

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"قُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا"

صدق الله العظيم

(سورة طه: الآية ١١٤)

شكر وتقدير

الشكر فى البداية لله رب العالمين الذى خلق وهدى
وسدد الخطأ فخرج هذا العمل بعون وتوفيق منه
جلا وعلا، أحمده حمداً كثيراً يليق بعزته وجلاله
أن وفقنى للانتهاء من بحثى هذا.

أحمد الله كثيراً أن أرسل لى من خيرة خلقه من علمنى وأرشدنى، ولم يبخل على بعلمه
ووقته، إنه أستاذى الجليل ومثلّى الأعلى الذى رسم معى هذا الحلم وانتظره أكثر منى
الأستاذ الدكتور/ السيد بهنسى أستاذ الإعلام ورئيس قسم علوم الاتصال والإعلام
بكلية الآداب جامعة عين شمس والمشرف على هذه الرسالة، افتخر دائماً بانتمائى
لمدرسة سيادته العلمية المتميزة، التى شرفت أن أكون إحدى طلابها، فهذه الرسالة لم
تكن لترى النور اليوم إلا بمساندة ودعم أستاذى الفاضل، اعتذر عن أى تقصير فأعلم
أننى أرهقته كثيراً ولكنه كان دوماً خير المعلم ونعم الأب، أشكر له متابعته الدقيقة
الدائمة لكل مراحل إعداد الرسالة وإن ملئت سطور رسالتى بكلمات الشكر لن أستطيع
إيفاء حقه.

" لك منى أستاذى خالص شكرى وتقديرى واعتزائى "

أتوجه بالشكر والتقدير للدكتورة/ حنان يوسف أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام
التربوى بكلية التربية جامعة عين شمس والمشرف المشارك على هذه الرسالة، لما قدمته
للباحثة من عون وإرشاد طوال فترة إعداد الرسالة، وأسأل الله تعالى لها التوفيق.
أتوجه بأسمى آيات الشكر والامتنان للدكتور/ محمد رضا أستاذ الإعلام المساعد
ورئيس قسم الإعلام التربوى بكلية التربية النوعية جامعة المنصورة على تشريفه
بالموافقة على الاشتراك فى لجنة المناقشة والحكم على هذه الرسالة، وما تضيفه مكانة
سيادته العلمية من ثقل للرسالة وأعلم أنه يثرى المناقشة بملاحظاته العلمية الدقيقة.

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 الأفاضل الذين تتلمذت على يديهم وأخص 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 "سأظل طوال حياتى أذكر نصائحك القيمة وعلاماتك المضيئة" أتوجه بالشكر لكل من ساعدنى 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 سكرتير 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 الأب وعطاء الأم ودعاء الجدة الغالية وتشجيع أخوتى لى كان مداد صبرى وزاد فكرى، أسأل الله أن يجزيهم عنى خير الجزاء وأهدى لهم هذا العمل وفاءً بحقهم وعرفاناً بفضلهم.

وأخيراً فهذا جهدى "أسألك اللهم أن تجعله علماً نافعاً لوجهك الكريم" وإن أصبت بفتوفيق من الله، وإن إخطأت أو قصرت فالحمد لله أن قدرنى على تحمل شرف المحاولة.

والله ولى التوفيق ،،

شكر وتقدير

الشكر فى البداية لله رب العالمين الذى خلق وهدى
وسدد الخطأ فخرج هذا العمل بعون وتوفيق منه
جلا وعلا، أحمده حمداً كثيراً يليق بعزته وجلاله
أن وفقنى للانتهاء من بحثى هذا.

أحمد الله كثيراً أن أرسل لى من خيرة خلقه من علمنى وأرشدنى، ولم يبخل على بعلمه
ووقته، إنه أستاذى الجليل ومثلّى الأعلى الذى رسم معى هذا الحلم وانتظره أكثر منى
الأستاذ الدكتور/ السيد بهنسى أستاذ الإعلام ورئيس قسم علوم الاتصال والإعلام
بكلية الآداب جامعة عين شمس والمشرف على هذه الرسالة، افتخر دائماً بانتمائى
لمدرسة سيادته العلمية المتميزة، التى شرفت أن أكون إحدى طلابها، فهذه الرسالة لم
تكن لترى النور اليوم إلا بمساندة ودعم أستاذى الفاضل، اعتذر عن أى تقصير فأعلم
أننى أرهقته كثيراً ولكنه كان دوماً خير المعلم ونعم الأب، أشكر له متابعته الدقيقة
الدائمة لكل مراحل إعداد الرسالة وإن ملئت سطور رسالتى بكلمات الشكر لن أستطيع
إيفاء حقه.

" لك منى أستاذى خالص شكرى وتقديرى واعتزازى "

أتوجه بالشكر والتقدير للدكتورة/ حنان يوسف أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام
التربوى بكلية التربية جامعة عين شمس والمشرف المشارك على هذه الرسالة، لما قدمته
للباحثة من عون وإرشاد طوال فترة إعداد الرسالة، وأسأل الله تعالى لها التوفيق.
أتوجه بأسمى آيات الشكر والامتنان للدكتور/ محمد رضا أستاذ الإعلام المساعد
ورئيس قسم الإعلام التربوى بكلية التربية النوعية جامعة المنصورة على تشريفه
بالموافقة على الاشتراك فى لجنة المناقشة والحكم على هذه الرسالة، وما تضيفه مكانة
سيادته العلمية من ثقل للرسالة وأعلم أنه يثرى المناقشة بملاحظاته العلمية الدقيقة.

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 الأفاضل الذين تتلمذت على يديهم وأخ **Ø** 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 "سأظل طوال حياتى أذكر نصائحك القيمة وعلاماتك المضيئة"

أتوجه بالشكر لكل من ساعدنى 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 سكرتير 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 الأب وعطاء الأم ودعاء الجدة الغالية وتشجيع أخوتى لى كان مداد صبرى وزاد فكرى، أسأل الله أن يجزيهم عنى خير الجزاء وأهدى لهم هذا العمل وفاءً بحقهم وعرفاناً بفضلهم.

وأخيراً فهذا جهدى "أسألك اللهم أن تجعله علماً نافعاً لوجهك الكريم" وإن أصبت بفتوفيق من الله، وإن إخطأت أو قصرت فالحمد لله أن قدرنى على تحمل شرف المحاولة.

والله ولى 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 فى 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.
	أهداف الدراسة:
٣٨-٣٧	أهداف الدراسة التحليلية.
٣٨	أهداف الدراسة الميدانية.
	تساؤلات وفروض الدراسة:
٤٠-٣٩	تساؤلات الدراسة التحليلية.
٤١-٤٠	فروض الدراسة الميدانية.
٤٢-٤١	التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة.
٤٢	نوع الدراسة.
٤٣	منهج الدراسة.

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

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

الموضوع	رقم الصفحة
الفصل الخامس	
نتائج الدراسة التحليلية وتفسيرها	٢٢٢-٣٢٦
أولاً: توصيف عينة الدراسة التحليلية.	٢٢٥-٢٢٦
ثانياً: عرض نتائج الدراسة التحليلية.	٢٢٦-٣٢٦
الفصل السادس	
نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها	٣٢٧-٣٨٨
المبحث الأول:	
أولاً: توصيف عينة الدراسة الميدانية.	٣٢٩
ثانياً: النتائج العامة للدراسة الميدانية.	٣٣٠-٣٧٢
المبحث الثاني: نتائج اختبار فروض الدراسة.	٣٧٣-٣٨٨
أهم نتائج الدراسة .	٣٨٩-٣٩٩
المراجع.	٤٠٠-٤١٩
الملاحق.	٤٢٠-٤٣٨
استمارة تحليل المضمون .	٤٢١-٤٢٩
استمارة الاستقصاء .	٤٣٠-٤٣٧
موافقة الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء .	٤٣٨
ملخص الدراسة:	
ملخص عربي.	٤٤٠-٤٤٤
ملخص أجنبي.	١

فهرس الجداول

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

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
	للمرحلة العمرية والنوع.	
٢٨٤-٢٨٢	يوضح طبيعة الموقع الذي تظهر فيه الشخصيات المقدمة بالإعلانات التلفزيونية وفقاً للمرحلة العمرية والنوع.	١٣
٢٩٢-٢٩١	يوضح عمل الشخصيات المقدمة بالإعلانات التلفزيونية وفقاً للمرحلة العمرية والنوع.	١٤
٢٩٨-٢٩٧	يوضح سمات الشخصيات المقدمة بالإعلانات التلفزيونية وفقاً للمرحلة العمرية و النوع.	١٥
٣٠٣	يوضح أدوار الشخصيات المقدمة بالإعلانات التلفزيونية وفقاً للمرحلة العمرية والنوع.	١٦
٣٠٨-٣٠٧	يوضح سلوكيات الشخصيات المقدمة بالإعلانات التلفزيونية وفقاً للمرحلة العمرية والنوع.	١٧
٣١٤	يوضح علاقة الشخصيات المقدمة بالإعلانات التلفزيونية ببعضها البعض وفقاً للمرحلة العمرية والنوع.	١٨
٣٢٠-٣١٩	يوضح الأوتار الإعلانية التي تعتمد عليها الشخصيات المقدمة بالإعلانات التلفزيونية وفقاً للمرحلة العمرية والنوع.	١٩
٣٢٩	يوضح توزيع عينة الدراسة الميدانية وفقاً للنوع والجامعة.	٢٠
٣٢٩	يوضح توزيع عينة الدراسة وفقاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي.	٢١
٣٣٠	يوضح مدى مشاهدة أفراد العينة للإعلانات التلفزيونية.	٢٢
٣٣٢	يوضح القنوات التي تشاهد أفراد العينة من خلالها الإعلانات التلفزيونية.	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 تشاهدها 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 إدراكهم 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 التلفزيونية.	٣٧
٣٦٤	يوضح اتجاهات أفراد العينة نحو شخصية المرأة المقدمة بالإعلانات التلفزيونية.	٣٨
٣٦٥	يوضح اتجاهات أفراد العينة نحو شخصية الرجل المقدم بالإعلانات التلفزيونية.	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 التلفزيونية وإدراكهم لواقعية المضمون.	٤١
٣٧٥	يوضح العلاقة بين اتجاه أفراد العينة نحو الشخصيات المقدمة بالإعلانات التلفزيونية وإدراكهم للواقع 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 والإناث في إدراك واقعية المضمون.	٤٨

الفصل الأول

الإطار المنهجي