

j

﴿يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ
دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ﴾

C

﴿ب﴾

[سورة المجادلة: الآية ١١]

إهداء

أهدى هذا العمل المتواضع

إلى أبى وأمى الحبيبين نهر العطاء الفياض ، نبع الحنان الصافى

إلى أخوإى أحمد، وسام

إلى أساتذتى الذين علمونى أبجدية العمل الإعلامى

إلى زميلئى (إبراهيم ،سعيد، وائل،)

الباحث



عنوان الرسالة: أثر الإعلانات التلفزيونية فى تنمية الحصيلة اللغوية للمتأخرين عقلياً
فئة القابلين للتعلم" (دراسة تجريبية) " .

اسم الباحث : كريم طلعت حسن المعداوى

الدرجة العلمية : الماجستير

القسم التابع له : الإعلام وثقافة الأطفال

اسم الكلية أو المعهد : معهد الدراسات العليا للطفولة

اسم الجامعة : عين شمس

سنة التسجيل : ٢٠٠٦ م

سنة المنح :

التقدير :

شكر وتقدير

﴿ الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي هَدَانَا لِهَذَا وَمَا كُنَّا لِنَهْتَدِيَ لَوْلَا أَنْ هَدَانَا اللَّهُ ﴾

C

الحمد لله رب العالمين ، حمدا يليق بمقامه الكريم، وأشكر فضله ونعمه التي لا تعد ولا تحصى على شخصي وعلى العالمين أحمدته تعالى وأشكر فضله على منحته العظيمة لشخصي الضعيف حيث هداى إلى نخبة من العلماء الأفاضل فكانوا خير موجهين ومرشدين على درب العلم وسبيل المعرفة الذين قال فيهم رسول الله صلى الله عليه وسلم "علماء أمتي كأنبياء بنى إسرائيل" وقال معاذ بن جبل "تعلموا العلم فإن تعلمه لله خشية ومذاكرته تسبيح والبحث عنه جهاد وتعليمه لمن لا يعلمه صدقه" وبذلك " لأهله قربه: وحسبنا في ذلك قول ربنا جل في علاه " إنما يخشى الله من عباده العلماء" ومن خلال حديث النبي صلى الله عليه وسلم " من لا يشكر الناس لا يشكر الله" وإن هؤلاء الأساتذة لم يخلوا على بوقنتهم الغالي ونصحهم وإرشادهم لى إلى طريق العلم الصحيح الذى استطعت به أن أصل إلى هذا البحث الذى أرجو من الله عز وجل أن ينال رضاهم وأن يكون شمعة مضيئة لمن يريد أن يكمل بعدى نفع به وطننا الغالي واعترافاً بأهل الفضل لفضلهم ونحسبه كذلك ولا نزكى على الله أحد.

أقدم شكرى وتقديرى وعرفانى بالجميل إلى أستاذى الفاضل العالم الجليل الأستاذ الدكتور / سامى محمد ربيع الشريف أستاذ الإعلام الدولى ، وعميد كلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات بالقاهرة، الذى سعدت بإشرافه على هذه الدراسة فكان بعلمه الفياض وتوجيهاته السديدة والبناءة وروحه الطيبة وابتسامته الأبوية وخلقه الكريم الأثر الطيب فى إنجاز هذه الدراسة ، فمهما تقدمت من شكر وتقدير ، فإن قلمى ولسانى يعجزان عن الوفاء بحقه ، أطال الله فى عمره وأدام عليه الصحة والعافية وجعله نبراسا يهتدى به كل باحث لمواجهة مشكلاته العلمية والإجرائية ، فجزاه الله عنى خير الجزاء.

كما أتقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير والعرفان بالجميل إلى الدكتورة / منى أحمد مصطفى عمران التى سعدت بإشرافها على هذه الدراسة والتى لا توافيها كلمات الشكر والثناء حقها لما أعطته لى من وقتها وعلمها بجد وإخلاص وتذليل كل الصعوبات التى واجهتنى منذ بداية الدراسة حتى نهايتها ، أطال الله فى عمرها ومتعها بالصحة والعافية ، فهذا ما تعودناه من سيادتها دائما كطلاب ننهل من وافر علمها ، فلها كل الشكر والتقدير أستاذة جلية فى محراب العلم وعالمة فاضلة فى

ميدان المعرفة فجزاها الله عنى وعن جميع الباحثين خير الجزاء لما قدمته وستقدمه دائماً إن شاء الله من نصيح وإرشاد وتشجيع علمى دائم ، فلك أستاذتى كل التحية والتقدير .

كما أتوجه بكل الحب والوفاء والتقدير والعرفان بالجميل إلى الأستاذ الدكتور/ محمود حسن إسماعيل أستاذ ورئيس قسم الإعلام وثقافة الأطفال بمعهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، لقبول سيادته دعوة مناقشة تلك الرسالة للاستفادة من خبراته العلمية الفياضة ، فله منى جزيل الشكر والتقدير لما قدمه من دراسات وأبحاث أثرت المكتبة الإعلامية ، فتحية إعراز وتقدير لما قدمه سيادته في مجال الإعلام ، أطال الله في عمره وأدام عليه الصحة والعافية وجزاه الله عنى خير الجزاء .

وفى هذا المقام أتوجه بكل الشكر والامتنان والتقدير إلى الأستاذة الدكتورة/ هويدا مصطفى أستاذ بقسم الإذاعة بكلية الإعلام جامعة القاهرة. لقبول سيادتها دعوة مناقشة تلك الرسالة المتواضعة وذلك للاستفادة من خبرات سيادتها الرشيدة سواء كان فى الجانب العلمى أو العلمى ، فلها منى عميق الشكر والعرفان بالجميل لما قدمته لى ولزملائى من أبحاث وكتابات نستقى منها معارفنا ، أسأل الله عز وجل أن يجزيها عنى خير الجزاء .

وبكل الحب والإخلاص أتوجه بعميق شكرى وامتنانى واعترافى بالجميل إلى من كانا يتمنيا رؤيتى فى هذا المقام، إلى من كانا بالنسبة لى نورا وهداية أستضى بهما كلما ألمت بى الصعاب فمهما كتبت ومهما قلت فلن أوفيها حقهما (أبى وأمى)، وإلى أخواتى العزيزين، وعائلتي الكريمة كل الشكر والتقدير تقديراً لمساندتهم وتشجيعهم المستمر لى من أجل إتمام هذا العمل .

ولا يفوتنى فى هذا المقام أن أتوجه بخالص الشكر والامتنان إلى كل زملائى فى بلدتنا الذين شاركوا أنفاسى فى هذا العمل المتواضع وهم (سعيد النادى سعد، وائل مخيمر عبد النبى، سامح جمال سعد) فلهم منى تحية تقدير و عرفان، وشكر لكل من حضر اليوم ليشاركنى إتمام هذا العمل .
وأخيراً وليس آخرأ فإن الكمال لله وحده وإن كان فى هذا العمل العلمى بعض القصور ، فهذا من طبيعة البشر وإن كان فيه بعض الإتيقان فذلك توفيق الله عز وجل وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين .

الباحث

مستخلص الرسالة

عنوان الرسالة: "أثر الإعلانات التلفزيونية فى تنمية الحصيلة اللغوية للمتأخرين عقلياً فئة القابلين للتعلم" (دراسة تجريبية)

اسم الباحث: كريم طلعت حسن المعداوي

جهة البحث : معهد الدراسات العليا للطفولة – جامعة عين شمس.

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على ما إذا كانت الإعلانات التلفزيونية يمكن أن تؤثر فى تنمية الحصيلة اللغوية للمتأخرين عقلياً فئة القابلين للتعلم, وتعد هذه الدراسة من الدراسات التجريبية حيث اعتمدت على المنهج التجريبى باستخدام مجموعتين إحداهما ضابطة والأخرى تجريبية, بالإضافة إلى الدراسة الميدانية التي قام بها الباحث علي أولياء أمور الأطفال المتأخرين عقلياً والمعلمين القائمين علي تعليمهم وتدريبهم حول مدي فهم الأطفال واستخدامهم للغة الإعلانات التلفيزيونية، وذلك للتأكد من صحة نتائج الدراسة التجريبية. وقد أجريت الدراسة على عينة عشوائية من الإعلانات السلعية على قناة روتانا سينما الفضائية, حيث بلغت (٢١) إعلان فى فترة زمنية (١١,٢٥ دقيقة), وعينة بشرية قوامها (٤٠) طفلاً وطفلة من تلاميذ مدرسة التربية الفكرية بالمنصورة بعمر زمنى (٨-١٢) سنة تقريباً, وعمر عقلى (٥-٨) سنوات تقريباً, ومعدل الذكاء (٥٥-٧٥), بجانب عينة الدراسة الميدانية حيث تكونت من (٤٠) ولي أمر من أولياء أمور الأطفال المتأخرين عقلياً عينة الدراسة التجريبية؛ و(٩) معلمين بواقع ٤٠ استمارة حيث كل معلم مسئول عن أكثر من طفل بالفصل المسئول عنه, وقد استخدمت الدراسة استمارة جمع بيانات أولية خاصة بالطفل, ومقياس المستوى الاجتماعى الاقتصادى, ومقياس ستانفورد بينية للذكاء (الصورة الرابعة), ومقياس الحصيلة اللغوية بمرحلتى الطفولة الوسطى والمتأخرة, وشريط الإعلانات المستخدم فى الدراسة, واستمارة استبيان عن طريق المقابلة لأولياء أمور الأطفال المتأخرين عقلياً والمعلمين القائمين علي تعليمهم وتدريبهم حول مدي فهم الأطفال واستخدامهم للغة الإعلانات التلفيزيونية, كما استخدمت الدراسة التكرارات والنسب المئوية, والمتوسطات الحسابية, والانحراف المعياري, اختبار "ت" T.Test, معامل الارتباط, اختبار "مان ويتنى" Mann-Whitney test, وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

فيما يتعلق بنتائج الدراسة التجريبية :

- أثبتت الدراسة صحة الفرض الأول الذى ينص على: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أطفال المجموعة التجريبية, قبل وبعد التعرض للإعلانات, لصالح القياس البعدى وذلك على مقياس الحصيلة اللغوية".

- أثبتت الدراسة صحة الفرض الثاني الذى ينص على: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أطفال المجموعة الضابطة, قبل وبعد التعرض للإعلانات, وذلك على مقياس الحصيلة اللغوية".
- أثبتت الدراسة صحة الفرض الثالث الذى ينص على: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أطفال المجموعتين التجريبية والضابطة, بعد تعرض المجموعة التجريبية للإعلانات, لصالح أطفال المجموعة التجريبية وذلك على مقياس الحصيلة اللغوية".
- أثبتت الدراسة صحة الفرض الرابع الذى ينص على: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات رتب ذكور وإناث المجموعة التجريبية بعد تعرضهم للإعلانات وذلك على مقياس الحصيلة اللغوية".
- أثبتت الدراسة صحة الفرض الخامس الذى ينص على: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات رتب أطفال المجموعة التجريبية الأكبر سناً والأصغر سناً بعد تعرضهم للإعلانات, وذلك على مقياس الحصيلة اللغوية".
- أثبتت الدراسة صحة الفرض السادس الذى ينص على: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أطفال المجموعة التجريبية فى القياس البعدى والقياس التنبعى, وذلك على مقياس الحصيلة اللغوية".

فيما يتعلق بنتائج الدراسة الميدانية :

- أثبتت الدراسة صحة الفرض السادس الذى ينص على " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أولياء أمور المجموعتين التجريبية والضابطة حول مدى فهم الأطفال واستخدامهم للغة الإعلانات التليفزيونية لصالح المجموعة التجريبية .
- أثبتت الدراسة صحة الفرض السادس الذى ينص على " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات معلمين المجموعتين التجريبية والضابطة حول مدى فهم الأطفال واستخدامهم للغة الإعلانات التليفزيونية لصالح المجموعة التجريبية".
- أثبتت الدراسة صحة الفرض السادس الذى ينص على " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أولياء الأمور والمعلمين للمجموعة التجريبية حول مدى فهم الأطفال واستخدامهم للغة الإعلانات التليفزيونية".

الكلمات المفتاحية:

- | | |
|---------------------------|------------------------|
| ١- الأثر | The Effect |
| ٢- الإعلانات التليفزيونية | Television Advertising |
| ٣- الحصيلة اللغوية | Vocabulary |
| ٤- تنمية | Developing |

Educable Mentally Retarded

٥- المتأخرين عقلياً قابلين التعلم

فهرست الدراسة ومحتوياتها

الموضوع	رقم الصفحة
• الآية	ب
• إهداء	ج
• بيانات الباحث	د
• شكر وتقدير	هـ
• مستخلص الرسالة	ز
• مقدمة الدراسة	٦ - ٢
الفصل الأول	
الإجراءات المنهجية للدراسة	
أولاً: مشكلة الدراسة	٨ - ٩٧
ثانياً: أهمية الدراسة	٨
ثالثاً: أهداف الدراسة	١١
رابعاً: الدراسات السابقة	١٥
خامساً: التعريفات الإجرائية للدراسة	١٥
سادساً: تساؤلات الدراسة الميدانية	٥٥
سابعاً: فروض الدراسة	٥٧
ثامناً: متغيرات الدراسة	٥٨
تاسعاً: نوع الدراسة	٥٩
عاشرًا: منهج الدراسة	٦٠
حادي عشر: مجتمع الدراسة	٦١
ثاني عشر: عينة الدراسة	٦١
ثالث عشر : أدوات الدراسة	٦٢
رابع عشر: حدود الدراسة	٧٧
خامس عشر: خطوات الدراسة التجريبية	٩٣
سادس عشر: حدود الدراسة الميدانية	٩٤
سابع عشر: المعالجة والمعاملات الإحصائية المستخدمة في الدراسة	٩٦
الفصل الثاني	
المتأخرين عقلياً واقعهم واحتياجاتهم	
	٩٩ - ١٥٢

الموضوع	رقم الصفحة
أولاً: مفهوم التأخر العقلي	١٠٠
ثانياً: الفرق بين التأخر العقلي والمرض العقلي	١٠٨
ثالثاً: قياس وتشخيص التأخر العقلي	١١٠
رابعاً: أسباب التأخر العقلي	١١٤
خامساً: خصائص الأطفال المتأخرين عقلياً القابلين للتعلم	١٢١
سادساً: تصنيفات التأخر العقلي	١٣٠
سابعاً: الاحتياجات النفسية والاجتماعية للمتأخرين عقلياً	١٤٤
ثامناً: المتأخرين عقلياً ووسائل الأعلام	١٤٥
تاسعاً: اللغة عند المتأخرين عقلياً	١٤٩
<p style="text-align: center;">الفصل الثالث اللغة عند المتأخرين عقلياً</p>	
أولاً: تعريف اللغة	١٥٥
ثانياً: خصائص اللغة	١٥٩
ثالثاً: أهمية اللغة	١٦٣
رابعاً: وظائف اللغة	١٦٥
خامساً: مراحل النمو اللغوي لدى العاديين وذوى الإعاقة العقلية	١٦٩
سادساً: النظريات المفسرة لاكتساب اللغة	١٨٣
سابعاً: العوامل التي تؤثر في النمو اللغوي لدى الأطفال والمتأخرين عقلياً	١٩٤
<p style="text-align: center;">الفصل الرابع الإعلانات التلفزيونية ولغة الطفل</p>	
أولاً: تعريف الإعلان	٢٠٨
ثانياً: نشأة الإعلان وتطوره	٢١٤
ثالثاً: العوامل التي ساعدت على تطور الإعلان التلفزيوني	٢١٦
رابعاً: خصائص الإعلان التلفزيوني	٢١٩
خامساً: عيوب الإعلان التلفزيوني	٢٢٠
سادساً: وظائف الإعلان التلفزيوني	٢٢٣
سابعاً: أهداف الإعلان التلفزيوني	٢٢٦
تاسعاً: أنواع الإعلان التلفزيوني	٢٢٨
عاشراً: الأشكال والقوالب الفنية المستخدمة في الإعلان التلفزيوني	٢٣٩
حادي عشر: الاستمالات المستخدمة في الإعلان التلفزيوني	٢٤٥

الموضوع	رقم الصفحة
ثاني عشر: الآثار الإيجابية والسلبية للإعلان التليفزيوني	٢٤٨
ثالث عشر: الإعلانات التليفزيونية وتأثيرها علي لغة الطفل	٢٥٣
<p>الفصل الخامس</p> <p>نتائج الدراسة التجريبية:</p> <p>أولاً: نتائج الدراسة التجريبية واختبار صحة الفروض</p> <p>ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية</p>	<p>--٢٥٩</p> <p>٣١٣</p>
• خاتمة الدراسة	<p>-٣١٥</p> <p>٣١٩</p>
• المراجع	<p>-٣٢٠</p> <p>٣٣٩</p>
• ملحق الدراسة وتشمل :	
▪ ملحق (١) قائمة بأسماء السادة المحكمين	٣٤٤
▪ ملحق (٢) استمارة جمع البيانات الأولية الخاصة بالطفل	٣٤٧
▪ ملحق (٣) مقياس المستوى الاجتماعي الاقتصادي	٣٤٩
▪ ملحق (٤) استمارة مقياس الحصيلة اللغوية للأطفال بمرحلتى الطفولة الوسطى والمتأخرة	٣٥١
▪ ملحق (٥) استمارة الاستبيان	٣٧٢
▪ ملحق (٦) الموافقات الرسمية الخاصة بالدراسة	
▪ ملخص الدراسة باللغة العربية	٣٨١
▪ ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية	٣٩٦

فهرس الجداول

رقم الصفحة	الموضوع	رقم الجدول
٩	الحصيلة اللغوية والكلمات الجديدة التي اكتسبها الأطفال	١
٥٦	متغيرات الدراسة	٢
٦٠	الحالات المستبعدة من عينة الدراسة	٣
٦٠	عدد أطفال المجموعتين التجريبية والضابطة و المنطقة التابع لها	٤
٦١	وصف المجموعتين التجريبية والضابطة في العمر الزمني والذكاء والمستوي الاجتماعي الاقتصادي	٥
٦٣	توزيع عينة الدراسة طبقاً للعمر الزمني (السن)	٦
٦٤	دلالة الفروق بين متوسطي المجموعتين التجريبية والضابطة في العمر الزمني	٧
٦٤	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمستوي الذكاء	٨
٦٥	دلالة الفروق بين متوسطي المجموعتين التجريبية والضابطة في مستوى الذكاء	٩
٦٥	دلالة الفروق بين متوسطي المجموعتين التجريبية والضابطة في المستوى الاقتصادي الاجتماعي	١٠
٦٦	التكافؤ بين المجموعتين التجريبية والضابطة من حيث النوع	١١
٦٧	قيمة "ن" لدلالة الفروق بين المجموعتين التجريبية والضابطة على متغيرات مقياس الحصيلة اللغوية	١٢
٦٩	بيانات بالإعلانات التلفزيونية عينة الدراسة: طولها، تصنيفها، أسباب اختيارها	١٣
٧٤	بيان بالمستويات الاجتماعية الاقتصادية ومدى الدرجات الخاص بكل منها	١٤
٨٥	الاتساق الداخلي بين أبعاد المقياس والدرجة الكلية (ن=٤٠)	١٥
١٣٢	تصنيف حالة التخلف العقلي على أساس القدرة على التعلم (التصنيف التربوي)	١٦
١٧٧	العلاقة بين عمر الأطفال وطول الجملة	١٧
١٧٩	تطور مظاهر النمو اللغوي عند الأطفال	١٨
٢٠٥	تصنيف حالة التخلف العقلي على أساس السلوك التكيفي	١٩
٢١٠	الفروق بين مرحلة الصراخ ومرحلة المناغاة	٢٠
٢٥٧	دلالة الفروق بين متوسطي القياسين القبلي والبعدي للمجموعة التجريبية على مقياس الحصيلة اللغوية	٢١
٢٦٢	قيمة (η^2) وقيمة (d) المقابلة لها ومقدار حجم التأثير	٢٢

رقم الصفحة	الموضوع	رقم الجدول
٢٦٣	دلالة الفروق بين متوسطى القياسين القبلى والبعدى للمجموعة الضابطة على مقياس الحصيلة اللغوية	٢٣
٢٦٧	دلالة الفروق بين متوسطى المجموعتين التجريبية والضابطة فى القياس البعدى على أبعاد مقياس الحصيلة اللغوية	٢٤
٢٧٠	دلالة الفروق بين ذكور وإناث المجموعة التجريبية فى القياس البعدى على أبعاد مقياس الحصيلة اللغوية	٢٥
٢٧٥	دلالة الفروق بين الأطفال الأكبر سناً والأصغر سناً بالمجموعة التجريبية فى القياس البعدى على أبعاد مقياس الحصيلة اللغوية	٢٦
٢٧٩	دلالة الفروق بين متوسطى القياسين البعدى والتتبعى للمجموعة التجريبية على أبعاد مقياس الحصيلة اللغوية	٢٧
٢٨١	دلالة الفروق بين متوسط درجات أولياء أمور المجموعتين التجريبية والضابطة حول مدى فهم وإدراك الأطفال للغة الإعلانات التليفزيونية	٢٨
٢٨٢	استطلاع رأى أولياء الأمور فى المجموعتين التجريبية والضابطة حول فهم وإدراك لغة الإعلانات التليفزيونية (البعد الأول)	٢٩
٢٨٢	دلالة الفروق بين متوسط درجات أولياء أمور المجموعتين التجريبية والضابطة حول التعبير واستخدام لغة الإعلانات التليفزيونية	٣٠
٢٨٣	استطلاع رأى أولياء الأمور فى المجموعتين التجريبية والضابطة حول القدرة على التعبير واستخدام لغة الإعلانات التليفزيونية (البعد الثانى)	٣١
٢٨٤	دلالة الفروق بين متوسط درجات أولياء أمور المجموعتين التجريبية والضابطة حول قدرتهم على قراءة وكتابة لغة الإعلانات التليفزيونية	٣٢
٢٨٤	استطلاع رأى أولياء الأمور فى المجموعتين التجريبية والضابطة حول القدرة على قراءة وكتابة لغة الإعلانات التليفزيونية (البعد الثالث)	٣٣
٢٨٥	دلالة الفروق بين متوسط درجات أولياء أمور المجموعتين التجريبية والضابطة حول مدى فهم الأطفال واستخدامهم للغة الإعلانات التليفزيونية	٣٤
٢٨٦	دلالة الفروق بين متوسط درجات معلمين المجموعتين التجريبية والضابطة حول مدى فهم وإدراك الأطفال للغة الإعلانات التليفزيونية	٣٥
٢٨٧	استطلاع رأى أولياء الأمور فى المجموعتين التجريبية	٣٦

رقم الصفحة	الموضوع	رقم الجدول
	والضابطة حول فهم وإدراك لغة الإعلانات التليفزيونية (البعد الأول)	
٢٨٧	دلالة الفروق بين متوسط درجات معلمين المجموعتين التجريبية والضابطة حول التعبير واستخدام لغة الإعلانات التليفزيونية	٣٧
٢٨٨	استطلاع رأى معلمين المجموعتين التجريبية والضابطة حول القدرة على التعبير واستخدام لغة الإعلانات التليفزيونية (البعد الثانى).	٣٨
٢٨٩	دلالة الفروق بين متوسط درجات معلمين المجموعتين التجريبية والضابطة حول قدرتهم على قراءة وكتابة لغة الإعلانات التليفزيونية	٣٩
٢٨٩	استطلاع رأى معلمين المجموعتين التجريبية والضابطة حول القدرة على قراءة وكتابة لغة الإعلانات التليفزيونية (البعد الثالث)	٤٠
٢٩٠	دلالة الفروق بين متوسط درجات معلمين المجموعتين التجريبية والضابطة حول مدى فهم الأطفال واستخدامهم لغة الإعلانات التليفزيونية	٤١
٢٩١	دلالة الفروق بين متوسط درجات أولياء الأمور ومعلمين المجموعتين التجريبية والضابطة حول مدى فهم وإدراك الأطفال للغة الإعلانات التليفزيونية	٤٢
٢٩٢	استطلاع رأى أولياء الأمور ومعلمين المجموعة التجريبية حول فهم وإدراك لغة الإعلانات التليفزيونية (البعد الأول)	٤٣
٢٩٢	دلالة الفروق بين متوسط درجات أولياء الأمور ومعلمين المجموعة التجريبية حول التعبير واستخدام لغة الإعلانات التليفزيونية	٤٤
٢٩٣	استطلاع رأى أولياء الأمور ومعلمين المجموعة التجريبية حول القدرة على التعبير واستخدام لغة الإعلانات التليفزيونية (البعد الثانى)	٤٥
٢٩٤	دلالة الفروق بين متوسط درجات أولياء الأمور والمعلمين للمجموعة التجريبية حول قدرتهم على قراءة وكتابة لغة الإعلانات التليفزيونية (البعد الثالث)	٤٦
٢٩٤	استطلاع رأى أولياء الأمور ومعلمين المجموعة التجريبية حول القدرة على قراءة وكتابة لغة الإعلانات التليفزيونية (البعد الثالث)	٤٧