سوف كنوز الجزائر، مرجع أعلاه، ص 12.

رابعاً - العصر الإسلامي بوادي سوف:

لما وصل المسلمون بلاد المغرب كانت وادي سوف ضمن المناطق التي فتحها عقبة بن نافع عندما عُيِّن على رأس الجيش وأمره بالتوغل في المنطقة ما بين بسكرة وورقلة بما فيها وادي سوف، وكان ضمن سرايا المسلمين التي تلقن تعاليم الإسلام بالمنطقة، البعض من بني عدوان فكُونوا النواة الأولى لوجود قبيلة عدوان بأرض سوف¹. استقرت الحياة بوادي سوف خصوصاً بعد هجرة بني هلال، وانتقال قبيلة زناته البربرية فيما بين عامي 1120-1160م إلى الجردانية والبليدة بعد إصلاحها وبعضهم الآخر نزل بمدينة الوادي بقيادة إمراة صالحة تدعى تك بن سبت أين بنو مملكة تكسبت قرب ضواحي روحة حالياً.

ومع استقرار بني عدوان وطرود بوادي سوف كثرت الهجرات إليها من الجريد والزاب ووادي ريغ وورقلة... كبني مرداس وأولاد جامع من بني سليم والربايح والفرجان. كما حافظت المنطقة على استقلالها عن السلطات السياسية في أغلب الأحيان إلا ما كان عن دفع الأتوات خصوصاً في العهد العثماني الذي بدأ خلاله تظهر ملامح الحياة الاجتماعية والثقافية بالمنطقة إلى أن دخلت القوات الفرنسية المستعمرة².

1 - إبراهيم مياشي، من تاريخ وادي سوف (مدينة الألف قبة)، مجلة الثقافة (الجزائر)، ع 113، 1996، ص 110.

2 - السعيد ديدي، مرجع سابق، ص ص 14-15.

1- منهج الدراسة:

يقصد بالمنهج (Method) عموماً بأنه الطريقة أو الأسلوب الذي ينتهجه الباحث في معالجة مشكلة ما بقصد الوصول إلى حلول لها¹.

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي، ويعرف بأنه دراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها، وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إمّا لتصحيح هذا الواقع، أو تحديثه، أو استكماله، أو تطويره.

وفي إطار المنهج الوصفي يتم استخدام أسلوب المسح بالعينة لأنّ دراسات المسح ودراسة الحالة، جميعها تتدرج تحت البحوث الوصفية، حيث تم استخدام المنهج المسحي في هذه الدراسة لقياس مدى استخدام الأطفال للقنوات الفضائية.

ويعرف أسلوب المسح بأنه جهد علمي منظم للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع الدراسة².

حيث تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي من خلال تصميم استبانة وتوزيعها على عينة عشوائية من الأطفال الذين يداومون في المدارس الابتدائية.

2 مجالات الدراسة:

أ-المجال المكاني:

المجال المكاني التطبيقي لهذه الدراسة الميدانية أجريت بثلاث مدارس ابتدائية حيث الأطفال الذين سنقوم بتطبيق الدراسة عليهم .

وهذه المدارس هي:

1/ مدرسة البشير الرزقي-حي السلامة بورماس* .

2/ مدرسة غريسي مصباح-حي النور الوادي.

3/ مدرسة عبد اللاوي بوبكر-حي النور الوادي .

1- محمود عوض العيادي، إعداد وكتابة البحوث والرسائل الجامعية، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، 2005، ص 63.

2- محمد حافظ، محمد جواد وآخرون، رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، أيار 2010، ص ص 61-63.

* هي منطقة ريفية تقع في الشمال الغربي لولاية الوادي يغلب عليها الطابع الفلاحي و الزراعي.

ب- المجال الزمني:

استغرقت الدراسة الميدانية أسبوعاً كاملاً من 2014/05/04 إلى 2014/05/11. أجريت الدراسة الاستطلاعية على مستوى كل مدرسة (البشير الرزقي بورماس وغريسي مصباح وعبد اللاوي بوبكر بالوادي) على عينة لها نفس خصائص العينة الأساسية. وقد شملت الدراسة الأساسية الحالية (160 تلميذ وتلميذة)، لكن بعد توزيع الاستمارات تبين أن العدد الموجود هو (153) والعدد المتبقي غير مسترجع من طرف التلاميذ، إذن ستكون عينة دراستي حول (153 تلميذ وتلميذة). بعد استشارتي لبعض الأساتذة المتخصصين في هذا المجال وجّهوني إلى أن تكون العينات المختارة للدراسة بمناطق مختلفة (حضرية/ريفية) وذلك حتى تكون الإحصائيات دقيقة ومتباينة.

ج- المجال البشري:

اسم المدرسة	عدد الذكور	عدد الإناث	المجموع
البشير الرزقي	30	41	71
غريسي مصباح	17	19	36
عبد اللاوي بوبكر	14	32	46
المجموع	61	92	153

3 عينة الدراسة: عشوائية طبقية، حيث تعتبر العينة إحدى الركائز الأساسية التي يقوم عليها البحث العلمي، حيث يتم بواسطتها الإجابة عن التساؤلات، وهي تقوم على اختيار مجموعة أفراد من مجتمع البحث وهؤلاء يكونون العينة التي يفحصها الباحث فحصاً دقيقاً للحصول على نتائج تعبر بصدق عن الظاهرة موضوع الدراسة.

وبناءً على التساؤل العام والتساؤلات الفرعية تم تحديد مجتمع البحث بمجموعة من التلاميذ الذين تتوفر فيهم خصائص مجتمع البحث، وبهدف تحديد حجم العينة الأصلية قمت بأخذ عينة استطلاعية (160) طِفلاً طبقت الاستبانة عليهم لاستخراج النتائج والإجابات بهدف الوصول إلى مدى التأثير الذي تلعبه القنوات الفضائية على أفراد العينة محل الدراسة.

4- أدوات جمع البيانات:

للقيام بأي بحث علمي يتطلب من الباحث إتباع منهج معين واستعمالات معينة تمكّنه من الوصول إلى المعلومات اللازمة التي تساعد على معرفة واقع وميدان الدراسة، حيث اعتمدت في بحثي هذا على الأدوات التالية:

أ - الملاحظة:

تعرف بأنها من أهم الوسائل التي يستخدمها الباحثون في جمع المعلومات وذلك من خلال ملاحظة الظواهر وتفسيرها وإيجاد ما بينها من علاقات، ولهذا فهي وسيلة هامة تسهم إسهامًا كبيرًا في البحوث الوصفية و الكشفية والتجريبية.

وتكمن أهمية هذه الوسيلة في التعرف على سلوكيات المبحوثين وتصرفاتهم وما يطرأ عليهم من ردود أفعال تجاه بعض الأسئلة وطريقة الإجابة عليها¹.

حيث عند زيارتي لهذه المدارس - مدارس العينة- لاحظت وجود فرق شاسع بين نسبة الذكور والإناث، ووجدت بأن نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور.

ب - المقابلة:

تعرف بأنها مجموعة من الأسئلة والاستفسارات والإيضاحات التي يطلب الإيجاب والتعقيب عليها، وجهاً لوجهاً بين الباحث والأشخاص المعنيين بالبحث أو عينة الممثلة لهم².

وهي من أكثر الوسائل استخداماً لجمع البيانات من الميدان، حيث يقوم الباحث بإدارة حوار مع من يقابله وتوجيه أسئلة بطريقة معينة، لتجميع الآراء والأفكار ومعرفة الرغبات³. ولقد قمت بإجراء بعض المقابلات مع مديري هذه المدارس الثلاثة وبعض المعلمات.

1- فاطمة عوض صابر وميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، ط:1، الإسكندرية، مطبعة الإشعاع الفنية، 2002، ص 44.

2- عامر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، ط:1، لام، دار البازوري العلمية، 1999، ص 168.

3 - محمد الصاوي، محمد مبارك، البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، لا.ط، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 1992، ص 36.

ج- الاستبيان:

هي أداة للحصول على الحقائق وتجميع البيانات عن الظروف والأساليب القائمة بالفعل، وتعتمد الاستمارة على إعداد مجموعة من الأسئلة ترسل لعدد كبير نسبياً من أفراد المجتمع، حيث ترسل هذه الأسئلة عادة لعينة ممثلة لجميع فئات المجتمع المراد فحص آرائها¹. وهي مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة والمرتبطة بعضها ببعض الآخر بشكل يحقق الهدف أو الأهداف التي يسعى إليها الباحث بضوء موضوعه والمشكلة التي يختارها لبحثه وترسل الاستفسارات المكتوبة هذه عادة بالبريد أو أي طريقة أخرى إلى مجموعة من الأفراد أو المؤسسات الذين اختارها الباحث كعينة لبحثه، ومن المفروض الإجابة عن مثل تلك الاستفسارات وتعبئة الاستبيان بالبيانات والمعلومات المطلوبة فيها، وإعادتها إلى الباحث².

ولقد اعتمدت هذه الأداة لما لها من أهمية في جمع البيانات الميدانية التي تخص موضوع دراستي.

وتم بناء وصياغة الأسئلة واعتمدت في ذلك على تساؤلات الدراسة، حيث تم عرض هذه الاستمارة على مجموعة من الأساتذة المحكّمين³ فحذفت بعض الأسئلة من طرفهم، وعدّل البعض الآخر، وبالتالي قمت بتصحيحها وتنقيحها من خلال التقيد ببعض التوجيهات وتم إعداد الاستمارة في شكلها النهائي.

تتكوّن الاستمارة من القائمة التي توجه إلى عينة البحث، ليقوم المبحوث بالإجابة عليها، وقد تضمنت الاستمارة على 19 سؤالاً موزّعة على محاور كالتالي:

المحور الأول: يتعلق بالبيانات العامة وقد تضمنت 4 أسئلة.

1- أحمد بدر، وصول البحث العلمي ومناهجه، ط:1، عمان، المكتبة الأكاديمية، 2009، ص 335.

2- عمار قنديلجي، مرجع سابق، ص 157.

3- محكمو الإستمارة هم:

- أ. هشام ميسة أستاذ بقسم العلوم الإسلامية كلية العلوم الانسانية والاجتماعية -جامعة الوادي/ الجزائر.

- أ.د. عبد الباسط هويدي أستاذ بقسم العلوم الاجتماعية كلية العلوم الانسانية والاجتماعية -جامعة الوادي/ الجزائر.

- أ. رشيد خضير أستاذ بقسم العلوم الإسلامية كلية العلوم الانسانية والاجتماعية -جامعة الوادي/ الجزائر.

المحور الثاني: وتعلقت الأسئلة بالبيانات الخاصة بمدى مشاهدة الأطفال للقنوات الفضائية, وقد تضمن هذا المحور 4 أسئلة منها 2 أسئلة مفتوحة و 2 أسئلة مغلقة وذلك لمنح المبحوثين فرصة في التعبير أكثر.

المحور الثالث: وتعلقت الأسئلة بأهم القنوات والبرامج المفضلة لدى المبحوثين وتضمن هذا المحور 6 أسئلة منها 3 أسئلة مغلقة و 3 أسئلة مفتوحة.

المحور الرابع : وتعلقت الأسئلة بدوافع وأهداف مشاهدة القنوات الفضائية لدى المبحوثين وتضمن 3 أسئلة منها سؤال مغلق واثنان أسئلة مفتوحة لترك المجال للإجابة.

المحور الخامس : وتعلق هذا المحور بدور الأسرة في توجيه أبنائهم أثناء مشاهدة التلفاز, حيث تضمن سؤالاً واحداً مغلقاً.

5 + الأساليب الإحصائية:

تستخدم الطرق الإحصائية لتفسير النتائج والبيانات الكمية , فالإحصاء طريقة لأخذ حساب دقيق للخطأ العشوائي الموجود بالملاحظات والمقاييس¹.

وقد اعتمدت في هذه الدراسة على طريقة النسب المئوية والتكرارات المطلقة, بعد جمع الاستثمارات وفرزها وتفرغها في جداول وجمع نتائجها وتحويلها إلى نسب مئوية في المعادلة التالية:

$$س = \frac{ن}{100} \times 100\%$$

س: يمثل عدد التكرارات.

ن: عدد أفراد العينة.

1- محمد الصاوي, محمد مبارك, مرجع سابق, ص 33, 34.

الفصل الخامس: عرض البيانات ومناقشة النتائج

المبحث الأول: تحليل النتائج وتفسيرها

المبحث الثاني: النتائج العامة

الفصل الخامس: عرض البيانات ومناقشة النتائج

المبحث الأول: تحليل النتائج وتفسيرها

المبحث الثاني: النتائج العامة

المبحث الأول: تحليل النتائج وتفسيرها

المطلب الأول: الجداول البسيطة

في هذه الدراسة سنقوم بالتعليق على الجداول الخاصة باستخدامات الأطفال لأفراد عينة الدراسة للفتنات الفضائية، وكذا الآثار الإيجابية والسلبية للتلفزيون، وفيما يأتي عرض للنتائج المتوصل إليها كما يلي:

الجدول رقم (01): يوضح السمات الشخصية للمبحوثين

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	61	39.89%
أنثى	92	60.13%
المجموع	153	100%

يوضح الجدول رقم (01) ما يأتي:

بعد مقابلاتي لمديرة مدرسة غريسي مصباح أخبرتني بأن نسبة الإناث في المدرسة أكبر من نسبة الذكور.

ويقدر أفراد عينة هذه الدراسة بـ 153 تلميذ وتلميذة، عدد الذكور 61 وعدد الإناث 92 موزعين في مدارس مختلفة منها: ابتدائية البشير الرزقي بورماس (ريفي) وابتدائية غريسي مصباح (حضري)، وابتدائية عبد اللاوي بوبكر (حضري) بالوادي كالتالي:

61 تلميذ بنسبة 39.89% أما بالنسبة إلى الإناث 92 تلميذة فنقدر بنسبة 60.13%

ومن خلال هذه النسب نستنتج أن نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور وهذا راجع إلى أن النسبة في المدارس كانت نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور.

الجدول رقم (02): يوضح أعمار المبحوثين

العمر	التكرار	النسبة
من 6 إلى 7 سنوات	03	01.96%
من 8 إلى 9 سنوات	27	17.64%
من 10 فما فوق	123	80.39%
المجموع	153	100%

نلاحظ أن 80.39% من أفراد العينة أعمارهم تتراوح بين 10 سنوات فما فوق، تليها 17.64% منهم 8 سنوات إلى 9 سنوات، أخيرا 01.96% منهم بين 6 إلى 7 سنوات. وهذا لأنه عند مقابلي للمعلمين في المدارس نصحوني أن أوزع الاستثمارات على الأكبر سنا مثل: من سنوات 9 فما فوق لأنهم أكثر فهما للأسئلة عكس الأصغر منهم سنا.

الجدول رقم (03): يوضح مكان سكن المبحوثين

مكان السكن	التكرار	النسبة
حضري	82	53.59%
ريفي	71	46.40%
المجموع	153	100%

يتضح من الجدول رقم (03) ما يأتي:

أن نسبة المبحوثين مكان سكنهم حضري يقدر بـ 53.59%, بينما نسبة 46.40% منهم سكنهم ريفي.

ومن هنا نستنتج أن نسبة التلاميذ الذين يسكنون في الأماكن الحضرية أكثر , لأن الحضر أكثر الأماكن التي يتوفر فيها المدارس و الأشياء الضرورية لهذه الحياة, وأيضا أكثر الأسر تفضل السكن في الحضر للسبب نفسه.

الجدول رقم (04): يوضح المؤهل العلمي للوالدين

المؤهل العلمي للوالدين		الأب		الأم	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
لا شيء		%25.49	39	%28.76	44
ابتدائي		%09.80	15	%15.69	24
متوسط		%17.64	27	%24.84	38
ثانوي		%24.84	38	%24.84	38
جامعي		%22.22	34	%05.88	09
المجموع		%100	153	%100	153

بعد مقابلتي لبعض أولياء التلاميذ نصحوني بأنّ التلفاز له أثر سلبي على الدراسة.

يوضح الجدول رقم (04) ما يأتي:

أنّ نسبة %25.49 من الآباء لأفراد العينة ليس لهم مؤهل علمي، يقابلها %24.84 منهم مستوى ثانوي، ونسبة %22.22 مستوى جامعي، أما المتوسط فنجد نسبته %17.64 وأخيرا نسبة %09.80 مستوى ابتدائي.

أما الأمهات فنجد %28.76 ليس لهم مؤهل علمي ويقابلها %24.84 مستوى ثانوي والمتوسط، أما المستوى الابتدائي فنجد بنسبة %15.69، وأخيرا نسبة %05.88 من المستوى الجامعي.

من خلال الجدول رقم (04) نستنتج أن معظم الآباء والأمهات ليس لهم مؤهل علمي وهذا راجع إلى أنّ أهاليهم لم يدرسوهم بالإضافة إلى الحياة الصعبة التي كانوا يعيشونها والمستوى الاقتصادي للعائلات الذي لا يسمح لهم بالدراسة لأنّ هذه الأخيرة تتطلب الجانب المادي والمعنوي.

الجدول رقم (05): يوضح مدى مشاهدة المبحوثين

النسبة	التكرار	البدائل
30.72%	47	دائما
57.51%	88	أحيانا
05.88%	09	نادرا
05.88%	09	غير محدود
100%	153	المجموع

يوضح الجدول أن نسبة 57.51% من أفراد العينة أحيانا ما يشاهدون قنوات الأطفال ويقابلها 30.72% منهم دائما يشاهدونها، ونسبة 05.88% لكل من نادرا وغير محدود يشاهدون هذه القنوات.

وهذا راجع إلى أن هناك رقابة من طرف الأهل على أطفالهم، أيضا قد تلهيهم هذه القنوات عن الدراسة أو قد تعلمهم عادات غير مرغوب فيها. لأنه بعد مقابلي لبعض الأولياء وجدت أن لهم دورا كبير في توجيه أطفالهم لمشاهدة القنوات الفضائية.

الجدول رقم (06): يوضح متوسط الوقت الذي يخصصه المبحوثين لمشاهدة القنوات في اليوم

النسبة	التكرار	البدائل
55.55%	85	أقل من ساعتين
26.79%	41	من 02 الى 04 ساعات
12.41%	19	من 04 الى 06 ساعات
05.22%	08	أكثر من 06 ساعات
100%	153	المجموع

عند مقابلي لأحد المعلمين أرشدتني بأن الأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية لأقل من ساعتين لديهم اهتمام كبير بالدراسة.

يتّضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 55.55% من أفراد العينة يشاهدون هذه القنوات أقل من ساعتين، ويقابلها 26.79% منهم يشاهدونها 02 إلى 04 ساعات في اليوم ونسبة 12.41% من 04 إلى 06 ساعات، وأخيرا 05.22% منهم يشاهدونها أكثر من 06 ساعات في اليوم.

ومن هذه النسب نستخلص أن أفراد العينة الذين يشاهدون هذه القنوات أقل من ساعتين في اليوم نجد أن أهاليهم يحرصون على تعليم أبنائهم بتنظيم الوقت بين الدراسة واللعب ومشاهدة التلفاز. لأنه بدون تنظيم الوقت سيكون الطفل فوضويا، كما أنّ الأهل دائما يريدون تنمية أفكار أبنائهم بالأشياء الايجابية.

الجدول رقم (07): يوضح الأوقات التي يفضلها المبحوثين لمشاهدة القنوات

النسبة	التكرار	البدائل
10.33%	25	الفترة الصباحية
14.46%	35	فترة الظهيرة
41.73%	101	فترة المساء
33.47%	81	فترة السهرة
100%	242	المجموع

نجد أن مجموع العينة (242) أكثر من المجموع الأصلي للعينة المبحوثة (153)، حيث اختاروا في السؤال أكثر من إجابة واحدة.

يتضح من خلال هذا الجدول أعلاه أن نسبة 41.73% من أفراد العينة يشاهدون القنوات في الفترة المسائية، ويقابلها 33.47% منهم يشاهدونها في السهرة، ثم تليها 14.46% منهم من يشاهدونها في الظهيرة وأخيرا 10.33% منهم من يشاهدونها في الفترة الصباحية.

ومن هذه النسب نستخلص أنّ الفترة الأكثر مشاهدة هي الفترة المسائية وهذا يعود إلى الوقت المناسب لاجتماع الأسرة وفترة الاستراحة بعد الخروج من الدوام المدرسي.

الجدول رقم(08): سبب تفضيل المبحوثين لهذه الفترات

النسبة	التكرار	البدائل
24.18%	37	الفترة التي يسمح بها والديا
33.33%	51	لماً وقت الفراغ والقضاء على الملل
13.07%	20	اجتماع الأسرة
29.41%	45	الفترة التي تعرض فيها البرامج المميزة والمفضلة لي
100%	153	المجموع

يتضح من الجدول أعلاه أن نسبة 33.33% من الأفراد المبحوثين يشاهدون القنوات لماً وقت الفراغ والملل ويقابلها 29.41% منهم يشاهدون في الفترة التي تعرض فيها البرامج المفضلة لديهم، ونسبة 24.18% منهم يشاهدون في الفترة التي يسمح بها ولديهم وأخيراً نسبة 13.07% يفضلون مشاهدة عند اجتماع الأسرة. ونستخلص من هذه النسب أن الأطفال عندما يشعرون بالملل نجدهم يقضون وقت فراغهم في مشاهدة برامج الأطفال لغرض التسلية والترفيه عن النفس.

الجدول رقم (09): يوضح أهم القنوات التي يشاهدها أفراد العينة

النسبة	التكرار	البدائل
27.12%	86	Mbc3
15.77%	50	نون
03.47%	11	محبوبة
14.51%	46	SpaceToon
13.56%	43	طيور الجنة
11.35%	36	الجزيرة للأطفال
06.30%	20	كراميش
07.88%	25	CN بالعربية
100%	317	المجموع

نجد أن مجموع العينة (317) أكثر من المجموع الأصلي للعينة المبحوثة (153), حيث اختاروا في السؤال أكثر من إجابة واحدة. عند مقابلي لتلاميذ مدرسة البشير الرزقي بورماس استجبت من إجاباتهم أن معظمهم يشاهدون القنوات التي تعرض برامج علمية مفيدة. يتضح من خلال هذا الجدول أن أعلى نسبة تمثل 27.12% من المبحوثين يشاهدون mbc3 تليها 15.77% منهم يشاهدون قناة نون ثم تليها نسبة 14.51% منهم يشاهدون قناة spacetoon ونسبة 13.56% يشاهدون قناة طيور الجنة, ثم تليها نسبة 11.35% منهم يشاهدون قناة جزيرة للأطفال وتليها قناة CN بالعربية بنسبة 07.88% ثم نسبة 06.30% يشاهدون قناة كراميش وأخير نسبة 03.47% منهم يشاهدون قناة محبوبة. نستخلص من خلال هذه النسب أن الأطفال يميلون إلى مشاهدة القنوات التي تعرض تجارب علمية وبرامج ثقافية ومسلية.

الجدول رقم (10): يوضح البرامج المفضلة لدى محطاتهم المخصصة

النسبة	التكرار	البدائل
16.52%	97	القط والفأر
07.83%	46	chaun the sheep
06.81%	40	SpiderMan
05.62%	33	الرجل الحديدي
08.00%	47	BatMan
09.02%	53	فلة
18.05%	106	السنافر
12.26%	72	صوتك كنز
06.98%	41	كونان
08.85%	52	جاكي جان
100%	587	المجموع

نجد أن مجموع العينة (587) أكثر من المجموع الأصلي للعينة المبحوثة (153), حيث اختاروا في السؤال أكثر من إجابة واحدة. يتضح من الجدول أعلاه أن أكبر نسبة للمشاهدة تمثل 18.05% للسنافر, تليها مباشرة نسبة 16.52% للقط والفأر, ثم صوتك كنز بنسبة 12.26% ثم نسبة 09.02% لفلة بعدها نسبة (8.85%/8%) على الترتيب BatMan وجاكي شان بعدها تليها Chaun the Sheep بنسبة 07.83% ثم SpiderMan 06.81% بعدها الرجل الحديدي 05.62%.

نستخلص من هذه النسب أن الأطفال يميلون إلى مشاهدة السنافر وهذا راجع إلى مغامرات السنافر وذكائهم في تحدي الخوارق, وذلك بغرض الأخذ بالعبر.

الجدول رقم (11): يوضح أهم البرامج المفضلة

النسبة	التكرار	البدائل
11.46%	43	برامج قتالية
20.26%	76	برامج تعليمية
21.06%	79	برامج للتسلية
18.93%	71	القصص والحوادث
20.26%	76	الأناشيد
08%	30	أخبار الأطفال وصورهم
100%	375	المجموع

نجد أن مجموع العينة (375) أكثر من المجموع الأصلي للعينة المبحوثة (153), حيث اختاروا في السؤال أكثر من إجابة واحدة. يوضح الجدول أعلاه أن أكبر نسبة لمشاهدة أهم البرامج المفضلة كانت لبرامج التسلية 21.06% تليها مباشرة نسبة 20.26% لمشاهدة البرامج التعليمية والأناشيد, ثم نسبة 18.93% للقصص والحوادث, بعد ذلك البرامج القتالية بنسبة 11.46%, وأخيرا نسبة 08% كانت لأخبار الأطفال وصورهم.

إذن نستخلص من هذه النسب أن أكبر نسبة لمشاهدة أهم البرامج المفضلة يشاهدها المبحوثين كانت لبرامج التسلية وهذا راجع دائما لغرض الترفيه والترويض عن النفس.

الجدول رقم (12): يوضح الجدول مع من تشاهدون هذه القنوات

النسبة	التكرار	البدائل
18.95%	29	وحيدا
55.55%	85	مع إخوته
25.49%	39	مع كل العائلة
100%	153	المجموع

عند مقابلي لأهل المبحوثين أرشدوني بأن الأطفال يشاهدون القنوات مع إخوتهم حتى تزيدهم تآلفا وتراحما بينهم.

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 55.55% من أفراد العينة يشاهدون هذه القنوات مع إخوتهم ويقابلها 25.49% يشاهدونها مع كل العائلة، وأخيرا 18.95% يشاهدونها وحيدا.

ومنه نستخلص أن هناك انسجام وتآلف بين أفراد الأسرة وخاصة الأطفال منهم وذلك لتعويدهم على فهم بعضهم البعض، وعدم خلق الفوضى والمشاكل داخل المنزل.

الجدول رقم (13): يوضح اللغة المفضلة لتقديم البرامج

النسبة	التكرار	البدائل
86.27%	132	العربية
13.72%	21	العامية
100%	153	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 86.27% من أفراد العينة يفضلون تقديم البرامج باللغة العربية، ويقابلها 13.72% منهم يفضلون اللغة العامية.

ونستنتج خلال هذه النسب أن اللغة العربية تبقى اللغة الأم للعرب وخاصة الأطفال يجب تعويدهم اللغة العربية في معاملاتهم اليومية ومعظم أولياء المبحوثين يفضلون مشاهدة البرامج التلفزيونية لأبنائهم باللغة العربية لأنها تعرف باللغة العربية ليس إلا.

الجدول رقم (14): يوضح عادات المبحوثين أثناء المشاهدة

النسبة	التكرار	البدائل
13.07%	20	استلقي للنوم
13.72%	21	أدرس وأتابع البرامج المفضلة
06.53%	10	الحديث مع الآخرين
17%	26	أتناول الطعام
14.37%	22	أتفرع للمشاهدة
35.29%	54	جالس
100%	153	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن نسبة 35.29% من أفراد العينة جالسين عند مشاهدة التلفاز، ويقابلها 17% معهم يتناولون الطعام عند المشاهدة، ونسبة 14.37% منهم يتفرعون للمشاهدة فقط، ونسبة 13.72% منهم يدرسون ويتابعون برامجهم المفضلة، ونسبة 13.07% يستلقون للنوم عند المشاهدة، وأخيراً نسبة 06.53% منهم يتحدثون مع غيرهم عند مشاهدتهم.

ونستخلص من خلال هذه النسب أنّ الجلوس لديه فوائد عديدة ومفيدة عند المشاهدة وخاصة في التركيز على البرامج المعروضة إذا كان مفيد من الناحية الفكرية للطفل، أيضاً اندماجه مع البرامج حتى يصبح يفهمه ويريد المشاركة فيه بأي طريقة.

الجدول رقم (15): يوضح مدى استفادة المبحوثين من هذه القنوات

النسبة	التكرار	البدائل
49.67%	76	استفادة كبرى
40.52%	62	استفادة محدودة
09.80%	15	لا استفادة
100%	153	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أنَّ نسبة 49.67% من المبحوثين استفادوا استفادة كبرى من قنوات الأطفال، ويقابلها 40.52% منهم استفادة محدودة، وأخيرا 09.80% لم يستفيدوا منها أصلا.

ونستخلص من خلال هذه النسب أن هناك قنوات تعليمية جيدة تعلم الطفل على التعامل مع غيره وتحفيظ القرآن وتعليم القواعد والآداب الحميدة في المدرسة واحترام الآخرين والاستفادة من القصص النبوية.

الجدول رقم (16): يوضح دوافع المبحوثين لمشاهدة هذه القنوات

النسبة	التكرار	البدائل
33.33%	51	لتعلمني كيفية التعامل مع الآخرين
23.54%	36	لتعلمني احترام الآخرين
22.22%	34	تشجعني على متابعة دروسي
20.91%	32	تعودني على تنظيم وقتي
100%	153	المجموع

يوضح الجدول أن نسبة 33.33% من المبحوثين يشاهدون القنوات لتعليمهم كيفية التعامل مع الآخرين، ويقابلها 23.54% منهم لتعلمهم احترام الآخرين ثم نسبة 22.22% لتشجيعهم على متابعة دروسهم، وأخيرا نسبة 20.91% لتعودهم على تنظيم وقتهم.

ونستخلص من هذه النسب أن الاستفادة من هذه القنوات يكون بتعليم الطفل آداب الحوار مع الآخرين وآداب اللياقة مع زملاءه في المدرسة أو في الحي، وكيفية التعامل مع والديه واحترامهما، أيضا تعامله مع معلمه بأسلوب يليق بالوسط التربوي.

الجدول رقم(17): يوضح الهدف من مشاهدة المبحوثين للقنوات

النسبة	التكرار	البدائل
45.89%	95	التسلية والترفيه
20.28%	42	التفاعل والمشاركة
33.81%	70	تنمي لديهم حاسة الحفظ
100%	207	المجموع

نجد أن مجموع العينة (207) أكثر من المجموع الأصلي للعينة المبحوثة (153), حيث اختاروا في السؤال أكثر من إجابة واحدة.

ويوضح الجدول أعلاه أنّ نسبة 45.89% من أفراد العينة هدفهم من مشاهدة التسلية والترفيه, ويقابلها 33.81% تنمي لديهم حاسة الحفظ, وأخيرا 20.28% هدفهم منها التفاعل والمشاركة.

نستخلص من هذه النسب أن هذه القنوات قد تكون برامج ليست تعليمية بحتة, وإنما قد تكون برامج مسلية للأطفال أيضا, ولهذا نجدهم على إقبال كبير على قنوات التسلية والترفيه خاصة في فترات العطل.

الجدول رقم (18): يوضح تأثير القنوات على الطفل من الناحية الايجابية

النسبة	التكرار	البدائل
30.20%	103	حفظ القرآن
20.23%	69	تعلم بعض المصطلحات الأدبية
20.82%	71	زيادة المعلومات والخبرات
10.26%	35	قوة الشخصية
18.47%	63	تنمية المواهب
100%	341	المجموع

نجد أيضا أن مجموع العينة (341) أكثر من المجموع الأصلي للعينة المبحوثة (153), حيث اختاروا في السؤال أكثر من إجابة واحدة.

يوضح الجدول أن نسبة 30.20% يؤثر عليهم التلفاز من الناحية الايجابية بحفظ القرآن، ويقابلها 20.82% تعلمهم زيادة المعلومات والخبرات، تليها نسبة 20.23% منهم من يتعلمون بعض المصطلحات الأدبية، ونسبة 18.47% تنمي لديهم المواهب الخاصة، وأخيرا نسبة 10.26% تقوي لديهم الشخصية. نستنتج من هذه النسب أن التلفاز لديه تأثيرات ايجابية تمثل أكثرها في حفظ القرآن والقصص النبوية وتعلّم الأحكام، حيث أن القرآن الكريم يساعد الطفل على تنمية القراءة والكتابة.

الجدول رقم (19): يوضح تأثير القنوات على الطفل من الناحية السلبية

النسبة	التكرار	البدائل
21.98%	62	انعكاسات على الدراسة
19.14%	54	تعلم العنف والعداوة
10.28%	29	الكسل والخمول
11.34%	32	البعد عن الدين
09.57%	27	العزلة الاجتماعية
15.24%	43	إضاعة الوقت
12.41%	35	تقليد العادات الغربية
100%	282	المجموع

مجموع العينة (282) أكثر من العينة الأصلية (153) لأن المبحوثين اختاروا أكثر من إجابة عن الأسئلة.

يوضح من الجدول أن نسبة 21.98% من يؤثر عليهم التلفاز من الناحية السلبية بانعكاسات على الدراسة، ثم تليها من يعلمهم العنف والعداوة بنسبة 19.14% ويقابلها 15.24% بإضاعة الوقت ثم تليها 12.41% منهم من تعلمهم العادات الغربية، ونسبة 11.34% منهم من تبعدهم عن الدين ونسبة 10.28% من تعلمهم الكسل والخمول وأخيرا نسبة 09.57% من تنمي لديهم العزلة الاجتماعية.

حيث نستنتج أن هذه النسب أن التلفاز لديه تأثيرات سلبية والتي تكون أكثرها على مستوى الدراسة والتحصيل العلمي للطفل وكذلك تعلمه العنف والعداوة بينه وبين أخوته وأصدقائه.

الجدول رقم(20): يوضح دور الأسرة في توجيه أبنائها في مشاهدة القنوات

النسبة	التكرار	البدائل
41.83%	64	نعم
11.76%	18	لا
33.33%	51	أحيانا
07.84%	12	نادرا
05.23%	08	الامتناع عن الإجابة
100%	153	المجموع

عند مقابلتي لبعض أولياء المبحوثين أرشدوني بأن لهم دور كبير في توجيه أطفالهم عند مشاهدة القنوات الفضائية.

يوضح الجدول أن أكبر نسبة 41.83% كان للأسرة دور في توجيه أبنائها لمشاهدة التلفاز تليها أحيانا بنسبة 33.33% ثم نسبة 11.76% ليس للأسرة دور في توجيه لمشاهدة التلفاز ونسبة 07.84% نادرا بعدها نسبة 05.23% نجد منهم من يمتنع عن الإجابة.

نستنتج من خلال هذه النسب أن للأسرة دور كبير في توجيه الطفل في مشاهدة التلفاز نظرا لتأثير الأسرة على أبنائهم والحرص عليهم.

المطلب الثاني: الجداول المركبة

الجدول رقم (21): يوضح علاقة السمات الشخصية للمبحوثين ومدى مشاهدتهم للقنوات

المجموع		الذكور		الإناث		البدائل
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
30.72%	47	38.30%	18	61.70%	29	دائما
57.52%	88	38.64%	34	61.36%	54	أحيانا
05.88%	09	55.56%	05	44.44%	04	نادرا
05.88%	09	44.44%	04	55.56%	05	غير محدود
100%	153	المجموع				

يبرز هذا الجدول العلاقة بين السمات الشخصية ومدى مشاهدة المبحوثين للقنوات حيث وجدت أن نسبة أحيانا 57.52% هي الأكبر ففي الإناث بنسبة 61.36% أما الذكور 38.64% ثم تليها 30.72% في خيار دائما ففي الإناث بنسبة 61.70% والذكور بنسبة 38.30% وفي الأخير نجدها متساوية بين نادرا و غير محدود بنسبة 05.88% حيث نجدها في الإناث بالنسب التالية 44.44% و 55.56% ويقابلها في الذكور 55.56% و 44.44%.

نستخلص من هذه النسب أنّ أفراد العينة كانت توجهاتهم للمشاهدة مقسمة أحيانا بين الدراسة، وأحيانا للعب، وأحيانا لمشاهدة التلفاز وبعض البرامج.

الجدول رقم (22): يوضح العلاقة ومدى مشاهدة القنوات مع العمر

المجموع		10 فما فوق		من 8 إلى 9		من 6 إلى 7		البدائل
%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	
30.72	47	85.11	40	14.89	07	/	00	دائما
57.52	88	78.41	69	19.32	17	02.27	02	أحيانا
05.88	09	88.89	08	11.11	01	/	00	نادرا
05.88	09	55.56	05	02.27	02	02.27	02	غير محدود
100	153	المجموع						

يوضح الجدول أعلاه العلاقة و مدى مشاهدة القنوات مع العمر , حيث مع خيار أحيانا هي الأكبر بنسبة 57.52%, ففي سن الأطفال من 10 فما فوق سنوات بنسبة 78.41%, ثم من (8 إلى 9 سنوات) نجدها بنسبة 19.32%, أما من (6 إلى 7 سنوات) نجدها 2.27%, ثم تليها خيار دائما بنسبة 30.72% فنجد من (10 فما فوق) بنسبة 85.11% ثم من (8 إلى 9 سنوات) نسبة 14.89% وفي الأخير نجدها متساوية بين خيار نادرا وغير محدود بنسبة 05.88% فنجد من (10 فما فوق) بنسبة 88.89% و 55.56% ثم من (8 إلى 9 سنوات) بنسبة 11.11% و 02.27%, أما الفئة العمرية من (6 إلى 7 سنوات) كانت مدى مشاهدتهم بنسبة 02.27% وفي خيار نادراً فليس لهم أي نسبة.

نستخلص من هذه النسب أن معظم الفئات العمرية كانت إجاباتهم بأحيانا، وذلك نظراً لاختلاف طموحاتهم في تقسيم أوقاتهم.

الجدول رقم(23): يوضح علاقة السكن مع مدى مشاهدة القنوات

المجموع	حضري		ريفي		البدائل
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
	47	%30.72	19	%40.43	دائما
	88	%57.52	52	%59.09	أحيانا
	09	%05.88	03	%33.33	نادرا
	09	%05.88	07	%77.77	غير محدود
	153	%100	المجموع		

يوضح الجدول علاقة السكن مع مدى مشاهدة القنوات فنجد أن أكبر نسبة في أحيانا بنسبة %57.52 حيث نجدها في الحضري بنسبة %59.09 أما الريفي بنسبة %40.91 ثم تليها خيار دائما فنجد نسبة مشاهدة القنوات %30.72 ففي الريفي بنسبة %59.57 أما الحضري بنسبة %40.43 وفي الأخير تليها بالتساوي نادرا وغير محدود، ففي الريفي نجد نسبة المشاهدة %66.66 أما الحضري فنجدها بنسبة %33.33 و نسبة %77.77 في الحضري والريفي بنسبة %22.22.

نستنتج من هذه النسب أنه سواء كانت المنطقة ريفية أو حضرية فستكون المشاهدة للبرامج التلفزيونية لدى أبنائهم أحيانا، ذلك لكي لا يكون الطفل متعلق بهاته البرامج ويترك الأشغال الأخرى كالتعلم والقراءة وأداء الواجبات اللازمة عليه.

الجدول رقم(24): يوضح علاقة المؤهل العلمي للأب مع مدى مشاهدة القنوات

المجموع	تكم	جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		لا شيء		البدايل
		%	تكم	%	تكم	%	تكم	%	تكم	%	تكم	
30.72	47	21.28	10	25.53	12	17.02	08	14.89	07	21.27	10	دائما
57.52	88	25	22	22.72	20	19.05	15	07.95	07	27.27	24	أحيانا
05.90	09	11.11	01	33.33	03	33.33	03	/	00	22.22	02	نادرا
05.90	09	11.11	01	33.33	03	11.11	01	11.11	01	33.33	03	غير محدد
100	153	المجموع										

يوضح الجدول علاقة المؤهل العلمي للأب مع مدى مشاهدة القنوات, فنلاحظ أنّ خيار أحيانا يمثل اكبر نسبة تقدر بـ 57.90% بحيث عندما يكون الأب غير مؤهل علميا فكانت النسبة بـ 27.27%, أما الجامعي فتقدر بـ 25%, بينما في الثانوي فكانت 22.72%, وفي والمتوسط فكانت نسبتها 19.05%, وأخيرا في الابتدائي فكانت بـ 07.95%.

ثم تليها نسبة 30.72% في خيار دائما, فكانت اكبر نسبة في المستوى الثانوي بنسبة 25.53% ثم الجامعي والآباء الذين ليس لهم مؤهل علمي بنسبة (21.28% و 21.27%), تليها المتوسط بنسبة 17.02% , ثم الابتدائي بنسبة 14.89%. وفي الأخير نجدها متساوية بين خيار نادرا وغير محدود بنسبة 05.90%. ونستنتج من هذه النسب أنّه مهما كان المؤهل العلمي للأب فإنّ مشاهدة الأبناء للتلفاز كانت أحيانا, وذلك لعدة أسباب منها: تنظيم أوقاتهم بين اللعب والقراءة ومشاهدة التلفاز.

الجدول رقم(25): يوضح علاقة المؤهل العلمي للأمر مع مدى مشاهدة القنوات

البدايل	لا شيء		ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي		المجموع	
	تلك	%	تلك	%	تلك	%	تلك	%	تلك	%	تلك	%
دائما	08	17.02	11	23.40	13	27.66	11	23.40	04	08.51	47	30.72
أحيانا	31	35.23	08	09.09	23	26.14	21	23.86	05	05.68	88	57.52
نادرا	02	22.22	02	22.22	00	/	05	55.55	00	/	09	05.90
غير محدد	03	33.33	03	33.33	02	22.22	01	11.11	00	/	09	05.90
المجموع												153
											100	

يوضح الجدول علاقة المؤهل العملي للأمر مع مدى مشاهدة القنوات، فنلاحظ أن خيار أحيانا يمثل اكبر نسبة حيث يقدر بـ 57.52٪، بحيث عندما تكون الأم غير مؤهلة علميا تكون اكبر نسبة تقدر بـ 35.23٪، تليها المتوسط بنسبة 26.14٪، ثم الثانوي بـ 23.86٪، تليها الابتدائي بنسبة 09.09٪، وأخيرا الجامعي بنسبة 05.68٪.

ثم تليها نسبة 30.72٪ في خيار دائما، فكانت اكبر نسبة في المستوى المتوسط بنسبة 27.66٪، ثم نجدها متساوية في المستويين الابتدائي والثانوي بنسبة 23.40٪، ونسبة 17.02٪ من الأمهات اللواتي ليس لهن مؤهل علمي، أما الجامعي فبنسبة 08.51٪.

وفي الأخير نجدها متساوية بين خيار نادرا وغير محدود بنسبة 05.90٪. ومن هنا نستنتج مهما كان المؤهل العلمي للأمر فإن لها دور كبير في مراقبة أبنائها عند مشاهدة التلفاز وحرصها عليهم.

الجدول رقم(26):يوضح علاقة السمات الشخصية مع دوافع المشاهدة

المجموع		الذكور		الإناث		البدائل
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
33.33%	51	37.25%	19	62.75%	32	لتعلمني كيفية التعامل مع الآخرين
23.53%	36	47.22%	17	52.78%	19	لتعلمني احترام الآخرين
22.22%	34	35.29%	12	64.71%	22	لتشجعني على متابعة دروسي
20.91%	32	40.63%	13	59.38%	19	لتعودني على تنظيم وقتي
100%	153	المجموع				

يوضح الجدول العلاقة بين السمات الشخصية مع الدوافع لمشاهدة هذه القنوات, حيث وجدت أنّ أعلى نسبة في خيار كيفية التعامل مع الآخرين بنسب 33.33% حيث نجدها في فئة الإناث بنسبة 62.75% أما فئة الذكور بنسبة 37.25%.

وفي خيار تعليمي احترام الآخرين بنسبة 23.53% ونجدها في فئة الإناث ب 52.78% والذكور ب 47.22%.

أما في خيار تشجعني على متابعة دروسي كانت بنسبة 22.22% ونجدها في الإناث ب 64.71% وفي الذكور ب 35.29%.

ثم تليها لتعودني على تنظيم وقتي بنسبة 20.91% ففي الإناث كانت بنسبة 59.38% وفي الذكور فكانت بنسبة 40.63%.

نستخلص في الأخير أنّ فئات الذكور والإناث كان دافعهم للمشاهدة واكتساب الأخلاق الطيبة للتعامل مع الآخرين.

الجدول رقم (27): يوضح علاقة مكان السكن مع دوافع المشاهدة

المجموع		حضري		ريفي		البدائل
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%33.33	51	%58.82	30	%41.18	21	لتعلمني كيفية التعامل مع الآخرين
%23.53	36	%61.11	22	%38.89	14	لتعلمني احترام الآخرين
%22.22	34	%38.24	13	%64.71	22	تشجعني على متابعة دروسي
%20.91	32	%50	16	%50	16	لتعودني على تنظيم وقتي
%100	153	المجموع				

يوضح الجدول علاقة مكان السكن مع دوافع المشاهدة حيث نجد أنَّ أكبر نسبة تتمثل بـ %33.33 في خيار كيفية التعامل مع الآخرين فكانت نسبتها في المنطقة الحضرية أكبر بنسبة %58.82، أما الريفي فكانت تقدر بـ %41.18. تليها خيار تعليم احترام الآخرين بنسبة %23.53، فكانت في الحضر تقدر بـ %61.11 أما الريف فتقدر بـ %38.89. ثم نسبة %22.22 في خيار تشجعني على متابعة دروسي فكانت نسبته في المنطقة الريفية تقدر بـ %64.71 بينما في الحضر فتقدر بـ %38.24. وأخيرا كان خيارهم التعود على تنظيم وقتهم فتقدر النسبة بـ %20.91 توزعت على %50 على الريف و %50 على الحضر. نستنتج من هذه النسب أن الدافع الأكبر في المنطقة الريفية كان لمتابعة دروسهم عند المشاهدة، وذلك نظرا لرغبتهم في الدراسة والتعليم، أما في المنطقة الحضرية تبين أن دافعهم الأكبر للمشاهدة كان الغرض تعلمهم كيفية التعامل مع الآخرين وهو الدافع الايجابي بحكم المنطقة تتطلب ذلك.

الجدول رقم(28): يوضح علاقة العمر بدوافع المشاهدة

المجموع		10 فما فوق		من 8 إلى 9		من 6 إلى 7 سنوات		البدائل
تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	
33.33	51	68.62	35	27.45	14	03.92	02	لتعلمني كيفية التعامل مع الآخرين
23.53	36	83.33	30	14.81	04	05.55	02	لتعلمني احترام الآخرين
22.22	34	91.18	31	08.82	03	/	/	تشجعني على متابعة دروسي
20.91	32	81.25	26	18.75	06	/	/	لعودني على تنظيم وقتي
100	153	المجموع						

من الجدول أعلاه يوضح العلاقة العمر مع دوافع المشاهدة، حيث نجد أن أكبر نسبة تتمثل 33.33% في خيار كيفية التعامل مع الآخرين فكانت أكبر نسبة في الفئة العمرية (10 فما فوق) تقدر بـ 68.62%، تليها الفئة العمرية (من 8 إلى 9 سنوات) بنسبة بـ 27.45%، ثم 03.92% من الفئة العمرية من (6 إلى 7 سنوات). تليها خيار تعليم احترام الآخرين بنسبة 23.53%، فتمثل أكبر نسبة بـ 83.33% في الفئة العمرية (10 فما فوق)، ثم الفئة العمرية من (من 8 إلى 9 سنوات) بنسبة 14.81%، وأخيرا الفئة العمرية (من 6 إلى 7) بنسبة 05.55%. ثم نسبة 22.22% في خيار تشجعني على متابعة دروسي فكانت أكبر نسبة 91.18% في الفئة العمرية (من 10 فما فوق)، تليها نسبة 08.82% في الفئة العمرية (من 8 إلى 9 سنوات). وأخيرا كان خيارهم التعود على تنظيم وقتهم فتقدر النسبة بـ 20.91% فكانت أكبر نسبة في الفئة العمرية (من 10 فما فوق) بـ 81.25%، وكانت نسبة الفئة العمرية من (من 8 إلى 9 سنوات) بـ 18.75% . نستخلص من هذه النسب أن معظم الفئات العمرية كان دافعهم للمشاهدة هو كيفية التعامل مع الآخرين وهي صفة ايجابية وواجبة على كل فرد.

الجدول رقم (29): يوضح علاقة المؤهل العلمي للأب مع دوافع المشاهدة

البدايل	لا شيء		ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي		المجموع	
	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%
التعامل مع الآخرين	13	25.49	06	11.76	12	23.53	08	15.69	12	23.53	51	33.33
احترام الآخرين	14	38.88	02	05.56	03	08.33	08	22.22	09	25	36	23.53
تشجيعني على متابعة دروسي	06	17.65	03	08.82	07	20.59	10	29.41	08	23.53	34	22.22
تنظيم وقتي	06	18.75	04	12.50	05	15.63	12	37.50	05	15.63	32	20.91
المجموع												153
											100	

يوضح الجدول علاقة المؤهل العلمي للأب مع دوافع المشاهدة وتمثل اكبر نسبة 33.33% في خيار كيفية التعامل مع الآخرين فكانت اكبر نسبة 25.49% بحيث عندما يكون الأب غير مؤهل علميا، ثم نجدها متساويين في المستوى الجامعي والمتوسط حيث تقدر بـ 23.53%، تليها المستوى الثانوي بنسبة 15.69%، وأخيرا المستوى الابتدائي بنسبة 11.76% .

تليها خيار تعليم احترام الآخرين بنسبة 23.53%، وتمثل أعلى نسبة بـ 38.88% بحيث يكون الأب غير مؤهل علميا، ثم تليها 25% في المستوى الجامعي، وفي المستوى الثانوي كانت نسبته 22.22%، ثم تليها نسبة 08.33% في المستوى المتوسط، وفي الأخير نجدها بنسبة 05.56% في المستوى الابتدائي.

أما في خيار تشجيعني على متابعة دروسي وكانت بنسبة 22.22%، حيث نجد نسبة 29.41% في المستوى الثانوي، ثم نسبة 23.53% في المستوى الجامعي، ونسبة 20.59% في مستوى المتوسط، ونسبة 17.65% في الآباء الذين ليس لهم مؤهل علمي، أما المستوى الابتدائي فكانت نسبته 08.82%.

وفي الأخير نجد في خيار تعودني على تنظيم وقتي كانت نسبته 20.91%، حيث نجد أن نسبة 37.50% في المستوى الثانوي ثم تليها 18.75% في الآباء الذين ليس لهم مؤهل علمي، ونجدها متساوية في المستوى الجامعي والمتوسط بنسبة 15.63%.

وفي الأخير نجدها 12.50% في المستوى الابتدائي .

نستخلص من هذه النسب أنه مهما كان المؤهل العلمي للأب كان دافعهم للمشاهدة هو كيفة التعامل مع الآخرين وهذا حد جيد في حد ذاته في أن تكون له أخلاق سامية.

الجدول رقم(30): يوضح علاقة المؤهل العلمي للأب مع دوافع المشاهدة

البدائل	لا شيء		ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي		المجموع	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
التعامل مع الآخرين	15	29.41	05	09.80	14	27.45	13	25.50	04	07.85	51	33.33
احترام الآخرين	16	44.44	05	13.88	06	16.66	06	16.66	03	08.33	36	23.53
متابعة دروسي	06	17.64	09	26.47	09	26.47	09	26.47	01	02.94	34	22.22
تنظيم وقتي	07	21.85	05	15.62	09	28.24	10	31.25	01	03.12	32	20.91
المجموع												153
											100	

يوضح الجدول علاقة المؤهل العلمي للأب مع دوافع المشاهدة وتمثل اكبر نسبة 33.33% في خيار كيفة التعامل مع الآخرين وكان أعلى نسبة في الأمهات اللواتي ليس لهم مؤهل علمي وتقدر نسبتهم 29.41%، تليها نسبة 27.45% في المستوى المتوسط، ثم المستوى الثانوي بنسبة 25.50%، وأخير المستوى الجامعي حيث يقدر بـ 07.85%.

تليها خيار تعليم احترام الآخرين بنسبة 23.53%، وتمثل أعلى نسبة بـ 44.44% حيث نجد الأم غير مؤهلة علميا، تليها 16.66% في المستويين المتوسط والثانوي، ثم المستوى الابتدائي فتقدر بـ 13.88%، وفي المستوى الجامعي بنسبة 08.33%.

أما في خيار تشجعتني على متابعة دروسي وكانت بنسبة 22.22%، حيث نجد أعلى نسبة في المستويات الابتدائي والمتوسط والثانوي بنسبة 26.47%، تليها 17.64% في الأمهات اللواتي ليس لهن مؤهل علمي، أما في المستوى الجامعي فقدرت بـ 02.94%.

وفي الأخير نجد في خيار تعودني على تنظيم وقتي كانت نسبته 20.91%، حيث نجد أن نسبة 31.25% في المستوى الثانوي، تليها 28.24% في المستوى المتوسط،

ثم 21.85% في الأمهات اللواتي ليس لهن مؤهل علمي، أما في الابتدائي فكانت بنسبة 15.62%، وأخيرا في المستوى الجامعي كانت بنسبة 3.12%. نستخلص من هذه النسب أنّ مهما كان المؤهل العلمي للام كان دافعهم للمشاهدة هو كيفة التعامل مع الآخرين وهذا ينعكس ايجابيا على أخلاق الطفل.

الجدول رقم(31): يوضح علاقة السمات الشخصية مع دور الأسرة

البدائل	الإناث		الذكور		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
نعم	59.38%	38	40.63%	26	41.83%	64
لا	38.89%	07	61.11%	11	11.76%	18
أحيانا	70.59%	36	29.41%	15	33.33%	51
نادرا	58.33%	07	41.67%	05	07.84%	12
الامتناع عن الإجابة	50%	04	50%	04	05.22%	08
المجموع						100
						153

الجدول الذي بين أيدينا يحوي الإحصائيات والنسب المئوية الخاصة بالسمات الشخصية للمبحوثين وعلاقتها بدور الأسرة في توجيههم أثناء مشاهدة التلفاز، نلاحظ أنّ أعلى نسبة هي 41.83% كانت إجابتهم بنعم، حيث بلغت نسبة الإناث بـ 59.38% بينما الذكور بنسبة 40.63%. تليها نسبة 33.33% كانت إجابتهم أحيانا، فقد كانت الإناث نسبتهن بـ 70.59%، ونسبة الذكور بـ 29.41%. ثم الإجابة بلا فكانت نسبتهن 11.76%، بلغت في الذكور بـ 61.11% بينما الإناث بنسبة 38.89%. أما الإجابة بنادرا في توجيه الأسرة فكانت أثناء المشاهدة فكانت بنسبة 07.84%، فكانت نسبة الإناث 58.33%، والذكور بنسبة 41.67%. وفي الأخير في خيار الامتناع عن الإجابة كانت بنسبة 05.22% حيث كانت نسبة الإناث والذكور متساوية وتقدر بـ 50%.

نستخلص في الأخير أن للأسرة دور في توجيه أبنائهم أثناء مشاهدة التلفاز سواء كان الجنس إناث أو ذكور واهتمام وحرص الأولياء على أبنائهم.

الجدول رقم (32): يوضح علاقة العمر بدور الأسرة في توجيه أبنائهم

المجموع		10 فما فوق		من 8 إلى 9		من 6 إلى 7		البدائل
%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	
41.83	64	70.31	45	28.13	18	01.56	01	نعم
11.76	18	100	18	/	/	/	/	لا
33.33	51	82.35	42	13.72	07	03.92	02	أحيانا
07.84	12	91.67	11	08.33	01	/	/	نادرا
05.23	08	87.50	07	12.50	01	/	/	الامتناع عن الإجابة
100	153	المجموع						

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين العمر و دور الأسرة في توجيه أبنائهم فكانت أكبرها بنعم بنسبة 41.83% حيث نجد الفئة العمرية من (10 سنوات فما فوق) بنسبة 70.31% وتليها الفئة العمرية من (8 إلى 9 سنوات) بنسبة 28.13% وفي الأخير نسبة 01.56% في الفئة العمرية من (6 إلى 7 سنوات). وتليها خيار أحيانا بنسبة 33.33% حيث نجد الفئة العمرية من (10 فما فوق) كانت نسبتها 82.35% ثم فئة (8 إلى 9 سنوات) كانت نسبتها 13.72% وأخيرا من (6 إلى 7 سنوات) بنسبة 03.92%. وتليها خيار لا حيث نجد في الفئة العمرية من (10 سنوات فما فوق) بنسبة 100% لأنه ليس هناك إجابات في الفئات العمرية الأخرى. وفي خيار نادرا نجده بنسبة 07.84% ففي الفئة العمرية من (10 سنوات فما فوق) كانت نسبتها 91.67% وتليها الفئة العمرية من (8 إلى 9 سنوات) بنسبة 08.33%. وأخيرا في خيار الامتناع عن الإجابة كانت نسبته 05.23% حيث في الفئة العمرية من (10 سنوات فما فوق) بنسبة 87.50% ثم فئة من (8 إلى 9 سنوات) كانت نسبتها 12.50% وفئة من (6 إلى 7 سنوات) ليس هناك إجابة.

نستنتج من هذه النسب أن للأسرة دور كبير في مراقبة أبنائهم لكافة الهيئات العمرية لمشاهدة التلفاز وذلك حتى يجعلوهم تحت أنظارهم, وبذلك تكون مشاهدة البرامج إيجابية ومفيدة.

الجدول رقم(33): يوضح مكان السكن مع دور الأسرة في التوجيه

المجموع	التكرار	النسبة	حضري		ريفي		البدائل
			التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
	64	%41.83	42	%65.62	10	%34.37	نعم
	18	%11.76	08	%44.44	27	%55.55	لا
	51	%33.33	24	%47.05	09	%52.94	أحيانا
	12	%07.84	03	%25	04	%75	نادرا
	08	%05.23	04	%50	05	%50	الامتناع عن الإجابة
	153	%100	المجموع				

يوضح الجدول العلاقة بين مكان السكن ودور الأسرة في توجيه أبنائهم أثناء المشاهدة فنجد أكبرها في خيار نعم بنسبة %41.83, فكانت نسبتها في المنطقة الحضرية ب%65.62 أما في المنطقة الريفية فتقدر ب%34.37. تليها نسبة %33.33 في خيار أحيانا, حيث نجدها في المنطقة الريفية بنسبة %52.94, أما المنطقة الحضرية فكانت نسبتها %47.05. ثم نسبة %11.76 في خيار لا حيث نجد نسبة %55.55 في المنطقة الريفية ونسبة %44.44 في المنطقة الحضرية. وتليها نسبة %07.84 في خيار نادرا فنجد نسبة %75 في المنطقة الريفية ونسبة %25 في المنطقة الحضرية. وفي الأخير نسبة %05.23 في خيار الامتناع عن الإجابة فنجد نسبة %50 متساوية في كلا المنطقتين الريفية والحضرية.

نستنتج من هذه النسب أن للأسرة دور كبير في توجيه أبنائهم لمشاهدة التلفاز , سواء كانت المنطقة ريفية أو حضرية, حتى تكون البرامج المنتقاة للمشاهدة مفيدة ومسلية وتثقيفية, ليزداد الطفل معرفة واكتشاف وتعلم.

الجدول رقم (34): يوضح المؤهل العلمي للأب ودور الأسرة

البدايل	لا شيء		ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي		المجموع	
	تكم	%	تكم	%	تكم	%	تكم	%	تكم	%	تكم	%
نعم	11	17.18	05	07.81	07	10.93	17	26.56	24	37.50	64	41.83
لا	04	22.22	02	11.11	06	33.33	05	27.78	01	05.56	18	11.76
أحيانا	19	37.25	04	07.84	09	17.65	11	21.57	08	15.69	51	33.33
نادرا	03	25	02	16.66	03	25	04	33.33	00	00	12	07.84
الامتناع عن الإجابة	02	25	02	25	02	25	01	12.50	01	12.50	08	05.84
المجموع												153
											100	

يوضح الجدول العلاقة بين المؤهل العلمي للأب ودور الأسرة في توجيه أبنائهم أثناء المشاهدة, فنجد أكبرها في خيار نعم بنسبة 41.83%, فكانت أعلى نسبة 37.50% في المستوى الجامعي, يليها المستوى الثانوي بنسبة 26.56%, ثم 17.18% حيث يكون الأب غير مؤهل علميا, تليها نسبة 10.93% في مستوى المتوسط, وأخيرا المستوى الابتدائي 07.81%.

تليها نسبة 33.33% في خيار أحيانا, حيث نجد أعلى نسبة 37.25% في الآباء الغير مؤهلين علميا, ثم 21.57% في المستوى الثانوي, تليها 17.65% في المستوى المتوسط, بينما في المستوى الجامعي 15.69%, وأخيرا في المستوى الابتدائي بنسبة 07.84%.

ثم نسبة 11.76% في خيار لا حيث نجد نسبة 27.78% في المستوى الثانوي, تليها 33.33% في المستوى المتوسط, ثم 22.22% في الآباء الغير مؤهل علميا, وفي المستوى الابتدائي تقدر نسبتها بـ 11.11%, وأخيرا المستوى الجامعي بنسبة 05.56%.

وتليها نسبة 07.84% في خيار نادرا فنجد نسبة 33.33% في المستوى الثانوي، تليها 25% في المستوى المتوسط و في الآباء الغير مؤهلين علميا، وفي المستوى الابتدائي بنسبة 16.66%، بينما في المستوى الجامعي لا توجد إجابة. وفي الأخير نسبة 05.23% في خيار الامتناع عن الإجابة فنجد أعلى نسبة 25% في المستوى المتوسط والابتدائي وفي الآباء الغير مؤهلين علميا، بينما في المستويين الثانوي والجامعي فكانت نسبتهما 12.50%.

نستنتج من هذه النسب أنّ للأسرة دور فعال في توجيه الطفل إعلاميا، فالأب يلعب دور هام وإيجابي في كيفية تعامل الأبناء واستخدامهم للتلفاز، ونرى أن هذا التعامل البادي من الآباء فطري وليس مكتسب لذا فهو لا يتوقف على ضرورة اكتساب الأب لمؤهل علمي.

الجدول رقم(35): يوضح المؤهل العلمي مع دور الأسرة للأُم

	لا شيء		ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي		المجموع	
	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %
نعم	16	25	10	15.63	17	26.56	14	21.88	07	10.94	64	41.83
لا	06	33.33	03	16.67	03	16.67	05	27.78	01	05.56	18	11.76
أحيانا	15	29.41	06	11.76	17	33.33	13	25.49	00	00	51	33.33
نادرا	04	33.33	03	25	01	08.33	04	33.33	00	00	12	07.84
الامتناع عن الإجابة	03	37.50	02	25	00	00	02	25	01	12.50	08	05.23

يوضح الجدول العلاقة بين المؤهل العلمي للأُم ودور الأسرة في توجيه أبنائهم أثناء المشاهدة، فنجد أكبرها في خيار نعم بنسبة 41.83%، فكانت أعلى نسبة 26.56% في المستوى المتوسط، ثم 25% حيث تكون الأم غير مؤهلة علميا، يليها المستوى الثانوي بنسبة 21.88%، تليها نسبة 10.94% في مستوى الجامعي، وأخيرا المستوى الابتدائي 15.63%.

تليها نسبة 33.33% في خيار أحيانا، حيث نجد أعلى نسبة بـ 33.33% في المستوى المتوسط، ثم 29.41% في الأمهات الغير مؤهلين علميا، تليها 25.49% في المستوى

الثانوي, بينما في المستوى الابتدائي 11.76%, بينما المستوى الجامعي لا توجد إجابة.

ثم نسبة 11.76% في خيار لا حيث نجد نسبة 33.33% في الأمهات الغير مؤهلين علميا, تليها 27.78% في المستوى الثانوي, ثم 16.67% في المستويين الابتدائي والمتوسط, وأخيرا المستوى الجامعي بنسبة 05.56%.

وتليها نسبة 7.84% في خيار نادرا فنجد نسبة 33.33% في المستوى الثانوي و الأمهات الغير مؤهلين علميا, تليها 25% في المستوى الابتدائي, ثم 08.33% في المستوى المتوسط, وفي المستوى الجامعي ليس هناك إجابة.

وفي الأخير نسبة 05.23% في خيار الامتناع عن الإجابة فنجد أعلى نسبة 37.50% في الأمهات الغير مؤهلين علميا, تليها نسبة 25% في المستوى الابتدائي المتوسط لا توجد هناك إجابة.

نستنتج من هذه النسب أنّ للأسرة دور كبير في توجيه أبنائهم رغم أن الأمهات غير مؤهلات علميا, وهذا لحرص الأمهات على أبنائهم والخوف عليهم.

المبحث الثاني: النتائج العامة

النتائج العامة:

من خلال عرض البيانات وتحليلها توصلت إلى أن فرضيات الدراسة قد تحققت بنسب متفاوتة كما يلي:

- الفرضية الأولى: والمتعلقة ب: أن استعمال وسائل الإعلام وطرائق التعرض لها, والمدة الزمنية من طرف الأطفال يختلف باختلاف التغيرات الديمغرافية. من خلال الجدول رقم (3) تبين أن أغلب أفراد العينة يستعملون وسائل الإعلام (القنوات الفضائية) باختلاف مكان السكن حيث نسبة الحضري 53,59% والريفي بنسبة 46,40%, ومن خلال الجدول رقم (5) نجد أن الرقابة من طرف الأهل على أطفالهم بنسبة 57,51% من أفراد العينة أحيانا ما يشاهدون القنوات الفضائية, لأن هاته القنوات قد تلهيهم عن الدراسة وتعلمهم عادات غير مرغوب فيها. ونجد في الجدول رقم (6) أن متوسط الوقت الذي يخصصه المبحوثين لمشاهدة القنوات

في اليوم هو أقل من ساعتين في اليوم بنسبة 55,55%, أي أن أهاليهم يحرصون على تعليم أبنائهم بتنظيم الوقت بين الدراسة واللعب ومشاهدة القنوات.

- الفرضية الثانية والثالثة: المتعلقان بأن الأطفال يتعرضون إلى مضامين الخيال والترفيه أكثر مما يتعرضون إلى محتويات الواقع, حيث تبين أن أغلب أفراد العينة يميلون إلى مشاهدة البرامج الترفيهية والخيالية أكثر من البرامج العلمية وهذا ما يؤكد رقم (8) بنسبة 33,33% من أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية لملاً وقت الفراغ والملل, وفي الجدول رقم (9) بنسبة 27,12% يشاهدون القنوات التي تعرض برامج ترفيهية ومسلية مثل mbc3 و spacetoon, وكذلك الجدول رقم (10) الذي يوضح أن نسبة 18,05% من أفراد العينة يشاهدون البرامج المسلية كالقط والفأر والسناقر للترويض عن النفس.

- الفرضية الرابعة: والمتعلقة بأن وسائل الإعلام تساعد الأطفال على تجاوز السلوكيات السلبية, حيث نجد أن معظم أفراد العينة تساعدهم الوسائل الإعلامية (التلفاز) على تجاوز بعض السلوكيات السلبية وذلك من خلال الرقابة التي يقوم بها الأهل لأبنائهم خلال المشاهدة وهذا ما يؤكد الجدول رقم (5) حيث نجد نسبة 57,51% من أفراد العينة أحياناً ما يشاهدون القنوات الفضائية. وكذلك الجدول رقم (18) الذي يؤكد الجانب الإيجابي لمشاهدة القنوات كالتى تعلمهم حفظ القرآن بنسبة 30,20%, أيضاً التي تعلمهم اكتساب المعلومات والخبرات بنسبة 20,82% وكذلك التي تنمي عندهم المواهب بنسبة 18,47%.

وفي الأخير يمكنني القول بأن مشاهدة القنوات الفضائية لدى الأطفال تكون في فترات محدودة وأن معظم المشاهدات التلفزيونية كانت بغرض الترفيه والتسلية لا غير لذا يجب أن تكون رقابة الأهل واجبة على الأبناء ومتابعتهم حتى كون المشاهدة إيجابية وفعالة.

الخاتمة

نحمد البارئ ونعمة منه وفضل ورحمة، نضع قطراتنا الأخيرة بعد رحلة عبر ستة فصول بين تفكير وتعقل حول استخدامات التلاميذ للقنوات الفضائية، وقد كانت رحلة جاهدة للارتقاء بدرجات العقل ومعراج الأفكار، فما هذا إلا جهد مُقلّ، ولا تدعى فيه الكامل، ولكن عذرت أنني بذلت فيه قُصارى جهدي فإن أصبحت بذلك مرادي، وإن أخطئت فلي شرف المحاولة والتعلم.

ولا أزيد على ما قال عماد الأصفهاني:

رأيت انه لا يكتب إنسان كتابا في يومه إلا قال في غده لو غُيّر هذا لكان أحسن ولو زيد كذا لكان يستحسن ولو قدم هذا لكان أفضل، ولو ترك هذا لكان أجمل، وهذا من أعظم العبر وهو دليل على استيلاء النقص على جملة البشر...

فمما سبق يتضح أن العالم العربي دخل تلك المرحلة من الثورة الإعلامية والفضائية دون جاهزية مسبقة بقدر ما دخلها كمستهلك، وان تأثيرها على الأطفال يأتي ضمن إطار الرسالة الفضائية العولمية.

وتخلص هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- 1/ أن تأثير الإعلام وتعدد القنوات الفضائية على الأطفال أصبح الشغل الشاغل لما تعانيه الأسر في المجتمعات العربية.
- 2/ إنّ أنماط الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها الأطفال مختلفة باختلاف الفروق الفردية، منها الإيجابية والسلبية.
- 3/ توصلت الدراسة إلى أنّ شريحة الأطفال هي الأكثر تأثراً بالرسائل الإعلامية، بحكم تعدد القنوات الفضائية وبحكم قدراتهم على التعامل مع مختلف وسائل الإعلام.

صفوة القول بعد هذه النتائج أنّ المنظومة الإعلامية في تدفق مستمر نظراً للابتكارات الحديثة في مضامينها الإعلامية والوسيل المتدفق من المعارف والأخبار والأحداث السياسية والاقتصادية، والثقافية والترفيهية ذات التأثير على العقل والوجدان لدى أطفالنا لذا وجب علينا التعامل مع هاته الوسائل بعقلية الفرز، فنأخذ منه ما يفيد ونترك منه ما هو ضار. وأخيراً وليس آخراً ينبغي أن تكون ثمرة موضوعي هذا في تنمية الوعي الثقافي لدى الأطفال وأن تدفعهم لمشاهدة القنوات الفضائية بإعطاء صورة إيجابية بإعطاء صورة إيجابية بمضار الوسائل الإعلامية حتى ننشئ طفل ذات عقيدة تتناسب مع مجتمعه.

وفي مجمل قولي أرجو أن تجدوا في هذا البحث ما قد يرشدكم إلى بغيتكم, وأمل أن يكون
للمعاملات المقبلة في حياتنا ومجتمعنا أكبر حظا من النجاح الوافر, وأمل أيضا أن قد بلغت
رسالتي وأن تولوا لها اهتماماتكم.
وأخرا بعد أن تقدمت باليسير في هذا المجال الواسع أمله أن ينال القبول ويلقى
الاستحسان..
وصل اللهم على سيدنا وحبيبنا محمد وعلى آله وصحبه وسلم ﷺ.

- توصيات واقتراحات الدراسة:

- بناءً على نتائج الدراسة الميدانية وما تم استنتاجه من خلال العمل على موضوع البحث، وبهدف معرفة دور القنوات الفضائية الخاصة بالأطفال التي تنمي مهارات الطفل، والتقليل من الجوانب السلبية التي تشكل عائقاً أمام تحقيق أهداف هذه القنوات المتعلقة بتقديم برامج ومواد خاصة بالأطفال تتلاءم وطبيعة المجتمع الإسلامي وعاداته وتقاليده، نوصي بما يلي:
- تجنب المداومة على مشاهدة التلفاز والجلوس إليه طويلاً، بل يجب أن يشارك الأهل أطفالهم في مشاهدة البرامج ومناقشتها معهم عند الحاجة، لتعزid الجوانب المفيدة في البرامج ومعاونة الأطفال على تجاوز جوانبها الضارة دون أن تترك بصمات سلبية على المخ أو الوجدان، وتزداد أهمية هذه المشاركة في حالة الأطفال الأصغر من عشر سنوات الذين قد يصعب عليهم - في براءتهم - التفرقة بين الحقيقة والخيال في البرامج، ومن ثمّ يزيد احتمال تضررهم عقلياً أو وجدانياً من المضامين غير المناسبة للأطفال، وتساعد المشاركة في المشاهدة على أن يبلور الأطفال توجهاً نقدياً رشيداً تجاه التلفاز ووسائل الإعلام الأخرى.
 - أن يقوم الآباء والأمهات بقضاء أوقات كافية مع أطفالهم، واختيار ما يناسبهم، ويوافقهم من البرامج الترفيهية، مع محاولة توجيههم للبرامج التعليمية وتجنب البرامج المحتوية على مضامين غير مناسبة، وتلك التي يتضارب توقيتها مع نشاطات الحياة العادية (مثل الواجبات والدراسة)، وإذا تعذر هذا التوافق، فيجب أن يجد الأهل وسيلة تمنع الأطفال من تشغيل جهاز التلفاز دون رضاهم.
 - ضرورة وجود برامج حوارية باتصال مباشر مع الأطفال تذاع بصفة دورية على قنوات الأطفال لتنمي قدرات الأطفال وتشجعهم على التحدث وسرعة البديهة والنطق السليم.
 - تقديم برامج المسابقات والفوازير بمختلف الأنواع والأشكال بهدف حث الأطفال على المشاركة الإيجابية بحيث لا يكون الطفل مجرد متلقياً سلبياً.
 - تجنب الأطفال من مشاهدة برامج العنف والبرامج القتالية.
 - تخصيص برامج تعليمية شاملة للطفل بين ما تعرضه من أناشيد حتى تتجنب الملل.
 - إمكانية تنوع اللغة بين عربية وغيرها حتى تشمل الأطفال خارج الوطن العربي والاستفادة من برامجها المتنوعة مع المحافظة على اللغة العربية الفصحى بالدرجة الأولى.

- مراعاة زيادة نسبة الموضوعات والفقرات التي تلبي احتياجات ورغبات الطفل في تنمية قدراته العقلية وتأكيد هويته الشخصية بالإضافة إلى تطوير أناشيد الترفيه والتسلية لترقى إلى مستوى الترفيه البنّاء والمفيد للطفل.
- تبسيط العلوم والتكنولوجيا الحديثة وتقديمها في قالب شيق.
- الاهتمام بالبحوث والدراسات التي تتناول برامج الأطفال والاستفادة منها.

الفهارس العامة

- الملاحق

- فهرس المصادر والمراجع

- فهرس الآيات القرآنية

- فهرس الأحاديث

*** الملاحق**

1* السمات الشخصية للمبحوثين :

- أنثى ☐ - ذكر: ☐

2* العمر :

- من 6 الى 7 سنوات ☐

- من 8 الى 9 سنوات ☐

- من 10 سنوات فما فوق ☐

3* مكان السكن :

- حضري ☐ - ريفي ☐

4* المؤهل العلمي للوالدين :

- الأب : لاشي ☐ - المستوي الدراسي :

- الأم : لاشي ☐ - المستوي الدراسي :

- مدى متابعة المبحوثين لفتوات الأطفال .

5* ما مدى مشاهدتكم لهذه الفتوات :

- دائما ☐ - أحيانا ☐ - نادرا ☐ - غير محدود ☐

6* ما هو متوسط الوقت الذي تشاهدون فيه هذه الفتوات في اليوم :

- اقل من ساعتين ☐ من 2 الى 4 ساعات ☐ - من 4 الى 6 ساعات ☐

- أكثر من 6 ساعات ☐

7* ما هي الأوقات التي تفضلونها لمشاهدة فتوات الأطفال : - يمكن اختيار أكثر من اجابة .

- الفترة الصباحية ☐ - فترة الظهيرة ☐ - فترة المساء ☐

- فترة السهرة ☐

***8 لماذا تفضل المشاهدة في هذه الفترة :**

- الفترة التي يسمح بها والدي ☐
- لملاً وقت الفراغ والقضاء على الملل ☐
- اجتماع الأسرة ☐
- الفترة التي تعرض فيها البرامج المميزة والمفضلة لي ☐

***9 ما هي أهم القنوات التي تشاهدونها : - يمكن اختيار أكثر من إجابة .**

- Mbc3 ☐ - سبايستون ☐ - الجزيرة للأطفال ☐
- نون ☐ - طيور الجنة ☐ - كراميش ☐
- محبوبة ☐ - محطات أخرى :

***10 البرامج المفضلة لدى محطاتكم المخصصة : - يمكن اختيار أكثر من إجابة .**

- قط والفأر ☐ - فلة ☐
- شون ذا شيب ☐ - سنافر ☐
- سبيدرمان ☐ - صوتك كنز ☐
- الرجل الحديدي ☐ - كونان ☐
- باتمان ☐ - جاكى شان ☐
- برامج أخرى :

***11 أهم البرامج المفضلة : - يمكن اختيار أكثر من إجابة .**

- برامج قتالية ☐ - القصص والحوادث ☐
- برامج تعليمية ☐ - الأناشيد ☐

برامج لتسلية - ☐ - أخبار الأطفال وصورهم ☐
12* مع من تشاهدون هذه القنوات :

وحيدا ☐ - مع أخوته ☐ - مع كل العائلة ☐

13* اللغة المفضلة لتقديم البرامج :

العربية ☐ - العامية ☐

14* عادات المبحوثين أثناء مشاهدة التلفزيون :

استلقى للنوم ☐ - أتناول الطعام ☐

أدرس وأتابع برامج المفضلة ☐ - أنفرغ للمشاهدة ☐

الحديث مع الآخرين ☐ - جالس ☐

15* مدى الاستفادة من هذه القنوات :

إستفادة كبرى ☐ - إستفادة محدودة ☐ - لا استفادة ☐

- في حالة الاستفادة اذكرها :

16* ما هي الدوافع لمشاهدة لهذه القنوات :

لتعلمني كيفية التعامل مع الآخرين ☐

لتعلمني احترام الآخرين ☐

تشجعني على متابعة دروسي ☐

تعودني على تنظيم وقتي ☐

- غير ذلك حدد

17* الهدف من المشاهدة : - يمكن اختيار أكثر من إجابة .

- التسلية والترفيه ☐
- التفاعل و المشاركة ☐
- تنمي لديك حاسة الحفظ ☐
- غير ذلك حدد.....

18* هل يؤثر التلفاز على الطفل من هذه النواحي : - يمكن الاختيار أكثر من إجابة
أ* من الناحية الإيجابية :

- حفظ القرآن ☐
- تعلم بعض المصطلحات الأدبية ☐
- زيادة المعلومات و الخبرات ☐
- قوة الشخصية ☐
- تنمية المواهب ☐
- ب* ومن الناحية السلبية :

- انعكاسات على الدراسة ☐
- العزلة الاجتماعية ☐
- تعلم العنف والعداوة ☐
- اضاءة الوقت ☐
- الكسل والخمول ☐
- تقليد العادات الغربية ☐
- البعد عن الدين ☐

19* هل للأسرة دور في توجيهكم أثناء مشاهدة التلفاز :

- نعم ☐
- لا ☐
- أحيانا ☐
- نادرا ☐
- الامتناع عن الاجابة ☐

* المصادر والمراجع:

- المراجع العربية:

1. إبراهيم مياشي، من تاريخ وادي سوف (مدينة الألف قبة)، مجلة الثقافة (الجزائر)، ع 113، 1996.
2. أبو القاسم الطبراني، ت 360هـ، تحقق: طارق بن عوض الله بن محمد، عبد المحسن بن إبراهيم الحسيني، ج: 5، لا.ط، القاهرة، دار الحرمين، د.ت، المعجم الوسيط.
3. أبو القاسم الطبراني، ت 360هـ، تحقق: طارق بن عوض الله بن محمد، عبد المحسن بن إبراهيم الحسيني، ج: 7، لا.ط، القاهرة، دار الحرمين، د.ت، المعجم الوسيط.
4. أحمد بدر، وصول البحث العلمي ومناهجه، ط: 1، عمان، المكتبة الأكاديمية، 2009.
5. إيناس محمد غزال، الإعلانات التلفزيونية وثقافة الطفل، ط: 1، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة للنشر، 2001.
6. بن سالم بن الطيب بالهادف، سوف تاريخ وثقافة، لا.ط، الجزائر، مطبعة الوليد، مارس 2008.
7. جبارة عطية جبارة، علم اجتماع الإعلام، لا.ط، لا.م، دار الوفاء، 2001 م.
8. حسن عماد مكاي، ليلي حسين السلمي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط: 7، لا.م، الدار المصرية اللبنانية، 2008.
9. حنان عبد الحميد العناني، الطفل والأسرة والمجتمع، ط: 1، عمان، دار صفاء، 2000.
10. رضاء عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر، منتدى سور الأزيكية، 2007.
11. رضاء عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، قسم الصحافة، جامعة الأزهر القاهرة، منتدى سور الأزيكية، 2007 م.
12. السعيد ديدي، وادي سوف كنوز الجزائر، لا.ط، الوادي، المطبعة العصرية، 2002.
13. سيد محمد ساداتي الشنقيطي، الإعلام الإسلامي الأهداف والوظائف، ط: 1، لا.م، د.ت.

14. صالح خليل ابو اصبع، تحديات الإعلام العربي، لا.ط، بيروت، دار الشروق، 1999م.
15. صالح خليل الصقور، الإعلام و التنشئة الاجتماعية، ط:1، عمان - الأردن، دار أسامة، 2012 م.
16. صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام والطفل العربي، ط:1، القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر، 2012.
17. طيبة اليحي، بصمات على ولدي، ط:3، الكويت، مكتبة المنار الإسلامية، 1409هـ، 1989.
18. عامر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، ط:1، لا.م، دار البازوري العلمية، 1999.
19. عبد اللطيف حسين فرج، الهدف التربوي لدى المخطط الإعلامي، ضمن بحوث ندوة: ماذا يريد التربيون من الإعلاميين؟ الجزء 1، لا.ط، لا.م، د.ت.
20. عماد الدين الرشيد: أثر أفلام الكرتون في تربية الأطفال، سلسلة الباء والترشيد، ط:1، دار القمة، حمص 2007.
21. عمر عبيد حسنة، مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي، لا.ط، قطر، لا.ن، 1411هـ.
22. فاطمة عوض صابر وميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، ط:1، الإسكندرية، مطبعة الإشعاع الفنية، 2002.
23. فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، ط:1، جامعة الإسكندرية، لا.ن، 2002م.
24. فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط:1، دمشق، سوريا، دار الفكر، 2002.
25. فضيل دليو، علي غربي و آخرون، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 1999.
26. كافية رمضان، تربية الطفل من خلال وسائل الإعلام، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، ع: 13-14، 1988.

27. مالك إبراهيم الأحمد, دور الإعلام في تربية الأطفال, ملتقى جمعية الرحمة الطبية الخيرية (أطفالنا آمل وتحديات).

28. محمد الصاوي, محمد مبارك, البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته, لا.ط, القاهرة, المكتبة الأكاديمية, 1992.

29. محمد الفار, المعجم الإعلامي, لا.ط, عمان - الأردن, دار أسامة, 2010.

30. محمد بن صالح بن محمد العثيمين, ت 1421هـ, ج:25, ط: الأخيرة, لا.م, دار الثريا, 1413هـ, مجموع فتاوي ورسائل فضيلة الشيخ محمد بن صالح العثيمين.

31. محمد عبد العليم مرسي, الطفل المسلم بين منافع التلفزيون ومضاره, جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية, ط:1, الرياض, لا.ن, 1418هـ, 1997م.

32. محمد كامل عبد الصمد, التلفزيون لين الهدم و البناء, لا.ط, الإسكندرية, دار الدعوة, 1405هـ, 1985م.

33. محمد معوض إبراهيم, اعتماد خلف معبد و آخرون, الاتجاهات الحديثة في إعلام الطفل وذوي الاحتياجات الخاصة, دراسات إعلامية, لا.ط, القاهرة, دار الكتاب الحديث, جامعة عين شمس, 2006.

34. محمد معوض إبراهيم, الاتجاهات الحديثة في إعلام الطفل, ذوى الاحتياجات الخاصة, ط:1, بالقاهرة, دار الكتاب الحديث, 2006.

35. محمد معوض, إعلام الطفل, دراسات حول صحف الأطفال وإذاعاتهم المدرسية وبرامجهم التلفزيونية, لا.ط, القاهرة, دار الفكر, 1994.

36. مرزوق عبد الحكم العادلي, الإعلانات الصحفية, دراسة في الاستخدامات والاشباكات, ط:1, لا.م, دار الفجر للنشر والتوزيع, 2004م.

37. نواف عدوان, الأطفال والتلفزيون - الواقع والآفاق - في اتحاد الإذاعات العربية, البحوث, لا.ن, بغداد, ع:02, 1979.

- المراجع الأجنبية:

Alvin Toffler , Future Shock , Random House , 1970 - p p 311- - 1

31

Ball -Rokeach & Defieur, Theories of Mass Communication,op, - 2

cit , p 207

M.Wolf,"teorie delle Comunicazioni di Mass ",op.cit.p75 - 3

Rémy RIEFFEL, Sociologie des médias, Ed Ellipse, France, - 4

2001, P119

5 - امبرتو ايكو، التأويل بين السيميائيات والتفكيكية، ترجمة سعيد بنكراد، المركز الثقافي العربي، ط: 1، لا.م، الدار البيضاء، المغرب، ، 2000.

6 - باديس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة - الجزائر، 2008.

7 - جون كورنر، التلفزيون والمجتمع، ترجمة الأديب الخضور، الإصدارات الشخصية، لا.ن، لا.ط، سوريا، 1990.

8 - فيرناند هالين وآخرون، بحوث في القراءة والتلقي، ترجمة محمد خير البقاعي، ط: 1، حلب، سوريا، مركز الإنماء الحضاري 1998.

9 - ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، لا.ط، القاهرة، مصر، الدار الدولية لنشر والتوزيع، 1993.

- الرسائل الجامعية:

1. أحمد عبد العالي، مستخدمو الانترنت، دراسة ميدانية بولايي سطيف وقسنطينة، رسالة ماجستير، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2002-2003.

2. آلاء أحمد هشام، مصباح عمار، الإعلام مقوماته، ضوابطه، أساليبه في ضوء القرآن الكريم دراسة موضوعية، رسالة قدمت استكمالاً لمتطلبات الماجستير في التفسير وعلوم القرآن، غزة، 1430هـ، 2009م.

3. حنان شعبان، اثر الفواصل الإشهارية التلفزيونية على عملية التلقي، دراسة استطلاعية لجمهور الطلبة الجامعيين، مذكرة معدة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال.

4. السعيد بومعزة، أثر وسائل الإعلام على القيم لدى الشباب، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2005 - 2006

5. ضياف زين الدين، أثر التلفزيون على ثقافة الطفل في ظل العولمة، مقال صحفي، غير منشور، جامعة محمد بوضياف، الجزائر، د.ت.

6. عادل عبد الغفار فرج خليل، استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي، ماجستير غير منشور، جامعة القاهرة كلية الإعلام قسم الإذاعة والتلفزيون، 1995م.
7. عبد اللطيف ديبان العوفي، التلفزيون والطفل، ضمن بحوث ندوة (وسائل الإعلام والطفل)، غير منشورة، لام، لان، د.ت.
8. عزيزة عبد العزيز علي، دور المرأة في تعزيز الثقافة الإسلامية لدى أبنائها في ظل تحديات العولمة، بحث مقدم إلى المؤتمر (الإسلام والتحديات المعاصرة)، كلية أصول الدين في الجامعة الإسلامية، إبريل 2007.
9. علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي : دراسة نقدية لأبحاث الجمهور في الجزائر 1995-2006، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007.
10. فاطمة عبد الصمد دشت، أثر مشاهدة البرامج الفضائية على المهارات الاجتماعية لدى عينة من الأطفال بدولة الكويت، مجلة رسالة الخليج العربي، العدد 103، 1428 هـ - 2007 م
11. كرم شلبي، التلفزيون والطفل، ضمن بحوث ندوة (تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج)، غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، لام، 1987.
12. ليلي داود، وسائل الإعلام ودورها في التنشئة الاجتماعية في المجتمع العربي المعاصر، دراسة مقدمة إلى ندوة وسائل الإعلام وأثارها في المجتمع العربي المعاصر، المنظمة العربية لتربية والثقافة والعلوم، دمشق 3-5/08/1991.
13. محمد حافظ محمد جواد حافظ الجبر، اتجاهات الأطفال الأردنيين نحوى قنوات الأطفال رسالة مكملة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط، أيار 2010.
14. محمد حافظ، محمد جواد وآخرون، رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، أيار 2010.
15. محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، 2003.
16. محمود عوض العيادي، إعداد وكتابة البحوث والرسائل الجامعية، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، 2005.

17. نصر الدين لعياضي، التلفزيون دراسات وتجارب، لا.ط، دار هومة ، الجزائر، 1998.

- المجالات:

1. أماني عمر الحسين حافظ، أثر مشاهدة الأطفال للدراما على تنشئتهم الاجتماعية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة 2001.
2. حسن فضل المولى دفع الله، الدور التربوي لوسائل الإعلام إيجاباً و تعميماً، مقال مقدم من طرف مجلة الأمة، ع 56 1405 هـ، 1985م.
3. حسين عودت، كيف يمكن أن نجعل القنوات الفضائية العربية أداة للتعريف بالثقافة العربية الإسلامية، المجلة العربية للثقافة، ع23.
4. سعدية محمد على بهادر، تكنولوجيا التعليم المناسب لإكساب أطفال الرياض المفاهيم الأساسية، مجلة تكنولوجيا التعليم، الكويت، لا.ن، ع: 04، 1989م.
5. عاطف شحاتة زهران، ضحايا العنف في التلفزيون، مجلة الفيصل، لا.م، لا.ن، ع: 204، جمادى الثانية 1414 هـ.
6. عبد الله بوجلل، مقال من مجلة المعيار دورية محكمة تعنى بالدراسات الإسلامية تصدرها كلية الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة/الجزائر، ع: 07، 1424 هـ، 2003م.

- المواقع الالكترونية:

1. www.jemchhttp://huji-ac.il/vol3/Issu2/Lambard.html
2. WWW.Wikipedea / MBC3. jeudi 01/05/2014
3. www.noonkids.net/noon/about-noon - 16/05/2014
4. amina-karam.yoo7.com/t3477-topic -10/05/2014
5. WWW.Wikipedea / Space Toon .jeudi 01/05/2014
6. www.Toyor-aljanah.com
7. www.jcctv.net/company-overview -12/05/2014

* فهرس الآيات

الصفحة	السورة	رقمها	طرف الآية
10	آل عمران	07	وَابْتَغَاءَ تَأْوِيلِهِ وَمَا يَعْلَمُ تَأْوِيلَهُ إِلَّا اللَّهُ
10	الأعراف	53	هَلْ يَنْظُرُونَ إِلَّا تَأْوِيلَهُ يَوْمَ يَأْتِي تَأْوِيلَهُ
10	الكهف	78	قَالَ هَذَا فِرَاقُ بَيْنِي وَبَيْنِكَ سَأُنَبِّئُكَ...
41	النور	31	الطِّفْلِ الَّذِينَ لَمْ يَظْهَرُوا عَلَى عَوْرَاتِ النِّسَاءِ
41	النور	59	وَإِذَا بَلَغَ الْأَطْفَالُ مِنْكُمُ الْحُلُمَ فَلْيَسْتَأْذِنُوا
43	البقرة	233	وَعَلَى الْمَوْلُودِ لَهُ رِزْقُهُنَّ وَكِسْوَتُهُنَّ بِالْمَعْرُوفِ
43	الفرقان	74	وَالَّذِينَ يَقُولُونَ رَبَّنَا هَبْ لَنَا مِنْ أَزْوَاجِنَا وَذُرِّيَّاتِنَا

* فهرس الأحاديث

الصفحة	طرف الحديث
43	تَرْوَجُوا الْوُدُودَ الْوُلُودَ فَإِنِّي مُكَاتِّرٌ بِكُمْ الْأُمَمَ
43	الأذان في أذان المولود
59	لَا تَزُولُ قَدَمَا الْعَبْدِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ حَتَّى يُسْأَلَ عَنْ أَرْبَعِ