

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"فُلْ قُلْ رَبِّي زِكْرِيَّ بِحَلْمًا"

صدق الله العظيم

(سورة طه: الآية ١١٤)

شكر وتقدير

الشُّكْرُ فِي الْبَدْأَيَةِ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ الَّذِي خَلَقَ وَهَدَى
وَسَدَّ الدَّخْطَا فَخَرَجَ هَذَا الْعَمَلُ بِعُونَ وَتَوْفِيقٍ مِّنْهُ
جَلَّ وَعَلَا، أَحْمَدَهُ حَمْدًا كَثِيرًا يُلِيقُ بِعَزَّتِهِ وَجَلَّهُ
أَنْ وَفَقَنِي لِلانتِهَاءِ مِنْ بَحْثِي هَذَا.

أَحْمَدَ اللَّهُ كَثِيرًا أَنْ أُرْسِلَ لِي مِنْ خَيْرِ خَلْقِهِ مِنْ عِلْمِنِي وَأَرْشَدَنِي، وَلَمْ يَبْخُلْ عَلَى بَعْلِمِهِ
وَوْقَتِهِ، إِنَّهُ أَسْتَاذِي الْجَلِيلِ وَمِثْلِ الْأَعْلَى الَّذِي رَسَمَ مَعِي هَذَا الْحَلْمَ وَانْتَظَرَهُ أَكْثَرَ مِنْهُ
الأَسْتَاذُ الدَّكْتُورُ / السَّيِّدُ بِهْنَسِي أَسْتَاذُ الْإِعْلَامِ وَرَئِيسُ قَسْمِ عِلْمِ الاتِّصَالِ وَالْإِعْلَامِ
بِكَلِيَّةِ الْآدَابِ جَامِعَةِ عَيْنِ شَمْسٍ وَالْمُشَرِّفُ عَلَى هَذِهِ الرِّسَالَةِ، افْتَخَرَ دَائِمًا بِاِنْتِنَمَائِي
لِمَدْرَسَةِ سِيَادَتِهِ الْعَلْمِيَّةِ الْمُتَمِيَّزةِ، الَّتِي شَرَفَتْ أَنْ أَكُونَ إِحْدَى طَلَابِهَا، فَهَذِهِ الرِّسَالَةُ لَمْ
تَكُنْ لَّتْرَى النُّورِ الْيَوْمِ إِلَّا بِمُسَانَدَةِ وَدُعْمِ أَسْتَاذِي الْفَاضِلِ، اعْتَذَرَ عَنِ أَى تَقْصِيرٍ فَأَعْلَمُ
أَنَّنِي أَرْهَقْتَهُ كَثِيرًا وَلَكِنَّهُ كَانَ دَوْمًا خَيْرُ الْمُعْلَمِ وَنَعْمُ الْأَبِ، أَشَكَرُ لَهُ مَتَابِعَتِهِ الدِّقِيقَةِ
الْدَّائِمَةَ لِكُلِّ مَرَاحِلِ إِعْدَادِ الرِّسَالَةِ وَإِنْ مَلَأَتْ سُطُورُ رِسَالَتِي بِكَلِمَاتِ الشُّكْرِ لَنْ أُسْتَطِعَ
إِيْفَاءَ حَقِّهِ.

"لَكَ مِنِّي أَسْتَاذِي خَالِصُ شُكْرِي وَتَقْدِيرِي وَاعْتِزاْزِي"

أَتَوْجَهُ بِالشُّكْرِ وَالتَّقْدِيرِ لِلْدَّكْتُورَةِ / حَنَانَ يُوسُفَ أَسْتَاذِ الْإِعْلَامِ الْمَسَاعِدِ بِقَسْمِ الْإِعْلَامِ
التَّرْبِيَّةِ بِكَلِيَّةِ التَّرْبِيَّةِ جَامِعَةِ عَيْنِ شَمْسٍ وَالْمُشَرِّفُ الْمُشَارِكُ عَلَى هَذِهِ الرِّسَالَةِ، لَمَّا قَدَّمَتْهُ
لِلْبَاحِثَةِ مِنْ عُونَ وَإِرْشَادِ طَوَالِ فَتْرَةِ إِعْدَادِ الرِّسَالَةِ؛ وَأَسْأَلَ اللَّهُ تَعَالَى لَهَا التَّوْفِيقَ.
أَتَوْجَهُ بِأَسْمَى آيَاتِ الشُّكْرِ وَالْامْتِنَانِ لِلْدَّكْتُورِ / مُحَمَّدِ رَضَا أَسْتَاذِ الْإِعْلَامِ الْمَسَاعِدِ
وَرَئِيسِ قَسْمِ الْإِعْلَامِ التَّرْبِيَّةِ بِكَلِيَّةِ التَّرْبِيَّةِ النَّوْعِيَّةِ جَامِعَةِ الْمَنْصُورَةِ عَلَى تَشْرِيفِهِ
بِالْمَوْافِقةِ عَلَى الاشتِراكِ فِي لَجْنَةِ الْمَنْاقِشَةِ وَالْحُكْمِ عَلَى هَذِهِ الرِّسَالَةِ، وَمَا تَضَفَّيَهُ مَكَانَةُ
سِيَادَتِهِ الْعَلْمِيَّةِ مِنْ ثَقْلٍ لِّرِسَالَتِهِ وَأَعْلَمُ أَنَّهُ يَثْرِيَ الْمَنْاقِشَةَ بِمَلَاحِظَاتِهِ الْعَلْمِيَّةِ الدِّقِيقَةِ.

يسعدنى أن أتوجه بعميق شكرى وتقديرى للدكتور / طه بركات أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام بكلية التربية جامعة عين شمس على تفضله بالموافقة على مناقشة هذه الرسالة وإتاحة الفرصة للباحثة للاستفادة من ملاحظاته العلمية الدقيقة.

أتوجه بأسمى آيات الشكر والتقدير لأساتذتى الأفضل الذين تتلمذت على يديهم وأخص بالشكر **الدكتورة ماجدة مراد** أستاذ الإعلام المساعد بكلية التربية النوعية جامعة القاهرة التى نقشت فى نفسي معنى العطاء والتضحية، وتعلمت منها كيف يكون النجاح هدفاً.

كما أتوجه بعميق شكرى للدكتورة **عزبة عزت** مدرس الصحافة بكلية الآداب جامعة المنوفية "رأض طوال حياتى أذكر نصائحك القيمة وعلاماتك المضيئة"

أتوجه بالشكر لكل من ساعدى فى إتمام هذا البحث وأخص بالشكر **الدكتور عبد الرحيم درويش** أستاذ الإعلام المساعد ورئيس قسم الإعلام بكلية التربية النوعية جامعة المنصورة | **والدكتورة حنان إسماعيل** مدرس الإذاعة بكلية التربية النوعية جامعة القاهرة على مساندتهم للباحثة.

أتوجه بخالص الشكر والتقدير لزملائى بكلية التربية النوعية جامعة القاهرة، وزملائى بكلية التربية جامعة عين شمس، والأستاذ محمد عبد السلام سكريتير قسم الإعلام بكلية التربية جامعة عين شمس على مساندتهم لى طوال فترة إعدادى للرسالة.

تعجز كلمات الشكر والتقدير عن إيفاء أسرتى حقها عن كل ما تحملوه معى فى صبر من عبء ومعاناة، وعن كل ما بذلوه من حب ورعاية، فدعم الألب وعطاء الأم ودعاء الجدة الغالية وتشجيع أختوى لى كان مداد صبرى وزاد فكري، أسأل الله أن يجزيهم عنى خير الجزاء وأهدى لهم هذا العمل وفاءً بحقهم وعرفاناً بفضلهم.

وأخيراً فهذا جهدي **"أسألك اللهم أن تجعله علمًا نافعًا لوجهك الكريم"** وإن أصبت فب توفيق من الله، وإن إخطأت أو قصرت فالحمد لله أن قدرني على تحمل شرف المحاولة.

والله ولـى التوفيق ،

شكر وتقدير

الشُّكْر فِي الْبَدْأِيَة لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ الَّذِي خَلَقَ وَهَدَى
وَسَدَّ الدَّخْطَا فَخَرَجَ هَذَا الْعَمَلُ بِعُوْنَ وَتَوْفِيقٍ مِّنْهُ
جَلَّ وَعَلَا، أَحْمَدَهُ حَمْدًا كَثِيرًا يُلِيقُ بِعَزَّتِهِ وَجَلَّهُ
أَنْ وَفَقَنِي لِلانتِهَاءِ مِنْ بَحْثِي هَذَا.

أَحْمَدَ اللَّهُ كَثِيرًا أَنْ أُرْسَلَ لِي مِنْ خَيْرِ خَلْقِهِ مِنْ عَلَمَنِي وَأَرْشَدَنِي، وَلَمْ يَبْخُلْ عَلَى بَعْلِمِهِ
وَوْقَتِهِ، إِنَّهُ أَسْتَاذِي الْجَلِيلِ وَمِثْلِ الْأَعْلَى الَّذِي رَسَمَ مَعِي هَذَا الْحَلْمَ وَانْتَظَرَهُ أَكْثَرَ مِنْهُ
الْأَسْتَاذُ الدَّكْتُورُ / السَّيِّدُ بَهْنَسِيُّ أَسْتَاذُ الْإِعْلَامِ وَرَئِيسُ قَسْمِ عِلُومِ الاتِّصَالِ وَالْإِعْلَامِ
بِكَلِيَّةِ الْآدَابِ جَامِعَةِ عَيْنِ شَمْسٍ وَالْمُشَرِّفُ عَلَى هَذِهِ الرِّسَالَةِ، افْتَخَرَ دَائِمًا بِاِنْتِنَمَائِي
لِمَدْرَسَةِ سِيَادَتِهِ الْعَلْمِيَّةِ الْمُتَمِيَّزةِ، الَّتِي شَرَفَتْ أَنْ أَكُونَ إِحْدَى طَلَابِهَا، فَهَذِهِ الرِّسَالَةُ لَمْ
تَكُنْ لَّتْرَى النُّورِ الْيَوْمِ إِلَّا بِمُسَانَدَةِ وَدُعمِ أَسْتَاذِي الْفَاضِلِ، اعْتَذَرَ عَنِ أَى تَقْصِيرٍ فَأَعْلَمُ
أَنَّنِي أَرْهَقْتَهُ كَثِيرًا وَلَكِنَّهُ كَانَ دَوْمًا خَيْرُ الْمُعْلَمِ وَنَعْمُ الْأَبِ، أَشَكَّرَ لَهُ مَتَابِعَتِهِ الدِّقِيقَةِ
الْدَّائِمَةُ لِكُلِّ مَرَاحِلِ إِعْدَادِ الرِّسَالَةِ وَإِنْ مَلَأَتْ سُطُورَ رِسَالَتِي بِكَلِمَاتِ الشُّكْرِ لَنْ أُسْتَطِعَ
إِيْفَاءَ حَقِّهِ.

"لَكَ مِنِّي أَسْتَاذِي خَالِصُ شُكْرِي وَتَقْدِيرِي وَاعْتِزاْزِي"

أَتَوْجَهُ بِالشُّكْرِ وَالتَّقْدِيرِ لِلْدَّكْتُورَةِ / حَنَانَ يُوسُفَ أَسْتَاذِ الْإِعْلَامِ الْمُسَاعِدِ بِقَسْمِ الْإِعْلَامِ
التَّرْبِيَّةِ بِكَلِيَّةِ التَّرْبِيَّةِ جَامِعَةِ عَيْنِ شَمْسٍ وَالْمُشَرِّفُ الْمُشَارِكُ عَلَى هَذِهِ الرِّسَالَةِ، لَمَّا قَدَّمَتْهُ
لِلْبَاحِثَةِ مِنْ عَوْنَ وَإِرْشَادِ طَوَالِ فَتْرَةِ إِعْدَادِ الرِّسَالَةِ، وَأَسْأَلَ اللَّهُ تَعَالَى لَهَا التَّوْفِيقَ.
أَتَوْجَهُ بِأَسْمَى آيَاتِ الشُّكْرِ وَالْامْتِنَانِ لِلْدَّكْتُورِ / مُحَمَّدِ رَضَا أَسْتَاذِ الْإِعْلَامِ الْمُسَاعِدِ
وَرَئِيسِ قَسْمِ الْإِعْلَامِ التَّرْبِيَّةِ بِكَلِيَّةِ التَّرْبِيَّةِ النَّوْعِيَّةِ جَامِعَةِ الْمَنْصُورَةِ عَلَى تَشْرِيفِهِ
بِالْمَوْافِقةِ عَلَى الاشتِراكِ فِي لَجْنَةِ الْمَنْاقِشَةِ وَالْحُكْمِ عَلَى هَذِهِ الرِّسَالَةِ، وَمَا تَضَفَّيَ مَكَانَةُ
سِيَادَتِهِ الْعَلْمِيَّةِ مِنْ نَقلِ لِلرِّسَالَةِ وَأَعْلَمُ أَنَّهُ يَثْرِيَ الْمَنْاقِشَةَ بِمَلَاحِظَاتِهِ الْعَلْمِيَّةِ الدِّقِيقَةِ.

يسعدنى أن أتوجه بعميق شكرى وتقديرى للدكتور/ طه بركات أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام بكلية التربية جامعة عين شمس على تفضله بالموافقة على مناقشة هذه الرسالة وإتاحة الفرصة للباحثة للاستفادة من ملاحظاته العلمية الدقيقة.

أوجه بأسمى آيات الشكر والتقدير لأساتذتى الأفضل الذين تتلمذت على يديهم وأخذ ٥ بالشكر الدكتورة/ ماجدة مراد أستاذ الإعلام المساعد بكلية التربية النوعية جامعة القاهرة التى نقشت فى نفسى معنى العطاء والتضحية، وتعلمت منها كيف يكون النجاح هدفاً.

كما أتوجه بعميق شكرى للدكتورة/ عزة عزت مدرس الصحافة بكلية الآداب جامعة المنوفية "رأظل طوال حياتى أذكر نصائحك القيمة وعلاماتك المضيئة"

أوجه بالشكر لكل من ساعدى فى إتمام هذا البحث وأخص بالشكر الدكتور/ عبد الرحيم درويش أستاذ الإعلام المساعد ورئيس قسم الإعلام بكلية التربية النوعية جامعة المنصورة ، والدكتورة/ حنان إسماعيل مدرس الإذاعة بكلية التربية النوعية جامعة القاهرة على مساندتهم للباحثة.

أوجه بخالص الشكر والتقدير لزملائى بكلية التربية النوعية جامعة القاهرة، وزملائى بكلية التربية جامعة عين شمس، والأستاذ محمد عبد السلام سكريتير قسم الإعلام بكلية التربية جامعة عين شمس على مساندتهم لى طوال فترة إعدادى للرسالة.

تعجز كلمات الشكر والتقدير عن إيفاء أسرتى حقها عن كل ما تحملوه معى فى صبر من عبء ومعاناة، وعن كل ما بذلوه من حب ورعاية، فدعم الألب وعطاء الأم ودعاء الجدة الغالية وتشجيع أختوى لى كان مداد صبرى وزاد فكري، أسأل الله أن يجزيهم عنى خير الجزاء وأهدى لهم هذا العمل وفاءً بحقهم وعرفاناً بفضلهم.

وأخيراً فهذا جهدي "أسألك اللهم أن تجعله علمًا نافعًا لوجهك الكريم" وإن أصببت فب توفيق من الله، وإن إخطأت أو قصرت فالحمد لله أن قدرني على تحمل شرف المحاولة.

والله ولـى التوفيق ،

الباحثة

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
٥٨-١	الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة
٧-٢	مقدمة.
٣٣-٨	الدراسات السابقة:
٢٢-٨	المحور الأول: دور التليفزيون في تشكيل إدراك الجمهور لواقع الشخصيات المقدمة من خلاله.
٣٣-٢٣	المحور الثاني: تأثير المواد المقدمة في التليفزيون على الشباب.
٣٥-٣٣	التعليق على الدراسات السابقة.
٣٦	مشكلة الدراسة.
٣٧-٣٦	أهمية الدراسة.
٣٨-٣٧	أهداف الدراسة: أهداف الدراسة التحليلية.
٣٨	أهداف الدراسة الميدانية.
٤٠-٣٩	تساؤلات وفرض الدراسة: تساؤلات الدراسة التحليلية.
٤١-٤٠	فرض الدراسة الميدانية.
٤٢-٤١	التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة.
٤٢	نوع الدراسة.
٤٣	منهج الدراسة.

رقم الصفحة	الموضوع
٤٣	مجتمع الدراسة.
٤٤ - ٤٣	عينة الدراسة.
٤٥	أدوات جمع البيانات.
٥١ - ٤٥	إجراءات تصميم استماراة تحليل المضمنون.
٥٢ - ٥١	اختباري الصدق والثبات لاستماراة تحليل المضمنون.
٥٦ - ٥٢	إجراءات تصميم استماراة الاستقصاء.
٥٧ - ٥٦	اختباري الصدق والثبات لاستماراة الاستقصاء.
٥٨	الحدود الزمنية للدراسة.
٥٨	الأساليب والمعاملات الإحصائية.
١١٣ - ٥٩	<p style="text-align: center;">الإطار النظري الفصل الثاني الإعلان التليفزيوني والتأثير في اتجاهات الشباب</p>
٦٣ - ٦٢	تمهيد.
٦٩ - ٦٣	أولاً: الاتجاه وعلاقته بالإعلان.
٧٣ - ٦٩	ثانياً: العوامل المؤثرة في تشكيل وتغيير اتجاهات نحو الإعلان.
٧٨ - ٧٣	ثالثاً: دور الإعلان التليفزيوني في تشكيل وتغيير اتجاهات الشباب.
٩١ - ٧٨	رابعاً: الأهداف السيكولوجية للإعلان والتأثير في اتجاهات.
١٠٨ - ٩٢	خامساً: الآثار الاجتماعية والأخلاقية للإعلان.
١١٢ - ١٠٩	سادساً: تأثير القيم التي تعكسها إعلانات التليفزيون على الاتجاه نحو الإعلان.
١١٣	خلاصة.

رقم الصفحة	الموضوع
١٦٠ - ١١٤	الفصل الثالث الإعلان التليفزيوني وإدراك الواقع الاجتماعي
١١٦	تمهيد.
١٢٠ - ١١٧	أولاً: الأهمية الاجتماعية للإعلان التليفزيوني.
١٣١ - ١٢١	ثانياً: التأثيرات الثقافية للإعلان التليفزيوني والواقع الاجتماعي.
١٥٠ - ١٣١	ثالثاً: الشخصيات المقدمة بالإعلانات التليفزيونية وإدراك الواقع الاجتماعي.
١٥٤ - ١٥٠	رابعاً: ظاهرة ظهور الشخصيات الإعلانية في قوالب الإعلان التليفزيوني.
١٥٩ - ١٥٥	خامساً: الخداع الإعلاني وترسيخ صور نمطية نحو بعض فئات المجتمع.
١٦٠	خلاصة.
٢٢١ - ١٦١	الفصل الرابع المسؤولية الاجتماعية للإعلانات التليفزيونية
١٦٤ - ١٦٣	تمهيد.
١٧٣ - ١٦٤	أولاً: الإعلان التليفزيوني بين الحرية والمسؤولية الاجتماعية
١٨١ - ١٧٣	ثانياً: أبعاد المسؤولية الاجتماعية لممارسي الإعلان.
١٩٤ - ١٨١	ثالثاً: تجاوزات الممارسة الإعلانية والمسؤولية الاجتماعية.
٢٢٠ - ١٩٤	رابعاً: ضوابط الإعلان التليفزيوني في ضوء المسؤولية الاجتماعية.
٢٢١	خلاصة.

رقم الصفحة	الموضوع
٣٢٦-٢٢٢	الفصل الخامس نتائج الدراسة التحليلية وتفسيرها
٢٢٦-٢٢٥	أولاً: توصيف عينة الدراسة التحليلية.
٣٢٦-٢٢٦	ثانياً: عرض نتائج الدراسة التحليلية.
٣٨٨-٣٢٧	الفصل السادس نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها
٣٢٩	أولاً: توصيف عينة الدراسة الميدانية.
٣٧٢-٣٣٠	ثانياً: النتائج العامة للدراسة الميدانية.
٣٨٨-٣٧٣	المبحث الثاني: نتائج اختبار فروض الدراسة.
٣٩٩-٣٨٩	أهم نتائج الدراسة .
٤١٩-٤٠٠	المراجع.
٤٣٨-٤٢٠	الملحق.
٤٢٩-٤٢١	استماراة تحليل المضمون .
٤٣٧-٤٣٠	استماراة الاستقصاء .
٤٣٨	موافقة الجهاز المركزي للتعمية العامة والإحصاء .
٤٤٤-٤٤٠	ملخص الدراسة: ملخص عربي.
1	ملخص أجنبي.

فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
٢٢٥	يوضح نوع وعدد الإعلانات التليفزيونية والزمن الذي شغلته.	١
٢٢٦	يوضح القناة التليفزيونية ونوع الإعلان.	٢
٢٣٠	يوضح توزيع الشخصيات المقدمة بالإعلانات التليفزيونية وفقاً للمرحلة العمرية والنوع.	٣
٢٣٥ - ٢٣٤	يوضح ظهور المراحل العمرية للشخصيات في إعلانات السلع وفقاً لنوع	٤
٢٤٥ - ٢٤٤	يوضح ظهور المراحل العمرية للشخصيات في إعلانات الخدمات وفقاً لنوع	٥
٢٤٩	يوضح ظهور المراحل العمرية للشخصيات في إعلانات التسويق الاجتماعي وفقاً لنوع.	٦
٢٥٣	يوضح حدود استخدام الشخصيات المقدمة بالإعلانات التليفزيونية وفقاً للمرحلة العمرية والنوع.	٧
٢٥٧	يوضح الحالة الاجتماعية للشخصيات المقدمة بالإعلانات التليفزيونية وفقاً للمرحلة العمرية والنوع.	٨
٢٦٠	يوضح المستوى الاقتصادي للشخصيات المقدمة بالإعلانات التليفزيونية وفقاً للمرحلة العمرية والنوع.	٩
٢٦٥ - ٢٦٤	يوضح زي الشخصيات المقدمة بالإعلانات التليفزيونية وفقاً للمرحلة العمرية والنوع.	١٠
٢٧٣	يوضح اللغة التي تستخدمها الشخصيات المقدمة بالإعلانات التليفزيونية وفقاً للمرحلة العمرية والنوع.	١١
٢٧٨	يوضح البيئات التي تظهر فيها الشخصيات المقدمة بالإعلانات التليفزيونية وفقاً	١٢

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
	للمراحل العمرية والنوع.	
٢٨٤-٢٨٢	يوضح طبيعة الموقع الذي تظهر فيه الشخصيات المقدمة بالإعلانات التليفزيونية وفقاً للمراحل العمرية والنوع.	١٣
٢٩٢-٢٩١	يوضح عمل الشخصيات المقدمة بالإعلانات التليفزيونية وفقاً للمراحل العمرية والنوع.	١٤
٢٩٨-٢٩٧	يوضح سمات الشخصيات المقدمة بالإعلانات التليفزيونية وفقاً للمراحل العمرية والنوع.	١٥
٣٠٣	يوضح أدوار الشخصيات المقدمة بالإعلانات التليفزيونية وفقاً للمراحل العمرية والنوع.	١٦
٣٠٨-٣٠٧	يوضح سلوكيات الشخصيات المقدمة بالإعلانات التليفزيونية وفقاً للمراحل العمرية والنوع.	١٧
٣١٤	يوضح علاقة الشخصيات المقدمة بالإعلانات التليفزيونية ببعضها البعض وفقاً للمراحل العمرية والنوع.	١٨
٣٢٠-٣١٩	يوضح الأوتار الإعلانية التي تعتمد عليها الشخصيات المقدمة بالإعلانات التليفزيونية وفقاً للمراحل العمرية والنوع.	١٩
٣٢٩	يوضح توزيع عينة الدراسة الميدانية وفقاً لنوع والجامعة.	٢٠
٣٢٩	يوضح توزيع عينة الدراسة وفقاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي.	٢١
٣٣٠	يوضح مدى مشاهدة أفراد العينة للإعلانات التليفزيونية.	٢٢
٣٣٢	يوضح القنوات التي تشاهد أفراد العينة من خلالها الإعلانات التليفزيونية.	٢٣

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
٣٣٤	يوضح الفترات التي تشاهد خلالها أفراد العينة الإعلانات التلفزيونية.	٢٤
٣٣٥	يوضح عدد أيام مشاهدة أفراد العينة للإعلانات التلفزيونية.	٢٥
٣٣٦	يوضح متوسط عدد الإعلانات التي تشاهدتها أفراد العينة في الأسبوع تقريباً.	٢٦
٣٣٧	يوضح كثافة مشاهدة أفراد العينة للإعلانات التلفزيونية.	٢٧
٣٣٨	يوضح مدى تحدث أفراد العينة مع الآخرين حول ما تشاهده في الإعلانات التلفزيونية.	٢٨
٣٣٩	يوضح مع من تتحدث أفراد العينة حول ما تشاهده في الإعلانات التلفزيونية.	٢٩
٣٤٠	يوضح رأي أفراد العينة في أقرب الشخصيات المقدمة بالإعلانات التلفزيونية للواقع.	٣٠
٣٤٤	يوضح مدى موافقة أفراد العينة على العبارات الخاصة بالمشاهدة النشطة.	٣١
٣٤٧	يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لمستويات مشاهدتهم النشطة.	٣٢
٣٤٩ - ٣٤٨	يوضح مدى موافقة أفراد العينة على العبارات الخاصة بإدراك مدى واقعية المضمون المقدم عن الشخصيات المقدمة بالإعلانات التلفزيونية.	٣٣
٣٥٣	يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لمستويات إدراكيهم لواقعية المضمون.	٣٤
٣٥٦ - ٣٥٤	يوضح مدى موافقة أفراد العينة على العبارات الخاصة بالاتجاه نحو الشخصيات المقدمة بالإعلانات التلفزيونية.	٣٥
٣٦٢	يوضح اتجاهات أفراد العينة نحو شخصية الطفل المقدم بالإعلانات التلفزيونية.	٣٦

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
٣٦٣	يوضح اتجاهات أفراد العينة نحو شخصية الشباب المقدم بالإعلانات التليفزيونية.	٣٧
٣٦٤	يوضح اتجاهات أفراد العينة نحو شخصية المرأة المقدمة بالإعلانات التليفزيونية.	٣٨
٣٦٥	يوضح اتجاهات أفراد العينة نحو شخصية الرجل المقدم بالإعلانات التليفزيونية.	٣٩
٣٦٨-٣٦٧	يوضح مدى موافقة أفراد العينة على العبارات الخاصة بإدراك الواقع الاجتماعي للشخصيات.	٤٠
٣٧٣	يوضح العلاقة بين كثافة مشاهدة أفراد العينة للإعلانات التليفزيونية وإدراكيهم لواقعية المضمون.	٤١
٣٧٥	يوضح العلاقة بين اتجاه أفراد العينة نحو الشخصيات المقدمة بالإعلانات التليفزيونية وإدراكيهم ل الواقع الاجتماعي لها.	٤٢
٣٧٨	يوضح العلاقة بين المشاهدة النشطة وإدراك واقعية المضمون "بعد النافذة السحرية"	٤٣
٣٧٩	يوضح العلاقة بين المشاهدة النشطة وإدراك واقعية المضمون "بعد التعلم".	٤٤
٣٨٠	يوضح العلاقة بين المشاهدة النشطة وإدراك واقعية المضمون "بعد التوحد".	٤٥
٣٨١	يوضح العلاقة بين المشاهدة النشطة وإدراك واقعية المضمون.	٤٦
٣٨٣	يوضح الفروق بين المستويات الاقتصادية الاجتماعية في إدراك واقعية المضمون .	٤٧
٣٨٦	يوضح الفروق بين الذكور والإإناث في إدراك واقعية المضمون.	٤٨

الفصل الأول

الإطار المنهجي