

الفهارس

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	عدد أطفال الجزائر العاصمة حسب متغيري السن و الجنس	16
2	توزيع عينة الدراسة المبدئية حسب متغيري السن و الجنس	18
3	توزيع عينة الدراسة النهائية حسب متغيري السن و الجنس	18
4	توزيع عينة الدراسة النهائية حسب متغير المستوى الاقتصادي و الاجتماعي للأسرة	19
5	بنية الاستيراد الجزائري 2003 / 2004	170
6	توزيع بنية الانفاق السنوي الكامل للأسر حسب مجموعات السلع	171
7	درجة مشاهدة الأطفال المبحوثين للتلفزيون	175
8	درجة مشاهدة الأطفال المبحوثين للتلفزيون حسب متغيري الجنس و السن	176
9	القنوات التلفزيونية المفضلة لدى الأطفال المبحوثين	179
10	القنوات التلفزيونية المفضلة لدى الأطفال المبحوثين حسب متغيري الجنس و السن	182
11	أوقات مشاهدة الأطفال المبحوثين للتلفزيون بكثرة	185
12	أكثر الأوقات مشاهدة للتلفزيون من طرف الأطفال المبحوثين حسب متغيري الجنس والسن	187
13	البرامج التلفزيونية المفضلة لدى الأطفال المبحوثين	189
14	البرامج التلفزيونية المفضلة لدى الأطفال المبحوثين حسب متغيري الجنس والسن	192
15	درجة متابعة الأطفال المبحوثين للومضات الاشهارية	195
16	درجة متابعة الأطفال المبحوثين للومضات الاشهارية حسب متغيري الجنس والسن	196
17	درجة متابعة الأطفال المبحوثين للومضات الاشهارية حسب متغير مستوى الأسرة	198
18	سبب متابعة الأطفال المبحوثين للومضات الاشهارية التلفزيونية	200
19	سبب متابعة الأطفال المبحوثين للومضات الاشهارية التلفزيونية حسب متغيري الجنس والسن	203
20	سبب متابعة الأطفال المبحوثين للومضات الاشهارية التلفزيونية حسب متغير مستوى الأسرة	206
21	مصدر الاشهار المفضل لدى الأطفال المبحوثين	208
22	مصدر الاشهار المفضل لدى الأطفال المبحوثين حسب متغيري الجنس والسن	210
23	حديث الأطفال المبحوثين عن الاشهار الذي يشاهدونه في التلفزيون من عدمه	212
24	حديث الأطفال المبحوثين عن الاشهار الذي يشاهدونه في التلفزيون من عدمه حسب متغيري الجنس والسن	213
25	الأشخاص الذين يتحدث معهم الأطفال المبحوثين عن الاشهار	215
26	الأشخاص الذين يتحدث معهم الأطفال المبحوثين عن الاشهار حسب متغيري الجنس والسن	216
27	موضوع حديث الأطفال المبحوثين عن الاشهار	218

220	موضوع حديث الأطفال المبحوثين عن الاشهار حسب متغيري الجنس والسن	28
222	ترتيب المنتجات التي يفضل الأطفال رؤيتها في الاشهار التلفزيوني	29
224	ترتيب المنتجات التي يفضل الأطفال رؤيتها في الاشهار التلفزيوني حسب متغيري الجنس و السن	30
229	ترتيب المنتجات التي يفضل الأطفال رؤيتها في الاشهار التلفزيوني حسب متغير مستوى الأسرة	31
233	الجوانب التي تعجب الأطفال في الاشهار عبر التلفزيون	32
236	الجوانب التي تعجب الأطفال في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغيري الجنس و السن	33
239	شعور الأطفال المبحوثين عند تخلل ومضات إشهارية مشاهدتهم للبرامج التلفزيونية	34
240	شعور الأطفال المبحوثين عند تخلل ومضات إشهارية مشاهدتهم للبرامج التلفزيونية حسب متغير ي الجنس والسن	35
242	شعور الأطفال المبحوثين عند تخلل ومضات إشهارية مشاهدتهم للبرامج التلفزيونية حسب متغير مستوى الأسرة	36
243	الأفعال التي يقوم بها الأطفال المبحوثون عند تخلل الومضات الاشهارية مشاهدتهم للتلفزيون	37
245	الأفعال التي يقوم بها الأطفال المبحوثون عند تخلل الومضات الاشهارية مشاهدتهم للتلفزيون حسب متغيري الجنس والسن	38
247	توليد الاشهار التلفزيوني الرغبة لدى الأطفال في امتلاك المنتجات المعروضة	39
248	مدى طلب الأطفال المبحوثين المنتجات المعروضة في الاشهار عبر التلفزيون من الوالدين	40
250	مدى طلب الأطفال المبحوثين المنتجات المعروضة في الاشهار عبر التلفزيون من الوالدين حسب متغيري الجنس والسن	41
252	مدى طلب الأطفال المبحوثين المنتجات المعروضة في الاشهار عبر التلفزيون من الوالدين حسب متغير مستوى الأسرة	42
253	مدى تلبية الوالدين طلب الأطفال المبحوثين لشراء المنتجات المعروضة في الاشهار التلفزيوني	43
255	مدى تلبية الوالدين طلب الأطفال المبحوثين لشراء المنتجات المعروضة في الاشهار التلفزيوني حسب متغيري الجنس والسن	44
257	مدى تلبية الوالدين طلب الأطفال المبحوثين لشراء المنتجات المعروضة في الاشهار التلفزيوني حسب متغير مستوى الأسرة	45
259	شعور الأطفال المبحوثين في حالة رفض الوالدين طلب الحصول على منتجات معروضة في الاشهار التلفزيوني	46
261	شعور الأطفال المبحوثين في حالة رفض الوالدين طلب الحصول على منتجات معروضة في الاشهار التلفزيوني حسب متغيري الجنس والسن	47
263	شعور الأطفال المبحوثين في حالة رفض الوالدين طلب الحصول على منتجات معروضة في الاشهار التلفزيوني حسب متغير مستوى الأسرة	48
264	رد فعل الأطفال المبحوثين في حالة رفض الأولياء طلبهم لشراء المنتجات المعروضة في الاشهار التلفزيوني	49

265	رد فعل الأطفال المبحوثين في حالة رفض الأولياء طلبهم لشراء المنتجات المعروضة في الاشهار التلفزيوني حسب متغيري الجنس والسن	50
269	رد فعل الأطفال المبحوثين في حالة رفض الأولياء طلبهم لشراء المنتجات المعروضة في الاشهار التلفزيوني حسب متغير مستوى الأسرة	51
271	درجة مصداقية الاشهار التلفزيوني لدى الأطفال المبحوثين	52
272	درجة مصداقية الاشهار التلفزيوني لدى الأطفال المبحوثين حسب متغيري الجنس والسن	53
274	درجة مصداقية الاشهار التلفزيوني لدى الأطفال المبحوثين حسب متغير مستوى الأسرة	54
275	رأي الأطفال المبحوثين في الاشهار التلفزيوني	55
277	رأي الأطفال المبحوثين في الاشهار التلفزيوني حسب متغيري الجنس والسن	56
280	رأي الأطفال المبحوثين في الاشهار التلفزيوني حسب متغير مستوى الأسرة	57
284	مدى تشوق الأطفال المبحوثين لامتلاك المنتجات التي يشاهدونها في الاشهار عبر التلفزيون	58
286	مدى تشوق الأطفال المبحوثين لامتلاك المنتجات التي يشاهدونها في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغيري الجنس والسن	59
288	مدى تشوق الأطفال المبحوثين لامتلاك المنتجات التي يشاهدونها في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير مستوى الأسرة	60
290	سلوك الأطفال المبحوثين في حالة امتلاكهم لمنتج ما عُرضَ في الاشهار عبر التلفزيون	61
291	سلوك الأطفال المبحوثين في حالة امتلاكهم لمنتج ما عُرضَ في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغيري الجنس والسن	62
293	سلوك الأطفال المبحوثين في حالة امتلاكهم لمنتج ما عُرضَ في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير مستوى الأسرة	63
294	مدى موافقة الأطفال المبحوثين إعارة ما يملكونه من منتجات معروضة في الاشهار لأحد الأصدقاء	64
295	مدى موافقة الأطفال المبحوثين إعارة ما يملكونه من منتجات معروضة في الاشهار لأحد الأصدقاء حسب متغيري الجنس والسن	65
297	مدى موافقة الأطفال المبحوثين إعارة ما يملكونه من منتجات معروضة في الاشهار لأحد الأصدقاء حسب متغير مستوى الأسرة	66
298	تسابق الأطفال المبحوثين مع أصدقائهم على من يملك أولا المنتجات المروّجة في الاشهار عبر التلفزيون	67
299	تسابق الأطفال المبحوثين مع أصدقائهم على من يملك أولا المنتجات المروّجة في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغيري الجنس والسن	68

301	تسابق الأطفال المبحوثين مع أصدقائهم على من يملك أولاً المنتجات المروّجة في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير مستوى الأسرة	69
303	رد فعل الأطفال المبحوثين في حالة رؤية أحد الأصدقاء يملك منتجاً يُعرض في الاشهار عبر التلفزيون	70
304	رد فعل الأطفال المبحوثين في حالة رؤية أحد الأصدقاء يملك منتجاً يُعرض في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغيري الجنس والسن	71
306	رد فعل الأطفال المبحوثين في حالة رؤية أحد الأصدقاء يملك منتجاً يُعرض في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير مستوى الأسرة	72
308	سلوك الأطفال المبحوثين في حالة امتلاكهم لمنتج ما عُرض في الاشهار عبر التلفزيون	73
309	سلوك الأطفال المبحوثين في حالة امتلاكهم لمنتج ما عُرض في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير مستوى الأسرة	74
311	سبب تَعَمُّدِ إظهار الأطفال المبحوثين لممتلكاتهم من المنتجات المعروضة في الاشهار التلفزيوني	75
313	سبب تَعَمُّدِ إظهار الأطفال المبحوثين لممتلكاتهم من المنتجات المعروضة في الاشهار التلفزيوني حسب متغيري الجنس والسن	76
315	سبب تَعَمُّدِ إظهار الأطفال المبحوثين لممتلكاتهم من المنتجات المعروضة في الاشهار التلفزيوني حسب متغير مستوى الأسرة	77
317	مدى شعور الأطفال المبحوثين بالسعادة عند شرائهم / حصولهم على منتجات شاهدوها في الاشهار عبر التلفزيون	78
318	مدى تأثر الأطفال المبحوثين برؤية أشخاص يملكون منتجات يعرضها الاشهار عبر التلفزيون	79
319	مدى تأثر الأطفال المبحوثين برؤية أشخاص يملكون منتجات يعرضها الاشهار عبر التلفزيون حسب متغيري الجنس والسن	80
321	مدى تأثر الأطفال المبحوثين برؤية أشخاص يملكون منتجات يعرضها الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير مستوى الأسرة	81
323	شعور الأطفال المبحوثين في حالة رؤيتهم لأشخاص يملكون منتجات شاهدوها في الاشهار عبر التلفزيون	82
325	شعور الأطفال المبحوثين في حالة رؤيتهم لأشخاص يملكون منتجات شاهدوها في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغيري الجنس والسن	83
327	شعور الأطفال المبحوثين في حالة رؤيتهم لأشخاص يملكون منتجات شاهدوها في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير مستوى الأسرة	84
329	رأي الأطفال المبحوثين في الأشخاص الذين يشترون أو يملكون أغراضاً شاهدوها في الاشهار عبر التلفزيون	85
331	رأي الأطفال المبحوثين في الأشخاص الذين يشترون أو يملكون أغراضاً شاهدوها في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغيري الجنس والسن	86

333	رأي الأطفال المبحوثين في الأشخاص الذين يشترون أو يملكون أغراضا شاهدوها في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير مستوى الأسرة	87
338	توزيع الأطفال المبحوثين حسب درجة تعرضهم للاشهار التلفزيوني	88
339	توزيع الأطفال المبحوثين حسب درجة تعرضهم للاشهار التلفزيوني و المستوى الاقتصادي والاجتماعي للأسرة	89
340	توزيع الأطفال المبحوثين حسب درجة تعرضهم للاشهار التلفزيوني ومتغير الجنس	90
341	توزيع الأطفال المبحوثين حسب درجة تعرضهم للاشهار التلفزيوني و متغير السن	91
342	درجة مصداقية الاشهار التلفزيوني لدى الأطفال المبحوثين موزعين حسب درجة تعرضهم للإشهار عبر التلفزيون	92
346	رأي الأطفال المبحوثين في الاشهار التلفزيوني موزعين حسب درجة تعرضهم له	93
350	توليد الاشهار التلفزيوني الرغبة في امتلاك المنتجات المعروضة لدى الأطفال موزعين حسب درجة تعرضهم للإشهار التلفزيوني	94
352	مدى طلب الأطفال المبحوثين للمنتجات المعروضة في الاشهار عبر التلفزيون من الوالدين موزعين حسب درجة تعرضهم للإشهار التلفزيوني	95
355	سلوك الأطفال المبحوثين في حالة امتلاكهم لمنتج ما عُرضَ في الاشهار عبر التلفزيون موزعين حسب درجة تعرضهم له.	96
357	مدى موافقة الأطفال المبحوثين إعارة ما يملكونه من منتجات معروضة في الاشهار لأحد الأصدقاء موزعين حسب درجة تعرضهم للإشهار التلفزيوني	97
359	رد فعل الأطفال المبحوثين في حالة رؤية أحد الأصدقاء يملك منتوجا يُعرض في الاشهار عبر التلفزيون موزعين حسب درجة تعرضهم للإشهار التلفزيوني	98
362	سلوك الأطفال المبحوثين في حالة امتلاكهم لمنتج ما عُرضَ في الاشهار عبر التلفزيون موزعين حسب درجة تعرضهم له	99
364	سبب تَعَمُّدِ إظهار الأطفال المبحوثين لممتلكاتهم من المنتجات المعروضة في الاشهار التلفزيوني موزعين حسب درجة تعرضه للإشهار التلفزيوني	100
367	علاقة درجة تعرض الطفل المبحوث للإشهار التلفزيوني بمدى ربطه امتلاك الأغراض المعروضة فيه بتميز الفرد الذي يملكها عن الآخر و نجاحه	101
369	شعور الأطفال المبحوثين بالسعادة عند حصولهم على الأغراض و المنتجات التي تعرض في الومضات الاشهارية موزعين حسب درجة تعرضهم للإشهار التلفزيوني	102

فهارس الدراسة

فهرس الرسومات البيانية

الرقم	عنوان الرسم البياني	الصفحة
01	درجة مشاهدة الأطفال المبحوثين للتلفزيون	175
02	درجة مشاهدة الأطفال المبحوثين للتلفزيون حسب متغير الجنس	177
03	درجة مشاهدة الأطفال المبحوثين للتلفزيون حسب متغير السن	177
04	القنوات التلفزيونية المفضلة لدى الأطفال المبحوثين حسب متغير الجنس	183
05	القنوات التلفزيونية المفضلة لدى الأطفال المبحوثين حسب متغير السن	184
06	أوقات مشاهدة الأطفال المبحوثين للتلفزيون بكثرة	186
07	أكثر الأوقات مشاهدة للتلفزيون من طرف الأطفال المبحوثين حسب متغير الجنس	187
08	أكثر الأوقات مشاهدة للتلفزيون من طرف الأطفال المبحوثين حسب متغير السن	188
09	البرامج التلفزيونية المفضلة لدى الأطفال المبحوثين	190
10	البرامج التلفزيونية المفضلة لدى الأطفال المبحوثين حسب متغير الجنس	192
11	البرامج التلفزيونية المفضلة لدى الأطفال المبحوثين حسب متغيري السن	193
12	درجة متابعة الأطفال المبحوثين للومضات الاشهارية	195
13	درجة متابعة الأطفال المبحوثين للومضات الاشهارية حسب متغير الجنس	197
14	درجة متابعة الأطفال المبحوثين للومضات الاشهارية حسب متغير السن	198
15	درجة متابعة الأطفال المبحوثين للومضات الاشهارية حسب متغير مستوى الأسرة	199
16	سبب متابعة الأطفال المبحوثين للومضات الاشهارية التلفزيونية	200
17	سبب متابعة الأطفال المبحوثين للومضات الاشهارية التلفزيونية حسب متغير الجنس	203
18	سبب متابعة الأطفال المبحوثين للومضات الاشهارية التلفزيونية حسب متغير السن	204
19	سبب متابعة الأطفال المبحوثين للومضات الاشهارية التلفزيونية حسب متغير مستوى الأسرة	206
20	مصدر الاشهار المفضل لدى الأطفال المبحوثين	208
21	مصدر الاشهار المفضل لدى الأطفال المبحوثين حسب متغير الجنس	210
22	مصدر الاشهار المفضل لدى الأطفال المبحوثين حسب متغير السن	211
23	حديث الأطفال المبحوثين عن الاشهار الذي يشاهدونه في التلفزيون	212
24	حديث الأطفال المبحوثين عن الاشهار الذي يشاهدونه في التلفزيون حسب متغير الجنس	213
25	حديث الأطفال المبحوثين عن الاشهار الذي يشاهدونه في التلفزيون حسب متغير السن	214
26	الأشخاص الذين يتحدث معهم الأطفال المبحوثين عن الاشهار	215
27	الأشخاص الذين يتحدث معهم الأطفال المبحوثين عن الاشهار حسب متغير الجنس	217
28	الأشخاص الذين يتحدث معهم الأطفال المبحوثين عن الاشهار حسب متغير السن	217
29	موضوع حديث الأطفال المبحوثين عن الاشهار	218

فهارس الدراسة

220	موضوع حديث الأطفال المبحوثين عن الاشهار حسب متغير الجنس	30
221	موضوع حديث الأطفال المبحوثين عن الاشهار حسب متغير السن	31
222	ترتيب المنتجات التي يفضل الأطفال رؤيتها في الاشهار التلفزيوني	32
225	ترتيب المنتجات التي يفضل الأطفال رؤيتها في الاشهار التلفزيوني حسب متغير الجنس	33
227	ترتيب المنتجات التي يفضل الأطفال رؤيتها في الاشهار التلفزيوني حسب متغير السن	34
229	المنتجات التي يفضل الأطفال الذين ينتمون لأسرة ذات مستوى بسيط رؤيتها في الاشهار التلفزيوني	35
230	المنتجات التي يفضل الأطفال الذين ينتمون لأسرة ذات مستوى متوسط رؤيتها في الاشهار التلفزيوني	36
230	المنتجات التي يفضل الأطفال الذين ينتمون لأسرة ذات مستوى جيد رؤيتها في الاشهار التلفزيوني	37
233	الجوانب التي تعجب الأطفال في الاشهار عبر التلفزيون	38
237	الجوانب التي تعجب الأطفال في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير الجنس	39
238	الجوانب التي تعجب الأطفال في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير السن	40
239	شعور الأطفال المبحوثين عند تخلل ومضات إشهارية مشاهدتهم للبرامج التلفزيونية	41
241	شعور الأطفال المبحوثين عند تخلل ومضات إشهارية مشاهدتهم للبرامج التلفزيونية حسب متغير الجنس	42
241	شعور الأطفال المبحوثين عند تخلل ومضات إشهارية مشاهدتهم للبرامج التلفزيونية حسب متغير السن	43
242	شعور الأطفال المبحوثين عند تخلل ومضات إشهارية مشاهدتهم للبرامج التلفزيونية حسب متغير مستوى الأسرة	44
244	الأفعال التي يقوم بها الأطفال المبحوثون عند تخلل الومضات الاشهارية مشاهدتهم للتلفزيون	45
245	الأفعال التي يقوم بها الأطفال المبحوثون عند تخلل الومضات الاشهارية مشاهدتهم للتلفزيون حسب متغير الجنس	46
246	الأفعال التي يقوم بها الأطفال المبحوثون عند تخلل الومضات الاشهارية مشاهدتهم للتلفزيون حسب متغير السن	47
247	توليد الاشهار التلفزيوني الرغبة لدى الأطفال في امتلاك المنتجات المعروضة	48
248	مدى طلب الأطفال المبحوثين المنتجات المعروضة في الاشهار عبر التلفزيون من الوالدين	49
250	مدى طلب الأطفال المبحوثين المنتجات المعروضة في الاشهار عبر التلفزيون من الوالدين حسب متغير الجنس	50
251	مدى طلب الأطفال المبحوثين المنتجات المعروضة في الاشهار عبر التلفزيون من الوالدين حسب متغير السن	51
252	مدى طلب الأطفال المبحوثين المنتجات المعروضة في الاشهار عبر التلفزيون من الوالدين حسب متغير مستوى الأسرة	52
253	مدى تلبية الوالدين طلب الأطفال المبحوثين لشراء المنتجات المعروضة في الاشهار التلفزيوني	53
255	مدى تلبية الوالدين طلب الأطفال المبحوثين لشراء المنتجات المعروضة في الاشهار التلفزيوني حسب متغير الجنس	54
256	مدى تلبية الوالدين طلب الأطفال المبحوثين لشراء المنتجات المعروضة في الاشهار التلفزيوني حسب متغير السن	55

فهارس الدراسة

257	مدى تلبية الوالدين طلب الأطفال المبحوثين لشراء المنتجات المعروضة في الاشهار التلفزيوني حسب متغير مستوى الأسرة	56
259	شعور الأطفال المبحوثين في حالة رفض الوالدين طلب الحصول على منتجات معروضة في الاشهار التلفزيوني	57
261	شعور الأطفال المبحوثين في حالة رفض الوالدين طلب الحصول على منتجات معروضة في الاشهار التلفزيوني حسب متغير الجنس	58
262	شعور الأطفال المبحوثين في حالة رفض الوالدين طلب الحصول على منتجات معروضة في الاشهار التلفزيوني حسب متغير السن	59
263	شعور الأطفال المبحوثين في حالة رفض الوالدين طلب الحصول على منتجات معروضة في الاشهار التلفزيوني حسب متغير مستوى الأسرة	60
264	رد فعل الأطفال المبحوثين في حالة رفض الأولياء طلبهم لشراء المنتجات المعروضة في الاشهار التلفزيوني	61
266	رد فعل الأطفال المبحوثين في حالة رفض الأولياء طلبهم لشراء المنتجات المعروضة في الاشهار التلفزيوني حسب متغير الجنس	62
267	رد فعل الأطفال المبحوثين في حالة رفض الأولياء طلبهم لشراء المنتجات المعروضة في الاشهار التلفزيوني حسب متغير السن	63
269	رد فعل الأطفال المبحوثين في حالة رفض الأولياء طلبهم لشراء المنتجات المعروضة في الاشهار التلفزيوني حسب متغير مستوى الأسرة	64
271	درجة مصداقية الاشهار التلفزيوني لدى الأطفال المبحوثين	65
273	درجة مصداقية الاشهار التلفزيوني لدى الأطفال المبحوثين حسب متغير الجنس	66
273	درجة مصداقية الاشهار التلفزيوني لدى الأطفال المبحوثين حسب متغير السن	67
274	درجة مصداقية الاشهار التلفزيوني لدى الأطفال المبحوثين حسب متغير مستوى الأسرة	68
276	رأي الأطفال المبحوثين في الاشهار التلفزيوني	69
278	رأي الأطفال المبحوثين في الاشهار التلفزيوني حسب متغير الجنس	70
278	رأي الأطفال المبحوثين في الاشهار التلفزيوني حسب متغير السن	71
280	رأي الأطفال المبحوثين الذين ينتمون لأسرة ذات مستوى بسيط في الاشهار التلفزيوني	72
282	رأي الأطفال المبحوثين الذين ينتمون لأسرة ذات مستوى متوسط في الاشهار التلفزيوني	73
282	رأي الأطفال المبحوثين الذين ينتمون لأسرة ذات مستوى جيد في الاشهار التلفزيوني	74
284	مدى تشوق الأطفال المبحوثين لامتلاك المنتجات التي يشاهدونها في الاشهار عبر التلفزيون	75
286	مدى تشوق الأطفال المبحوثين لامتلاك المنتجات التي يشاهدونها في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير الجنس	76
287	مدى تشوق الأطفال المبحوثين لامتلاك المنتجات التي يشاهدونها في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير السن	77

فهارس الدراسة

288	مدى تشوق الأطفال المبحوثين لامتلاك المنتجات التي يشاهدونها في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير مستوى الأسرة	78
290	سلوك الأطفال المبحوثين في حالة امتلاكهم لمنتج ما عُرضَ في الاشهار عبر التلفزيون	79
291	سلوك الأطفال المبحوثين في حالة امتلاكهم لمنتج ما عُرضَ في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير الجنس	80
292	سلوك الأطفال المبحوثين في حالة امتلاكهم لمنتج ما عُرضَ في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير السن	81
293	سلوك الأطفال المبحوثين في حالة امتلاكهم لمنتج ما عُرضَ في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير مستوى الأسرة	82
294	مدى موافقة الأطفال المبحوثين إعاره ما يملكونه من منتجات معروضة في الاشهار لأحد الأصدقاء	83
295	مدى موافقة الأطفال المبحوثين إعاره ما يملكونه من منتجات معروضة في الاشهار لأحد الأصدقاء حسب متغير الجنس	84
296	مدى موافقة الأطفال المبحوثين إعاره ما يملكونه من منتجات معروضة في الاشهار لأحد الأصدقاء حسب متغير السن	85
297	مدى موافقة الأطفال المبحوثين إعاره ما يملكونه من منتجات معروضة في الاشهار لأحد الأصدقاء حسب متغير مستوى الأسرة	86
298	تسابق الأطفال المبحوثين مع أصدقائهم على من يملك أولاً المنتجات المروّجة في الاشهار عبر التلفزيون	87
299	تسابق الأطفال المبحوثين مع أصدقائهم على من يملك أولاً المنتجات المروّجة في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير الجنس	88
300	تسابق الأطفال المبحوثين مع أصدقائهم على من يملك أولاً المنتجات المروّجة في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير السن	89
301	تسابق الأطفال المبحوثين مع أصدقائهم على من يملك أولاً المنتجات المروّجة في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير مستوى الأسرة	90
303	رد فعل الأطفال المبحوثين في حالة رؤية أحد الأصدقاء يملك منتجاً يُعرض في الاشهار عبر التلفزيون	91
305	رد فعل الأطفال المبحوثين في حالة رؤية أحد الأصدقاء يملك منتجاً يُعرض في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير الجنس	92
305	رد فعل الأطفال المبحوثين في حالة رؤية أحد الأصدقاء يملك منتجاً يُعرض في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير السن	93
307	رد فعل الأطفال المبحوثين في حالة رؤية أحد الأصدقاء يملك منتجاً يُعرض في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير مستوى الأسرة	94
308	سلوك الأطفال المبحوثين في حالة امتلاكهم لمنتج ما عُرضَ في الاشهار عبر التلفزيون	95
309	سلوك الأطفال المبحوثين في حالة امتلاكهم لمنتج ما عُرضَ في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير مستوى الأسرة	96
311	سبب تَعَمُّدِ إظهار الأطفال المبحوثين لممتلكاتهم من المنتجات المعروضة في الاشهار التلفزيوني	97

فهارس الدراسة

313	سبب تَعَمُّدِ إظهار الأطفال المبحوثين لممتلكاتهم من المنتجات المعروضة في الاشهار التلفزيوني حسب متغير الجنس	98
314	سبب تَعَمُّدِ إظهار الأطفال المبحوثين لممتلكاتهم من المنتجات المعروضة في الاشهار التلفزيوني حسب متغير السن	99
316	سبب تَعَمُّدِ إظهار الأطفال المبحوثين لممتلكاتهم من المنتجات المعروضة في الاشهار التلفزيوني حسب متغير مستوى الأسرة	100
317	مدى شعور الأطفال المبحوثين بالسعادة عند شرائهم / حصولهم على منتجات شاهدوها في الاشهار عبر التلفزيون	101
319	مدى تأثير الأطفال المبحوثين برؤية أشخاص يملكون منتجات يعرضها الاشهار عبر التلفزيون	102
320	مدى تأثير الأطفال المبحوثين برؤية أشخاص يملكون منتجات يعرضها الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير الجنس	103
320	مدى تأثير الأطفال المبحوثين برؤية أشخاص يملكون منتجات يعرضها الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير السن	104
321	مدى تأثير الأطفال المبحوثين برؤية أشخاص يملكون منتجات يعرضها الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير مستوى الأسرة	105
323	شعور الأطفال المبحوثين في حالة رؤيتهم لأشخاص يملكون منتجات شاهدوها في الاشهار عبر التلفزيون	106
325	شعور الأطفال المبحوثين في حالة رؤيتهم لأشخاص يملكون منتجات شاهدوها في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير الجنس	107
326	شعور الأطفال المبحوثين في حالة رؤيتهم لأشخاص يملكون منتجات شاهدوها في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير السن	108
327	شعور الأطفال المبحوثين في حالة رؤيتهم لأشخاص يملكون منتجات شاهدوها في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير مستوى الأسرة	109
330	رأي الأطفال المبحوثين في الأشخاص الذين يشترون أو يملكون أغراضا شاهدوها في الاشهار عبر التلفزيون	110
331	رأي الأطفال المبحوثين في الأشخاص الذين يشترون أو يملكون أغراضا شاهدوها في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير الجنس	111
332	رأي الأطفال المبحوثين في الأشخاص الذين يشترون أو يملكون أغراضا شاهدوها في الاشهار عبر التلفزيون حسب متغير السن	112
333	رأي أطفال الأسر بسيطة المستوى في الأشخاص الذين يشترون أو يملكون أغراضا شاهدوها في الاشهار عبر التلفزيون	113
334	رأي أطفال الأسر متوسطة المستوى في الأشخاص الذين يشترون أو يملكون أغراضا شاهدوها في الاشهار عبر التلفزيون	114

فهارس الدراسة

115	رأي أطفال الأسر جيدة المستوى في الأشخاص الذين يشترون أو يملكون أغراضا شاهدوها في الاشهار عبر التلفزيون	335
116	مصادقية الاشهار التلفزيوني لدى الأطفال الذين يتعرضون له بدرجة عالية	342
117	مصادقية الاشهار التلفزيوني لدى الأطفال الذين يتعرضون له بدرجة متوسطة	343
118	مصادقية الاشهار التلفزيوني لدى الأطفال الذين يتعرضون له بدرجة منخفضة	344
119	درجة مصداقية الإشهار التلفزيوني لدى الأطفال حسب درجة تعرضهم له	345
120	رأي الأطفال الذين يتعرضون للإشهار التلفزيوني بدرجة عالية فيه	346
121	رأي الأطفال الذين يتعرضون للإشهار التلفزيوني بدرجة متوسطة فيه	347
122	رأي الأطفال الذين يتعرضون للإشهار التلفزيوني بدرجة منخفضة فيه	348
123	رأي الأطفال المبحوثين في الاشهار التلفزيوني موزعين حسب درجة تعرضهم له	349
124	رأي الأطفال المبحوثين في الاشهار التلفزيوني موزعين حسب درجة تعرضهم له	350
125	مدى طلب أطفال درجة التعرض العالي للاشهار التلفزيوني للمنتجات المعروضة من الوالدين	352
126	مدى طلب أطفال درجة التعرض المتوسط للاشهار التلفزيوني للمنتجات المعروضة من الوالدين	353
127	مدى طلب أطفال درجة التعرض البسيط للاشهار التلفزيوني للمنتجات المعروضة من الوالدين	354
128	تأثير درجة التعرض للإشهار التلفزيوني على طلب الأطفال المبحوثين للمنتجات المعروضة خلاله من الوالدين	354
129	سلوك الأطفال المبحوثين في حالة امتلاكهم لمنتج ما عُرضَ في الاشهار عبر التلفزيون موزعين حسب درجة تعرضهم له.	356
130	مدى موافقة الأطفال المبحوثين إعارة ما يملكونه من منتجات معروضة في الاشهار لأحد الأصدقاء موزعين حسب درجة تعرضهم للإشهار التلفزيوني	357
131	رد فعل الأطفال المبحوثين في حالة رؤية أحد الأصدقاء يملك منتجاً يُعرض في الاشهار عبر التلفزيون موزعين حسب درجة تعرضهم للإشهار التلفزيوني	359
132	سلوك الأطفال المبحوثين في حالة امتلاكهم لمنتج ما عُرضَ في الاشهار عبر التلفزيون موزعين حسب درجة تعرضهم له	362
133	سبب تَعَمُّدِ إظهار الأطفال المبحوثين لممتلكاتهم من المنتجات المعروضة في الاشهار التلفزيوني موزعين حسب درجة تعرضه للإشهار التلفزيوني	364
134	علاقة درجة تعرض الطفل المبحوث للإشهار التلفزيوني بمدى ربطه امتلاك الأغراض المعروضة فيه بتميز الفرد الذي يملكها عن الآخر و نجاحه.	367

فهرس الموضوعات

الصفحة	العنوان
أ	مقدمة
11	إشكالية الدراسة و تساؤلاتها
14	أهمية الدراسة
14	أهداف الدراسة
15	منهج الدراسة ونوعها
17	أداة الدراسة
19	مجتمع الدراسة
20	عينة الدراسة
24	المقاربة النظرية للدراسة
31	مفاهيم الدراسة و مصطلحاتها
31	الخطاب الإشهاري
35	الطفولة
43	مفهوم الثقافة الاستهلاكية
51	مفهوم التنشئة الاستهلاكية
54	الدراسات السابقة
78	الفصل الأول : الخطاب الإشهاري التلفزيوني والطفل
79	المبحث الأول : التعريف بالإشهار التلفزيوني
79	I - تعريف الاشهار

83	أنواع الإشهار حسب التطور التاريخي للظاهرة
85	الإشهار العصبي سمة مطلع الألفية الجديدة
91	وظائف الإشهار
92	تأثيرات الإشهار
93	II - خصوصية التلفزيون كوسيلة إشهارية
95	مميزات الصورة الإشهارية
97	المبحث الثاني : الاشهار عبر التلفزيون كصيورة خطابية
97	I - تعريف الخطاب
102	II - الخطاب الاشهاري التلفزيوني
105	لماذا الحديث عن خطاب إشهاري و ليس رسالة إشهارية ؟
107	خصائص الخطاب الاشهاري التلفزيوني
111	III - مفهوم الاستراتيجية في الخطاب الاشهاري
113	أنواع الاستراتيجيات الخطابية
114	المبحث الثالث : الطفل و آليات تأثير الإشهار التلفزيوني عليه
115	I - مرحلة الطفولة و خصائصها
115	مراحل الطفولة
120	II - خصائص النمو عند الطفل ما بين 6 و 13 سنة
122	III - تأثير الاشهار التلفزيوني على الطفل
123	خصوصية تلقي الطفل للإشهار التلفزيوني
124	IV - آليات و أساليب تأثير الاشهار التلفزيوني على الأطفال

134	الفصل الثاني : الثقافة الاستهلاكية من خلال الخطاب الاشهاري التلفزيوني
135	المبحث الأول : المجتمع الاستهلاكي و نشأة الثقافة الاستهلاكية
135	I – تعريف المجتمع الاستهلاكي
137	مميزات المجتمع الاستهلاكي
140	II – تعريف الثقافة الاستهلاكية
140	تعريف الثقافة
141	تعريف الاستهلاك
144	تعريف الثقافة الاستهلاكية
145	خصائص ثقافة الاستهلاك
147	مظاهر ثقافة الاستهلاك
148	III – آليات نشر ثقافة الاستهلاك
148	أولا – الاعلام و ثقافة الاستهلاك
149	ثانيا – الخطاب الاشهاري و ثقافة الاستهلاك
150	المبحث الثالث : الثقافة الاستهلاكية في الجزائر والدول العربية
152	I – عوامل انتشار الثقافة الاستهلاكية في الجزائر و سائر الدول العربية
152	دور العولمة في انتشار الثقافة الاستهلاكية
155	دور وسائل الاعلام و التلفزيون تحديدا في بروز الثقافة الاستهلاكية عند الطفل العربي
156	أولا – التأثيرات الاجتماعية
157	ثانيا – التأثيرات النفسية و المعرفية
159	التحولات الاقتصادية الاجتماعية في الدول العربية

160	المال النفطي
161	II - المنشآت الاستهلاكية المستحدثة في الدول العربية كآليات لترويج ثقافة الاستهلاك
161	أ - المطاعم
163	ب - مراكز التسوق/ المراكز التجارية/ المولات
165	ج- مدن الملاهي
166	III - مؤشرات تنامي الاستهلاك في الجزائر
174	الفصل الثالث: دور الخطاب الاشعاري التلفزيوني في ترويج ثقافة الاستهلاك لدى الأطفال المبحوثين - الدراسة الميدانية-
175	المبحث الأول: الطفل الجزائري و التلفزيون
175	I - عادات مشاهدة الأطفال المبحوثين للتلفزيون
195	II - تعرض الأطفال المبحوثين للإشهار التلفزيوني
233	المبحث الثاني : إدراك الأطفال المبحوثين للإشهار التلفزيوني و تفاعلهم معه
233	I - إدراك الأطفال للإشهار التلفزيوني
247	II - تفاعل الأطفال مع الإشهار التلفزيوني
271	III - اتجاه الأطفال المبحوثين نحو الاشهار التلفزيوني
284	المبحث الثالث : الطفل الجزائري ، الاشهار التلفزيوني و الثقافة الاستهلاكية
284	I - دور الاشهار التلفزيوني في بروز مؤشرات النزعة المادية لدى الأطفال المبحوثين
308	II - دور الاشهار التلفزيوني في بروز النزعة الاستهلاكية لدى الأطفال المبحوثين
337	المبحث الرابع : علاقة درجة تعرض الأطفال المبحوثين للإشهار التلفزيوني ببروز أبعاد ومؤشرات الثقافة الاستهلاكية لديهم .
342	I - الاتجاه العام للأطفال المبحوثين نحو الاشهار التلفزيوني موزعين حسب درجة تعرضهم له
350	II - علاقة درجة تعرض الأطفال المبحوثين للإشهار التلفزيوني ببروز مؤشرات بعد النزعة المادية

فهارس الدراسة

362	III - علاقة درجة تعرض الأطفال للإشهار التلفزيوني بـبروز مؤشرات بعد "النزعة الاستهلاكية"
374	نتائج الدراسة و استنتاجاتها
395	خاتمة
399	مراجع الدراسة
412	ملحق الدراسة
421	الفهارس