



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار ثليجي الأغواط
كلية العلوم الاجتماعية
قسم علم اجتماع والديموغرافيا



مجالات استخدام المرأة الماكثة في البيت للتلفزيون - دراسة ميدانية على عينة من النساء الماكثات بالبيت - - الأغواط -

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع
تخصص: علم اجتماع الاتصال

إشراف الدكتورة:

قندوسي سعدية

إعداد الطالبة:

- سارة مشوي

السنة الجامعية: 2018 - 2019

إهداء

لحمد الله الذي يسر لي ما كان عسيراً وسهل لي سبل العبور لاصل لهذه المكانة الحمد الذي
بنور وجهه تزول الظلمات سبحان الله وبحمده سبحان الله وبحمده عدد خلقك ورضى نفسك وزينة
عرشك ومداد كلماتك وصل الله وسلم على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه

أما بعد:

أهدي ثمرة جهدي إلى ما كان ولا زال حبه واهتمامه قوام عزمي إلى من قادني نحو العلم وناضل من أجلي
وتعب لارتاح وهيا لي أسباب النجاح إلى من علمي معنى الحياة إلى قبس النور إلى من القلب يهواه والعمر
فداه والذي العزيز رحمه الله

إلى الحبيبة الغالية التي وقف القلم حائراً عندها محاولاً ترتيب الحروف ليكون منها كلمات شرارة من هيب
حبي لها والتي منها صنعت ما وفيت ولا كفيت في حقها إلى منبع الحنان ورمز العطاء إلى نور طريقي ومنبع
طموحي إلى أول من نطقت به شفتاي أُمي الحبيبة أطال الله في عمرها

إلى رمز الثبات وقُدوتي في الحياة إلى رمز التضحية والعطاء إلى أصدق دليل يرشد في وقت الضياع أخي
وأخواتي

إلى من بهم تتم الضحكات كتكوتاتي مريم، و لينا

إلى من سرنا سويًا ونحن نشق الطريق معًا نحو النجاح والإبداع صديقتي وبالأخص رفيقة دربي ابتسام .

سارة

شكر و عرفان

كن عالما .. فإن لم تستطع فكن متعلما، فإن لم تستطع فأحب العلماء،
فإن لم تستطع فلا تبغضهم

بعد رحلة بحث و جهد و اجتهاد تكلفت بإنجاز هذا البحث ، احمد الله عز
وجل على نعمه التي من بها علينا فهو العلي القدير، كما لا يسعني إلا أن اخص
بأسمى عبارات الشكر و التقدير للدكتورة المشرفة "قندوسي سعدية " لما
قدمته لي من جهد ونصح ومعرفة طيلة إنجاز هذا البحث.

كما اتقدم بالشكر الجزيل لكل طاقم كلية العلوم الاجتماعية الى كل اساتذتي والى
كل زملائي والى الطاقم الاداري

بالإضافة إلى من زرعوا التفاؤل في دربنا و قدموا لنا المساعدات

من قريب أو بعيد ولو بكلمة طيبة او دعوة صادقة ...

الصفحة	فهرس المحتويات
-	الاهداء
-	الشكر
-	قائمة الجداول
-	ملخص باللغة العربية
-	ملخص باللغة الاجنبية
-	مقدمة
9-2	الفصل الاول: الاطار المنهجي ونظرية الدراسة
2	اشكالية الدراسة
2	التساؤلات الفرعية
2	الفرضيات
3	أهمية الدراسة
3	أهداف الدراسة
4	اسباب اختيار الموضوع
5	المفاهيم والمصطلحات والتعريفات الإجرائية
6	الدراسات السابقة و المتشابهة

23-11	الفصل الثاني: مفاهيم حول التلفزيون والمرأة الماكثة بالبيت
11	تمهيد
12	المبحث الأول: ماهية المرأة الماكثة بالبيت
12	المطلب الأول: مدخل تاريخي
14	المطلب الثاني: المرأة وتطورها
20	المطلب الثالث: تطور مركز المرأة
23	المطلب الرابع: تطور المرأة الجزائرية
24	المبحث الثاني: ماهية التلفزيون
24	المطلب الأول: تعريف التلفزيون و خصائصه
26	المطلب الثاني: نشأة وتطور التلفزيون
28	المطلب الثالث: وضائف واهمية التلفزيون
32	المطلب الرابع: مزايا ومساوئ التلفزيون
37	خلاصة الفصل
75-39	الفصل الثاني : الاطار الميداني للدراسة
39	تمهيد
40	المبحث الأول: الاجرتاءات الميدانية
40	المطلب الأول: نوع الدراسة ومنهجها

41	المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة
42	المطلب الثالث: ادوات والاساليب الاحصائية
42	المطلب الرابع: مجالات و حدود الدراسة
45	المبحث الثاني: عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة
45	المطلب الاول: النتائج المتعلقة البيانات الشخصية
47	المطلب الثاني: تحليل وتفسير العبارات
75	استنتاج عام
76	خاتمة
79	قائمة المراجع
	الملاحق

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
45	توزيع عينة الدراسة حسب السن	01
45	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	02
46	توزيع عينة الدراسة حسب الحالة العائلية	03
47	توزيع عينة الدراسة حسب عدد الاولاد	04
47	توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة لمشاهدة التلفزيون من طرف المرأة الماكثة بالبيت	05
48	توزيع عينة الدراسة حسب عدد ساعات المشاهدة من طرف المرأة الماكثة بالبيت	06
48	توزيع عينة الدراسة حسب القنوات الجزائرية المفضلة من طرف المرأة الماكثة بالبيت	07
49	توزيع عينة الدراسة حسب عدد ساعات المشاهدة من طرف المرأة الماكثة بالبيت	08
50	توزيع عينة الدراسة حسب فترات المفضلة لمشاهدة التلفزيون من طرف المرأة الماكثة بالبيت	09
51	توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة لمشاهدة التلفزيون من طرف المرأة الماكثة بالبيت	10
51	توزيع عينة الدراسة حسب ايام مشاهدة التلفزيون من طرف المرأة بالبيت	11
52	توزيع عينة الدراسة حسب الاشخاص لتي تشاهد معهم التلفزيون المرأة الماكثة بالبيت .	12
53	توزيع عينة الدراسة حسب البرامج التي تفضل المرأة الماكثة بالبيت مشاهدتها	13
54	توزيع عينة الدراسة حسب عدد ساعات التي تقضيها المرأة الماكثة بالبيت في مشاهدة التلفزيون و علاقته بمتغير الحالة العائلية	14
55	توزيع عينة الدراسة حسب عدد الفترات التي تفضل فيها المرأة الماكثة بالبيت في مشاهدة التلفزيون و علاقته بمتغير عدد الاولاد	15
56	يبين عدد الايام التي تشاهد فيها المرأة الماكثة بالبيت مشاهدة التلفزيون و علاقته بمتغير المستوى التعليمي	16
57	توزيع عينة الدراسة حسب راي المرأة الماكثة البيب في الدراما الاجنبية	17
58	توزيع عينة الدراسة حسب اسباب مشاهدة التلفزيون من طرف المرأة الماكثة بالبيت	18
59	توزيع عينة الدراسة حسب عن مشاهدة التلفزيون من طرف المرأة الماكثة بالبيت	19
60	توزيع عينة الدراسة حسب الاستغناء عن مشاهدة التلفزيون من طرف المرأة الماكثة بالبيت	20
61	يبين عدد اهم الأسباب التي تجعل المرأة الماكثة بالبيت تشاهد فيها التلفزيون وعلاقته بمتغير السن	21
63	يبين راي المرأة الماكثة بالبيت في الدراما الأجنبية وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي	22
64	توزيع عينة الدراسة حسب درجة التأسف عند فوات مشاهدة البرامج التلفزيونية	23
65	توزيع عينة الدراسة حسب تعويض مشاهدة التلفزيون من طرف المرأة الماكثة بالبيت	24
66	توزيع عينة الدراسة حسب التأثير بمضامين البرامج التلفزيونية	25
66	توزيع عينة الدراسة حسب سبب التأثير بمضامين البرامج التلفزيونية	26
67	توزيع عينة الدراسة حسب تأثير التلفزيون على الأنشطة المنزلية	27
68	توزيع عينة الدراسة حسب وقت عرض البرامج المفضلة في التلفزيون	28

قائمة الجداول

68	توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي لعرض البرامج التلفزيونية	29
69	توزيع عينة الدراسة حسب قناعة المرأة الماكثة بالبيت بما يعرضه التلفزيون	30
70	توزيع عينة الدراسة حسب نقل الأفكار الجديدة من البرامج التلفزيونية	31
70	توزيع عينة الدراسة حسب المقترحات نحو البرامج التلفزيونية	32
71	يبيّن مدى تأثير التلفزيون على الأنشطة اليومية للمرأة الماكثة بالبيت وعلاقته بمتغير الحالة العائلية	33
72	يبيّن رأي المرأة الماكثة بالبيت فيما يعرض من البرامج التلفزيونية وعلاقته بمتغير الحالة الاجتماعية	34
73	يبيّن مساهمة المرأة الماكثة بالبيت في نقل الأفكار الجديدة من البرامج التلفزيونية وعلاقته بمتغير الحالة العائلية	35

مقدمة

شهد القرن العشرين العديد من مراحل التطور التكنولوجي الذي شمل مختلف الميادين العلمية و بصفة خاصة في مجال الإعلام و ذلك بفضل اختراع التلفزيون و الراديو و الأقمار الصناعية والأنترنيت، ومع بزوغ قوة وسائل الإعلام في العصر الحديث والدور الذي تلعبه هذه الوسائل لتنمية المجتمعات قامت دراسات كثيرة تبحث عن دورها و مدى فعاليتها في تنمية المجتمعات ولما كانت حياة الإنسان تقوم بشكل أساسي على النشاط الاتصالي بين البشر.

إن تاريخ تكنولوجيا الاتصال يعكس الجهود الإنسانية في بث الرسائل الاتصالية عبر المسافات البعيدة و بأقصى سرعة ممكنة و بأقل تكلفة اقتصادية، و أكثر وضوحا خاصة عند الاستقبال، و يعد التلفاز الوسيلة الإعلامية الأكثر فعالية وله قوة تأثير على المتلقي وهي وسيلة اتصالية أكثر جذبا للجمهور وتؤثر في تشكيل الرأي العام وأصبحت الشاشة الصغيرة اليوم تدخل ضمن البرامج اليومية للأسرة ويتم تكيف وقت الفراغ بالنسبة لكثير من الناس حسب البرامج المفضلة، ولا يقتصر تأثير الرسالة الإعلامية التلفزيونية على مشاعر المشاهدين ومخاطبة عواطفهم وإيجاد حالة من المشاركة الوجدانية لدى المستقبل وإنما امتد إلى الحديث داخل الأسرة وخارج البيت، كما ان له القدرة على خلق التعايش والتقارب الثقافي والفكري بين الشعوب، ويعرض التلفزيون الكثير من أنواع الإنتاج الإعلامي والتي اختلف تأثيرها وتخصصها حسب نوع الجمهور وطريقة جملها للرسالة، وتشكل المرأة في هذا المجال قاعدة جماهيرية لا يستهان بها حيث خصصت لها فضائيات تهتم بأولوياتها وتسعى إلى تحقيق كل رغباتها من خلال برامج مختلفة سواء دراما أو برامج التجميل والطبخ.

ومنه كان من الأهمية البالغة تخصيص دراسة لمعالجة هذا الموضوع حيث اتبعنا خطة تتكون من ثلاثة فصول:

الفصل الأول: الاطار المنهجي للدراسة

تضمن هذا الفصل مقدمة، طرح الإشكالية، التساؤلات، الفرضيات، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، المفاهيم والمصطلحات، والتعريفات الإجرائية، الدراسات السابقة والمتشابهة.

أما الفصل الثاني: مفاهيم حول التلفزيون والمرأة الماكثة بالبيت

ويتكون من مبحثين، تطرقنا في المبحث الاول الى ماهية التلفزيون واساسياته ونشأته واهم مزاياه ومساوئه، اما المبحث الثاني تطرقنا فيه الى ماهية المرأة الماكثة بالبيت وتضمن مفهوم المرأة وواجباتها وتطر المرأة عبر التاريخ.

اما الفصل الثالث: الاطار الميداني للدراسة

فقد خصصناه الى الجانب التطبيقي من عرض للبيانات وتحليلها وتفسيرها، وكذا الخلاصة والاستنتاجات والتوصيات التي تم التوصل اليها من خلال هذه الدراسة.

الفصل الأول

الآطار المنهجي

للدراسة

الاشكالية:

في ظل التزايد الكبير في انتشار الفضائيات والاعتماد الكبير على وسائل الإعلام في شتى مجالات الحياة فإن فئات النساء بشكل عام والمكثات في البيت بشكل خاص تعد من أكثر فئات المجتمع استخداما لوسائل الإعلام، وبالتالي تتأثر بوسائل الاتصال وبالمضمون الذي تقدمه هذه الوسائل سلبا أو إجابا.

ومن اجل ذلك خصصت للمرأة برامج نسائية في الفضائيات التلفزيونية بغرض الاهتمام بالمرأة والقضايا التي تهتم بها تلك الفئة النسوية وكل ما يخدم متطلباتها وميولاتها باعتبارها عنصر مهم وفعال في المجتمع، وذلك بهدف الرفع من المستوى الثقافي والاجتماعي لها، ودعم مشاركتها في الانشطة الاعلامية والتسلل إلى حياتها اليومية والمساعدة على اداء مهامها وترتيب أولويتها اتجاه تلك القضايا.

وهنا يكمن جوهر الاشكالية لهذه الدراسة في مجالات استخدام المرأة الماكثة في البيت للتلفزيون، مما يتوجب علينا طرح الاشكال الرئيسي التالي:

ماهي مجالات استخدام المرأة الماكثة في البيت للتلفزيون؟

والتساؤلات الفرعية لهذه الدراسة تتمثل في:

1. أي القنوات التلفزيونية الجزائرية أكثر مشاهدة من قبل المرأة الماكثة في البيت ؟
2. ماهي المجالات الأكثر اهتماما للمرأة الماكثة في البيت؟
3. فيما يتمثل تأثير محتوى البرامج التلفزيونية بالنسبة للمرأة الماكثة في البيت؟

الفرضيات:

- القنوات التلفزيونية أكثر مشاهدة من قبل المرأة في البيت هي قنوات الطبخ والمسلسلات.
- المجالات الأكثر اهتماما للمرأة الماكثة بالبيت هي مجال الطبخ والجمال.
- يتمثل تأثير محتوى البرامج التلفزيونية بالنسبة للمرأة الماكثة في البيت في انها تستفيد منها في حياتها اليومية.

أهمية الدراسة:

- يمكن تحديد أهمية الدراسة في ضوء الاعتبارات الآتية:
- الاهتمام الكبير الذي يتلاقاه التلفزيون من طرف المرأة الماكثة في البيت؛
- دراسة جمهور المرأة باعتبارها أحد مركبات المجتمع واعدادها اعداد سليما يؤدي إلى صلاحه؛
- تسليط الضوء وابرار الحاجات الفعلية للمرأة من التلفزيون، خاصة إن بعض الدراسات السابقة أكدت بوجود قصور كمي ونوعي في دراسات الجمهور النسائي؛
- تحديد الدوافع مشاهدة المرأة للتلفزيون؛
- التمكن من معرفة الدور الذي يلعبه التلفزيون في تعليم المرأة الماكثة في البيت.

أهداف الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الهدف الرئيسي لها وهو معرفة مجالات استخدام المرأة الماكثة في البيت للتلفزيون، ومن هذا الهدف تندرج الأهداف الفرعية الآتية:
- معرفة أهم الدوافع التي تجعل المرأة الماكثة في البيت لمتابعة التلفزيون؛
 - التعرف على عن أهم الفترات الزمنية التي تقضيها عينة الدراسة في مشاهدة التلفزيون؛
 - التقرب من المرأة لمعرفة مدى تجاوبها مع ما تشاهده في التلفزيون؛
 - معرفة مدى قدرة البرامج التلفزيونية في التأثير على المرأة الماكثة في البيت؛
 - معرفة البرامج التي يعرضها التلفزيون الأكثر إقبالا من طرف المرأة الماكثة في البيت.
 - معرفة تأثير مجموعة من المتغيرات التي تؤثر على علاقة المرأة بالتلفزيون لها كالعنصر، المستوى التعليمي، والحالة الاجتماعية.

أسباب اختيار الموضوع:

إن الدافع لاختيار مثل هذا الموضوع والذي يعالج مجالات استخدام التلفزيون من طرف المرأة الماكثة في البيت لم يكن بالصدفة أو بالأمر العارض وإنما لعدة أسباب من أهمها ما يلي:

● أسباب موضوعية:

- ارتباط الموضوع بالتخصص؛
- قلة الدراسات والابحاث العلمية في مجال استخدام المرأة الماكثة في البيت للتلفزيون؛
- أهمية التلفزيون كونه أصبح التوجه الأول لدى المرأة؛
- معرفة مدى استخدام المرأة للتلفزيون وماهي دوافعها لمشاهدته؛
- اجراء دراسة ميدانية وفق أسس منهجية، حيث تمثل بحوث الراي العام أحد أهم حقول البحوث الاعلامية؛
- انتشار الفضائيات داخل المجتمعات وعلى كافة المستويات.

● اسباب ذاتية:

- ميولي الشخصي لدراسة مواضيع حول مواضيع المرأة؛
- كوني امرأة فضولية جعلني أقوم بهذه الدراسة لمعرفة ماهي الاسباب والدوافع التي تجذب المرأة لمتابعة التلفزيون بشكل كبير؛
- قلة الخبرة في مجال البحوث العلمية والميدانية لذلك تم خوض هذه التجربة من اجل التدرب الشخصي على أدوات البحث العلمي وزيادة المعرفة؛
- تدعيم المكتبة ببحوث ميدانية تتناول المجتمع الجزائري خاصة المرأة الماكثة في البيت وعلاقتها بالتلفزيون.

1. صعوبات الدراسة:

- صعوبة الوصول إلى المعلومات المتعلقة بالموضوع؛
- صعوبة في توزيع الاستمارة بالتنقل بين المنازل؛
- صعوبة من قبل العينة في ملء الاستمارات بالنسبة للنساء اللواتي مستواهن ضعيف.

2. المفاهيم والمصطلحات والتعريفات الإجرائية:

❖ استخدام:

- لغة: اتخاذ الخادم طلب الخدمة Employment.¹
- اصطلاحاً: يبدو مفهوم الاستخدام من خلال النظرة العامة مفهوماً واضحاً وبسيط المعنى غير إن أية محاولة تستهدف ضبط المعاني والدلالات النظرية والتطبيقية التي تصدم المفهوم غامض ومتنوع (يحتمل الكثير من النظرية والتطبيق) يحتمل الكثير من الدلالات المحتملة باختلاف ماهو اجتماعي وما هو تقني الداخل في التركيبة التكنولوجية والاتصال والإعلام الحديث، الغموض الذي يحيط باللفظ مرده إلى استعماله في تعيين وتقدير وتحليل مجموعة السلوكيات والمظاهر المرتبطة بمجموعة ضبابية المعنى : تكنولوجيا الإعلام والاتصال.²
- التعريف الاجرائي: هو كل ما يستعمله الفرد من المعلومات التي يحتاجها بمعنى اخر هو ارضاء احتياجات المستفيد.

❖ المرأة الماكثة في البيت:

- لغة : المرأة من مرأة اسم من مريء الطعام و جمع نساء ونسوة من غير لفظها وهي مؤنث الرجل.³
- اصطلاحاً: يعرف Andrée michal المرأة الماكثة في البيت ربة البيت، وهي المرأة التي تختص بنوعية عمل معينة داخل المنزل ، بدءاً بالترتيب و التنظيف و الطبخ وصولاً إلى تربية الأولاد وخدمة أفراد العائلة وخاصة الزوج وهي المرأة المتزوجة غير العاملة في قطاعات أخرى تهتم فقط بالعناية ببيتها و شؤون أسرتها وإدارة أمور حياتهم وفقاً لما تراه مناسباً.⁴
- التعريف الاجرائي: هي كل امرأة تمكث في البيت طيلة الوقت وانشغالها بأعمال التنظيف والغسيل والطبخ وكذلك هي امرأة غير عاملة تهتم بتربية أولادها والاهتمام بزوجها.

¹ <https://www.almougem.com/mougem/>: 1/05/2019 : 21 :45.

²نومار مريم نزيهان "استخدام مواقع الشبكات الإجتماعية وتأثيره في العلاقات الإجتماعية "رسالة الماجستير غير منشورة، في علوم الإعلام والاتصال، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الإتصال الحديثة، جامعة لخضر، باتنة، 2012، ص10.

³ البقيع آدم اسحاق أبو الزكي، دور الاذاعات المحلية في تحقيق التنمية، دراسة تطبيقية على اذاعة نباله ، لنيل درجة ماجستير في علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا وعلوم الاتصال، 2012، ص04.

⁴ Andrée Michal ; femme , sexisme et société , el .luf .1977 p 172.

❖ التلفزيون:

- لغة: التلفزيون كلمة لاتينية "télévision" مركبة من "télé" ويعني عن بعد و "vision" يعني الرؤية، وبهذا فالتلفزيون يعني الرؤية عن بعد.¹
- اصطلاحاً: هو جهاز اتصالات بث واستقبال صور متحركة وصوت عن بعد قد أطلق لكي يشمل كل نواحي البث والارسال فهو وسيلة اتصالية بصرية سمعية تعتمد أساساً على الصورة والصورة في ان واحد ومن ثم فقد جمعت بين خواص الاذاعة المسموعة وخواص الاذاعة المرئية.²
- التعريف الاجرائي: هو اداة لنقل مختلف الاخبار المصورة سواء على شكل افلام، حصص نشرات، اشهار...، من البرامج التلفزيونية التي كانت تنقل بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية، ثم بواسطة الأقمار الصناعية.

3. الدراسات السابقة:

❖ الدراسة الاولى: دراسة ميدانية على عينة من نساء حي أولاد سيدي ابراهيم بمدينة المسيلة بعنوان استخدامات المرأة الماكثة بالبيت لقناة الشروق بنة الفضائية ، 2016، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، من إعداد الطالبة هبة نسرين بن يوسف:

هدفت الدراسة الى الكشف عن دور قناة بنة TV في تعليم المرأة الماكثة بالبيت، بحيث يتكون مجتمع الدراسة من عينة من النساء الماكثات بالبيت في مدينة المسيلة، من الفترة الممتدة من مارس إلى غاية شهر أفريل، وتم استخدام استمارة الاستبيان من أجل جمع المعلومات والبيانات، وتم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية Spss، الذي تم من خلاله معالجة عادات وأنماط المشاهدة، الأسباب والدوافع والاشباع المحققة. وقد توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- الدور الكبير الذي تلعبه قناة الشروق بنة TV في تعليم المرأة الماكثة بالبيت.
- مساهمة قناة الشروق بنة في تنمية الوعي الثقافي للمرأة الماكثة بالبيت.

❖ الدراسة الثانية: دراسة استطلاعية على قناة سميرة TV بعنوان عادات وأنماط مشاهدة المرأة الجزائرية الماكثة بالبيت للقنوات الموضوعاتية (قناة سميرة TV نموذجاً)، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، 2016، من إعداد الطالبة بولفراخ مريم:

¹ دليو فضيل، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص143.
² احمد العلي فوزي، نشأة وسائل الاتصال وتطورها، دار النهضة العربية، بيروت، ط1، 2007، ص185.

هدفت الدراسة إلى التعرف على عادات وأنماط مشاهدة المرأة الجزائرية المنزلية للقنوات الموضوعاتية، وقد سعت هذه الدراسة إلى الإجابة على تساؤلات الدراسة، وقد تم إجراء الدراسة الميدانية على عينة من النساء الماكثات بالبيت عن طريق الاستمارة، وذلك باختيار العينة القصدية من ولاية مسيلة لجميع الفئات العمرية وقد تم استرجاع جميع الاستمارات التي كانت محور الدراسة .

بعد معالجة البيانات المتحصل عليها للوصول في النهاية إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- القناة الفضائية الجزائرية قناة سميرة tv تحظى بمتابعة كبيرة من قبل المرأة المنزلية.
- أن القناة الفضائية الجزائرية تلي حاجيات ومتطلبات المرأة المنزلية.
- ان القناة قادرة على الإقناع والتأثير في المرأة المنزلية.

❖ **الدراسة الثالثة:** دراسة وصفية على قناة النهار لكي لبرنامج "في دارنا" بعنوان "القنوات الفضائية ودورها في التوعية الثقافية للمرأة الماكثة في البيت، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاتصال والصحافة المكتوبة، 2017، من اعداد الطالبة زيادي حليلة:

هدفت هذه الدراسة لمعرفة دور برنامج "في دارنا" لقناة النهار لكي بتوعية المرأة السعيدية الماكثة بالبيت ثقافيا ، حيث ركزت فيها على مجموعة من النساء الماكثات و اللواتي يتابعن البرنامج الأسري "في دارنا "، عبر الشاشة التلفزيونية الجزائرية، تم التطرق فيها الى جملة من الاجراءات المنهجية، تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي كونه الاسلوب الاكثر استخداما في الدراسات الاعلامية، وتم الاعتماد على استمارة الاستبيان لجمع البيانات والمعلومات، وكذلك تم اجراء بعض المقابلات لتأكيد بعض البيانات المتوصل اليها معتمدين على عينة قصدية بلغت 20 مفردة، وبعد جمع البيانات والمعلومات وتحليلها تم التوصل الى مجموعة من النتائج أهمها:

- برنامج في دارنا لقناة النهار لكي الجزائرية ساهم في توعية المرأة السعيدية الماكثة بالبيت وذلك من خلال المواضيع التي يبيها والموجهة للمرأة بصفة خاصة.
- عالج البرنامج كل المواضيع المتعلقة بالجمال و الرشاقة و حتى الديكور و الطبخ و التي تعد من أهم المواضيع الاجتماعية والصحية الأكثر اهتماما و إقبالا من قبل المرأة الماكثة في البيت خاصة المرأة الجزائرية و السعيدية.

❖ **الدراسة الرابعة:** دراسة ميدانية لعينة طالبات قسم العلوم الانسانية، تحت عنوان دور البرامج التلفزيونية النسائية في ترتيب أولويات المرأة تجاه مختلف القضايا، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، 2016، من اعداد الطالبة عايب كوثر:

هدف هذه الدراسة الى معرفة دور البرامج التلفزيونية النسائية في ترتيب أولويات المرأة تجاه مختلف القضايا، ومعرفة مدى قدرة البرامج التليفزيونية في التأثير على جمهورها، ومدى اهتمام المرأة بالبرامج المخصصة لها، و كيف تساهم هذه البرامج في ترتيب أولوياتها. وقد اعتمدت على المنهج الوصفي، بتوظيف أدوات جمع البيانات المتمثلة في الملاحظة، والاستبيان، وقد تم اختيار 120 عينة بطريقة قصدية. تم التوصل إلى النتائج المتمثلة في:

- أن للتلفزيون والبرامج التلفزيونية قدرة كبيرة على التأثير في الجمهور.
- ان المرأة تهتم بالبرامج المخصصة لما يهمها من القضايا.
- أن الطالبات يقبلن بشكل كبير على التعرض للبرامج التلفزيونية النسائية.
- تعرض المرأة للبرامج التلفزيونية يساهم بشكل كبير في ترتيب أولوياتها تجاه مختلف القضايا.

التعقيب على الدراسات:

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

❖ من الجانب النظري:

- مثلت الدراسات المشابهة العنصر الموجه لدراستنا الحالية المعنونة ب " مجالات استخدام المرأة الماكثة في البيت للتلفزيون"، أين كانت الاستفادة في بناء الجانب النظري من البحث من خلال:
- وضع خطة تشمل العناصر التي تحيط بموضوع بحثنا.
 - توجيهنا إلى المراجع والمصادر التي عالجت موضوع الدراسة، وذلك بتكوين صورة مبدئية عن مجالات استخدام المرأة الماكثة في البيت للتلفزيون.
 - تدعيم بحثنا الحالي بالمقارنة وبالتأكيد على النتائج المتوصل إليها.
 - كما أتاحت لنا الدراسات تشكيل تصور مسبق عن الموضوع في شقه الميداني الذي أتاح التوجه مباشرة إلى مؤشرات كل من المتغيرين.
 - المقارنة بين الدراسات السابقة وبين الدراسة الحالية، مما يؤدي إلى تسهيل عملية التعقيب على الدراسات.

❖ من الجانب المنهجي:

- ساعدتنا الدراسات السابقة على تحديد الأسلوب الأنسب في صياغة الإشكالية منهجيا، وكذلك الإجابة عنها.
- ساعدتنا الدراسات السابقة بشكل عام بعرض الأسلوب المنهجي عن دراستنا الحالية.
- تشابه الدراسات السابقة والدراسة الحالية في المجال المكاني المحدد للدراسة، وكذلك في المتغير التابع والمستقل.
- كما أنها ساعدتنا في الاستفادة من أهم النقاط المنهجية، خاصة إعداد أداة الدراسة وهي الاستمارة.

الفصل الثاني

مفاهيم حول

التلفزيون والصحافة

الماكينة بالبيت

تمهيد

يعتبر التلفزيون وسيلة إعلامية يمتد تأثيره إلى جميع الفئات في المجتمع، لان له دور حيوي وهام، وهذا ما يلقي العبء على التلفزيون ويحدد مسؤوليته اتجاه ما يعرض من معلومات ومعارف ومشاهد واقعية وخيالية لبت البرامج التربوية والثقافية، وقد استطاعت ثورة المعلومات التي تم احرازها في تقنيات التلفزيون الذي يجمع بين الرؤية والصوت، ووسيلة لبت اللقطات المقربة للكشف على الشخصية اكثر منها لنقل الأحداث، لم يعد مجرد أداة لنقل الاخبار بل أصبح يتميز بقدرة خارقة على الإقناع والتأثير والسيطرة فالتأثرين بالبرامج التلفزيونية ليسوا مراقبين فحسب بل رجال وأطفال ونساء.

بالمقابل أشارت العديد من الدراسات والأبحاث إلى أهمية التلفزيون في حياة المرأة وخاصة الماكثات في البيت، والأثر الكبير في توجيههم وتكوين أفكارهم ومعتقداتهم، وحتى طموحات المستقبل، وعلى أسلوب الحياة اليومية الخاصة بهم فالمرأة تعتبر عنصر أساسي وفاعل في الأسرة والمجتمع ومربية الأجيال فهي تقضي معظم وقتها أمام شاشة التلفاز وهذا تعلقها به، فهو يعمل على خدمة متطلباتها وميولاتها واهتماماتها ، بالإضافة إلى إشباع حاجاتها المعرفية منه.

المبحث الأول: ماهية المرأة الماكثة بالبيت

المطلب الأول: مدخل تاريخي

1. المرأة في العصر الحجري:

لقد كانت المرأة في التاريخ القديم وضعيتها متميزة حيث وضعت في مقام الصدارة والقدسية، وتؤكد الكتابات التاريخية أن الإنسان قديماً قد أوجد علاقة وطيدة بين الأرض (الحياة) والمرأة (الإنجاب)، ففي العصر الحجري فكرة التشابه بين المرأة والأرض عندما اكتشفت الزراعة، ويهتم بعض المهتمين بتاريخ المرأة الاجتماعي إلى تأييد الفكرة التي مفادها أن المرأة هي التي اكتشفت ظاهرة الإنجاب، حيث هي عكفت على أعمال القطاف طيلة آلاف السنين وهي التي كانت تتطلع يومياً على ظواهر الحياة النباتية.

2. المرأة في مصر الفرعونية:

نالت المرأة في العصر الفرعوني حقوقها بأنواعها المختلفة، وتمتعت بمكانة مرموقة حتى وصلت إلى رتبة الألهة، فتاريخ مصر القديمة حافل بالآلهة اللائي كان يقدم إليهن القرابين وتقام لأعيادهن حفلات رائعة ومن هن آلهة العدل "أموت"، والحقول والماء، والحب والجمال وكان للمرأة نصيب كبير في تولي العرش، إذ كانت من الطبقة العليا، كما تتمتع بحريتها الكاملة وكانت قادرة على تسير أمورها وأمر أسرتها حيث كان دورها يقتصر على الإنجاب وتربية الأولاد ورعايتهم.

3. المرأة في الهند القديمة:

كانت الهند تضع المرأة في مكانة منحطة، ولا يعتد بها في المجتمع بل هي جسد يوشك ألا يكون لها روح، فلم يكن للمرأة حق مستقل عن وليها، فهي تخضع لتصرفاته، كما أنه لا يكون لها حق في الحياة بعد وفاة زوجها.

أما في شريعة الهندوس فمن الحكم المأثور عندهم أنه ليس المصير المحتوم وريح السموم، ولا الموت السموم ولا الجحيم والأفاعي بالسوء من المرأة) من هذه الحكمة كان المجتمع الهندي القديم يعتبر المرأة لعنة ووباء فتاكاً، ويراهنا أقطع من الجحيم وأنقع من السم، وأشد خطراً من الأفاعي.⁷

4. المرأة في الحضارة الصينية:

دعى كونفوشيوس إلى ضرورة الطاعة العمياء من المرأة للرجل، ومن المحكوم إلى الحاكم وهذا اللون من الطاعة عبادة. فقد سميت المرأة في كتب الصين القديمة - بالحياة المؤلمة - التي تغسل السعادة والمال. فهي شر يستبقه الرجل بمحض إرادته ويتخلص منه بالطريقة التي يرتضيها لها، وتباع كبيع الرقيق والمتاع.

5. المرأة في الحضارة البابلية:

كانت تعتبر المرأة كالماشية لصاحبها فهي مجرد عنزة أو شاة في قطيع الرجل كما أن نظام الزواج يتم بتسليم المرأة نفسها لرجل يطلبها للزواج، وتقدم أم المرأة الصداق للرجل، كما تقتضي شريعة حام وراي بجرمان المرأة من الميراث.

6. المرأة في الحضارة الإغريقية:

تعتبر اليونان مهد الحضارة باعتبارها مهداً لرموز الفلسفة وروادها، إلا أن المرأة كانت عندهم مخلوقاً منحطاً لا تصلح لغير الإنجاب وخدمة البيت، بل كانت تباع وتشترى في الأسواق ولا تملك أدنى شيء من أهلية التصرف، كما لا يجوز لها الحصول على الطلاق وسلبها القانون كل الحرية والمكانة، فالمرأة اليونانية لم تتح لها فرصة الثقافة والتعليم، وأكد أرسطو: هذا المعنى إذ يقول: "إن الطبيعة لم تزود النساء بأي استعداد عقلي، ولذلك يجب أن تقتصر على شؤون المنزل والحضانة" واليونان يعتبرون.

الإناث نذير شؤم، ففي أثينا إذا كان المولود ذكر يفرحون به وإذا كانت أنثى فسرعان ما يخيم عليهم الحزن.

⁷ رؤوف بلعقاب، عمل المرأة واثره على العلاقة الزوجية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم بكية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تخصص علم النفس العيادي 2016-2017 ص 9.

7. المرأة في الشرع الروماني:

كان القانون الروماني يعتبر المرأة مساوية للقيق ومملوكة مثله وكان للزوج على زوجته بموجب عقد الزواج الحق في الحياة أو الموت.

ومع ذلك فالمرأة الرومانية حصلت على بعض الحرية، ويتمثل ذلك في حقها بالخروج للقيام بالزيارات وشراء حاجياتها المنزلية دون رقابة أو حراسة، رغم هذا فكانت خاضعة لسلطان العائلة وسلطة وسيادة زوجها، أما امرأة الرقيق فلم تكن سوى جزء من ثروة سيدها وكان ينظر إليها على أنها مثار للشهوة، ولم يكن لها حتى حق الحضور أمام القضاء، أو حق إبرام العقود، ولا تملك البيع والهبة بغير مشاركة زوجها في العقد بموافقة مكتوبة.⁸

المطلب الثاني: المرأة وتطور دورها

1. لمحة تاريخية عن مكانة المرأة قبل الإسلام:

كان وضع المرأة لدى أغلب الأمم قبل الإسلام وضعاً مهيناً قاسياً ومذلاً، فلقد كانوا يعتبرونها إنساناً بلا روح مع اعتقادهم بأنها أصل الشرور ومنبع الآثام. فعند الهنود اعتبروها في شريعة مانو خادمة فقط لزوجها وأبيها وإذا مات زوجها أحرقوها حية ودفنوها معه، ولم يتغير الوضع بعد دخول الاستعمار البريطاني إلى الهند إلا أنه رضوا قانوناً يمنع إحراقها. ولم يكن وضع المرأة بالأفضل في شريعة هامورابي، فلم يكن لها حتى حق الأهلية للملكية والتصرف بها وبالمثل كان وضع المرأة عند اليونان

والرومان فقد كانت لا تملك لنفسها أمراً ولا نهيًا -واعتبرت المرأة عند اليهود والنصارى أصل الشرور ومنبع الخطيئة ومصدر الآثام وخاصة أيام حيضها ومن لمسها يكون نجسًا كما اعتبروها هي سبب خروج آدم من الجنة وسبب اللعنة الأبدية التي نزلت بأدم وذريته، نفس الشيء يقال عن المرأة عند العرب، في الجاهلية حيث كانوا ينظرون إليها على أنها نجسة وحرموها من الميراث، وأدخلوها في الأسواق كسلعة من السلع، بالإضافة إلى قضية وأد البنات التي كانت شائعة عند عرب الشمال كما ذكرها المؤرخون، وذكرها الله عز وجل في قوله: (وإذا المؤودة سئلت بأي ذنب قتلت).⁹

⁸ رؤوف بلعقاب، المرجع نفسه، ص 10.

⁹ سورة التكويد (1-1)

2. مكانة المرأة في الإسلام:

إن الدين الإسلامي يرفض مبدأ المساواة باعتباره من المبادئ المنافية للطبيعة والمخالفة لمقتضى أصل الخلق، فالناس من حيث هم مربيون لرب واحد، ناشئون من أصل واحد ومن ثم فإنسانيتهم واحدة، لا تسمح بامتياز فرد على آخر، إلا إذا كان هذا الامتياز راجعا إلى معان ووجوه من كسبهم وسعيهم وعملهم الصالح.

ولهذا كان الإسلام طبيعيا فطريا حين قرر مبدأ المساواة بين الناس، وعدم الاعتراف بالتفرقة الظالمة بين الذكورة والأنوثة في معنى الإنسانية المشتركة وفي حق كل واحد منهما في التمتع بمقتضيات حياته النوعية وخصائصه الطبيعية في ظل المساواة واحترام الكرامة المشتركة.¹⁰

ويقول الأستاذ العقاد في كتابه "المرأة في القرآن" : "إن الرجل والمرأة سواء في كل شيء، وأن النساء لهن ما للرجال وعليهن ما عليهم بالمعروف ثم يمتاز الرجال بدرجة هي درجة القوامة التي تثبت بتكوين الفطرة وتجارب التاريخ وليس في هذا الامتياز خروج عن شريعة المساواة حين تقضي المساواة بين الحقوق والواجبات"، ومن هنا نلاحظ أن كل زيادة في الحق تقابله الزيادة في الواجب فهي المساواة العادلة .

ففي أول عهد الإسلام كان وضع المرأة في حريتها في مشاركتها للرجل شأن ماكانت عليه من قبل، تعمل وفق تقاليد الصحراء وتعاليم القرآن وتوجيهات السنة وتشارك وتسهم في المناسبات العامة، لا تعرف الحجاب ولا الفارقة، ومن هذا كله يمكن أن نلاحظ أن الإسلام اعتبر المرأة كائنا مستقلا وليست مجرد تابع للرجل كما أنه أضفى عليها من الحقوق والواجبات ما لم تحظ به المرأة إلا في العصور الحديثة، فلها حق التصرف فيما تملك بدون وساطة كما أقر لها الشرع الحق أن تتولى أمر الوصاية على القاصرين في العصور الحديثة، فلها حق التصرف فيما تملك بدون وساطة كما أقر لها الشرع الحق أن تتولى أمر الوصاية على القاصرين.

وأعطى الإسلام للمرأة الأم منزلة حيث جعل الجنة تحت أقدامها، قال تعالى: ووصينا الإنسان بوالديه حملته أمه وهنا على وهن وفصاله في عامين.¹¹

وخلاصة القول أن مكانة الأم رفيعة المقام لا يطاولها أحد في الشريعة الإسلامية.

¹⁰ أسامة صادق الطيب، دور المرأة في مجتمع المعرفة، سلسلة دراسات يصدرها مركز الدراسات الاستراتيجية، جامعة الملك عبد العزيز الاصدار 2013-1355، ص 5-

.6

¹¹ سورة لقمان، الآية 14.

3. المرأة والتعليم:

التعليم هو الأداة الصالحة التي يمكن أن تصل المرأة به إلى دورها الجديد باعتبارها عاملاً من عوامل التقدم والتنمية، فبالعليم تستطيع المرأة، كما يستطيع الرجل أيضاً تجاوز الواقع واكتساب المعرفة والمهارات اللازمة للحياة الجديدة.

إن السبب الرئيسي لتخلف المرأة في المجتمعات النامية، هو حرمانها من التعليم الحديث، وهناك ارتباط بين حرمان المرأة من التعليم، وبين القيم المتصلة بمكانتها ودورها الاجتماعيين، وبين مفهوم الرجل عنها، بل ومفهومها هي عن نفسها من خلال التنشئة الاجتماعية والممارسة السلوكية.

ومن هنا نلاحظ أنه لا بد من وعي النساء أنفسهن بحقهن أولاً إلى جانب وعي المجتمع بنفسه لذلك، مع العلم أن تعليم المرأة في المجتمعات النامية قد بدأ تاريخياً بعد تعليم الرجل.¹²

ذلك لأن الاعتراض الاجتماعي بقدرتها مازال يوصف تحت وطأة التصورات القديمة وهذا التخلف يبدو واضحاً فيما يتصل بالمرأة الريفية والبدوية.

وطبيعي أن تخلف تعليمها هو الذي أخر حضورها إلى ساحة العمل الاجتماعي، وقلل من إسهامها في تطور المجتمع وأنه من الدوائر السائدة أن هناك تلازماً بين تخلف المجتمعات وتقدمها وبين وضع المرأة فيها، ففي المجتمعات المتقدمة تقوم المرأة المؤهلة بدورها الاجتماعي قياماً كاملاً أما في المجتمعات المتخلفة فإن المرأة تقوم بدور محدود.

المجتمعات وتقدمها وبين وضع المرأة فيها، ففي المجتمعات المتقدمة تقوم المرأة المؤهلة بدورها الاجتماعي قياماً كاملاً أما في المجتمعات المتخلفة فإن المرأة تقوم بدور محدود.

وتشير الدراسات التاريخية إلى أن هناك آراء عدة كانت تقف حائلاً أمام تعليم المرأة وقد كان للحركات الإصلاحية دور هام في تنشيط الفكر الديني والاجتماعي وقد حظيت المرأة في هذا النشاط الإصلاحي باهتمام بالغ وهذا لدورها الهام في الأسرة والمجتمع وقد انقسم المصلحون إلى ثلاث فئات في قضية تعليم المرأة :

¹²أسامة صادق الطيب، المرجع نفسه، ص8.

- **الفئة الأولى:** تعتبر الفئة الأكثر حرصا على بقاءها رهينة البيت بدعوى المحافظة على العادات والشرف والأصول التي خلفها الآباء والأجداد.
- **الفئة الثانية:** تدعو إلى التحرر من رقابة القيود التي تحرمها من نور العلم والمشاركة العلمية والمساواة بينها وبين الرجل في الحقوق والواجبات داخل الأسرة وخارجها .
- **الفئة الثالثة:** هذه الفئة معتدلة إذ تؤكد على ضرورة تعليم المرأة ومحو سحابة الجهالة عن عقلها حتى تتمكن من مسؤوليتها العظيمة في تربية الأجيال الصاعدة التي تعتمد عليها الشعوب في تحرير الوطن وتدبر البلاد.

ومن هذه الفئة في المشرق العربي جمال الدين الأفغاني، عبد الرحمن الكواكبي، وفي المغرب العربي الشيخ عبد الحميد بن باديس والشيخ الفاضل بن عاشور. وقد أجمعت هذه الفئة من المصلحين على أن وضع المرأة يمكن أن يكون مؤثرة في تقدم المجتمع أو تخلفه.

ووضع المرأة مرتبط بقدرتها الاجتماعية، وقدرتها الاجتماعية منوطة بتعليمها، لأن التعليم هو الوسيلة القادرة على تغيير قدرتها وتأهيلها للحياة الجديدة.

وقد بينت الدراسات في العالم أجمع أن العلاقة وثيقة بين مستوى تعليم المرأة، ومستوى وفيات الأطفال، حيث أن ارتفاع مستوى تعليم المرأة يترافق مع تديني نسبة وفيات الأطفال. كما أن الدراسات بينت الترابط بين مستوى تعليم المرأة واستعمالها للخدمات الوقائية والعلاجية التي تتطلبها المحافظة على صحة أطفالها. كما أظهرت الدراسات أيضا تأثير مستوى تعليم المرأة في مستوى خصوبتها، فكلما ارتفع مستوى تعليمها، انخفض عدد ولاداتها، وطالت فترة التباعد بين ولادة وأخرى، مما له مردود مفيد بالنسبة لصحة الأولاد وصحة الأم وصحة الأسرة

4. **المرأة والعمل الخارجي:** إن للعمل قيمة كبيرة في حياة الإنسان السيكولوجية والاجتماعية، وإن التغييرات الإيديولوجية والتكنولوجية قد أدت إلى دخول المرأة للعمل والإنتاج فخلقت إنسانا جديدا له مميزاته وخصائصه النفسية المختلفة عن خصائص المرأة القديمة التي محيطها الأسرة والمنزل والأهل والأقارب.

ويمكن أن نعرف العمل على أنه الجهد الذي يبذله الإنسان سواء كان عقليا أو بدنيا للمشاركة في خدمة الفرد والمجتمع ويهدف إلى الحصول على أجر يساعد الفرد على الوفاء باحتياجاته وتطور ذاته، مع العلم أن

الوظيفة الأساسية والأولى للمرأة هي تكوين أسرة وانجاب الأطفال وتنشئتهم تنشئة تتماشى وأخلاقيات المجتمع الذي تنتمي إليه الأسرة، وهذا الدور مازال قائما ولا جدال فيه، لكن مع التطور التقني والصناعي أصبح للمرأة دور ثان جديد هو العمل الخارجي الذي أضيف إلى أدوارها التقليدية كزوجة وأم.

إن ظاهرة خروج المرأة للعمل كانت وخلال حقبة من الزمن محصورة في الطبقات الدنيا من المجتمع، حيث الفقر يدفع برجال هذه الطبقات بالسماح لزوجاتهم وبناتهم بالعمل خارجا.¹³

ويعرف المثقفون عموما والمؤمنون بنظرية التفسير المادي للتاريخ على وجه الخصوص أن المرأة الأوروبية قد زجت إلى ميدان العمل عند تكون المجتمعات البرجوازية والرأسمالية وانهايار النظام الإقطاعي السائد آنذاك، بعده بدأت معالم التغيير القوية تظهر عند اكتشاف الآلة البخارية وقيام الثورة الصناعية الكبرى، وعندئذ هاجر آلاف بل الملايين من القرويين والفلاحين من قراهم إلى المدن الكبرى باحثين عن العمل لدى الرأسمالي الجشع الذي يعطيهم القنات مقابل ساعات العمل الطويلة، وبقي الأطفال والنساء ينتظرون رب الأسرة، الذي ذهب إلى المدينة ليعولهم، فلا الأب عاد ولا دراهمه وصلت، بعدها اضطرت النساء والأطفال القابعون في الأرياف في الزحف إلى المدن بحثا عن لقمة العيش هذا ولا يمكن لأحد أن ينكر أثر الحربين العالميتين في زيادة تحرر المرأة من جهة وانتشار اشتغالها بشتى الوظائف من جهة أخرى، ذلك لأن الحرب العالمية الأولى طلبت من جميع الرجال القادرين على حمل السلاح الانخراط في سلك الجندية، وهكذا خلت أعمال ووظائف كثيرة وخاصة بالمصانع من شاغليها من الذكور وتحتم ملؤها بالإناث، فلما وضعت الحرب أوزارها صار من الصعب على الكثيرات من النساء ترك العمل والعودة للإقامة بين جدران المنزل.

إلا أن الحرب العالمية الثانية كانت أكثر تغييرا للمجتمعات التجارية وتلك التي تأثرت بها دون المشاركة بها من الحرب العالمية الأولى، فقد جندت النساء وبخاصة بالدول الغربية في القوات العسكرية الجوية والبرية والبحرية. و أصبح بعد انتهاء الحرب من الصعب على النساء التنازل عن حريتهن التي تحصلن عليها خلال الحرب وأن يقمنا في البيوت خاصة وأن الحرب قد حصدت العديد من أرواح الرجال.

وبهذا تعتبر الحرب العالمية الثانية معلما تاريخيا في حركة تحرر المرأة وحصولها | على حقوق مساوية لحقوق الرجل.

¹³ رؤوف بلعقاب، المرجع نفسه، ص 9

هذا ويزداد خروج المرأة للعمل بصورة أكبر يوماً بعد يوم وهناك اتجاه عالمي نحو إعطاء المرأة حرية أكثر وذلك بعد أن ثبت أنه ليس هناك فرق بين الرجال والنساء فيما | يتعلق بالذكاء والمهارات والقدرات، وفي حالة وجود فروق كثيرة بينهما فيما يتعلق بهذه العوامل فإنها عندئذ تكون نتيجة الثقافة لا الفطرة .

5. المرأة والعمل المنزلي :

من أهم المشاكل التي تواجه المرأة العاملة هي التوفيق بين عملها المنزلي و عملها في المؤسسة أو ما يعرف بالفصل بين العمل المنزلي والعمل المهني لدى المرأة أو ما يسميه البعض بصراع الأدوار وهذا يعني أن هذا الصراع يكون بين متطلبات البيت وتربية الأطفال فهذه الوظائف يعتبرها المجتمع منذ القديم وظائف خاصة بالمرأة وحدها وهي متطلبات العمل لها.

إن للمرأة أعمالاً أصلية، وهي الأعمال المنزلية اليومية والمتمثلة في مختلف الأعمال التي تقوم بها المرأة، من تنظيف المسكن، وغسل الملابس وكيها، وتهيئة الطعام، وخدمة الزوج ورعاية الأطفال وكل ما يتعلق بهم من رعاية صحية، وتربوية، ونفسية، بالإضافة إلى خدمة باقي أفراد الأسرة إذا كانت أسرة ممتدة .

إن الأشغال المنزلية التي تقوم بها الزوجة العاملة تحتل حيزاً كبيراً من حياتها الأسرية وهو . كما ينظرن إليه نشاط يعبر عن هويتهم كنساء ويستغرق مدة زمنية كبيرة وجهدا مضاعف بالنسبة للمرأة العاملة ونتيجة لذلك تشعر الزوجة العاملة بالإرهاق، وهذا الإرهاق هو الذي يؤدي إلى إحساسها بالصراع، أضف إلى ذلك مشاكل الزوج والأطفال وهذا كله يجعل تفكيرها مشتت، ويسبب لها ارتباك الذهن وعدم التركيز في عملها وبالتالي يؤدي بها إلى التقليل في الإنتاج.

إن المرأة العاملة كثيراً ما تجد نفسها أمام مطالب وتوقعات متعددة واختيارات صعبة قد تكون مستحيلة، فما ينتظره البيت منها لا يمكن أدائه نتيجة عملها الخارجي، وما يتوقعه الزوج تحول دون حاجات الأطفال ومطالب البيت وضيق الوقت ونقص الجهد، وما تتمناه لذاتها قد لا يتاح لها عندما تجد نفسها موضوعة دائماً أمام اختيارات وأولويات متعددة في تأجيل هذا وتقديم آخر حتى تتمكن من المحافظة على الحد الأدنى من استمرارية الحياة¹⁴

¹⁴ رؤوف بلعقاب، مرجع سبق ذكره، ص 10-11

المطلب الثالث: تطور مركز المرأة

لا يستطيع المجتمع إجراء تغيير في التفاعل الاجتماعي داخل الأسرة بصورة مباشرة ولكنه يستطيع تغيير المتغيرات الأساسية التي تؤدي بالضرورة إلى تغيير داخلي.

حيث أن المجتمع يمكن أن يغير التفاعل بين أفراد الأسرة من خلال التغيير الاجتماعي الحاصل فيه كدخول التكنولوجيات الحديثة (القنوات الفضائية، وسائل التواصل الاجتماعي، الأنترنت وغيرها) تجعل التفاعل بين الأفراد يقل، أو خروج المرأة للعمل. وهي أحد الأطراف الأساسية في الأسرة - يؤدي إلى تغيير في العلاقات الأسرية سواء بالسلب أو الإيجاب.

ولكي تتحقق المجتمعات التنمية الاقتصادية لابد من أن تساهم المرأة في مجال العمل المجاور لأنها تعتبر موردا اقتصادية هاما، كما تساهم في العملية الإنتاجية بشكل كبير، باعتبارها نصف المجتمع ولا يمكنه الاستغناء عنها، وكما تعتبر جهود المرأة أساسية حتى في إعادة تشكيل البناء السياسي للمجتمع، إضافة إلى الفروض التي منحت لها في استغلال مواهبها وقدراتها في البناء "حيث أصبح الآن يزداد عاما بعد عام اشتراك في الحياة الاقتصادية والاجتماعية التربوية والسياسية وأصبحت تتعلم الآن مثلها مثل الرجل وتشاركه مقاعد الدراسة، كما أصبحت تشتغل وتتكسب مثله تماما". أصبحت المرأة مستقلة غير تابعة للرجل من الناحية الاقتصادية، كما استطاعت أن تثبت ذاتها وتعتمد على نفسها، لكن ليس دائما لأنها تبقى بحاجة لحمايته (الرجل) من الناحية الاجتماعية ويبقى الرجال قوامون عن النساء.

وقد كانت في الماضي مجرد شيء أو متاع لا تملك ولا تتمتع بأية حقوق بعيدة عن الحياة العامة الاجتماعية والاقتصادية وغيرها.

وقد كان الغرب يقولون بأن العالم العربي يهمل النساء ويعتبرهن كمتاع ولا يبدو لهن إلا احتراماً طفيفاً.

والمتتبع لحياة المرأة عبر التاريخ يجد بأنها كانت في بعض المجتمعات أقل مكانة وتأثيراً في الحياة من الرجل، لكن الإسلام جاء وأعطاهما كامل حقوقها، حيث كانت في الجاهلية تواد حية وينظر إليها

على أنها تجلب العار لعائلتها، وأصبح من حقها أن تتعلم وان تعمل وتجتهد في أمور دينها، كما ظهر الآن اتجاه عالمي يعطي حرية أكثر للمرأة ورفع القيود التي كانت تعيق حركتها¹⁵.

ومن مظاهر التغيير الذي طرأ على حياة المرأة أيضا هو دخولها المجال السياسي، حيث كانت من قبل لا تنتخب، وإذا انتخبت في بعض المجتمعات فلا بد من توفر شروط، مثال: في سوريا ليس لديه الحق في الانتخاب إلا كان لديها مستوى تعليمي ولو ابتدائي، أما الآن فقد أصبح من حقها الانتخاب وحتى الحق في الترشح ومشاركتها في المجالس الشعبية والأحزاب السياسية مثلها مثل الرجل، وقد قامت حركات تطالب بتحرير المرأة والمطالبة بحقوقها وكان ذلك في مصر سنة 1952 ومن نتائج هذه الثورات أيضا أنها دعمت من حق المرأة في العمل وبذلك اقتحمت مجالات المختلفة في قطاعات الإنتاج والخدمات، وأما المرأة الجزائرية فقد أدلت بصوتها في الانتخاب لأول مرة في الاستفتاء الشعبي على الدستور الفرنسي الجديد سنة 1956.

وتدرجيا أيقنت مختلف المجتمعات أهمية دور المرأة في المجتمع وانها تمثل نصف القوة البشرية وبذلك أصبح لها تأثير في حياة المجتمع، غير أنه في المجتمعات العربية لا يسمح للمرأة بالعمل إذا أصر الرجل على ذلك، أي أنها تابعة للرجل " ويمكن أن نلخص التطور الذي حدث في مركز المرأة في نقاط أهمها:

- 1- رفع القيود الصارمة عليها وإتاحة الفرص لها للخوض في مجالات مختلفة منها المجالات الثقافية والفنية والرياضية وغيرها.
- 2- إتاحة الفرصة للمرأة للتعليم تعليما عاليا.
- 3- إتاحة الفرصة للمرأة للعمل بالوظائف المختلفة.

1. مكانة النساء في المجتمع التقليدي:

هناك مجتمعات تستطيع فيها المرأة أن تكسب مكانة وقوة عن طريق عملها الإنتاجي، أما في المجتمعات التقليدية فلا يمكن لها أن تترجم نشاطها إلى قوة إلا إذا سمح لها الرجل بذلك.

ونجدها في هذه المجتمعات القائمة على أساس التفرقة بين الجنسين من حيث المهن ونوعية الوظائف ومستوى الأجور، حيث أنها تعمل في المهن الهامشية وأجرها أقل بكثير من أجر الرجل وبهذا تظل المرأة تابعة له ومعتمدة عليه.

¹⁵ رؤوف بلعقاب، مرجع سبق ذكره، ص13.

أي أن الرجل يبقى المنفق على زوجته ، هذا من الناحية الاقتصادية ومن الناحية الاجتماعية يبقى هو المسيطر والقائم على الأسرة، كما نجد في المجتمعات التقليدية في جنوب شرق آسيا وشمال إفريقيا والشرق الأوسط، الرجل يفرض سيطرته على المرأة ويتحكم في سلوكها وتخضع له خضوعاً تاماً. أثبتت دراسة قام بها موسى شتيوي (أستاذ علم اجتماع بجامعة الأردن) أن دور المرأة الأردنية ما زال تقليدي أي أن المجتمع الأردني ينظر إليها على أنها ربة بيت في غالب الأحيان، وإذا كان من حقها أن تعمل فإن المهنة المتاحة لها تكون في التعليم والتمريض، وبذلك تحس النساء الأردنيات بأنهن مقيدات وحرتهن محدودة جداً، بالإضافة إلى وجود تمييز بين الجنسين الرجال والنساء خاصة في الأجور

1. مكانة النساء في المجتمع الحديث:

لقد تغيرت نظرة المجتمع الحديث للمرأة مما غير دورها ومكانتها الاجتماعية، وما زالت تتغير إلا أن درجة هذا التغير تختلف من مجتمع لآخر، لكن الملاحظ أن نسبة النساء العاملات في العالم في زيادة مستمرة وسريعة نظراً للتطور الاقتصادي الحاصل.

وقد اثر عمل المرأة على وضعها النسبي في المجتمع حيث أعطاهما استقلالاً وحرية لم تتمتع بها من قبل، الأمر الذي جعل حقوقها وامتيازاتها تمتد إلى مجالات عديدة كالتعليم والأنشطة الثقافية والرياضية.

كما بدأت النساء العاملات في التحرر من تربية الأطفال حيث يرسلنهم إلى دور الحضانه والمدارس عند بلوغهم سن التمرس، كما تحررن من تربية العدد الكبير منهم، وذلك بإنجاب أقل عدد باستخدام أساليب تنظيم النسل¹⁶.

¹⁶ رؤوف بلعقاب، مرجع سبق ذكره ص ص 15-16.

المطلب الرابع: تطور المرأة الجزائرية

1. المرأة الجزائرية ووضعتها في الأسرة:

- وضعية المرأة في البنية التقليدية:

لفهم وضعية المرأة لابد من الانطلاق من الرجل، سواء ثارت أو استسلمت، سواء قبلت أو رفضت وضعيتها، الجزائرية تتطور في عالم أنشأ خصيصا للرجل، من طرف الرجل ولأجل أفضليته، إنه الأب، الأخ، العم، الزوج، هم الذين يضعون القانون. سلوكات المرأة الجزائرية ما هي سوى نتائج و انعكاس لسلوكات الذكر اتجاهها منذ الصغر تترعرع البنت الجزائرية في وسط يحيط بها التعسف والقهر وجو تحيطه مجموعة من القيم والتقاليد لا يمكن الخروج عنها وحتى تظل المرأة محل احترام وتقدير من طرف الجميع، فلا يمكن لها المعارضة وفرض عليها حصار اجتماعي و أعتبر ذكر اسمها في أي محفل بمثابة قلة أدب.

ويفسر المؤرخون هذا الاتجاه المتمثل في إبقاء المرأة في البيت وغياها عن ممارسة أي نشاط خارجي يكون دور المرأة الجزائرية في ذلك الوقت هو المحافظة على الهوية الجزائرية حيث كان لزاما على الرجل أن يحمي المرأة حتى لا تصطدم مع المستعمر بحيث اتجاه المستعمر، المجتمع الجزائري أغلق على نفسه لأجل الحفاظ على القيم المكونة الشخصية الجماعية.¹⁷

وهكذا أصبحت المرأة حارسة للمنزل ومن هذا شعر الرجل بالأمن لأن مكوث المرأة بالبيت بعني المحافظة على أصله وجذوره. والنتيجة أن المرأة كانت تتميز بموقف انعزالي بالنسبة لعالم الرجل. وتصبح المرأة في البنية التقليدية امرأة بالإنجاب، ولا تصبح أما من الناحية الاجتماعية إلا عندما تنتهي من تربية أبنائها وتزويجها لهم، وكذلك عندما ترى أحفادها، الأم هي قبل كل شيء الوالدة، تلك التي أعطت أبناء الخلف زوجها ومن هنا تجد وضعيتها وتفرض احترامها في العائلة بواسطة إنتاجها الديمغرافي، وكلما أعطت عدد أكبر من الأبناء الذكور أكثر من البنات كلما زاد تحسن وضعها في عائلة زوجها.¹⁸

¹⁸ بن زيان مليكة، مساهمة المرأة الريفية في تنمية المجتمع المحلي -دراسة ميدانية بريف تلمسان، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، 201-2011،ص15.

المبحث الثاني: ماهية التلفزيون

يعد التلفزيون أكثر الوسائل الاعلام انتشاران فهو موجود في كل مكان، في المنازل، في النوادي، في المقاهي، الاماكن العامة، ويعتبر اقوى الوسائل الاعلامية تأثيرا على المجتمع بصفة عامة وعلى الفرد والمرأة بصفة خاصة.

المطلب الاول: تعريف التلفزيون وخصائصه

أولاً: تعريف التلفزيون

التلفزيون مؤسسة اجتماعية مكونة من مجموعة من المصالح الادارية والتقنية التي تضمن بث الحصص والبرامج الاعلامية المصورة بواسطة الكهرباء وبطريقة استعمال التقنيات الحديثة.¹⁹

يأتي التلفزيون على رأس وسائل الاتصال الجماهيري لما له من أهمية في حياة الناس من خلال مميزاته من صوت وصورة ولون، وقد كان حل تجارب من طرق العلماء لفترة زمنية طويلة في وصوله لما عليه في وقتنا الحالي.²⁰

ولعل من أهم التعريفات التي تناولت شخصية التلفزيون كنظام إرسال معقد، تلك المحاور التي ناقشها البروفيسور جون كورن الاستاذ في جامعة ليفر بول في بريطانيا والمتخصص في مادة جماليات التلفزيون، وتناول فيها تعريف التلفزيون من خلال ثلاثة محاور وهي:

- **التلفزيون وسيلة اتصال إلكترونية:** أن التلفزيون ينتج صور وأصول إلكترونية سواء كانت حية أم مسجلة، وبعد زمن يجري بثها وبالتالي فان الأساس الإلكتروني لأنظمة التلفزيون يعد احد الجوانب الأساسية لشخصية التلفزيون
- **التلفزيون وسيلة اتصال بصرية:** فمقدرة التلفزيون على إنتاج صور متحركة حية مباشرة أو مسجلة تعد أهم السمات التعريفية له كوسيلة، فالتلفزيون لديه المقدرة على إعطاء المشاهد مفهوم "انظر بنفسك" ويعد ذلك من دائم الثقة بين التلفزيون وجماهيره
- **التلفزيون وسيلة اتصال جماهيرية ومنزلية:** ذلك إن الطبيعة الجماهيرية للبث التلفزيوني احد المعالم المهمة المميزة للتلفزيون، وهذه الطبيعة ذات تأثير مهم على طبيعة الجهاز، وعلى الأساليب المتميزة التي يفكر بها

¹⁹ مراد زعيبي: مؤسسات التنشئة الاجتماعية، منشورات جامعة باجي مختار، د ت، عناية، ص170.

²⁰ طارق سيد أحمد الخليلي: فن الكتابة الاذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2008، ص100.

التلفزيون بصدد الأنواع المختلفة من مشاهدته، وعلى كيفية مخاطبة هذه الأنواع وكيفية تنظيمه لتصوير الواقع والخيال.²¹

ثانياً: خصائص التلفزيون

يعد التلفزيون من أهم وسائل الاتصال في العصر الحديث نظراً لخصائصه التقنية التي تميزه عن باقي الوسائل، ويتلك كذلك خصائص فنية تعمل على التأثير في المتلقين فيستخدم الصورة والصوت.²²

- الاعتماد على حاسي السمع والبصر لذا يؤثر على الناس واهتمامهم و يثير مشاعرهم
- وسيلة من السهل الوصول إليها حتى تصل الصورة والصوت إلى المشاهدين دون جهد و عناء فالصوت والصورة تتيحان للمشاهد الراحة التامة في الاستماع والرؤية دون جهد سمع بصري
- الاعتماد على عنصر الحركة الموافق للصورة والصوت لتقييم البرامج والأفلام والأغاني ما يرافق ذلك من عناصر الترفيه و التسلية، فالحركة تعطي حياة و فعالية وديناميكية لعرض اللقطات بشكل منسجم ومتوافق فتوحي بالنقل الصادق والحقيقي وتقديم الحركة للمشاهد بشكل بطيء أو سريع وفق لأغراض العرض وأهدافه والتعبير عن البعد المكاني والزمني مما يجعل الحركة في صورة التلفزيون مميزة تجذب انتباه المشاهد.
- سهولة وصوله إلى أي مكان تسهل جهد الانتقال والذهاب إلى أي مكان و ييسر الوقت و الجهد والتنقل .
- وسيلة مناسبة لعرض الإعلانات لإقبال الناس على مشاهدته
- اختصار الزمن بين الحدث وعرضه لإمكاناته الفنية
- نقل أحداث واقعية ومعلومات دقيقة لامتلاكه للآلات و الأجهزة
- وسيلة جذب إعلامية حضارية لا بد من الإستفادة منها بطريقة فعالية²³
- يحض المشاهد بدرجة أكبر من المتعة والاندماج لتفوقه في نقل الأحداث والمناسبات الهامة.
- بإمكانه نقل أماكن يصعب مشاهدتها و متابعة ما يجري في أنحاء العالم ، فاستطاع أن يصغر العالم وأن يحوله لقرية عالمية.²⁴

²¹ جون كورن :التلفزيون والمجتمع -الخصائص -التأثير - النوعية - الإعلانات (ترجمة أديب خضر) دمشق - سلسلة المكتبة العالمية العدد 25 / 2999 م ،ص 263.

²² رانيا ممدوح صادق: الاعلان التلفزيوني، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص15.

²³ عبد الفتاح أبة معال: أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال و تثقيفهم، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان ، ط 1، 2006، ص 78

المطلب الأول: نشأة وتطور التلفزيون

نشأة التلفزيون في العالم : يرتبط ظهور التلفزيون باسم العالم البريطاني جون بيرد الذي يرجع إليه الفضل في اختراع التلفزيون و في عام 1924 استطاع هذا العالم نقل صورة باهتة لصليب صغير عن طريق أجهزته التجريبية على شاشة معلقة على الحائط، إن ظهور التلفزيون إلى الوجود نتيجة جهود عدد من العلماء البريطانيين والأمريكيين والألمان والإيطاليين.

● **بريطانيا :** بدأت تجارب إدخال التلفزيون منذ سنة 1925 حينما ظهرت شركة للتلفزيون أنشأها " جون بيرد" ، و هو مهندس اسكتلندي اختراع وسيلة ميكانيكية لعرض الصورة و في نفس السنة أجريت تجارب لنقل الصور سلكيا.²⁵

و في سنة 1927 أثبت جون بيرد أن التلفزيون أصبح حقيقة و نجح في نقل الصورة على الشاشة الصغيرة، و بعد هذا النجاح الهائل تأسست شركة بيرد وأعلنت عن إرسال إذاعة تلفزيونية لبرامج خاصة، وأخذ يهتم بالتلفزيون الملون.

بدأت هيأت الإذاعة البريطانية BBC تجاربها سنة 1929 وبدأت أول إذاعة تلفزيونية رسمية سنة 1929 غير أن البرامج التلفزيونية لم تكن منظمة.²⁶

● **أمريكا:** في سنة 1927 تم إرسال صورة تلفزيونية عبر دائرة مغلقة من واشنطن إلى نيويورك عبر خط سلكي

وفي سنة 1928 بدأت شركة جنرال إلكترونيك الأمريكية نظاما للبث التلفزيوني و تبعتها شركة NBC بثها في نيويورك 1 في سنة 1935.

في سنة 1929 استطاع العالم الروسي فلاديمير زوركين تطوير اختراع صمام الكاميار (الإيكونسكوب) أمكن نقل الصوت والصورة عبر الأثير.

قامت شركة RCA في عام 1930 بأول تجربة علنية للإرسال والاستقبال التلفزيوني في مدينة نيويورك لكن التجربة لم تلق نجاحا جماهيريا لعدم وضوح الصورة مقارنة بالصور التي كانت تشاهد على شاشة السينما. سنة

²⁵ طارق سيد أحمد الخليفة: فن الكتابة الإذاعية و التلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، د ط 1، 2008، ص 30

²⁶ عمر عبد الدايم: القنوات الفضائية و تطور الانتاج التلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، د ط، 2008، ص 22.

1930 أصبح فلاديمير زوكين على رأس فريق مكون من حوالي أربعين مهندسا يعملون في شركة RCA في ولاية نيويورك و أخذ فريق زوكين يطور اختراعه حيث استطاع أن يقدم في المعرض العالمي الذي اقيم في مدينة نيويورك سنة 1939 جهازا لتلفزيونيا بنظام الكتروني كامل.

كانت أول خدمة تلفزيونية في العالم ظهرت في ألمانيا 1935 وكانت إحدى الإنجازات التي افتخر بها الألمان واستخدموها في استعراض تفوقهم على الآخرين خلال دورة الألعاب الأولمبية التي أقيمت في برلين.

في سنة 1936 كانت الصورة التلفزيونية تنقل من الملاعب الرياضية إلى صالات السينما والفنادق وقاعات المشاهدة الجماعية في النوادي لتشاهدها الجماهير .

مع نشوب الحرب العالمية الثانية عام 1939 توقف الإرسال التلفزيوني جراء التجارب والأبحاث حول الإرسال و الاستقبال و مع نهاية الحرب عاد التلفزيون ليستأنف نشاطه من جديد عام 1946 في أمريكا.

وفي عام 1948 ارتفع عدد محطات الإرسال التلفزيوني في أمريكا من 17 محطة إلى 41 محطة ودخل التلفزيون مجال الاستخدام الجماهيري على نطاق واسع.²⁷

وفي سنة 1951 أخذ التلفزيون يخط طريقه في الانتشار وإدخال الألوان ولم يتوقف البحث و التطوير في المجال التلفزيوني و على جميع المستويات بدءا من تطوير أجهزة الإرسال والإستقبال، وانتهاء بتطوير مضمون الأخبار و البرامج التلفزيونية و أشكالها.

ومع انتقال التلفزيون من البث عبر محطاته الأرضية إلى البث عبر الأقمار الصناعية و خلقت المحطات الفضائية أسسا جديدة للعمل التلفزيوني و ذلك سعيًا من كل محطة لإثبات تميزها، فمنها من لجأ إلى التخصص كالمحطات الإخبارية و محطات الموسيقى و محطات للأطفال.²⁸

● نشأة التلفزيون في العالم العربي :

قد تأخر في دخوله إلى العالم العربي قرابة ثلاث عقود و قد شهدت الجزائر أول بث تلفزيوني سنة 1956 و آخر محطة تلفزيونية كانت محطة تلفزيون المحطة اليمنية في صنعاء بتاريخ 1975

²⁷ . فؤاد أحمد الساري: وسائل الإعلام النشأة و التطور، دار أسامة، عمان، د ط، ص330.

²⁸ عاصف حميدي، العمل الإذاعي و التلفزيوني، مطابع الصفرة، أبو ظبي، ط1، 2004، ص20

أما البث التجريبي فقد شاهدت مصر أول تجربة في عام 1951 والعراق عام 1953 ولبنان 1954 والمغرب 1954.²⁹

كانت بداية البث التلفزيوني في الجزائر عام 1956 و هي تعتمد على نظام الشبكات الفضائية لاتساع مساحتها، وتستخدم الأقمار الصناعية في مد الإرسال إلى الأماكن النائية ، و قد أنشأت الجزائر أربع عشر محطة أرضية غير قياسية و يستخدم التلفزيون الجزائري نظام بال في البث الملون.³⁰

المطلب الثاني: وظائف وأهمية التلفزيون

أولاً: وظائف التلفزيون

● الوظيفة الترفيهية :

من بين الأسباب الرئيسية لاستقطاب التلفزيون لأعداد كبيرة من المتلقين، تقديمه لخدمات الترفيه الممركزة حول التسلية والمتعة والتشويق والإثارة ، حيث يجد المتلقي ضالته في الاستراحة من جدية أو هزلية الحياة اليومية الخاصة أو العامة، وعلية فإن المشرفين على خريطة وهندسة البرمجة التلفزيونية يجتهدون في توفير هذه الخدمات بكثرة ولو أضطر الأمر إلى شرائها بأموال باهظة المهم هو استقطاب أكبر عدد ممكن من المشاهدين لتحقيق غايات معينة ، قد تكون ذات طبيعة تجارية أو إيديولوجية، حيث يجد المشاهد نفسه أمام أطنان وأكوام من البرامج الغنائية والرياضية والمسابقات والأفلام والمسلسلات قد يخلق هذا النوع من البرامج بعض الترفيه والتسلية لكنه في نفس الوقت قد يكرس ويحدث توجهات سلوكية سلبية نظرا لطغيان مرجعياتها الأجنبية والتي يمكن إجمالها فيما يلي:

- تكريس العقلية والعلاقات الاستهلاكية -تكريس الترة الفردية على حساب الترة الجماعية.
- تكريس ثقافة العنف والقوة ومنطق الغاب
- تكريس التبعية لآخر.³¹

²⁹ أسامة ظافر كبارة، برامج التلفزيون و التنشئة التربوية و الاجتماعية ، دار النهضة العربية، بيروت ، ط1، ص145.

³⁰ عاصف حميدي، مرجع سابق، ص25.

³¹ محمد الصدوقي، الصفحة الرئيسية - الصحافة والاعلام، وظيفة التلفزيون في المجتمع العربي، العدد1671، 2006، ص95.

● الوظيفة الإخبارية :

الأخبار من بين الوظائف التقليدية للتلفزيون الأخبار بالمستجدات والأحداث الوطنية والإقليمية والدولية غير أنه من الملاحظ عربيا أن جل هذه الأخبار على المستوى الوطني يتمركز حول الأخبار الرسمية للدولة الحاكمة والدعاية والمبالغة لها ويتم في الغالب إغفال أنشطة وأحداث المجتمع المدني أو السياسي المعارض والمخالف للتوجهات الرسمية على الخصوص، أما على مستوى الأخبار الدولية فإن معظم هذه الأخبار تنقل عن مرجعيات غربية خاصة، وكما هو معروف فإن هذه المرجعيات تتحكم فيها وكالات الأخبار الغربية والتي تكيف وتخرج وتنشر الأخبار المتلفزة أو المكتوبة حسب المصالح الحيوية والإستراتيجية للدول الغربية وحلفائها

● الوظيفة الإشهارية:

يهدف الإشهار التلفزيوني إلى تعريف الجمهور العريض ببعض السلع والمنتجات الاستهلاكية ويمكننا القول بأن أغلب الوصلات الإشهارية تقدم في قوالب نفسية لاشعورية وغريزية لا يهتما في ذلك لا ثقافة المتلقي ولا شخصيته الإنسانية ولا خصوصياته الأسرية، حيث يطغى على جل الوصلات الإشهارية قيمة الإغراءات الجنسية المشروطة بطريقة بافلوفية بالإنتاج موضوع الإشهار، وإن اغلب هذه الوصلات الإشهارية تقدم قيم ثقافية سلبية تكرر التبعية والاستلاب الاستهلاكي، كما أن الإشهار في التلفزيونات العربية لا يقتصر على إشهار السلع المادية بل تطرقنا كذلك في الوصلات الإشهارية للسلع الرمزية والسياسية للأنظمة الحاكم.³²

● الوظيفة الإيديولوجية السياسية:

يمكننا القول بأن التلفزيون العربي وخصوصا الرسمي تكاد تهيمن عليه الوظيفة الإيديو - سياسية مضامين جل المنتجات التلفزيونية والإعلامية إذ تتشابه السياسات الاتصالية الفعلية من حيث سعيها إلى دمج الإعلام في مؤسسات رموز السلطة وتوظيف الإعلام سياسيا وإدعائنا على حساب وظائف الإعلام الأخرى، وربما هذا ما يفسر الاحتكار المستمر للتلفزيون الرسمي من طرف الأنظمة القائمة وجعله مجرد مؤسسة حكومية محتكرة وتابعة للدولة الحاكمة وعدم السماح بالتعددية التلفزيونية .

أسامة ظافر كبارة، برامج التلفزيون و التنشئة التربوية و الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، 149. ³²

جعل التلفزيون يساهم في تكريس ونشر الوعي السياسي وذلك بترسيخ قيم الديمقراطية وحقوق الإنسان وحقوق المواطنة وحرية التعبير والحق في الاختلاف في إطار قيم الوحدة الوطنية والقومية والإنسانية.³³

● الوظيفة النفسية والاجتماعية:

يعمل التلفزيون كمتنفس عن الكثير من المشاعر المكبوتة عند الافراد وقد تخلصه ولو لمدة محدودة من الشعور بالقلق والخطر، كما يساعد التلفزيون في تنمية شخصية الفرد وخاصة الطفل اجتماعيا بتبصيره بنماذج السلوك المرغوب فيه اجتماعيا من خلال البرامج الهادفة، كما يساعد على ادراك الأدوار الاجتماعية المختلفة، وينمي في نفسه الميل إلى اللعب الجماعي مع بيان أهمية دوره كفرد في الجماعة، كما تساعد البرامج التلفزيونية الواعية على اكساب القيم الاخلاقية والدينية المختلفة التي تساعد على التعامل مع أسرته ومجتمعه بأسلوب لائق في مختلف المواقف التي يمكن أن يتعرض لها في حياته اليومية وتتضح هذه المفاهيم كلما تقدم في السن.³⁴

● الوظيفة التربوية:

يعتبر التلفزيون مصدرا اخر للتعلم بل يعد من النماذج الفعالة في تعليم الاطفال، وهو نموذج التعلم بالمشاهدة أو الملاحظة كما تقرره النظرية السلوكية المعاصرة، وطبيعة التلفزيون توفر انماطا شتى للتعليم الفعال: تعلم معرفي، تعلم اجتماعي، تعلم معنوي ولقد بدا الاهتمام مؤخرا ببرامج تربوية قائمة على التعلم الواعي الذي يهتم بعامل السن وما يتبعه من خصائص كل مرحلة عمرية، وتزيد البرامج التربوية من خبرات المتلقين سواء في المجال اللغوي أو المعرفي أو المجال الاجتماعي والاقتصادي أو الصحي أو البيئي... الخ.³⁵

ثانيا: أهمية التلفزيون

يعتبر التلفزيون من أبرز الاكتشافات في القرن العشرين في ميدان الاتصال لكل المزايا التي يتفوق بها على وسائل الاتصال الاخرى، حيث يجمع بين الصوت والصورة خاصة بعدما اصبحت ملونة واستطاع أن يحقق انتشارا في كل أنحاء العالم، ومع الازدياد الاقبال عليه باعتباره وسيلة تصلح للكشف عن الشخصية وملاحظتها أكثر منها لنقل الاحداث.

³³ جمال ابو شنب مُجَّد، نظريات الاتصال والاعلام، المفاهيم -المدخل النظرية- القضايا، دار المعرفة الجامعية، ط1، النشر والتوزيع، 2003، ص135.

³⁴ اديب خضور، سيكولوجيا الترفيه في التلفزيون، ط1، دار امانى عمر الحسني، الجزائر، 1999، ص11.

³⁵ عاطف شحاتة زهران، التلفاز وتنشئة الطفل الاجتماعية، مجلة الوعي الاسلامي، العدد 341، 1994، ص66.

وبالمقابل هو وسيلة معقدة تستخدم لغة الكلمات والصور المرئية والصوت وتوليد الانطباعات واثارة افكار الناس.

ولذلك فان قطاعا معتبرا من المثقفين الغربيين يعتبرون أن التلفزيون يقدم منفعة تلهي عن القلق في حياة الوحدة والعزلة، والنزاعات العائلية ويشكل اداة للديمقراطية والحوار ... الخ.

ان نمو التلفزيون الهائل لم يقتصر على اتساع رقعة انتشاره والزيادة لعدد اجهزة استقبال ارساله، بل تعدد إلى نوعية وكمية انتاجه وارساله ومتابعته، وكان ذلك يفضل تتابع الاختراعات التكنولوجية التي ساهمت في تطوير الاقمار الصناعية والكابلات والفيديو والكاسيت والتقنيات المتطورة لتحسين الصورة والصوت والمادة الاعلامية، بفضل كثافة الدراسات النفسية والاجتماعية وابحاث الاتصال الجماهيري المكرسة.

ان التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية لم تعد مجرد اداة لنقل الاخبار المصورة، مسجلة أو مباشرة عبر الاقمار الصناعية بل اصبحت تتميز بقدرة خارقة على الاقناع والتأثير والسيطرة يرى (مارشال ماكلوهان) أن الوسيلة الابلق في التأثير من الرسالة وهو صاحب المقولة الشهيرة الرسالة هي الوسيلة، وان كل الوسائل التي اخترعها الانسان في الكون هي امتداد الحواس، ويرى ان التلفزيون وسيلة مهمة لتغيير المجتمع، بعدما استطاعت أن تجعل العالم كله قرية كونية صغيرة لذا اعتبر هذا الفيلسوف الكندي ان هذا الجهاز ارجع الانسان إلى محيطه الطبيعي، بعد أن ابعده الطباة عنه وجعلته يستعمل حاسة النظر فقط، مما جعله اسيرا للمطبوع ودفعته للاغتراب منذ القرن الخامس عشر مما يمكنه من استعمال جميع حواسه، ويرى (ماكلوهان) انه مادامت الوسيلة جيدة فالرسالة ستكون كذلك وتسمح المشاهدة بالمشاركة والتفاعل العميق مع جهاز التلفزيون.

وفي رأي اخر اصبحت هذا الاخير صورة من صور السلطة السياسية والاقتصادية فلا توجد سلطة لا تحكم بالسيطرة عليه لانه يتمكن ببساطة من هيكله خيال الفرد والجماعة والتحكم في الرأي العام إلى درجة أن (مارشال ماكلوهان) يرى أن التلفزيون كأداة أهم من مضمونها، فالناس يشاهدون التلفزيون مهما كانت البرامج المذاعة بحكم انه يفرض سيطرته على البشر، وهذا ما أثبتته دراسة أجراها (كازانوف) و (أوليف) كان من نتائجها أن الجمهور الفرنسي في بداية الستينات لا يعجبه ما يعرض فيه.³⁶

المطلب الثالث: مزايا ومساوئ التلفزيون

³⁶ هبة نسرين بن يوسف، استخدامات المرأة الماكثة بالبيت لقناة الشروق بنة الفضائية - دراسة ميدانية على عينة من نساء حي أولاد سيدي ابراهيم بمدينة المسيلة-، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، المسيلة، 2016، ص26.

أولاً: مزايا التلفزيون

- **توضيح الحدث:** يجمع التلفزيون بين الكلمة المسموعة والصورة المرئية، وهذا ما يزيد من قوة تأثيره على الناس، ويزيد من فائدته في التثقيف لاعتماده على هذين الوسيطتين الهامتين.
- **الاتصال بالأفراد في منازلهم:** هنا لا يضطر الجماهير الى التنقل، وهذا بفضل ما يعرضه التلفزيون من صور صوتية متحركة يستطيع الإنسان مشاهدته في بيته دون التنقل الى مكان اخر، وهذا اعطى للتلفزيون الدور الكبير في مختلف الميادين الثقافية والتربوية والصحية والاجتماعية والإعلامية.
- **تثقيف الأفراد:** حيث يساعد على نقل الثقافة او التراث الثقافي من جيل لآخر، فالتلفزيون عامل من عوامل توحيد الافكار والمشاعر بين افراد الوطن الواحد، فهو يوحد من عادات الناس وتقاليدهم وأنماط سلوكهم وقيمهم، بالإضافة إلى كون التلفزيون وسيلة لتعليم وتزويد الفرد بمعلومات واخبار جديدة لم يكن يعرفها من قبل وخاصة فيما يتعلق الامر بالتكنولوجيا الحديثة، حيث أن التلفزيون يعرض افلام واشرطة واخبار تتعلق بالاكتشافات العلمية.
- **الترفيه والتسلية:** يتميز التلفزيون بميزة الترفيه والتسلية كونه كسائر وسائل الاتصال والاعلام، حيث يقدم للفرد برامج وحصص تساعد على ملء أوقات فراغه ونسيان هموم حياته والروتين اليومي، خاصة انه يعتمد على الصورة والصوت والحركة واللون التي بإمكانها تشويق وجذب الجمهور.
- **تكوين وتنمية الشخصية:** التلفزيون له تأثير ايجابي في نضج الشخصية وتنوع ميول الافراد ورغباتهم، فمن خلال مشاهدة برامج وما يتضمنه من معلومات وخبرات وخلاصة تجارب في كافة المجالات، يساعد على نضج شخصية الاطفال خصوصا والكبار بشكل عام، وذلك بما يضيفه الى شخصياتهم من مكتسبات فنية، ثقافية وعلمية، تساعد على النمو الشخصي الانفعالي والعقلي والعاطفي، والنو في القدرات والخبرات، كما انه يزيد في تنوع الميول والرغبات الشخصية.

ثانياً: مساوى التلفزيون

رغم المزايا التي يتسم بها التلفزيون، إلا أنه لقب بأسماء عديدة منها: الدواء الشافي في الثقافة و حتى الأنوب الساذج الذي يعرض صوراً من مناطق خالية، كما اعتبره الجمهور متميزاً و دقيقاً و متعصباً، و إهموه أيضاً بتحطيم البنيان الأسري وتجريده لنا من حريتنا الشخصية، لذلك يقودنا هذا العنصر الى توضيح البعض من هذه المساوى، و تتمثل فيما يلي:

● إبعاد الفرد عن الواقع:

يتفق الناقدون لوسائل الإعلام و على رأسهم، (جون كازنوف، فرانسيس بال، بولين أوبر، إبراهيم إمام...) أن التلفزيون يقدم نماذج و صور من الحياة بعيدة كل البعد عن الواقع، و تدرج ضمن الحصص التلفزيونية المحققة لهذا اللجوء إلى الخيال، قصص المغامرات و الكوميديا العائلية، ولكن على وجه الخصوص المسلسلات اليومية، و تهدف هذه البرامج الخيالية أساسا إلى إغراق الإنسان في عالم الخيال و إبعاده عن مشاكل الحياة، إذ أن المخرجين لهذه البرامج على يقين أن كل الأفراد يبحثون عن كل ما من شأنه أن يشجعه على الانزواء بعيدا عن عالم الواقع، فعلا نجح التلفزيون في بيداؤه لهذه المهمة و ذلك لاعتماده على وسيلتين مهمتين كما سبق و أن أشرنا إليهما في العنصر السابق و المتمثلة في الصوت و الصورة و من خلال محاكاتها بالواقع خاصة، نستخلص أن نسبة كبيرة من الجمهور تأثر إلى حد بعيد بالأفلام الغرامية، التي تؤدي به إلى الانحلال، و العاطفية و الخمول لأنه يجد فيه ما يبعده عن واقعة المعاش دون شعوره بما تتضمنه تلك الأقلام من أحلام و حياة طوباوية تعرض حياة الطبقات الاجتماعية السائدة في المجتمعات الغربية، كما أن هناك نوع آخر من الجمهور، حيث يستلذ ببرامج العنف والجريمة، بدون أن يعلم أن تلك البرامج تحمل في طياتها سموما تبثها عدسات الكاميرا، ذلك هو موقف المشاهدين السلي إزاء ما يعرضه التلفزيون.

● عرض المشاهد العنيفة:

يعرض التلفزيون للمشاهد الإجرامية و المادة العنيفة التي توضع في إطار مشوق و مثير، أو بمعدل قد يصل إلى نحو ألف مشهد سنويا، و قد حسب المعدل بمتابعة أحد الأفلام العنيفة على أحد القنوات الفضائية ، الحالة التي يجد معها الطفل المحب للعنف كل متعته، و يساعد على تكريس هذا العنف و استثماره في غير أوجهه ظل العنف في شاشة التلفزيون و تأثيراته المحتملة على الأطفال خاصة موضوع مخيف جدا³⁷، و تعد هذه الظاهرة عامل مسبب في زيادة نسبة العنف، وخاصة أن برامج العنف تهيمن على التلفزيون في الوقت الحاضر، إذ أن حوادث العنف في التلفزيون في زيادة مستمرة، من مغامرات عنيفة ومشاهدة الجريمة، بحيث صرح أحد المعلقين بما يلي: إذا كان السجن هو المدرسة الإعدادية للجريمة، فإن التلفزيون هو المدرسة الثانوية، و معنى ذلك أن التلفزيون يقوي عن

³⁷ Hubert Pauline. La télévision pour enfants. A de Boeck, Bruxelles, 1981, P68

الرغبات المنحرفة و الميول المريضة، و يشيع في الأفراد حب المغامرة و التحرر من القيود و الاتصال بعالم الكبار، كما أن التلفزيون يؤدي إلى الانحراف.³⁸

● الضرر بصحة المشاهد

" أكدت الدراسات التي أجريت حول الأفراد الذين يقضون الكثير من وقتهم في مشاهدة التلفزيون أن 50% من الأطفال اللذين يقضون أربع ساعات في اليوم في مشاهدة التلفزيون سيصابون بارتفاع معدلات الكوليسترول، وذلك بسبب الحمول و قلة الحركة المرافقة لمشاهدة التلفزيون ، إضافة إلى مشكلة السهر الطويل على برامج معينة أو مسلسلات أو أفلام و غيرها، و ما يسببه السهر من مشاكل و اضطرابات ذهنية و عصرية و جسدية، من ارتفاع معدلات الإصابة بالقرحات الهضمية، و نقص التركيز و اضطرابات التفكير، يكون حظ النظر عن مشاكل العيون، فالتلفزيون يطلق إشعاعات تؤدي إلى مفعولات إلكترونية لا يجب أن ننساها لضعف أو انعدام تأثيرها، إنها إشعاعات ضارة أحيانا من السكن أن تتبعث حتى عندما يكون الجهاز مطفأ.

و لا يمكن إهمال طبعا الاضطرابات الغذائية التي يمكن أن تؤثر على الأطفال، فمن ناحية يمكن أن تشجع الأطفال على الشراهة في الطعام وتكون الأغنية منخفضة القيمة الغذائية، أو الإكثار من الطعام أو التأثير ببعض الإعلانات التجارية التي تعرض لمنتجات غذائية غنية بالحريريات، الشيء الذي يساهم في تطور حالة السممنة "

● تقليص الاتصال بين الأفراد

إن التطور الذي آل إليه التلفزيون و يتوع القنوات و البرامج قد أدخل تعديلات كبيرة على بنية العلاقات الإنسانية بين الأفراد، فعملية الانتشار الكبير للتلفزيون أدت إلى تقلص و ضعف العلاقات الاجتماعية التي كانت تقوم بين الناس مثل: الصداقة، القرابة، العلاقات بين الجيران... الخ، بعلاقات ثانوية بين الناس الذين لا يعرفون بعضهم بعضا معرفة مباشرة، بيد أنه تناقصت في الوقت نفسه الاتصالات المباشرة بين الناس.

في بداية القرن العشرين كان الإنسان في المدينة ينفق 70% من أوقات فراغه للاختلاط و الاتصال مع الناس وزيارات الأقارب و المعارف و الأحباب و الجيران و استقبال الضيوف...، أما الآن فلقد عرضت تلك الساعات بمشاهدة التلفزيون .

³⁸امام ابراهيم، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني، مرجع سبق ذكره، ص231.

كما أدت مشاهدة التلفزيونية إلى تقليص العلاقات بين أفراد العائلة، و مساهمتها في تشتيتهم و ذلك من أجل سيطرتها على الوقت الذي يقضيه كل أفراد العائلة معا، بحيث عرضت الساعات التي يقضيها الأولاد مع الآباء في الحوار أو اللعب بمشاهدة التلفزيون، و الضرر الأكثر وضوحا الذي تتعرض العائلات إليه تحت تأثير مشاهدة التلفزيونية هو إزالة فرص الحديث، و ربما الأكثر أهمية، فرص النقاش و التعبير عن الشكاوي بين الآباء و الأطفال و الإخوة و الأخوات، و أصبحت العائلات تستعمل التلفزيون غالبا لتفادي مجابهة المشكلات... لقد برهنت العديد من الدراسات البحثية أن التلفزيون تدخل في النشاطات العائلية و في تشكيل علاقات الأسرة، إلا أن الجو التلفزيوني في غالبية البيوت يتسم بالاستغراق الهادي من جانب أفراد العائلة الحاضرين، و يبدو الجهاز مسيطرا بالفعل على الحياة الأسرية في أثناء تشغيله، و بهذا كله نقول أن التلفزيون يلعب دورا مهما في تفكك الأسرة من خلال تأثيره في العلاقات الأسرية و مساهمته في انسحاب الأبوين من القيام بدور فعال في التنشئة الاجتماعية لأطفالهم.³⁹

● بث البرامج الدعارية:

لقد نجحت الدعارة التلفزيونية في جذب المشاهدين، حيث عرضت أول صورة تلفزيونية دعارية في فيلم علمي هو (بارباريليا)، حيث ظهرت (جين فوندا) عارية، و أعطى فيلم (كلود و نورك أورانج) تفاصيل عن الجنس المستقبل، كانت الأفلام الدعارية تقتصر على المجتمعات الغربية، و لكن تغير الأمر في السنوات الأخيرة، فبمجيء البارابول و خاصة التلفزيون الرقمي أصبحت كل مجتمعات العالم تستقبل لهذا النوع من الأفلام، و تقبل على ذلك كل الفئات الاجتماعية، و حتى الأطفال، الشيء الذي أدى إلى تصميم وتخدير عقول الأفراد، و يعد هذا الأمر في نظرنا من الأسباب الرئيسية للأزمة الخلقية التي عرفتتها المجتمعات الإسلامية بصفة عامة.⁴⁰ إذن تعد الدعارة التلفزيونية من أخطر الظواهر الاجتماعية التي عرفها عصرنا الحالي إضافة إلى المخدرات والإرهاب.

● ترسيخ القيم الغير المرغوب فيها في ذهن المشاهدة:

يعمل التلفزيون على نشر ثقافة المجتمعات الغربية و في مقدمتها المجتمع الأمريكي الذي يحتل المرتبة الأولى في الإنتاج السينمائي، حيث وصلت المنتوجات الأمريكية التلفزيونية إلى كل أنحاء العالم، و ثال ذلك إعجابا فائقا من

³⁹ وين ماري، الأطفال و الإنسان التلفزيوني، ترجمة: الصيحي عبد الفتاح، المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الأذاني، الكويت، 1999، ص 166.

⁴⁰ أه بتير جون، مقمة في الاتصال الجماهيري، مترجمة من طرف مركز الكتب، الأردن، 1978.

طرف مجتمعات العالم الثالث، و خاصة من طرف الشباب، و أدى ذلك إلى تأثرهم بالثقافة الغربية، حيث اكتسبوا العديد من الأساليب والقيم الثقافية الغربية، و ذلك في تقليد الممثلين في سلوكياتهم، سواء في الزي، الحلاقة، الكلام، المعاملة مع الآخرين هذا ما أدى إلى تلاشي بعض القيم الثقافية الأصلية لهؤلاء الشباب، كما أدى أيضا ذلك إلى التأثير ببعض الآفات الاجتماعية السائدة في المجتمعات الغربية و استدخالها إلى مجتمعاتنا مثل: تناول الكحول، المخدرات، العنف بأساليبه، وإلى غيره من الأمراض الاجتماعية الخطيرة، لهذا يرى بعض المفكرين أنه مع تطور وسائل الإعلام و في مقدمتها التلفزيون، لم يعد المنزل مكانا يسمح للأفراد العزلة و الانفصال عن العالم الخارجي⁴¹

⁴¹ وين ماري، الأطفال و الإنسان التلفزيوني، مرجع سبق ذكره، ص170.

خلاصة الفصل:

يعتبر التلفزيون جزء مهم من حياة المرأة، من خلال البرامج التي يعرضها تحمل الفائدة لها يعني أن يقوم على إبداع من لهم معرفة واسعة أساسها العلم الحديث والقراءات الاجتماعية الواسعة التي يمكنها أن تقدم حلولاً صائبة لكل ما يحيط المرأة من وقائع صعبة. هنا تصعد إلى الذهن خصوصيات المرأة العربية النابعة من المجتمعات التي تعيش فيها والظروف القاسية، والتي تتطلب فهماً خاصاً كي تنجح في تحديد المشكلات الحقيقية، أي الأكثر أهمية وإلحاحاً.

الفصل الثالث

الاطار الميكانيكي

للدراسة

تمهيد

تعتبر الدراسة الميدانية مكملة للدراسة النظرية في إجراء البحوث الاجتماعية حيث تساعد الباحث للحصول إلى نتائج وحقائق تفسر وتوضح وتكشف عن تساؤلات البحث وبالتالي تبين صحة أو خطأ فرضيات الدراسة ونعرض في هذا الفصل البيانات التي يتضمنها الاستمارات والتعليق عليها وتحليلها وتفسيرها لنلخص في هذا الفصل من نتائج الدراسة، النتائج الميدانية والاستنتاج العام.

المبحث الاول: الاجراءات الميدانية للدراسة

المطلب الاول: نوع الدراسة ومنهجها

عند القيام لأي دراسة علمية لا بد من إتباع خطوات فكرية منظمة وعقلانية هادفة إلى بلوغ نتيجة ما، وذلك فقد عرف المنهج بأنه: " الأسلوب أو الطريقة الواقعية التي يستعين بها الباحث لمواجهة مشكلة بحث أو في دراسة لمشكلة موضوع البحث" ⁴².

ويعرف أيضا بأنه الأساليب والمداخل المتعددة للباحث التي يستخدمها في جميع البيانات اللازمة في بحثه، والتي يصل من خلالها إلى نتائج أو تفسيرات أو تنبؤات. ⁴³

ومنه فالمنهج هو العمود الفقري في تصميم أي بحث والخطة التي تحتوي على عدة خطوات والتي يجب على كل باحث إتباعها وأن طبيعة الدراسة كثيرا ما تواجه الباحث أو الدارس، وتفرض عليه إتباع منهج معين حسب الأهداف التي تصبوا إلى تحقيقها، لذلك اتبعت الدراسة إجراءات المنهج الوصفي باعتباره يتوافق مع طبيعة الموضوع والمتمثل في وصف مجالات استخدام المرأة الماكثة في البيت للتلفزيون، فالمنهج الوصفي يعتمد على دراسة الظاهرة كما هي في الواقع و يهتم بوصفها وصفا دقيقا و يعبر عنها تعبيراً كيفياً أو تعبيراً كمياً فالأول يصف لنا الظاهرة وصفا دقيقا ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطيه وصفا رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها أو درجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى، ⁴⁴ وبما أن الدراسة الحالية دراسة وصفية فقد اعتمدنا على طريقة المسح التي تعد أداة من أدوات المنهج الوصفي.

والذي هو عبارة عن تجميع منظم للبيانات المتعلقة بمؤسسات إدارية، أو علمية أو ثقافية، أو اجتماعية، وأنشطتها المختلفة وموظفيها خلال فترة زمنية معينة، حيث إن الوظيفة الأساسية للدراسات المسحية هي تجميع المعلومات، التي يمكن فيما بعد تحليلها وتفسيرها، ومن ثم الخروج باستنتاجات ⁴⁵.

⁴² عمار بوحوش، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995، ص29
⁴³ ويس كوهين: مناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية و التربوية، ترجمة كوثر حسين كوجك، ط1، دار العربية للنشر، القاهرة، مصر، 62. ص، 1990، ص62.
⁴⁴ عمار بوحوش: محمود الذبيبات: مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995، ص129.
⁴⁵ فاطمة عوض صابر وميرفت علي خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002، ص89.

المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة

بعد جمع المعلومات والبيانات الكافية والضرورية لدراستنا، لابد من تحديد:

أولاً: مجتمع الدراسة

يعتبر الأساس الذي تقوم عليه الدراسة كما أن نجاح أي دراسة يتوقف أساساً على مدى دقة اختيار الباحث للعينة التي تمثل المجتمع الكلي للدراسة، وتحديد أمر ضروري جداً لأنه سيساعده في تحديد الأسلوب العلمي الأمثل لدراسة هذا المجتمع خاصة وأن بعض المشكلات المدروسة أحياناً تغطي المجتمعات كبيرة يصعب دراسة كل عنصر أو حالة فيها، كذلك قد يترتب على دراسة كل عنصر أو حالة تكاليف باهظة يتعذر معها تنفيذ الدراسة وفي بعض الأحيان يصعب الوصول إلى كل عنصر من العناصر الدراسة لسبب أو آخر، لذلك يلجأ الباحث في مثل الحالات إلى استخدام أسلوب العينة بدلاً من أسلوب المسح الشامل، ويقصد بمجتمع البحث "جميع المفردات التي نريد معرفة حقائق عنها، والتي لها خصائص مشتركة والتي تميزها عن غيره"⁴⁶.

ثانياً: عينة الدراسة

تعتبر العينة جزء معين أو نسبة من أفراد المجتمع الأصلي تم تعميم النتائج الدراسية على المجتمع كله، ولقد اخترنا العينة القصدية لأننا لاحظنا أنها تتناسب مع بحثنا، و تستخدم هذه العينة عموماً في الدراسات الاستطلاعية التي تتطلب القياس أو اختبار فرضيات معينة و خاصة إذا كان مجتمع البحث غير مضبوط الأبعاد. وبالتالي فلا يوجد إطار دقيق يمكن من اختيار العينة عشوائياً، ففي مثل هذه البحوث يلجأ الباحث لاختيار مجموعة من الوحدات التي تتلاءم وأغراض بحثه.⁴⁷

وبناء على التساؤل العام والتساؤلات الفرعية تم تحديد مجتمع البحث بمجموعة من النساء اللاتي تتوفر فيهن خصائص البحث، وبهدف تحديد حجم العينة الأصلية قمت بأخذ عينة ذات (30) مفردة طبقت الاستبانة عليهم لاستخراج النتائج والإجابات بهدف الوصول إلى معرفة مجالات استخدام التلفزيون من طرف أفراد العينة محل الدراسة.

⁴⁶ محمد منير حجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص29.

⁴⁷ احمد بن مرسللي، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006، ص 286.

المطلب الثالث: أدوات الدراسة والأساليب الإحصائية

ولجمع البيانات والمعلومات استخدمنا مجموعة من الأدوات، حيث إن استخدام أداة معينة من الأدوات المنهجية راجع إلى طبيعة مواضيع الدراسة وهذا ما يلزم الباحث اختيار أدوات البحث الدقيقة التي تكفل له جمع البيانات والمعلومات الكافية للإحاطة بموضوع الدراسة وطبيعة الموضوع فرضت علينا استخدام الأدوات التالية:

- مصادر جمع العلمية النظرية: تشمل المناجد، المعاجم، الكتب العلمية المختلفة، والرسائل الجامعية.

أولاً: أدوات الدراسة

- **الملاحظة:** تعتبر أداة هامة من أدوات جمع البيانات فمن خلالها نستطيع تسجيل الظاهرة التي نحن بصدد دراستها و لهذا كانت أول أدوات بحثنا وتعرف بأنها : تلك المشاهدة المباشرة والموجهة والمضبوطة و المحددة الأهداف و المعلومة بإطار مرجعي نظري و بناء منهجي ميداني للإحاطة بموضوع البحث، و عن طريق هذه المشاهدة تتم عملية جمع المعلومات و البيانات العلمية لتزويد وإثراء موضوع البحث بمادة علمية تخدم البحث.⁴⁸

كما أنها وهي وسيلة بحثية تتمتع بفوائد كبيرة تميزها عن الوسائل الأخرى، حيث تعطي للباحث إمكانية ملاحظة سلوك وعلاقات وتفاعلات المبحوثين والاطلاع على أنماط وأساليب معيشتهم، وتتيح للباحث ملاحظة الأجواء الطبيعية غير المصطنعة لمجتمع البحث، حيث أن المبحوثين لا يعرفون أن سلوكهم وعلاقتهم وتفاعلاتهم تحت الدراسة والفحص، لذا يكون تصرفهم طبيعياً، وتكون علاقاتهم وتفاعلاتهم سليمة وبعيدة عن التصنع والتكلف.⁴⁹

حيث أن هذه الدراسة تعتبر من واقعنا المعاش يومياً ساعدتنا الملاحظة في جمع بعض الحقائق عن كتب في اطارها المتميز وبظروفها المختلفة لتوظيفها فيما يلي في عملية تفسير وتقويم بعض النتائج المتحصل عليها من الاستمارة إذ اعتمدنا عليها لنرى مدى صحة ما نراه و مقارنتها مع أجوبة المبحوثين.

- الاستمارة:

يعتبر الاستبيان من أدوات البحث الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية خاصة في علوم الإعلام والاتصال، حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث، وقد استخدمنا أسلوب الاستبيان كأداة رئيسية في البحث كونه "يساعد الباحث على جمع المعلومات

⁴⁸خضير كاظم حمود و موسى سلامة اللوزي: منهجية البحث العلمي، ط1، إثناء للنشر و التوزيع، الأردن، 2008، ص97.

⁴⁹حسن مجد الحسن، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطليعة، بيروت، 1996، ص: 107.

من عينة كبيرة العدد مهما تميزت بالانتشار أو التشتت، بالإضافة إلى تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين أثناء الاستقصاء، ويوفر كثيرا من الوقت والجهد ويساعد على تصنيف البيانات وتبويبها مما يرفع من درجة الثبات ودقة النتائج".⁵⁰

وفي دراستنا هذه قمنا بصياغة أسئلة الاستثمارة تبعا للإشكالية المطروحة و فرضيات الدراسة، حيث راعينا في ذلك إلى الفرضيات وتعرف بأنها عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين.⁵¹

وقد قمنا بتوزيع الاستثمارات على المبحوثين لمأها وقد تم بناء الاستثمارة وفقا للتساؤلات المطروحة في إشكالية البحث، واحتوت على ثلاث محاور تضمنت (28) سؤالا، احتوى المحور الأول على البيانات الشخصية لوصف عينات الدراسة من حيث الجنس والسن، المستوى التعليمي، ممثلة في الأسئلة من السؤال رقم 01 إلى السؤال رقم 04، أما المحور الثاني و المتمثل في الأسئلة من رقم 01 إلى السؤال رقم 09، أما المحور الثالث و المتمثل في الأسئلة من السؤال رقم 1 إلى السؤال 5، أما المحور الرابع المتمثل في الاسئلة من 01 الى 10 وقد شملت الاستثمارة على (30) سؤال موزعة على المحاور بالشكل التالي:

❖ المحور الأول: محور البيانات الشخصية والذي احتوى على (04) اسئلة معرفة السن والمستوى والحالة المدنية.

❖ المحور الثاني: عادات وانماط مشاهدة التلفزيون من قبل المرأة الماكثة في البيت.

❖ المحور الثالث: دوافع المرأة الماكثة بالبيت لمشاهدة التلفزيون.

❖ المحور الرابع: تأثير التلفزيون على المرأة الماكثة في البيت.

- تم توزيع الاستثمارة على عينة قوامها (30) امرة ماكثة بالبيت في ولاية الاغواط.

- تم استرجاع كل الاستثمارات وبعد مراجعتها تبين صلاحيتها للتفريغ و للتحليل.

ثانيا: الأساليب الإحصائية

تستخدم الطرق الإحصائية لتفسير النتائج والبيانات الكمية فالإحصاء طريقة لأخذ حساب دقيق للخطأ

العشوائي الموجود بالملاحظات والمقاييس

⁵⁰ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص: 106.

⁵¹ محمد عبيدات و آخرون : منهجية البحث العلمي ، ط2، دار وائل للطباعة و النشر ، عمان ، الأردن ، 1999 ، ص55

وقد اعتمدت في هذه البحث عن النسب المئوية والتكرارات المطلقة بعد جمع الاستمارات وفرزها وتفريغها في جداول وجمع نتائجها وتحويلها الى نسب مئوية.

المعالجة الإحصائية: تم استخدام برنامج الرزم الإحصائية التربوية والإجتماعية (SPSS) حيث تم حساب التكرارات والنسب المئوية لجميع إجابات عينة الدراسة عن مجالات استخدام المرأة الماكثة في البيت للتلفزيون.

المطلب الرابع: مجالات وحدود الدراسة

تقوم الدراسة الميدانية عمى تحليل الواقع الميداني الذي يجري فيه البحث وبما أن أي دراسة ميدانية تتطلب تحديد مجالات مختلفة من مجال مكاني وزماني وبشري فهي في هذه الدراسة كآآتي:

- **المجال المكاني:** والذي يعني النطاق الجغرافي لأجزاء الجانب التطبيقي لهذه الدراسة، حيث أجريت هذه الدراسة على مجموعة من النساء من خلال زيارتهن في بيوتهن في ولاية الاغواط.
- **المجال الزمني:** تم الشروع في هذه الدراسة في الفترة الممتدة من 2019/05/15 الى 2019/06/05

المبحث الثاني: عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة

المطلب الاول: ألفا كرونباخ

جدول رقم(01): نتائج اختبار ألفا كرونباخ لمتغيرات الدراسة

الرقم	المتغير	عدد العبارات	ألفا كرونباخ	معامل الصدق
01	محور الاول	9	0.434	0.658
02	محور الثاني	5	0.402	0.634
03	محور الثالث	11	0.589	0.767
	مجموع عبارات الاستبيان	25	0.712	0.843

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل ألفا كرونباخ لكل محاور الاستبيان تتراوح بين (0.434-0.402-0.589) وهي معاملات لبأس بها، وكذلك معامل ألفا لجميع عبارات الاستبيان معا بلغ (0.712) وهذا يدل على أن لأداة الدراسة ذات ثبات كبير مما يجعلنا على ثقة تامة بصحة الاستبيان وصلاحيته لتحليل وتفسير نتائج الدراسة واختبار فرضياتها .

تجدر الإشارة إلى أن معامل الثبات ألفا كرونباخ، تتراوح بين (0-1) وكلما أقترب من الواحد؛ دل على وجود ثبات عال، وكلما اقترب من الصفر؛ دل على عدم وجود ثبات. وان الحد الأدنى المتفق عليه لمعامل ألفا كرونباخ هو (0.6).

ومنه نستنتج أن أداة الدراسة التي أعددها لمعالجة المشكلة المطروحة هي صادقة وثابتة في جميع فقراتها وهي جاهزة للتطبيق على عينة الدراسة.

المطلب الثاني: النتائج المتعلقة البيانات الشخصية

1. حسب السن:

جدول رقم (02): توزيع عينة الدراسة حسب السن

الاقترحات	التكرار	النسبة %
اقل من 20	5	16,7%
من 20 الى 29	16	53,3%
من 30 الى 39	6	20%
من 40 الى 49	3	10%
المجموع	30	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان 5 أفراد يمثلن المبحوثات اللواتي تتراوح اعمارهن أقل من 20 سنة بنسبة 16.7%، أما اللواتي تتراوح أعمارهن ما بين 20-29 سنة فقد بلغ عددهن 16 مفردة بنسبة 53.3%، اما فيما يخص المبحوثات اللواتي تتراوح أعمارهن ما بين 30-39 فقد بلغ عددهن 3 مفردات بنسبة 20%، في حين المبحوثات التي تفوق أعمارهن 50 سنة فقد بلغ عددهن 0 فرد.

ظهور هذه النتائج راجعة إلى أن العينة عشوائية بحتة وان معظم الذين يكون لديهم هوس بالتلفزيون يكون في عمر المراهقة.

2. حسب المستوى التعليمي:

جدول رقم (03): توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة %
متوسط و اقل	5	16,7
ثانوي	7	23,3
جامعي	18	60,0
المجموع	30	100,0

التعليق: من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 5 أفراد يمثلن المبحوثات اللواتي مستواهن التعليمي من المتوسط أو أقل بنسبة 16.7%، أما اللواتي ذوات المستوى الثانوي بلغ عددهن 7 مفردات وذلك بنسبة 23.3%، أما فيما يخص المبحوثات ذات المستوى الجامعي فقد بلغ عددهن 18 مفردة بنسبة 60%.

ظهرت هذه النتائج راجعة إلى تنوع مفردات العينة.

3. حسب الحالة العائلية:

جدول رقم (04): توزيع عينة الدراسة حسب الحالة العائلية

النسبة %	التكرار	الحالة العائلية
36,7	11	عازبة
50	15	متزوجة
13,3	4	مطلقة
100	30	المجموع

التعليق: من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أكبر نسبة للمبحوثات هن متزوجات بعدد 15 امرأة متزوجة وبلغت نسبتهن 36.7%، ليلعب عدد المبحوثات العازبات 11 امرأة بنسبة 36.7%، أما المبحوثات المطلقات فبلغ عددهن 4 مفردات بنسبة 13.3%.

ظهرت هذه النتائج راجعة إلى أن النساء المتزوجات لديهن التزامات متعددة تتطلب منهن الاهتمام بهذا الجانب للاستفادة منه في حياتهن اليومية.

4. حسب عدد الأولاد:

جدول رقم (05): توزيع عينة الدراسة حسب عدد الأولاد

النسبة %	التكرار	عدد الأولاد
26,7	8	من 1 إلى 4
40,0	12	من 5 إلى 9
66,7	20	المجموع

التعليق: من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 8 أفراد يمثلون عدد أولاد المبحوثات ما بين 1-4 ولد بنسبة 26.7%، أما عدد الأولاد ما بين 5-9 فقد بلغ عددهن 12 ولد بنسبة 40%، أما اللواتي لديهن 9 أولاد فما فوق فقد بلغ عددهن 0.

ظهرت هذه النتائج راجعة إلى أن عدد أولاد النساء أي أفراد العينة المدروسة قد أخذ بطريقة عشوائية.

المطلب الثالث: تحليل وتفسير العبارات

1. أشاهد التلفزيون:

جدول رقم (04): توزيع عينة الدراسة حسب مشاهدة التلفزيون من طرف المرأة الماكثة بالبيت

النسبة %	التكرار	الاقتراحات
60%	18	نعم
26,7%	8	أحيانا
13,3%	4	نادرا
100 %	30	المجموع

التعليق: من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أكبر نسبة 60% من المبحوثات يشاهدن التلفاز بصفة دائمة وقد بلغ عددهن 18 امرأة ماکثة بالبيت، ونسبة 26.7% من النساء الماكثات بالبيت يشاهدن أحيانا وقد بلغ عددن 8 نساء، أما النساء اللواتي يشاهدن التلفاز نادرا فقد بلغت نسبتهن 13.3% وقد بلغ عددهن 4 نساء ماکثات بالبيت.

وتشير هذه النتائج إلى إن معظم النساء الماكثات بالبيت يشاهدن التلفزيون لما له من أهمية عندهن في حياتهن اليومية، وهذا يعتبر مؤشر على أن عينة الدراسة تبحث عن إنتاج يرقى بذوقها وتلبي احتياجاتها ومتطلباتها العاطفية والعقلية خاصة المنزلية ولكونها المنفذ الذي تستمد منه ثقافتها لها ولأسرتها.

2. لا أشاهد القنوات الإعلامية بسبب:

النسبة %	التكرار	الاقتراحات
13,3%	4	ليس لدي وقت لمشاهدة
16,7%	5	أكتفي بمتابعة وسائل أخرى
30%	9	لا يوجد اجابات
100%	30	المجموع

التعليق: من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أكبر نسبة 16.7% من المبحوثات اللواتي نادرا ما يشاهدن التلفزيون كانت إجابتهن أنهن يتابعن وسائل أخرى ليس لديهم متسع لمتابعته، ثم تليها النسبة 13.3% كانت إجابتهن بأنه ليس لديهن وقت لمشاهدة التلفزيون.

وتشير هذه النتائج إلى إن النساء الماكثات بالبيت اللواتي نادرا ما تشاهدن التلفزيون يعود سبب ذلك في انه يمكن أن تكون لها اهتمامات أخرى أولا لا تفضل مشاهدة التلفزيون أي عدم ميولهن لمثل هذه الاهتمامات أو عدم وجود الوقت الكافي.

3. اذا كانت نعم، من بين هاته القنوات الجزائرية التي افضلها:

جدول رقم (05): توزيع عينة الدراسة حسب القنوات الجزائرية المفضلة من طرف المرأة الماكثة بالبيت

الاقترحات	التكرار	النسبة %
الجزائرية 3	3	10,0%
الشروق +	4	13,3%
سميرة	13	43,3%
البلاد	2	6,7%
الفجر tv	4	13,3%
الجزائرية tv	1	3.3%
النهار	3	10%
المجموع	30	100%

التعليق: من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أكبر نسبة من المبحوثات تشاهدن قناة سميرة TV بنسبة 43% وقد بلغ عددهن 13 امرأة ماكثة بالبيت، وتليها قناة الشروق + وقناة الفجر وقد بلغت نسبة مشاهدتها 13.3%، ثم تليها قناتي النهار والجزائرية 3 بنسبة 10%، وبعدها قناة البلاد بنسبة 6.7%، وفي الأخير قناة الجزائرية TV والتي نسبتها 3.3%.

تشير هذه النتائج إلى أن النساء الماكثات بالبيت على أن قناة سميرة TV عليها إقبال كبير كونها قناة متميزة خاصة بالمرأة تلي احتياجاتها واهتماماتها المنزلية.

4. عدد الساعات التي تقتضيها في مشاهدة التلفزيون:

جدول رقم (06): توزيع عينة الدراسة حسب عدد ساعات المشاهدة من طرف المرأة الماكثة بالبيت

الاقترحات	التكرار	النسبة %
اقل من ساعة	5	16,7%
من 2 الى 3 ساعات	19	63,3%
ساعات فاكثر	6	16,7%
المجموع	30	100%

التعليق: من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة المبحوثات يشاهدن التلفزيون ما بين 2-3 ساعات بنسبة 63.3%، أما اللواتي يشاهدن التلفزيون من 3 ساعات فاكثر واقل من ساعة فقد كانت نسبتها متساوية وقد بلغت 16.7%.

تشير هذه النتائج إلى أن النساء الماكثات بالبيت تتابعن التلفزيون من ساعتين إلى 3 ساعات ولعل ذلك راجع إلى أنهن من المهتمات بالمواضيع التي يعرضها، أما النسب الباقية من المحتمل أنهن يتابعن التلفزيون في أوقات الفراغ أو التسلية فقط.

5. الفترات التي تفضلين فيها مشاهدة التلفزيون:

جدول رقم (07): توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة لمشاهدة التلفزيون من طرف المرأة الماكثة بالبيت

الاقترحات	التكرار	النسبة
فترة الصباحية	4	13,3%
فترة الظهرية	13	43,3%
الفترة المسائية	5	16,7%
السهرة	8	26,7%
المجموع	30	100%

التعليق: نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب النساء الماكثات بالبيت يشاهدن التلفزيون في فترة الظهرية بنسبة 43.3% وقد بلغ عددهن 13 امرأة، في حين أن هناك بعض النساء الماكثات بالبيت يشاهدنه أثناء السهرة بنسبة 26.7% وقد بلغ عددهن 8 نساء، فيما يخص النساء اللواتي يشاهدن التلفزيون في الفترة المسائية فقد

بلغت نسبتهن 16.7% وقد بلغ عددهن 5 نساء، وأخر نسبة هي 13.3% كانت للفترة الصباحية وقد بلغ عددهن 4 نساء.

من خلال النتائج يتضح أن المرأة الماكثة بالبيت تستخدم التلفزيون في أوقات الفراغ في فترة الظهيرة والسهرة لكثرة انشغالها بالأعمال المنزلية.

7. السبب الذي يجعلني افضل هذه الفترات بالذات:

جدول رقم (08): توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة لمشاهدة التلفزيون من طرف المرأة الماكثة بالبيت

الافتراحت	التكرار	النسبة%
بحكم التعود	7	23,3%
لانها فترة راحتي	17	56,7%
لانها فترة برنامجي المفضل	6	20%
المجموع	30	100%

التعليق: من خلال المعطيات الإحصائية في الجدول أعلاه يتضح أن أغلبية المبحوثات يستخدمن التلفزيون أثناء وقت الراحة حيث قدرت بنسبة 56.7% بتكرار 17 مفردة، وتليها حكم التعود على استخدامه وقدر بـ 23.3% بتكرار 7 مفردات، بينما بلغت نسبة فترة برنامج المفضل للمرأة الماكثة بالبيت 20% بتكرار 6 مفردات.

من خلال النتائج المتوصل إليها يتضح أن النساء الماكثات بالبيت ليس لديهن وقت محدد يستخدمن فيه التلفزيون وهذا راجع لأسباب عديدة، نظرا لانشغالهن بالعمل البيت أو التربية الأسرية فهن يستخدمنه كلما أتاحت الفرصة لذلك.

6. الأيام التي تشاهد فيها التلفزيون:

جدول رقم (09): توزيع عينة الدراسة حسب ايام مشاهدة التلفزيون من طرف المرأة الماكثة بالبيت

النسبة %	التكرار	الاقتراحات
20,0%	6	كل يوم
33,3%	10	ايام العطلة
46,7%	14	حسب الوقت
100%	30	المجموع

من خلال المعطيات الإحصائية في الجدول أعلاه يتضح أن أغلبية المبحوثات يستخدمن التلفزيون حسب الوقت بنسبة 46.7% وبلغ عددهن 14 نساء، ثم تليها نسبة 33,3% يستخدمن التلفزيون ايام العطلة وقد بلغ عددهن 10 نساء، اما اللواتي يستخدمونه كل يوم قد بلغت نسبتهن 20% وعددهن 6 نساء.

7. اشاهد التلفزيون مع:

جدول رقم (10): توزيع عينة الدراسة حسب الاشخاص التي تشاهد التلفزيون معهم المرأة الماكثة بالبيت

النسبة %	التكرار	الاقتراحات
36,7%	11	لوحدهن
60,0%	18	مع الأسرة
3,3%	1	مع الصديقات
100%	30	المجموع

التعليق: من خلال المعطيات الإحصائية في الجدول أعلاه يتضح أن أغلبية المبحوثات تستخدمن التلفزيون في وجود الأسرة بنسبة 60% بتكرار 18، ثم يليها استخدام التلفزيون لوحدهن بنسبة 36.7% بتكرار 11، أما بقية المبحوثات فتستخدمن التلفزيون بوجود صديقاتهن بنسبة 3.3% بتكرار مفردة واحدة.

يتضح لنا مما سبق أن أغلبية المبحوثات يستخدمن التلفزيون بوجود الأسرة باعتبار التلفزيون يعمل على لم شملهم كما انه وسيلة للترفيه عنهن، كما ان المبحوثات يستخدمن التلفزيون لوحدهن لكسر الملل وملء الفراغ وبالإضافة إلى اخذ حريتهن في التنقل بين القنوات ومشاهدة برامجهن المفضلة، كما تحرص المبحوثات على تخصيص وقت برفقة صديقاتهن.

8. البرامج التي افضل مشاهدتها من خلال التلفزيون:

جدول رقم (11): توزيع عينة الدراسة حسب البرامج التي تفضل المرأة الماكثة بالبيت مشاهدتها

الاقترحات	التكرار	النسبة %
الاخبارية	1	3,3%
المسلسلات	17	56,7%
الدينية	4	13,3%
الموسيقية	1	3,3%
الطبخ	4	13,3%
المنوعة	2	6,7%
الثقافة	1	3,3%
المجموع	30	100,0%

التعليق: من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أغلبية المبحوثات يستخدمن التلفزيون بغرض مشاهدة المسلسلات بنسبة 56.7% بتكرار 17 مفردة، وتليها نسبة المبحوثات اللواتي يستخدمن التلفزيون الدينية والاخبارية بنسبة 13.3% بتكرار 4 مفردة، فيما تساوي نسبة المبحوثات اللواتي يفضلن مشاهدة البرامج المنوعة بنسبة 6.7% اما اللواتي يفضلن مشاهدة البرامج الاخبارية والموسيقية والثقافية بنسبة 3.3% يتضح مما سبق أن المرأة تفضل مشاهدة المسلسلات للترفيه عن نفسها ومواضيع هذه المسلسلات تمس الجانب العاطفي للمرأة، كما انها تتابع البرامج الاخبارية من اجل مواكبة كل ما هو جديد وخاصة أخبار المشاهير والفنانين للتعرف على حياتهم وجديد أعمالهم، وكذلك تهتم ببرامج الطبخ فهي تميل الى الوصفات المنزلية لإبراز مهاراتهم في الطبخ، بالاضافة متابعتها للبرامج المتنوعة من اجل التسلية والترفيه.

9. رأيي في الدراما الاجنبية:

جدول رقم (12): توزيع عينة الدراسة حسب رأي المرأة الماكثة بالبيت في الدراما الاجنبية

النسبة	التكرار	الاقتراحات
30,0%	9	مناقضة للعادات العربية
23,3%	7	مخالفة لبعض القيم الاحكام الاسلامية
20,0%	6	تحطم تماسك الاسرة العربية
6,7%	2	تعلم عادات وسلوكات جديدة تحتاجها المرأة العربية
20,0%	6	تبرز الثقافات الايجابية للبلدان الاخرى
100,0%	30	المجموع

التعليق: من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أغلبية المبحوثات يرون ان الدراما الاجنبية مناقضة للعادات العربية بنسبة 30% وقد بلغ عددهن 9 مفردات، في حين المبحوثات اللواتي يرون انها مخالفة لبعض قيم الاحكام الاسلامية فقد بلغت نسبتهم 23.3% وعددهم 7 مفردات، في حين ان بعض المبحوثات يرون ان البرامج الاجنبية تحطم تماسك الاسرة العربية وفي نفس الوقت تبرز الثقافات الايجابية للبلدان الاخرى بنسبة 20% وقد بلغ عددهن 6 مفردات، اما اللواتي يرين أن البرامج الاجنبية تعلم عادات وسلوكات جديدة تحتاجها المرأة العربية فقد كانت نسبتهم 6.7% وكان عددهم امرأتان.

يتضح مما سبق ان المرأة الماكثة بالبيت ترى للعادات العربية من خلال ماتعرضه من برامج غير موجودة في مجتمعاتنا لان هذه البرامج تؤثر سلبا عليهن ، كما يرى البعض منهن انها مخالفة للاحكام الاسلامية وذلك امر طبيعي لان المعتقدات الاجنبية مخالفة للمعتقدات الاسلامية ما يرونه حلال شريعتنا تحرمه، اما اللواتي يرون انها تحطم الاسرة العربية يعود ذلك في من خلال التأثير عليهن وغرس افكار غريبة في عقولهن وبالتالي تؤدي الى التهرب من ثقافتهم الاصلية في حين هناك من يرون انها تبرز الثقافات الايجابية للبلدان الاخرى من خلال ماتعرضه من برامج تربوية، ثقافية مفيدة، كما انه يوجد من يرون ان هذه البرامج تعلم سلوكات وعادات جديدة تحتاجها المرأة من خلال برامج الطبخ والموضة ... التي يتم عرضها.

10. اهم الأسباب التي تجعلك تشاهد التلفزيون:

جدول رقم (13): توزيع عينة الدراسة حسب اسباب مشاهدة التلفزيون من طرف المرأة الماكثة بالبيت

الاقترحات	التكرار	النسبة %
وقت الفراغ	12	40,0%
حب الاطلاع على كل ماهو جديد	12	40,0%
الاستفادة من المعلومات المقدمة	6	20,0%
المجموع	30	100%

التعليق: من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أغلبية المبحوثات يرون ان من اهم الاسباب التي تدفعن لمشاهدة التلفزيون تتمثل في وقت الفراغ بالإضافة الى حب الاطلاع على كل ماهو جديد بنسبة 40% البالغ عددهن 12 امرأة ماكثة في البيت، اما السبب الاخر فيتمثل في الاستفادة المقدمة التي يقدمها التلفزيون بنسبة 20% واللواتي بلغ عددهن 6 نساء ماكثات بالبيت.

يتضح مما سبق ان المرأة تتابع التلفزيون من أجل ملء الفراغ وحب الاطلاع على كل ماهو جديد لكسر الملل والتسلية والترفيه، أما اللواتي التي يرون انها تمكنهن من الاستفادة من المعلومات المقدمة يعود سبب ذلك في تأثير التلفزيون عليهن من خلال عرض البرامج الهادفة والثقافية والمشوقة التي يمكنهن الاستفادة منها في حياتهن اليومية.

11. النتائج التي أحققها من متابعتي للتلفزيون:

جدول رقم (14): توزيع عينة الدراسة حسب مشاهدة التلفزيون من طرف المرأة الماكثة بالبيت

الاقترحات	التكرار	النسبة %
معرفة ما يدور حولنا من احداث	11	36,7%
تحفف من شعوري بلاحساس بالتوتر	4	13,3%
تساعدني على الاستفادة من تجارب الاخرين	2	6,7%
الانفتاح على ثقافات لمجتمعات اخرى	2	6,7%
ايجاد موضوعات للحديث مع الاخرين	1	3,3%
تشعربي بالتسلية والترفيه	8	26,7%
تحلصني من الشعور بالوحدة والعزلة	2	6,7%

المجموع	30	%100
---------	----	------

التعليق: من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أغلبية المبحوثات يرون ان النتائج التي يحققنها من متابعة التلفزيون يتمثل في معرفة ما يدور حولنا من احداث بنسبة %36.7 والبالغ عددهن 11 امرأة مأكثة بالبيت، أما اللواتي يرون انها تشعرهن بالتسلية والترفيه فقد بلغت نسبتهن %26.7 امرأة والبالغ عددهن 8 نساء، ثم تليها نسبة %6.7 والتي تمثل النساء اللواتي يرون ان التلفزيون يساعدن على الاستفادة من تجارب الاخرين، الانفتاح على ثقافات المجتمع الاخرى، وتخلصهن من الشعور بالوحدة والعزلة وقد بلغ عددهن إمرأتان بنفس المستوى، أما نسبة النساء اللواتي يرون ان التلفزيون يمكنهن من إيجاد موضوعات للحديث مع الاخرين فقد بلغت نسبتهن %3.3 وبلغ عددهن امرأة واحدة.

يتضح من خلال ما سبق المرأة المأكثة بالبيت تشاهد التلفزيون لمعرفة ما يدور حولنا من احداث لكونها امرأة فضولية دائما تتطلع الى معرفة الاخبار الحصرية المتنوعة.

12. استطيع الاستغناء عن التلفزيون:

جدول رقم (15): توزيع عينة الدراسة حسب الاستغناء عن التلفزيون من طرف المرأة المأكثة بالبيت

الافتراحات	التكرار	النسبة%
نعم	14	%46,7
لا	16	%53,3
المجموع	30	%100

التعليق: من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أغلبية المبحوثات يرون انهن لا يستعن الاستغناء عن التلفزيون بنسبة %46.7 وقد بلغ عددهن 16 امرأة، اما اللواتي يرون انهن يستطعن الاستغناء عن التلفزيون بلغت نسبتهن %46.7 وقد بلغ عددهن 14 امرأة مأكثة بالبيت.

يتضح من خلال الجدول ان المرأة المأكثة بالبيت لا تستطيع الاستغناء عن التلفزيون كونه الوسيلة الترفيهية التي تفضلها المرأة في بيتها لكسر الملل.

13. اذا كانت الإجابة ب (نعم) ماهي أسباب استغناءك عن التلفزيون؟

جدول رقم (15): توزيع عينة الدراسة حسب الاستغناء عن مشاهدة التلفزيون من طرف المرأة الماكثة بالبيت

النسبة %	التكرار	الاقتراحات
6,7%	2	عدم الانتظام في اداء الفرائض
20,0%	6	استهلاك الوقت
6,7%	2	التشبع من متابعة القنوات
6,7%	2	الكسل عن الدراسة
40%	12	المجموع

التعليق: يوضح الجدول اعلاه أن المبحوثات اللواتي يرون ان اسباب الاستغناء عن مشاهدة التلفزيون كانت في انه يستهلك الوقت بنسبة 20% وقد بلغ عددهن 6 نساء، اما اللواتي يرون ان التلفزيون يسبب عدم الانتظام في اداء الفرائض والكسل عن الدراسة، والتشبع من متابعة القنوات فقد بلغت نسبتهن 6.7% وقد بلغ عددهن إمرأتان.

يتضح من خلال إجابة المبحوثات ان التلفزيون يتسبب في استهلاك الوقت نظرا لكونهن لديهن اشغال اخرى بمألن بها فراغهن أي عدم وجود متسع من الوقت لمشاهدته، كما ان تأثيرات التلفزيون لم تتعدى على هذا السبب فقط فهو يؤثر على اداء الفرائض والكسل عن الدراسة من خلال التهرب من اداء الواجبات المفروضة، بالاضافة إلى وجود الكثير من القنوات والتي تقريبا تعرض نفس البرامج مما يؤدي إلى تشبعهن.

14. اشعر بالأسف عندما تفوتني مشاهدة البرامج التلفزيونية:

جدول رقم (16): توزيع عينة الدراسة حسب درجة التأسف عند فوات مشاهدة البرامج التلفزيونية

النسبة	التكرار	الاقتراحات
30,0%	9	نعم
23,3%	7	لا
46,7%	14	عادي
100%	30	المجموع

التعليق: من خلال الجدول اعلاه يتضح ان اغلب المبحوثات اجبن بعادي عندما تشعر بالاسف عندما تفوتها مشاهدة البرامج التلفزيونية بنسبة 46.7% وقد بلغ عددهن 14 امرة ماكنة بالبيت، اما اللواتي يشعرن بالاسف قد بلغت نسبتهن 30% وعددهم 9 نساء، اما اللواتي اجابوا بانهن لا يشعرن بالاسف فقد بلغت نسبتهن 23.3% وعددهم 7 نساء.

يتضح من خلال ماسبق ان الماكثات بالبيت عندما تفوتهن مشاهدة التلفزيون لا يباليين بذلك نظرا لانه يمكنهن استدراك ما فاتهن من برامج من خلال الانترنت أو انتظار موعد الاعادة، أما اللواتي يتأسفن هن اللواتي يتأثرن بأحداث البرامج ولديهن عنصر التشويق، اما اللواتي لا يتأثرن على الاطلاق هن النساء اللواتي لديهن اشغال تلهيهم عن مشاهدة التلفزيون.

15. في حالة الاجابة بنعم اعوض المشاهدة ب:

جدول رقم (17): توزيع عينة الدراسة حسب تعويض مشاهدة التلفزيون من طرف المرأة الماكثة بالبيت

النسبة	التكرار	الاقتراحات
46,7%	14	وقت اعادة البرنامج في القناة
53,3%	16	عبر الانترنت
100%	30	المجموع

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان اغلب المبحوثات اجبن انه عندما يفوتهن برنامج معين تعوضه بالمشاهدة في الانترنت بنسبة 53,3% وبلغ عددهن 16 امراة، اما اللواتي يعوضن المشاهدة في وقت اعادة البرنامج في القناة بنسبة 46,7% وقد بلغ عددهن 14 امراة.

يتضح من خلال ما سبق ان المرأة الماكثة عندما يفوتها برنامج معين تعوضه بالمشاهدة في الانترنت لانه يأخذ وقتا طويلا لاعادة عرضه ، اما اللواتي ينتظرن وقت اعادته يعود سبب ذلك في انهن لا يملكن الانترنت أو لا يعرفن كيفية استخدامها.

16. سبق وأن تأثرتي بمضامين البرامج التلفزيونية:

جدول رقم (18): توزيع عينة الدراسة حسب التأثير بمضامين البرامج التلفزيونية

الاقتراحات	التكرار	النسبة%
نعم	15	50,0%
لا	15	50,0%
المجموع	30	100%

من خلال الجدول اعلاه يتضح أن نصف المبحوثات يتأثرن و النصف الاخر منهن لا يتأثرن بمضامين البرامج التلفزيونية بنفس النسبة 50%، وقد بلغ عددهن 15 امرأة.

يتضح مما سبق ان التلفزيون يمتلك قدرة كبيرة في التأثير على النساء الماكثات بالبيت لانه يخاطب العقل والوجدان معا بالاضافة إلى انه يعالج اكبر القضايا التي تهمن، اما اللواتي لا يتأثرن بمضامين التلفزيون يعود ذلك إلى عدم اهتمامهن بالتلفزيون في الاساس يشاهدنه من اجل ملء الفراغ فقط.

17. في حالة الاجابة ب "نعم" سبب التأثير:

جدول رقم (19): توزيع عينة الدراسة حسب سبب التأثير بمضامين البرامج التلفزيونية

الاقتراحات	التكرار	النسبة%
تأثير الموضوع المتناول	16	53,3%
تأثير الموسيقى	9	30%
التأثير بشخصية معينة	5	16,7%
المجموع	30	100%

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أن النساء الماكثات بالبيت يتأثرن اكثر بالموضوع المتناول بنسبة 53.3% وقد بلغ عددهن 16 امرأة، أما اللواتي يتأثرن بالموسيقى فقد بلغت نسبتهن 30% وقد بلغ عددهن 9 نساء، واللواتي يتأثرن بشخصية معينة قد بلغت نسبتهن 16.7% وبلغ عددهن 5 نساء.

يتضح من خلال ماسبق ان النساء الماكثات اكثر ما يؤثر فيهن اثناء مشاهدة التلفزيون هو الموضوع المتناول الذي يعمل على تلبية رغباتها والاستفادة منه في حياتها اليومية دون تضييع وقتها في برامج غير مفيدة، اما اللواتي يرون ان يتأثرن بالموسيقى يعود سبب ذلك إلى ميولاتهن للجانب الترفيهي من التلفزيون، واللواتي يشاهدن التلفزيون من بسبب تأثرهن بشخصية معينة يعود إلى كون الشخصية لها شعبية أو اعمال تؤثر أو تمس واقع المرأة الماكثة بالبيت.

18. مدى تأثير التلفزيون على انشطتي المنزلية:

الجدول (20): توزيع عينة الدراسة حسب تأثير التلفزيون على الانشطة المنزلية

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
قلت ممارسة انشطتي اليومية	13	43,3%
لم يحدث اي تأثير	11	36,7%
زادت انشطتي اليومية	6	20%
المجموع	30	100%

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان اغلب المبحوثات يرون ان التلفزيون يقلل من ممارسة انشطتهن اليومية بنسبة 43.3% وقد بلغ عددهن 13 امرأة، اما اللواتي لم يحدث أي تأثير على انشطتهن قد بلغت نسبتهن 36.7% وقد بلغ عددهن 11 امرأة، اما اللواتي زادت من انشطتهن اليومية قدرت نسبتهن 20% وبلغ عددهن 6 نساء.

التفسير يتضح من خلال ماسبق ان النساء الماكثات بالبيت قد اثر التلفزيون على انشطتها اليومية وقد يعود سبب ذلك الا انهن غير منظمات لاوقاتهن ويستهلكن برامجهم بصفة كبيرة، اما اللواتي لم يحدث أي تغيير في انشطتهن يعود سبب ذلك انهن يستخدمن التلفزيون في اوقات فراغهن فقط بعد انهاء انشطتهن، اما اللواتي يرون انه زادت من انشطتهن يعود سبب ذلك في انهن يستفدن من البرامج المعروضة فيه بما يخدمهن دون تضييع وقتهم فهن يستغلونه احسن استغلال.

19. هل يعد وقت عرض برامج المفضلة في التلفزيون مناسب لكي؟

الجدول (21): توزيع عينة الدراسة حسب وقت عرض البرامج المفضلة في التلفزيون

الاقترحات	التكرار	النسبة %
نعم	18	60%
لا	12	40%
المجموع	30	100%

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أن المبحوثات يرون ان وقت عرض البرامج المفضلة مايب لهن لهن بنسبة 60% وبلغ عددهن 18 امرأة، أما اللواتي لا يرونه غير مناسب فقد بلغت نسبتهم 40% وعددهن 12 امرأة ماکثة بالبيت.

يتضح من خلال ما سبق ان المرأة الماکثة بالبيت ترى ان وقت عرض برامجها المفضلة في التلفزيون مناسب لها لكونها تعرض في اوقات فراغها أي بعد انتهاء اشغالها المنزلية، اما اللواتي لا يناسبهن اوقات عرض برامجهن المفضلة قد يعود لكونهن يكونون منشغلات باعمال معينة ونوع البرامج لا يتناسب مع اذواقهن حين يكون لديهن فراغ.

20. الحجم الساعي لعرض هذه البرامج التلفزيونية:

الجدول (22): توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي لعرض البرامج التلفزيونية

الاقترحات	التكرار	النسبة %
كاف	13	43,3%
غير كاف	10	33,3%
نوعا ما	7	23,3%
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان النساء الماکثات بالبيت يرون ان الحجم الساعي لعرض البرامج التلفزيونية كاف بنسبة 43.3% وقد بلغ عددهن 13 امرأة ماکثة بالبيت، أما اللواتي يرون انه غير كاف فقد كانت نسبتهم 33.3% وبلغ عددهن 10 نساء، واللواتي يرون نوعا ما كانت نسبتهم % 23.3 وبلغ عددهن 7 نساء.

يتضح من خلال ما سبق ان المبحوثات اللواتي يرون ان الحجم الساعي لعرض البرامج التلفزيونية يكفيهن حسب ميولاتهن لمشاهدة برامج معينة، اما اللواتي لا يرون انه غير كاف قد يعود سبب ذلك في انه لديهن تنوع تضارب

في مشاهدة برامج معينة أي غير ثابتات على مجال واحد، اما اللواتي لا يكفيهن نوعا ما فقد يستخدمن التلفزيون في بعض الاحيان فقط.

21. مقتنعة بما تعرضه البرامج التلفزيونية النسائية:

الجدول (23): توزيع عينة الدراسة حسب قناعة المرأة الماكثة بالبيت بما يعرضه التلفزيون

الاقترحات	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	17	56,7%
لا	10	33,3%
كثيرا	3	10%
المجموع	30	100%

من خلال الجدول اعلاه يتضح ان اغلب المبحوثات يرون انهن مقتنعات بما تعرضه البرامج التلفزيونية النسائية بنسبة 56.7% وقد بلغ عددهن 17 امرأة ماكثة بالبيت، اما اللواتي غير مقتنعات كانت نسبتهن 33.3% وقد بلغ عددهن 10 نساء، أما اللواتي مقتنعات كثيرا قد بلغت نسبتهن 10% وبلغ عددهن 3 نساء.

من خلال ما سبق يتضح ان النساء الماكثات بالبيت مقتنعات بما تعرضه البرامج التلفزيونية النسائية ويعود سبب ذلك بان هذه البرامج تعمل على اشباع رغباتهم واحتياجاتهم، اما اللواتي غير مقتنعات بما تعرضه البرامج التلفزيونية النسائية فقد يعود سبب ذلك لانهن غير متفرغات لمشاهدة التلفزيون بصفة دائمة فقد يكن مشغولات عند عرض برامجهن المفضلة.

22. اساهم في نقل أفكار الجديدة من البرامج التلفزيونية إلى أخواتي وصديقاتي:

الجدول (24): توزيع عينة الدراسة حسب نقل الافكار الجديدة من البرامج التلفزيونية

الاقترحات	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	25	83,3%
لا	5	16,7%
المجموع	30	100%

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان النساء الماكثات بالبيت يساهمن في نقل افكار جديدة من البرامج التلفزيونية إلى اخواتهن وصديقاتهن بنسبة 83.3% وقد بلغ عددهن 25 امرأة، اما اللواتي لا يساهمن في نقل الافكار الجديدة بلغت نسبتهن 16.7% وعددهن 5 نساء.

يتضح من خلال ما سبق ان النساء الماكثات بالبيت يساهمن في نقل أفكار الجديدة من البرامج التلفزيونية إلى أخواتهن وصديقاتهن ويعود سبب في نوعية البرامج المقدمة خاصة اذا كانت مشوقة وهادفة، اما اللواتي لا يساهمن في نقل الافكار الجديدة من البرامج التلفزيونية قد يعود سبب ذلك في ان لهن اهتمامات اخرى يقمن بنقلها كالفيسبوك....

23. المقترحات نحو البرامج التلفزيونية:

الجدول (25): توزيع عينة الدراسة حسب المقترحات نحو البرامج التلفزيونية

الاقترحات	التكرار	النسبة %
منع واستبعاد مشاهد غير اخلاقية	5	16,7%
رفع مستوى المضمون	6	20,0%
التقليل من الاعلانات الاشهارية	7	23,3%
الاهتمام بالتوعية الجديدة للبرامج	5	16,7%
الاهتمام اكثر بالبرامج النسائية	7	23,3%
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه أن النساء الماكثات بالبيت اقترحن حول البرامج التلفزيونية انه يتم التقليل من الاعلانات الاشهارية وانه يتم اكثر الاهتمام اكثر بالبرامج النسائية بنسبة 23.3% وقد بلغ عددهن 7 نساء، وتليها نسبة 20% للنساء اللواتي اقترحن بانه يجب رفع مستوى المضمون وكان عددهن 6 نساء، وفي الاخير منع واستبعاد مشاهد غير اخلاقية وكذلك الاهتمام بالتوعية الجديدة للبرامج بنسبة 16.7% حيث بلغ عددهن 5 نساء.

يتضح من خلال ما سبق أن النساء الماكثات بالبيت لايفضلن الاعلانات الاشهارية لانها تلعب على اعصاب المشاهد المتشوق لبرنامج معين، كما انه يجب الاهتمام اكثر بالبرامج النسائية التي تعود بالفائدة على المرأة الماكثة بالبيت وتلي جميع اهتماماتها المتنوعة برفع مستوى مضمونها ومنع المشاهد غير اخلاقية التي تعمل على تفكيك الاسرة وتعليمهم اشياء منافية لقيمنا الاسلامية.

تحليل جداول المركبة

الجدول رقم (26): يبين عدد ساعات تقضيها المرأة الماكثة بالبيت في مشاهدة التلفزيون وعلاقته بمتغير الحالة العائلية.

الحالة العائلية	عازبة		متزوجة		مطلقة		مجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
عدد الساعات							
اقل من ساعة	3	10%	3	10%	0	0	6
من ساعتين الى 3	5	16.67%	13	43.33%	2	6.67%	20
3 ساعات فاكثر	3	10%	0	0	1	3.33%	4
مجموع	11	36.67%	16	53.33%	3	10%	30

التعليق: يبين الجدول عدد الساعات التي تقضيها المرأة الماكثة بالبيت في مشاهدة التلفزيون حسب متغير الحالة العائلية، والذي يبين فئة العازبات اللواتي يشاهدن التلفزيون في اقل من ساعة حيث قدرت نسبتهن ب 10%، بينما قدرت نسبة العازبات اللواتي يشاهدن التلفزيون من ساعتين إلى ثلاث ب 16.67%، وفي الاخير نجد اللواتي يشاهدن التلفزيون من 3 ساعات فاكثر قد بلغت نسبتهن 10%.

ويبين الجدول أيضا ان عدد الساعات التي تقضيها فئة المتزوجات اقل من ساعة في مشاهدة التلفزيون قد بلغت نسبتهن 10%، بينما قدرت نسبة النساء اللواتي يشاهدن التلفزيون من ساعتين الى 3 ساعات ب 43.33%، وفي الاخير بلغت نسبة النساء المتزوجات اللواتي يشاهدن التلفزيون من 3 ساعات فاكثر ب 53.33%.

ويبين الجدول أيضا ان فئة المطلقات لاتشاهد التلفزيون مطلقا اقل من ساعة و قدرت نسبتهن ب 0% بينما قدرت نسبة النساء المطلقات اللواتي يشاهدن التلفاز من ساعتين إلى الثلاث ساعات قد قدرت نسبتهن ب 6.67%، وبينما قدرت نسبة النساء المطلقات اللواتي يشاهدن التلفزيون من 3 ساعات فاكثر ب 3.33%.

اصبح التلفزيون ظاهرة اجتماعية تؤثر على حياة المرأة الماكثة بالبيت فهو يستحوذ على وقتها ويشد انتباهها من خلال ما يعرضه من برامج تلبي احتياجاتها اليومية ورغباتها المتنوعة حسب حالتها الاجتماعية.

الجدول رقم (27): يبين عدد الفترات التي تفضل فيها المرأة الماكثة بالبيت مشاهدة التلفزيون وعلاقته بمتغير عدد الاولاد

الفترات	الفترة الصباحية		فترة الظهيرة		الفترة المسائية		السهرة		مجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
من 01-04 اولاد	4	13.3%	4	13.3%	3	10%	4	13.33%	15	49.9%
من 05-09 اولاد	3	10%	4	13.3%	2	6.66%	4	13.33%	13	39.9%
من 09 اولاد فما فوق	1	3.33%	0	0%	1	3.33%	0	0%	2	6.66%
مجموع	8	26.66%	8	26.6%	6	20%	8	26.66%	30	100%

يبين الجدول الموضح اعلاه انه في الفترة الصباحية ان عدد اولاد النساء الماكثات بالبيت اللواتي يشاهدن التلفزيون يقدر ب 13.3% وبلغ عددهم من 01 إلى 04 اولاد ، اما النساء اللواتي لديهن من 05 إلى 09 اولاد قدرت نسبتهن ب 10%، فيما بلغت نسبة النساء اللواتي لديهن من 9 اولاد فما فوق 3.33%.

اما في فترة الظهيرة ان عدد اولاد النساء الماكثات بالبيت اللواتي يشاهدن التلفزيون يقدر ب 13.3% وبلغ عددهم من 01 إلى 04 اولاد ، اما النساء اللواتي لديهن من 05 إلى 09 اولاد قدرت نسبتهن ب 13.3%، فيما بلغت نسبة النساء اللواتي لديهن من 9 اولاد فما فوق 0%.

اما في الفترة المسائية قدرت نسبة عدد اولاد النساء الماكثات بالبيت اللواتي يشاهدن التلفزيون ب 10% وبلغ عددهم من 01 إلى 04 اولاد ، اما النساء اللواتي لديهن من 05 إلى 09 اولاد قدرت نسبتهن ب 6.66%، فيما بلغت نسبة النساء اللواتي لديهن من 9 اولاد فما فوق 3.33%.

اما في فترة السهرة قدر عدد اولاد النساء الماكثات بالبيت اللواتي يشاهدن التلفزيون ب 13.33% وبلغ عددهم من 01 إلى 04 اولاد ، اما النساء اللواتي لديهن من 05 إلى 09 اولاد قدرت نسبتهن ب 13.33%، فيما بلغت نسبة النساء اللواتي لديهن من 9 اولاد فما فوق 0%.

أكثر النساء اللواتي يشاهدن التلفزيون في الفترة الصباحية والسهرة لأنه يعتبر وقت مناسب للمرأة الماكثة لمشاهدة برامجها المفضلة نظرا لاحتمال وجود اولادهن في المدرسة أو انهم نائمين.

الجدول رقم (28): يبين عدد الايام التي تشاهد فيها المرأة الماكثة بالبيت مشاهدة التلفزيون وعلاقته بمتغير

المستوى التعليمي

مجموع		حسب الوقت		ايام العطلة		كل يوم		عدد الايام
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	المستوى التعليمي
13.33 %	7	10%	3	6.67%	2	6.67%	2	متوسط او اقل
26.66 %	7	10%	3	3.33%	1	10%	3	ثانوي
16.66 %	16	30%	9	16.67 %	5	6.67%	2	جامعي
100%	30	13.33 %	15	43.33 %	8	30%	7	مجموع

يبين الجدول اعلاه عدد الايام التي تشاهد فيها المرأة الماكثة بالبيت مشاهدة التلفزيون وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي ، حيث قدرت نسبة اللواتي يشاهدن التلفزيون كل يوم بمستوى تعليمي متوسط او اقل ب6.67% ، اما بالنسبة لمستوى الثانوي فقدرت ب10% ، اما المبحوثات اللواتي يشاهدن التلفزيون كل يوم بمستوى جامعي قدرت نسبتهم 30%.

كما قدرت نسبة اللواتي يشاهدن التلفزيون خلال ايام العطلة بمستوى تعليمي متوسط او اقل ب6.67% ، اما بالنسبة لمستوى الثانوي فقدرت ب3.3% ، اما المبحوثات اللواتي يشاهدن التلفزيون خلال ايام العطلة بمستوى جامعي قدرت نسبتهم 16.67%.

اما فيما يخص اللواتي الفئة التي تشاهد التلفزيون حسب الوقت بمستوى تعليمي متوسط او اقل قد بلغت نسبتهم **10%** ، اما بالنسبة لمستوى الثانوي فقدرت ب **10%** ، اما المبحوثات اللواتي يشاهدن التلفزيون حسب الوقت بمستوى جامعي قدرت نسبتهم **30%**.

نظرا لخصوصية التلفزيون وميزاته يمثل وسيلة اكثر تواجدا في الحياة اليومية وتختلف كمية ونوعية مشاهدته من طرف النساء الماكثات بالبيت حسب مستواهن الدراسي ، حيث يساهم عبر معالجته لبعض القضايا العقلانية والثقافية في نشر الوعي لديهن وتوجيههن وملء اوقات فراغهن.

الجدول رقم (29): يبين عدد اهم الاسباب التي تجعل المرأة الماكثة بالبيت تشاهد فيها التلفزيون وعلاقته بمتغير السن

مجموع		من 40 الى 49 سنة		من 30-39 سنة		من 20-29 سنة		اقل من 20 سنة		السن
نسبة	تكرار	نسبة	التكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	اهم الاسباب
50%	15	6.66	2	6.66	2	33.33	10	3.33	1	وقت الفراغ
				%		%		%		
30%	9	3.33%	1	6.66	2	13.33	4	6.66	2	حب الاطلاع على كل ماهو جديد
				%		%		%		
20%	6	0	0	6.66	2	6.66	2	6.66	2	الاستفادة من المعلومات المقدمة
				%		%		%		
100	30	10%	3	20%	6	53.33	16	16.67	5	مجموع
%						%		%		

يبين الجدول اعلاه اهم الاسباب التي تجعل المرأة الماكثة بالبيت تشاهد فيها التلفزيون وعلاقته بمتغير السن

قدرت نسبة النساء اللواتي يشاهدن التلفزيون وقت الفراغ واللواتي سنهم اقل من 20 سنة ب 3.33%، اما اللواتي يشاهدن التلفزيون بدافع حب الاطلاع على كل ماهو جديد قدرت نسبتهم ب 6.66%، اما اللواتي يشاهدن التلفزيون للاستفادة من المعلومات المقدمة كانت نسبتهم 16.67%.

اما النساء اللواتي بلغ سنهن من 20-29 سنة: ويشاهدن التلفزيون في وقت الفراغ قد بلغ عددهن 33.33%، اما اللواتي يشاهدن التلفزيون بدافع حب الاطلاع على كل ماهو جديد قدرت نسبتهم ب 6.66%، اما اللواتي يشاهدن التلفزيون للاستفادة من المعلومات المقدمة كانت نسبتهم 6.66%.

اما النساء اللواتي بلغ سنهن من 20-29 سنة: ويشاهدن التلفزيون في وقت الفراغ قد بلغ عددهن 6.6% ، اما اللواتي يشاهدن التلفزيون بدافع حب الاطلاع على كل ماهو جديد قدرت نسبتهم ب 3.33%، اما اللواتي يشاهدن التلفزيون للاستفادة من المعلومات المقدمة كانت نسبتهم 0%.

المرأة الماكثة بالبيت كثيرا ما نجدها تواجه ضغوطات تواجهها في البيت لذلك تعمل جاهدة للبحث عن وسيلة تخفف عنها والتلفزيون احدى اهم هذه الوسائل حيث تعمل على تخصيص وقت لمتابعة التلفزيون من اجل ملء الفراغ الذي تعاني منه، ولانه يقوم ايضا بوظيفة تثقيفية ويدعم افكارها ويعززها من خلال مايبثه من برامج وحصص من اجل تنمية مهاراتها ومعارفها.

الجدول رقم (30): يبين راي المرأة الماكثة بالبيت في الدراما الاجنبية وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي

مجموع	تبرز الثقافات الايجابية		تعلم عادات وسلوكيات جديدة تحتاجها المرأة		تحطم تماسك الاسرة العربية		مخالفة للقيم الاسلامية		مناقضة للعادات العربية		راي المرأة	
	تكرار	نسبة	التكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة		
43.33%	13	6.66%	2	3.33%	1	6.66%	2	23.33%	7	3.3%	1	متوسط او اقل
20%	9	6.66%	2	3.33%	1	0	0	3.33%	1	6.6%	2	ثانوي
36.66	11	6.66	2	3.33	1	6.66	2	10%	3	10	3	جامعي

		%		%		%				%		
%100	30	20%	6	10%	3	13.33	4	36.66	11	20	6	مجموع
						%		%		%		

يبين الجدول اعلاه رأي المرأة الماكثة البيت في الدراما الاجنبية وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي، حيث كانت نسبة النساء الماكثات بالبيت اللواتي يرون انها مناقضة للعادات العربية واللواتي كان مستواهن التعليمي متوسط او اقل ب 3.33%، اما النساء اللواتي كان مستواهن ثانوي فكانت نسبتهن 6.66% اما النساء اللواتي كان مستواهن جامعي فكانت نسبتهن 10%

اما نسبة النساء اللواتي يرون انها مخالفة لبعض القيم الاحكام الاسلامية و اللواتي مستواهن الدراسي متوسط او اقل هي 23.33% اما نسبة اللواتي مستواهن الدراسي ثانوي هي 3.33% اما نسبة اللواتي مستواهن الدراسي جامعي فهي 10%

اما نسبة النساء اللواتي يرون انها تحطم تماسك الاسرة العربية و اللواتي مستواهن الدراسي متوسط او اقل هي 6.66% اما نسبة اللواتي مستواهن الدراسي ثانوي هي 0% اما نسبة اللواتي مستواهن الدراسي جامعي فهي 6.66%

اما نسبة تعلم عادات و سلوكيات جديدة تحتاجها المرأة العربية و اللواتي مستواهن الدراسي متوسط او اقل هي 3.33% اما نسبة اللواتي مستواهن الدراسي ثانوي هي 3.33% اما نسبة اللواتي مستواهن الدراسي جامعي فهي 3.33%

اما نسبة تبرز الثقافات الاجابية للبلدان الاخرى و اللواتي مستواهن الدراسي متوسط او اقل هي 6.66% اما نسبة اللواتي مستواهن الدراسي ثانوي هي 6.66% اما نسبة اللواتي مستواهن الدراسي جامعي فهي 6.66%

للبرامج الاجنبية تاثير كبير في حياة المرأة الماكثة بالبيت يؤدي إلى تحطيم القيم التقليدية وتستبدلها بقيم اجنبية وتسهل بذلك عملية السيطرة الاجنبية، ولكن من جهة اخرى يمكنها من اكتساب ثقافة وعادات وسلوكيات تحتاجها المرأة، هذه البرامج تعتبر سلاح ذو حدين، اذا عرفت كيف تستخدمه فهو يساهم في تحقيق احتياجات المرأة بشرط ان تقوم بتمحيص وغربلة محتوياته وبرامجه من خلال وعيها ومستواها الفكري لتتنجب الوقوع في صراع نفسي وفكري بسبب التناقض الفكري الموجود في الرسائل التلفزيونية.

الجدول رقم (31): يبين مدى تأثير التلفزيون على الانشطة اليومية للمرأة الماكثة بالبيت وعلاقته بمتغير الحالة العائلية

مجموع		لم يحدث أي تأثير		زادت انشطتي اليومية		قلت ممارسة الانشطة اليومية		تأثير التلفزيون
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	الحالة الاجتماعية
%40.01	12	%16.67	5	%6.67	2	%16.67	5	عازبة
%33.34	10	10%	3	%6.67	2	%16.67	5	متزوجة
%67.67	8	6.67%	2	16.67	5	%3.33	1	مطلقة
%100	30	%33.34	17	%30.01	9	%36.67	11	مجموع

قلت ممارسة المرأة العازبة لانشطتها اليومية بسبب مشاهدة التلفاز بنسبة 16.67%. اما بالنسبة للمرأة المتزوجة قلت ممارستها لانشطتها اليومية بسبب مشاهدة التلفاز بنسبة 16.67%، اما و المرأة المطلقة

فقد قلت ممارستها لانشطتها اليومية بسبب مشاهدة التلفاز بنسبة 3.33%

زادت أنشطة المرأة العازبة اليومية بسبب مشاهدة التلفاز بنسبة 6.67%، كذلك بالنسبة للمرأة المتزوجة فقد زادت انشطتها اليومية بسبب مشاهدة التلفاز بنسبة 6.67%، اما المرأة المطلقة فقد زادت انشطتها اليومية بسبب مشاهدة التلفاز بنسبة 16.67%

لم يحدث أي تأثير للمرأة العازبة بسبب مشاهدتها للتلفاز بنسبة 16.67%، وكذلك للمرأة المتزوجة لم يحدث لها أي تأثير بسبب مشاهدتها للتلفاز بنسبة 10%، و ايضا بالنسبة للمرأة المطلقة لم لها أي تأثير بسبب مشاهدة التلفاز بنسبة 6.67%.

يعتبر التلفزيون من اهم الوسائل التي ساهمت في التأثير على أنشطة المرأة الماكثة بالبيت باختلاف حالتها عازبة ومتزوجة ومطلقة، قد يكون هذا التأثير ايجابي أو سلبي باعتباره سلاح ذو حدين استحوذ على جزء كبير من نشاطات المرأة حيث اذا اهتمت المرأة المشاهدة بالبرامج التي تخدم نشاطاتها اليومية فانه ينمي هوايتها ويعمل على زيادة انشطتها من خلال تطبيقها على ارض الواقع، اما من ناحية انه ينقص من انشطتها اذا قامت بتضييع وقتها

في مشاهدة برامج لا فائدة منها، اما اذا كانت المرآة تشاهد التلفزيون دون اهداف واضحة ومن اجل ملء الفراغ فقط فإنه لا يحدث أي تغيير في انشطتها.

الجدول رقم (32): يبين راي مرآة الماكثة بالبيت فيما يعرض من البرامج التلفزيونية وعلاقته بمتغير الحالة الاجتماعية

مجموع		كثيرا		لا		نعم		راي المرآة في
								البرامج التلفزيونية
								الحالة الاجتماعية
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	الحالة الاجتماعية
20%	6	3.33%	1	6.67%	1	13.33%	4	عازبة
26.66%	8	3.33%	1	6.67%	2	16.66%	5	متزوجة
53.33%	16	3.33%	1	16.67%	7	26.66%	8	مطلقة
100%	30	10%	3	30.01%	11	63.33%	19	مجموع

يبين الجدول راي المرآة الماكثة بالبيت فيما يعرض من البرامج التلفزيونية وعلاقته بمتغير الحالة الاجتماعية، حيث قدرت نسبة النساء العازبات اللواتي يرون انهن مقتنعات بما تعرضه البرامج التلفزيونية النسائية ب 13.33%، اما نسبة النساء المتزوجات اللواتي يرون انهن مقتنعات بما تعرضه البرامج التلفزيونية النسائية ب 16.66%، كما بلغت نسبة المطلقات 26.66%.

وقدرت نسبة النساء العازبات اللواتي لا يرون انهن مقتنعات كثيرا بما تعرضه البرامج التلفزيونية النسائية ب 3.33%، اما نسبة النساء المتزوجات اللواتي يرون انهن مقتنعات بما تعرضه البرامج التلفزيونية النسائية ب 3.33%، كما بلغت نسبة المطلقات 3.33%.

تري اغلبية النساء الماكثات ان التلفزيون استطاع ان يخاطب جميع النساء باختلاف مستوياتهم التعليمية، حيث عمل على نشر وتعميق الثقافة وتعزيز التواصل الفكري واطاحة الفرصة للمرأة من الاستفادة من برامج وتنمية مهاراتها الابداعية، وكسر الروتين والتخلص من الملل الذي يحيط بالمرأة الماكثة بالبيت.

الجدول رقم (33): يبين مساهمة لمرأة الماكثة بالبيت في نقل الافكار الجديدة من البرامج التلفزيونية وعلاقته بمتغير الحالة العائلية

مجموع		لا		نعم		راي المرأة في نقل الافكار
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	الحالة الاجتماعية
43.33%	13	13.33%	4	30%	9	عازبة
36.66%	11	10%	3	26.66%	8	متزوجة
20%	6	16.67%	5	3.33%	1	مطلقة
100%	30	30.01%	12	36.67%	18	مجموع

يبين الجدول راي المرأة الماكثة بالبيت فيما يعرض من البرامج التلفزيونية وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي، حيث قدرت نسبة النساء العازبات اللواتي يرون انهن يساهمن في نقل افكار البرامج التلفزيونية الى اخواتهن وصديقاتهن ب30% .

كما قدرت نسبة النساء المتزوجات اللواتي يرون انهن يساهمن في نقل الافكار البرامج التلفزيونية الى اخواتهن وصديقاتهن ب26.66% .

وقدرت نسبة النساء المطلقات اللواتي يرون انهن يساهمن في نقل الافكار البرامج التلفزيونية الى اخواتهن وصديقاتهن بـ 26.66%.

في حين نجد الفئة التي تتصفحن فيها الفيس بوك مع اشخاص جد، حيث قدرت كل من مستواهم متوسط وابتدائي وجامعي بنسبة 3.33%.

ان دخول التلفاز في حياة المرأة الماكثة بالبيت سواء كانت متزوجة أو عازبة أو مطلقة سهل معه دخول معلومات جديدة ونقل افكار جديدة ثقافية وترفيهية ومطبخية و...، حيث يتعرفن على العالم وهن جالسات ومسترخيات امام التلفزيون دون عناء.

خاتمة

إن التلفزيون وسيلة ترفيهية و تثقيفية معا استطاع أن يغير من سلوك الأفراد و توجهاتهم وقيمهم و حتى طبائعهم إلا أن هذا التغيير ليس ايجابيا دائما و لا سلبيا كليا إذ تختلف طبيعة التأثير باختلاف طبيعة البرامج المشاهدة و بأهداف أصحابها ويرتبط أيضا بساعات المشاهدة وكيفية استعماله ،فهو سلاح ذو حدين إذا أحسن استعماله ساهم في تنمية المجتمع و تطويره و انفتاحه و إذا أسئ استعماله دمر الفرد والمجتمع معا بل يتحول إلى وسيلة للغزو الثقافي في عصر تتنافس فيه الفضائيات لتمرير أفكارها و تحقيق أهدافها المعلنة و الخفية.

تطرقنا في هذه الدراسة إلى أحد المواضيع الهامة الا وهو "مجالات استخدام المرأة الماكثة في البيت للتلفزيون" انطلاقا من متغيرات السن، المستوى، عدد الاطفال، الحالة العائلية، في دراسة استكشافية هدفت إلى معرفة عادات وانماط مشاهدة التلفزيون من طرف المرأة الماكثة في البيت ، و دوافع المرأة الماكثة في البيت لمشاهدة التلفزيون، وتأثير التلفزيون على المرأة الماكثة في البيت

وقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي الاستكشافي، حيث كانت عينة الدراسة متمثلة في زوجات الماكثات في البيت ، تم توزيع الاستبيان كأداة لمعرفة ، وانطلاقا من الفرضيات المطروحة توصلنا إلى النتائج التالية:

اولا: النتائج العامة

- معظم النساء الماكثات بالبيت اللواتي يستخدمن التلفزيون اغلبهن في عمر المراهقة .
- اغلب النساء الماكثات بالبيت يستخدمن التلفزيون من اجل ملء اوقات الفراغ والاستفادة منه في حياتهن اليومية
- اغلب النساء الماكثات بالبيت اللواتي يستخدمن التلفزيون متزوجات، يستخدمنه لمأ الفراغ، وفي نفس الوقت الاستفادة منه في حياتهن اليومية ،كمشاهدة برامج الطبخ، والمسلسلات ، التسلية والترفيه ، كسر الملل والاستفادة من المعلومات المقدمة فيه...
- يوجد للمرأة الماكثة بالبيت منافذ اخرى تلبي احتياجاتها اهتماماتها لذلك في بعض الاحيان تجعلها تستغني عن التلفزيون
- اغلب النساء الماكثات بالبيت يتابعن القنوات النسائية التي تهتم بقضايا المرأة وجمالها واهتماماتها المنزلية
- اغلب النساء الماكثات بالبيت يشاهدن التلفزيون في فترة الظهيرة بحكم انها فترة راحة وفي وجود الاسرة و بمعدل ساعتين الى ثلاث ساعات

- كان رأي اغلب الماكثات بالبيت في لبرامج الاجنبية انها برامج تؤثر سلبا عليهن وانها مخالفة للشريعة الاسلامية تعمل على غرس افكار غريبة عن عاداتنا ومجتمعاتنا العربية.
- اغلب النساء الماكثات بالبيت لا يستطعن الاستغناء عن التلفزيون بالرغم من وجود بدائل اخرى كالانترنت
- للتلفزيون تأثير كبير في حياة المرأة الماكثة بالبيت فالمرأة تتأثر بمضامينه لانه يمس كل جوانب حياتها الاجتماعية العاطفية المنزلية ...

الاقتراحات والتوصيات:

- تعويد المرأة الماكثة بالبيت الانضباط في أوقات معينة لمشاهدة التلفاز، وتحديد اهدافها من استخدام التلفزيون ومن المستحسن وضع مخطط لذلك، ويجب ان تلتزم به قدر الإمكان.
- أن تقوم المرأة الماكثة بالبيت في بداية كل أسبوع بتقرير عما ستشاهده من برامج مفيدة خلال الاسبوع.
- أن تكون المرأة الماكثة بالبيت جادة ومصرة على اتباع نظام في مشاهدة التلفاز، واستثمار وقتها في اشياء مفيدة.
- أن نكون المرأة الماكثة بالبيت قدوة لاسرتها في المشاهدة، بحيث تختار البرامج الجيدة التي تشاهدها، وتلتزم بأوقات المشاهدة التي حددتها.
- من المستحسن ان تنوع المرأة الماكثة بالبيت في مشاهدة البرامج، فمن برامج فكرية، إلى ثقافية إلى علمية إلى تربية إلى ترفيهية وهكذا.
- يجب ان تنقد المرأة الماكثة بالبيت دائما ما يتم مشاهدته، وتتساءل: هل أضاف لها شيئا جديدا أم لا؟ ومن المستحسن أن تسمع رأي صديقاتها فيما تشاهده من برامج، فقد يكون لهم رأي مختلف، فإن تبادل الآراء فيما نشاهده، يمنح هذه العملية حيوية ويزيدها متعة وفائدة.
- إذا أثارت بعض البرامج حب الاطلاع في نفسية المرأة الماكثة بالبيت عليها ان تحاول أن تقوم برحلة أو تقرأ حول الموضوع لتزداد علما ومعرفة، أو تطبيق ماتعلمته على ارض الواقع.
- التقليل من الاعلانات الاشهارية والاهتمام اكثر بالبرامج النسائية والاهتمام بتوعية المشاهدة ومنع واستبعاد المشاهد غير الاخلاقية المنافسة لشريعتنا الاسلامية .

افاق الدراسة:

- مجالات استخدام التلفزيون من طرف المراهقين.
- التلفزيون واثره على الاسرة الجزائرية.

قائمة

المراجع

• المصادر:

1. سورة لقمان، الآية (14)

2. سورة التكوير (1-1)

• الكتب:

1. احمد العلي فوزي، نشأة وسائل الاتصال وتطورها، دار النهضة العربية، بيروت، ط1، 2007.

2. احمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006.

3. احمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006.

4. اديب خضور، سيئولوجيا الترفيه في التلفزيون، ط1، دار اماني عمر الحسني، الجزائر، 1999.

5. أسامة ظافر كبارة، برامج التلفزيون و التنشئة التربوية و الاجتماعية، دار النهضة العربية، بيروت، ط1.

6. آه بتير جون، مقدمة في الاتصال الجماهيري، مترجمة من طرف مركز الكتب، الأردن، 1978.

7. جمال ابو شنب مُجّد، نظريات الاتصال والإعلام، المفاهيم -المدخل النظرية- القضايا، دار المعرفة الجامعية، ط1، النشر والتوزيع، 2003.

8. حسن مُجّد الحسن، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطليعة، بيروت، 1996.

9. خضير كاظم حمود و موسى سلامة اللوزي: منهجية البحث العلمي، ط1، إثراء للنشر و التوزيع، الأردن، 2008.

10. خضير كاظم حمود و موسى سلامة اللوزي: منهجية البحث العلمي، ط1، إثراء للنشر و التوزيع، الأردن، 2008.

11. دليو فضيل، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998.

12. رانيا ممدوح صادق: الاعلان التلفزيوني، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.

13. طارق سيد أحمد الخليلي: فن الكتابة الإذاعية و التلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، د ط1، 2008.

14. طارق سيد أحمد الخليلي: فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2008.

15. عاصف حميدي، العمل الإذاعي و التلفزيوني، مطابع الصفرة، أبو ظبي، ط1، 2004.

16. عبد الفتاح أبة معال: أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال و تثقيفهم، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان ، ط 1، 2006.
17. عمار بوحوش: محمود الذبيبات : مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995.
18. عمار بوحوش: محمود الذبيبات : مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995.
19. عمار بوحوش، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995 .
20. عمر عبد الدايم: القنوات الفضائية و تطور الانتاج التلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، د ط، 2008.
21. فاطمة عوض صابر وميرفت علي خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002.
22. فاطمة عوض صابر وميرفت علي خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002.
23. فؤاد أحمد الساري: و وسائل الإعلام النشأة و التطور، دار أسامة، عمان، د ط.
24. مُجَّد الصدوقي، الصفحة الرئيسية – الصحافة والاعلام، وظيفة التلفزيون في المجتمع العربي، العدد1671، 2006.
25. مُجَّد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، دارعالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
26. مُجَّد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، دارعالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
27. مُجَّد عبيدات و آخرون : منهجية البحث العلمي ، ط2، دار وائل للطباعة و النشر ، عمان ، الأردن ، 1999
28. مُجَّد عبيدات و آخرون : منهجية البحث العلمي ، ط2، دار وائل للطباعة و النشر ، عمان ، الأردن ، 1999 .
29. مُجَّد منير حجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
30. مُجَّد منير حجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
31. ويس كوهين :مناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية و التربوية ، ترجمة كوثر حسين كوجك ، ط 1، دار العربية للنشر ، القاهرة ، مصر ، 1990.

32. ويس كوهين :مناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية و التربوية ، ترجمة كوثر حسين كوجك ، ط 1 ، دار العربية للنشر ، القاهرة ، مصر ، 1990.
33. وين ماري، الأطفال و الإنسان التلفزيوني، ترجمة: الصيحي عبد الفتاح، المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الأذاني، الكويت.

الرسائل الجامعية:

1. البقيع أدم اسحاق أبو الزكي، دور الاذاعات المحلية في تحقيق التنمية، دراسة تطبيقية على اذاعة نيالة ، لنيل درجة ماجستير في علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا وعلوم الاتصال، 2012.
2. بن زيان مليكة، مساهمة المرأة الريفية في تنمية المجتمع المحلي -دراسة ميدانية بريف تلمسان، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، 201-2011.
3. رؤوف بلعقاب، عمل المرأة واثره على العلاقة الزوجية ،اطروة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم بكية العلوم الانسانية والاجتماعية ،تخصص علم النفس العيادي 2016-2017.
4. نومار مريم نريمان "استخدام مواقع الشبكات الإجتماعية وتأثيره في العلاقات الإجتماعية "رسالة الماجستير غير منشورة، في علوم الإعلام والاتصال، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الإتصال الحديثة، جامعة لخضر، باتنة، 2012.
5. هبة نسرين بن يوسف، استخدامات المرأة الماكثة بالبيت لقناة الشروق بنة الفضائية - دراسة ميدانية على عينة من نساء حي أولاد سيدي ابراهيم بمدينة المسيلة-، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، المسيلة، 2016.

● المجلات :

1. جون كورن :التلفزيون والمجتمع -الخصائص -التأثير - النوعية - الإعلانات (ترجمة أديب خضر) دمشق - سلسلة المكتبة العالمية العدد 25 / 2999 م.
2. دور المرأة في مجتمع المعرفة، سلسلة دراسات يصدرها مركز الدراسات الاستراتيجية، جامعة الملك عبد العزيز الاصدار 2013-1355.
3. عاطف شحاتة زهران، التلفاز وتنشئة الطفل الاجتماعية، مجلة الوعي الاسلامي، العدد 341، 1994.
4. مراد زعيمي: مؤسسات التنشئة الاجتماعية، منشورات جامعة باجي مختار، د ت، عنابة.

المراجع باللغة الاجنبية :

1. Andrée Michal ; femme , sexisme et société , el .luf .1977
2. Hubert Pauline. La télévision pour enfants. A de Boeck, Bruxelles, 1981 1999

المواقع الالكترونية:

1. <https://www.almougem.com/mougem/> 1/05/2019 : 21 :45.

قائمة

المطابق

الملحق 1:

جامعة عمار الثليجي - الأغواط -

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علم الاجتماع والاتصال

في إطار إجراء دراسة ميدانية لنيل شهادة الماستر تخصص علوم اجتماع الاتصال بعنوان "مجالات استخدام المرأة الماكثة في البيت للتلفزيون"، نضع بين أيديكم استمارة استبيان، راجين منكم الإجابة عن أسئلتكم، ونحيطكم علما بأن المعلومات التي تدلون بها سرية تستخدم فقط لأغراض البحث العلمي.

في مكان الإجابة المناسبة ملاحظة: ضع علامة (x)

المحور الأول: البيانات الشخصية

1. العمر :

- أقل من 20 سنة من 20 إلى 29 سنة
- من 30 إلى 39 سنة من 40 إلى 49 سنة
- أكثر من 50 سنة

2. المستوى التعليمي :

- متوسط أو أقل ثانوي جامعي

3. الحالة العائلية:

- عازب متزوج مطلقة

4. عدد الاولاد

- 04-01 09-05 من 9 فما فوق

المحور الثاني: القنوات التلفزيونية الجزائرية أكثر مشاهدة من قبل المرأة الماكثة في البيت

5. هل تشاهدون التلفاز؟

نادرا

 احيا

 نعم

اذا كانت إجابتك ب (لا) أجيبي على هذا السؤال الموالي

6. لماذا لا تشاهدون القنوات الإعلامية؟

ليس عندي وقت لمشاهدتها

لا اشاهدها لاسباب اخلاقية

ليس لدينا طبق استقبال البث الفضائي

اكتفي بمتابعة وسائل أخرى

7. اذا كانت نعم، من بين هاته القنوات ماهي القنوات الجزائرية التي تفضلينها؟

البلاد

 الجزائرية 3

الفجر tv

 الشروق +

الجزائرية tv

 سميرة

النهار

 نوميديا

8. كم عدد الساعات التي تقتضينها في مشاهدة التلفزيون؟

3 ساعات فأكثر

من 2 إلى 3 ساعات

أقل من ساعة

9. ماهي الفترات التي تفضلين فيها مشاهدة التلفزيون؟

السهرة

الفترة المسائية

فترة الظهر

الفترة الصباحية

8. ما هو السبب الذي يجعلك تفضلين هذه الفترات بالذات؟

لأنها فترة برنامجي المفضل

لأنها فترة راحتي

بحكم التعود

أخرى.....

9. ماهي الأيام التي تشاهدون فيها التلفزيون؟

حسب الوقت

أيام العطل

كل يوم

10. مع من تشاهدون التلفزيون؟

مع الصديقات

مع الأسرة

لوحده

7. ماهي البرامج التي تفضلين مشاهدتها من خلال التلفزيون؟

التعليمية

الوثائقية

الموسيقية

الاخبارية

الثقافة

المنوعة

الرياضة

المسلسلات

الدينية الطبخ السياسة الأزياء والموضة

المحور الثالث: دوافع ومجالات استخدام المرأة الكاتبة في البيت للتلفزيون

8. ماهي اهم الأسباب التي تجعلك تشاهدين التلفزيون؟

- وقت الفراغ
- حب الاطلاع على كل ما هو جديد
- الاستفادة من المعلومات المقدمة
- أخرى.....

9. ماهي النتائج التي تحققيها من متابعتك للتلفزيون؟

- معرفة ما يدور حولنا من أحداث
- تخفف من شعوري بالإحساس بالتوتر
- تساعدني على الاستفادة من تجارب الأخرى
- الانفتاح على ثقافات لمجتمعات أخرى
- ايجاد موضوعات للحديث مع الآخرين
- تشعري بالتسلية والترفيه
- تخلصني من الشعور بالوحدة والعزلة
- أخرى تذكر

10. هل تستطيعين الاستغناء عن التلفزيون؟

- نعم لا

11. اذا كانت الإجابة ب (نعم) ماهي أسباب استغناءك عن التلفزيون؟

- عدم الانتظام في أداء الفرائض
- استهلاك الوقت
- التشبع من متابعة القنوات
- مشاهدة بعض البرامج المخلة بالحياء
- الكسل عن الدراسة
- أخرى تذكر

12. ما رايتك في الدراما الأجنبية؟

- مناقضة للعادات العربية
- مخالفة لبعض لأحكام الإسلامية
- تعلم عادات وسلوكيات جديدة تحتاجها عربية
- تبرز الثقافات الإيجابية للبلد أخرى
- تحطم تماسك الأسرة العربية
- أخرى تذكر

المحور الرابع: تأثير محتوى البرامج التلفزيونية على المرأة الماكثة في البيت

13. هل تشعرين بالأسف عندما تفوتك مشاهدة البرامج التلفزيونية؟

نعم لا عادي

14. في حالة الإجابة بـ "نعم" كيف تعوضين المشاهدة؟

وقت إعادة البرنامج في القناة عبر الأنترنت

15. هل سبق و أن تأثرتي بمضامين البرامج التلفزيونية؟

نعم لا

16. في حال الإجابة بـ "نعم" ما سبب التأثير؟

تأثير الموضوع المتناول التأثير بشخصية معينة
التأثير بالموسيقى

أخرى تذكر

17. ما مدى تأثير التلفزيون على ممارسة أنشطتك اليومية؟

قلت ممارسة أنشطتي اليومية زادت أنشطتي اليومية
لم يحدث أي تأثير

18. هل يعد وقت عرض برامجك المفضلة في التلفزيون مناسب لكي؟

نعم

19. هل ترين أن الحجم الساعي لعرض هذه البرامج التلفزيونية؟

كاف غير كاف نوعاً ما

20. هل أنتي مقتنعة بما تعرضه البرامج التلفزيونية النسائية؟

نعم كثيراً

21. هل تساهمين في نقل أفكار الجديدة من البرامج التلفزيونية إلى أخواتك وصديقاتك؟

نعم لا

22. كيف تنقلين الأفكار من البرامج التلفزيونية التي تتابعينها الى المحيطين بك؟

اتصال شخصي الاتصال بالأنترنت

23. ماهي مقترحات نحو البرامج التلفزيونية؟

منع واستبعاد مشاهد غير أخلاقية
رفع مستوى المضمون
التقليل من الإعلانات الإشهارية

الاهتمام بالتوعية الجيدة للبرامج

الاهتمام أكثر بالبرامج النسائية

أخرى تذكر

الملحق 2:

العمر

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide أقل من 20	5	16,7	16,7	16,7
من 20 إلى 29	16	53,3	53,3	70,0
من 30 إلى 39	6	20,0	20,0	90,0
من 40 إلى 49	3	10,0	10,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

التعليمي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide متوسط و أقل	5	16,7	16,7	16,7
ثانوي	7	23,3	23,3	40,0
جامعي	18	60,0	60,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

الانشغال

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide من 1 إلى 4	8	26,7	40,0	40,0
من 5 إلى 9	12	40,0	60,0	100,0
Total	20	66,7	100,0	
Manquante Système manquant	10	33,3		
Total	30	100,0		

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,589	11

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach ^a	Nombre d'éléments
,712	24

a. La valeur est négative

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,434	9

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,402	5

من بين هاته القنوات ماهي القنوات الجزائرية التي تفضلونها

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide الجزائرية 3	3	10,0	10,0	10,0
الشروق+	4	13,3	13,3	23,3
سميرة	13	43,3	43,3	66,7
البلاد	2	6,7	6,7	73,3
الفجر tv	4	13,3	13,3	86,7
الجزائرية tv	1	3,3	3,3	90,0
النهار	3	10,0	10,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

اجبني على هذا السؤال الموالي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide ليس لدى وقت لمساعدة	4	13,3	44,4	44,4
اكثفي بمناخه وسائل اخرى	5	16,7	55,6	100,0
Total	9	30,0	100,0	
Manquante Système manquant	21	70,0		
Total	30	100,0		

اسباب استغناءك عن التلفزيون

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide عدم الانتظام في اداء الفرائض	2	6,7	16,7	16,7
استهلاك الوقت	6	20,0	50,0	66,7
التسرع من متابعة القنوات	2	6,7	16,7	83,3
الكسل عن الدراسة	2	6,7	16,7	100,0
Total	12	40,0	100,0	
Manquante Système manquant	18	60,0		
Total	30	100,0		

هل تساهمين في نقل افكار الجديدة من البرامج التلفزيونية الى اخواتك وصديقاتك

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	25	83,3	83,3	83,3
لا	5	16,7	16,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

كيف تتقلين الانكار من البرامج التلفزيونية التي تتابعينها الى المحطتين بك

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide اتصال شخصي	19	63,3	63,3	63,3
الاتصال بالانترنت	11	36,7	36,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

ماهي مقترحات نحو البرامج التلفزيونية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide منح واستبعاد مشاهد غير اخلاقية	5	16,7	16,7	16,7
رفع مستوى المضمون	6	20,0	20,0	36,7
التقليل من الاعانات الاشهارية	7	23,3	23,3	60,0
الاهتمام بالتنوع الجديدة للبرامج	5	16,7	16,7	76,7
الاهتمام اكثر بالبرامج الساتية	7	23,3	23,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

هل بعد الوقت عرض برامجك المفضلة في التلفزيون مناسب لكي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	18	60,0	60,0	60,0
لا	12	40,0	40,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

هل تدين ان الحجم الساعي لعرض هذه البرامج التلفزيونية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide كاف	13	43,3	43,3	43,3
غير كاف	10	33,3	33,3	76,7
نوعا ما	7	23,3	23,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

هل انتي مقتنعة بما تعرضه البرامج التلفزيونية النسائية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	17	56,7	56,7	56,7
لا	10	33,3	33,3	90,0
كثيرا	3	10,0	10,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

هل سبق وان تأثرتي بمضامين البرامج التلفزيونية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	15	50,0	50,0	50,0
لا	15	50,0	50,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

ما سبب التأثر

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide تأثير الموضوع المتناول	16	53,3	53,3	53,3
التأثير الموسيقي	9	30,0	30,0	83,3
التأثير بشخصية معينة	5	16,7	16,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

مامدى تأثير التلفزيون على ممارسة انشطتك اليومية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide قلت ممارسة انشطتي اليومية	13	43,3	43,3	43,3
لم يحدث اى تأثير	11	36,7	36,7	80,0
زادت انشطتي اليومية	6	20,0	20,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

ما رايك في الدراما الاجنبية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide				
مناقضة للعادات العربية	9	30,0	30,0	30,0
مخالفة لبعض القيم الاحكام الاسلامية	7	23,3	23,3	53,3
تحطيم تماسك الاسرة العربية	6	20,0	20,0	73,3
تعلم عادات وسلوكيات جديدة تحتاجها المرأة العربية	2	6,7	6,7	80,0
تبرز الثقافات الاجابية للبلدان الاخرى	6	20,0	20,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

هل تشعرين بالاسف عندما تفوتك مشاهدة البرامج التلفزيونية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide				
نعم	9	30,0	30,0	30,0
لا	7	23,3	23,3	53,3
عادي	14	46,7	46,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

كيف توضحين المشاهد

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide				
وقت اعادة البرنامج في القناة	14	46,7	46,7	46,7
عبر الانترنت	16	53,3	53,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

ماهي النتائج التي تحققها من متابعة للتلفزيون

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide معرفة ما يدور حولنا من احداث	11	36,7	36,7	36,7
تخفف من شعوري بالاحساس بالوقت	4	13,3	13,3	50,0
تساعدني على الاستفادة من تجارب الاخرين	2	6,7	6,7	56,7
الانفتاح على ثقافات لمجتمعات اخرى	2	6,7	6,7	63,3
ايجاد موضوعات للحديث مع الاخرين	1	3,3	3,3	66,7
تسعدني بالتسلية والترفيه	8	26,7	26,7	93,3
تخلصني من الشعور بالوحدة والعزلة	2	6,7	6,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

هل تستطيع الاستغناء عن التلفزيون

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	14	46,7	46,7	46,7
لا	16	53,3	53,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

ماهي البرامج التي تفضلين مشاهدتها من خلال التلفزيون

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide الاخبارية	1	3,3	3,3	3,3
المسلسلات	17	56,7	56,7	60,0
الادبية	4	13,3	13,3	73,3
الموسيقية	1	3,3	3,3	76,7
الطبخ	4	13,3	13,3	90,0
المنوعة	2	6,7	6,7	96,7
الثقافة	1	3,3	3,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

ما هي اهم الاسباب التي تجعلك تشاهدين التلفزيون

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide وقت الفراغ	12	40,0	40,0	40,0
حب الاطلاع على كل ما هو جديد	12	40,0	40,0	80,0
الاستفادة من المعلومات المقدمة	6	20,0	20,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

ماهو السبب الذي يجعلك تفضلين هذه الفترات بالذات

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide بحكم التعود	7	23,3	23,3	23,3
لانها فترة راحتي	17	56,7	56,7	80,0
لانها فترة برنامجي المفضل	6	20,0	20,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

ماهي الايام التي تشاهدين فيها التلفزيون

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide كل يوم	6	20,0	20,0	20,0
ايام العطلة	10	33,3	33,3	53,3
حسب الوقت	14	46,7	46,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

مع من تشاهدين التلفزيون

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide لوحيدك	11	36,7	36,7	36,7
مع الاسرة	18	60,0	60,0	96,7
مع الصديقات	1	3,3	3,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

هل تشاهدین التلفاز

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	18	60,0	60,0	60,0
احيانا	8	26,7	26,7	86,7
نادرا	4	13,3	13,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

كم عدد الساعات التي تفضيها في مشاهدة التلفزيون

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide اقل من ساعة	5	16,7	17,2	17,2
من 2 الى 3 ساعات	19	63,3	65,5	82,8
ساعات فاكثر	5	16,7	17,2	100,0
Total	29	96,7	100,0	
Manquante Système manquant	1	3,3		
Total	30	100,0		

ماهي الفترات التي تفضلين فيها مشاهدة التلفزيون

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide فترة الصباحية	4	13,3	13,3	13,3
فترة الظهر	13	43,3	43,3	56,7
الفترة المسائية	5	16,7	16,7	73,3
السهرة	8	26,7	26,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

العائلية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide عازبة	11	36,7	36,7	36,7
متزوجة	15	50,0	50,0	86,7
مطلقة	4	13,3	13,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	