

j

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

C

{ b }

[سورة المجادلة: الآية ١١]

إهادء

أهدى هذا العمل المتواضع

إلى أبي وأمى الحبيبين نهر العطاء الفياض ، نبع الحنان الصافى

إلى أخواى أحمد، وسام

إلى أساتذى الذين علمونى أبجدية العمل الإعلامى

إلى زميلي (إبراهيم ، سعيد ، وائل ،)

الباحث



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

اسم الباحث : كريم طلعت حسن المعداوي

الدرجة العلمية : الماجستير

القسم التابع له : الإعلام وثقافة الأطفال

اسم الكلية أو المعهد : معهد الدراسات العليا للطفلة

اسم الجامعة : عين شمس

سنة التسجيل : ٢٠٠٦ م

سنة المنح :

التقدير :

شُكْر وَتَقْدِير

﴿الْحَمْدُ لِلّٰهِ الَّذِي هَدَانَا لِهَذَا وَمَا كُنَّا لِنَهْتَدِي لَوْلَا أَنْ هَدَانَا اللّٰهُ﴾

C

الحمد لله رب العالمين ، حمدا يليق بمقامه الكريم، وأشكر فضله ونعمه التي لا تعد ولا تحصى على شخصي وعلى العالمين أحمده تعالى وأشكر فضله على منحه العظيمة لشخصي الضعيف حيث هداني إلى نخبة من العلماء الأفاضل فكانوا خير موجهين ومرشدين على درب العلم وسيبيل المعرفة الذين قال فيهم رسول الله صلى الله عليه وسلم "علماء أمتي كأنبياء بنى إسرائيل" وقال معاذ بن جبل "تعلموا العلم فإن تعلمه الله خشية ومذكرته تسبيح والبحث عنه جهاد وتعليمه لمن لا يعلمه صدقه "وبذلك" لأهله قربه: وحسينا في ذلك قول رينا 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 يبخروا على بوقتهم الغالي ونصحهم وإرشادهم لى إلى طريق العلم الصحيح الذي استطعت به أن أصل إلى هذا البحث الذي أرجو من الله عز وجل أن ينال رضاهم وأن يكون شمعة مضيئة لمن يريد أن يكمل بعدي تنفع به وطننا الغالي واعترافا بأهل الفضل لفضلهم ونحبه كذلك ولا نزكي على الله أحد.

أقدم شكرى وتقديرى وعرفانى بالجميل إلى أستاذى الفاضل العالم الجليل الأستاذ الدكتور / سامي 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 وخلفه 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 توافقها كلمات الشكر والثناء حقها لما أعطته لي من وقتها وعلمها بجد وإخلاص وتذليل كل الصعوبات التى واجهتني منذ بداية الدراسة حتى نهايتها ، أطال الله فى عمرها ومتعبها بالصحة والعافية ، فهذا ما تعودناه من سيادتها دائما كطلاب ننهل من وافر علمها ، فلها كل الشكر والتقدير أستاذة جليلة فى محارب العلم وعالمة فاضلة فى

ميدان المعرفة فجزاها الله عنى وعن جميع الباحثين خير الجزاء لما قدمته وستقدمه دائماً إن شاء الله من نصح وإرشاد وتشجيع علمي دائم ، فلما 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 للطفلة، جامعة عين شمس، لقبول سيادته دعوة مناقشة تلك الرسالة للاستفادة من خبراته العلمية الفياضة ، فله مني جزيل الشكر والتقدير لما قدمه من دراسات وأبحاث أثرت المكتبة الإعلامية ، فتحية إعزاز وتقدير لما قدمه سيادته في مجال الإعلام ، أطال الله في عمره وأدام عليه الصحة والعافية وجزاهم الله عنى خير الجزاء.

وفي هذا المقام أتوجه بكل الشكر والامتنان والتقدير إلى الأستاذة الدكتورة / هودا مصطفى أستاذ بقسم الإذاعة بكلية الإعلام جامعة القاهرة. لقبول سيادتها دعوة مناقشة تلك الرسالة المتواضعة وذلك للاستفادة من خبراتها الرشيدة سواء كان في الجانب العلمي أو العملي ، فلها مني عميق الشكر والعرفان بالجميل لما قدمته لي ولزمائني من أبحاث وكتابات تستقي منها معارفنا ، أسأل الله عز وجل أن يجزيها عنى خير الجزاء.

وبكل الحب والإخلاص أتوجه بعميق شكري وامتناني واعترافي بالجميل إلى من كانا يتمنيا رؤيتى في هذا المقام، إلى من كانوا بالنسبة لي نوراً وهداية أستضى بهما كلما ألمت بي الصعب فمهما كتبت ومهما قلت فلن أوفيهم حقهما (أبي وأمى)، وإلى أخواتي العزيزتين، وعائلتي الكريمة كل الشكر والتقدير تقديرًا لمساندتهم وتشجيعهم المستمر لي من أجل إتمام هذا العمل.

ولا يفوتنى في هذا المقام أن أتوجه بخالص الشكر والامتنان إلى كل زملائي في بلدتنا الذين شاركوا أنفساً في هذا العمل المتواضع وهم (سعيد النادى سعد، وائل مخيم عبد النبي، سامح جمال سعد) فلهم مني تحية تقدير وعرفان، وشكر لكل من حضر اليوم ليشاركوني إتمام هذا العمل. وأخيراً وليس آخرأ فإن الكمال لله وحده وإن كان في هذا العمل العلمي بعض القصور ، فهذا من طبيعة البشر وإن كان فيه بعض الإتقان فذلك توفيق الله عز وجل وأخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.

الباحث

مستخلص الرسالة

عنوان الرسالة: "أثر الإعلانات التلفزيونية في تتميم الحصيلة اللغوية للتأخراء عقلياً فئة القابلين للتعلم" (دراسة تجريبية)

اسم الباحث: كريم طلعت حسن المعاوي

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

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على ما إذا كانت الإعلانات التلفزيونية يمكن أن تؤثر في تتميم الحصيلة اللغوية للتأخراء عقلياً فئة القابلين للتعلم، وتعد هذه الدراسة من الدراسات التجريبية حيث اعتمدت على المنهج التجاري باستخدام مجموعة إحداثاًها ضابطة والأخرى تجريبية بالإضافة إلى الدراسة الميدانية التي قام بها الباحث على أولياء أمور الأطفال المتاخراء عقلياً والمعلمين القائمين على تعليمهم وتدريبهم حول مدى فهم الأطفال واستخدامهم للغة الإعلانات التلفزيونية، 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 في فترة زمنية (١١,٢٥ دقيقة)، وعينة بشرية قوامها (٤٠) طفلاً وطفلة من تلاميذ مدرسة التربية الفكرية بالمنصورة بعمر زمني (٨-١٢ سنة) تقريباً، وعمر عقلي (٥-٨) سنوات تقريباً، ومعدل الذكاء (٥٥-٧٥)، بجانب عينة الدراسة الميدانية حيث تكونت من (٤٠)ولي أمر من أولياء أمور الأطفال المتاخراء عقلياً عينة الدراسة التجريبية؛ و(٩) معلمين يواقع استمارة جمع بيانات أولية خاصة بالطفل، ومقاييس المستوى الاجتماعي الاقتصادي، ومقاييس ستانفورد بينية للذكاء (الصورة الرابعة)، ومقاييس الحصيلة اللغوية بمرحلة الطفولة الوسطى والمتاخرة، وشريط الإعلانات المستخدم في الدراسة، واستمارة استبيان عن طريق المقابلة لأولياء أمور الأطفال المتاخراء عقلياً والمعلمين القائمين على تعليمهم وتدريبهم حول مدى فهم الأطفال واستخدامهم للغة الإعلانات التلفزيونية، كما استخدمت الدراسة التكرارات والتسلسل المئوية، والمتوسطات الحسابية، والانحراف المعياري، اختبار "T.Test" معامل الارتباط، اختبار "مان ويتني" Mann-Whitney test، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

فيما يتعلق بنتائج الدراسة التجريبية :

- أثبتت الدراسة صحة الفرض الأول الذي ينص على: "توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين متوسطات درجات أطفال المجموعة التجريبية، قبل وبعد التعرض للإعلانات، لصالح القياس البعدى وذلك على مقاييس الحصيلة اللغوية".

- أثبتت الدراسة صحة الفرض الثاني الذي 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 الذي ينص على: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أطفال المجموعتين التجريبية والضابطة، بعد تعرض المجموعة التجريبية للإعلانات، لصالح المجموعة التجريبية وذلك على مقياس الحصيلة اللغوية".
- أثبتت الدراسة صحة الفرض الرابع الذي 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 الذي ينص على: " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات رتب أطفال المجموعة التجريبية الأكبر سنًا والأصغر سنًا بعد تعرضهم للإعلانات، وذلك على مقياس الحصيلة اللغوية".
- أثبتت الدراسة صحة الفرض السادس الذي ينص على: " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أطفال المجموعة التجريبية في القياس البعدى والقياس التبعى، وذلك على مقياس الحصيلة اللغوية".

فيما يتعلق بنتائج الدراسة الميدانية :

- أثبتت الدراسة صحة الفرض السادس الذي 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 الذي 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 الذي 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:

- | | |
|--|--|
| The Effect
Television Advertising
Vocabulary
Developing | 1- الأثر
2- الإعلانات التلفزيونية
3- الحصيلة اللغوية
4- تنمية |
|--|--|

٥- المتأخرین عقلياً قابلي التعلم

Educable Mentally Retarded

فهرست الدراسة و محتوياتها

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

الموضوع	رقم الصفحة
أولاً: مفهوم التأخر العقلى	١٠٠
ثانياً: الفرق بين التأخر العقلى والمرض العقلى	١٠٨
ثالثاً: قياس وتشخيص التأخر العقلى	١١٠
رابعاً: أسباب التأخر العقلى	١١٤
خامساً: خصائص الأطفال المتأخرین عقلياً القابلين للتعلم	١٢١
سادساً: تصنيفات التأخر العقلى	١٣٠
سابعاً: الاحتياجات النفسية والاجتماعية للمتأخرین عقلياً	١٤٤
ثامناً: المتأخرین عقلياً ووسائل الأعلام	١٤٥
تاسعاً: اللغة عند المتأخرین عقلياً	١٤٩
الفصل الثالث اللغة عند المتأخرین عقلياً	--- ١٥٤ ٢٠٤
أولاً: تعريف اللغة	١٥٥
ثانياً: خصائص اللغة	١٥٩
ثالثاً: أهمية اللغة	١٦٣
رابعاً: وظائف اللغة	١٦٥
خامساً: مرحل النمو اللغوى لدى العاديين وذوى الإعاقة العقلية	١٦٩
سادساً: النظريات المفسرة لاكتساب اللغة	١٨٣
سابعاً: العوامل التي تؤثر في النمو اللغوى لدى الأطفال والمتأخرین عقلياً	١٩٤
الفصل الرابع الإعلانات التليفزيونية ولغة الطفل	-- ٢٠٦ ٢٥٧
أولاً: تعريف الإعلان	٢٠٨
ثانياً: نشأة الإعلان وتطوره	٢١٤
ثالثاً: العوامل التي ساعدت على تطور الإعلان التليفزيوني	٢١٦
رابعاً: خصائص الإعلان التليفزيوني	٢١٩
خامساً: عيوب الإعلان التليفزيوني	٢٢٠
سادساً: وظائف الإعلان التليفزيوني	٢٢٣
سابعاً: أهداف الإعلان التليفزيوني	٢٢٦
ثاسعاً: أنواع الإعلان التليفزيوني	٢٢٨
عاشرًا: الأشكال والقوالب الفنية المستخدمة في الإعلان التليفزيوني	٢٣٩
حادي عشر: الاستعمالات المستخدمة في الإعلان التليفزيوني	٢٤٥

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

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 والمستوى 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 لمستوى 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	النكافؤ 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 ($N=40$)	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 القياسيين القبلي والبعدى 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	دالة الفروق بين متوسطي القياسين القبلي والبعدي للمجموعة الضابطة على مقياس الحصيلة اللغوية	٢٣
٢٦٧	دالة الفروق بين متوسطي المجموعتين التجريبية والضابطة في القياس البعدى على أبعاد مقياس الحصيلة اللغوية	٢٤
٢٧٠	دالة الفروق بين ذكور وإناث المجموعة التجريبية في القياس البعدى على أبعاد مقياس الحصيلة اللغوية	٢٥
٢٧٥	دالة الفروق بين الأطفال الأكبر سنًا والأصغر سنًا بالمجموعة التجريبية في القياس البعدى على أبعاد مقياس الحصيلة اللغوية	٢٦
٢٧٩	دالة الفروق بين متوسطي القياسين البعدى والتتبعى للمجموعة التجريبية على أبعاد مقياس الحصيلة اللغوية	٢٧
٢٨١	دالة الفروق بين متوسط درجات أولياء أمور المجموعتين التجريبية والضابطة حول مدى فهم وإدراك الأطفال اللغة الإعلانات التليفزيونية	٢٨
٢٨٢	استطلاع رأى أولياء الأمور فى المجموعتين التجريبية والضابطة حول فهم وإدراك لغة الإعلانات التليفزيونية (البعد الأول)	٢٩
٢٨٢	دالة 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 الثاني)	٣١
٢٨٤	دالة 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	دالة الفروق بين متوسط درجات أولياء أمور المجموعتين التجريبية والضابطة حول مدى فهم الأطفال واستخدامهم لغة الإعلانات التليفزيونية	٣٤
٢٨٦	دالة الفروق بين متوسط درجات معلمين المجموعتين التجريبية والضابطة حول مدى فهم وإدراك الأطفال اللغة الإعلانات التليفزيونية	٣٥
٢٨٧	استطلاع رأى أولياء الأمور فى المجموعتين التجريبية	٣٦

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