



معهد الدراسات العليا للطفلة  
قسم الإعلام وثقافة الأطفال

# عرض الأطفال للإعلانات التليفزيونية وعلاقتها بمستوى الطموح لدى عينة من الأطفال من سن (9-12 سنة)

رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير  
في دراسات الإعلام وثقافة الأطفال من قسم الإعلام وثقافة الأطفال

إعداد  
عزّة سنوسي غريب أبو ضلع

تحت إشراف

أ.د. / محمد معوض      د. / زكريا إبراهيم الدسوقي  
إبراهيم

مدرس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال

أستاذ بقسم الإعلام وثقافة الأطفال

بمعهد الدراسات العليا للطفلة

بمعهد الدراسات العليا للطفلة

جامعة عين شمس

جامعة عين شمس

وعميد معهد الجزيرة العالي للإعلام

2013

## فهرس المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
2-1	مقدمة الدراسة.
72-3	<b>الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.</b>
4-3	أولاً: مشكلة الدراسة.
5-4	ثانياً: أهمية الدراسة.
6-5	ثالثاً: أهداف الدراسة.
64-6	رابعاً: الدراسات السابقة.
49-6	المحور الأول : الدراسات التي تناولت الإعلانات التليفزيونية والأطفال.
62-49	المحور الثاني: الدراسات التي تناولت مستوى الطموح والأطفال.
64	خامساً: مصطلحات الدراسة.
64	سادساً: متغيرات الدراسة.
66-64	سابعاً: فرض الدراسة.
68-66	ثامناً: تساؤلات الدراسة.
69-68	تاسعاً: نوع ومنهج الدراسة.
70-69	عاشرًا: مجتمع وعينة الدراسة.
71-70	الحادي عشر : أدوات الدراسة.
72-71	الثاني عشر: حدود الدراسة.
198-73	<b>الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة.</b>
131-73	*أولاً: ماهية الإعلانات التليفزيونية.
75-74	تمهيد.
77-75	خصائص التليفزيون كوسيلة إعلانية.

رقم الصفحة	الموضوع
82-77	نشأة وتطور الإعلانات التليفزيونية.
84-82	العوامل التي ساعدت على تطور الإعلانات التليفزيونية.
85-84	مفهوم الإعلانات التليفزيونية.
87-85	أهداف الإعلانات التليفزيونية.
90-88	أهمية الإعلانات التليفزيونية.
92-90	خصائص الإعلانات التليفزيونية.
93-92	عوامل فاعلية الإعلانات التليفزيونية.
95-93	أصول ومبادئ الإعلان التليفزيوني الجيد.
98-95	وظائف الإعلانات التليفزيونية.
105-98	أنواع الإعلانات التليفزيونية.
112-105	الأشكال والقوالب الفنية للإعلانات التليفزيونية.
118-112	إيجابيات وسلبيات الإعلانات التليفزيونية.
120-118	مداخل معالجة الإعلانات التليفزيونية.
130-120	الرسالة الإعلانية.
131-130	الاستعمالات والأوتار المستخدمة في تصميم الإعلانات التليفزيونية.
147-132	*ثانياً: الإعلانات التليفزيونية وأطفال مرحلة الطفولة المتأخرة.
133-132	دور الإعلانات التليفزيونية في تربية الأطفال.
135-133	أهم الاستعمالات العاطفية التي يركز عليها المعلن في الإعلانات التليفزيونية الموجهة للأطفال.
137-135	أهم الاستعمالات المنطقية التي يركز عليها المعلن في الإعلانات التليفزيونية الموجهة للأطفال.

رقم الصفحة	الموضوع
137	الميول التي يركز عليها مصمم الإعلان في الرسالة الإعلانية الموجهة للأطفال.
139-138	الإعلانات التليفزيونية والأطفال.
141-139	الجانب الأول: الآثار الإيجابية للإعلانات التليفزيونية على الأطفال في مرحلة الطفولة المتأخرة (9-12 سنة).
147-141	الجانب الثاني: الآثار السلبية للإعلانات التليفزيونية على الأطفال في مرحلة الطفولة المتأخرة (9-12 سنة).
167-148	*ثالثاً: مستوى الطموح.
149-148	تمهيد.
151-149	تعريف الطموح.
152	مصادر الطموح.
152	جوانب الطموح.
153-152	مستويات الطموح لدى الأطفال.
161-153	محددات مستوى الطموح لدى الأطفال.
163-161	النظريات المفسرة لطموح الأطفال.
166-163	قياس مستوى الطموح.
167-166	سمات الشخص الطموح.
167	ما يجب توافره لتحقيق الطموح .
175-168	*رابعاً: العوامل التي تؤثر على طموح الأطفال.
168	تمهيد.
170-168	الصراع بين الآباء والأبناء.
171-170	حب الآباء للأبناء.
173-171	طموح الأطفال الآخرين.

رقم الصفحة	الموضوع
175-173	مشاهدة التلفزيون.
198-176	* خامساً: السمات والملامح الأساسية للأطفال من (9-12 سنة).
176	تمهيد.
179-176	مرحلة الطفولة المتأخرة من سن (9-12 سنة).
181-179	الخصائص العامة لأطفال مرحلة الطفولة المتأخرة.
197-181	جوانب نمو الطفل في مرحلة الطفولة المتأخرة.
198-197	سمات الطفل خلال الأربع سنوات من (9-12 سنة).
403-199	الفصل الثالث: نتائج الدراسة.
247-199	*أولاً: الدراسة التحليلية.
199	تمهيد.
202-199	الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية.
245-202	نتائج الدراسة التحليلية وتفسيرها.
247-245	النتائج العامة للدراسة التحليلية.
392-248	*ثانياً: الدراسة الميدانية.
248	تمهيد.
254-248	الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.
359-254	نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها.
385-359	اختبار صحة الفروض.
392-385	النتائج العامة للدراسة الميدانية.
404-393	*ثالثاً: خاتمة الدراسة.
393	خاتمة الدراسة.
397-393	مناقشة أهم النتائج وربط نتائج الدراسة الميدانية والتحليلية.
403-397	خلاصة النتائج.

رقم الصفحة	الموضوع
404-403	المقترنات والتوصيات.
404	ما تثيره الدراسة من بحوث مستقبلية.
428-405	مراجع الدراسة.
422-405	المراجع العربية.
428-423	المراجع الأجنبية.
470-429	ملخص الدراسة.
451-429	ملحق رقم (1) استمارة الاستبيان
456-452	ملحق رقم (2) استمارة تحليل المضمون
463-457	ملحق رقم (3) التعريفات الإجرائية لفئات تحليل المضمون
464	ملحق رقم (4) استمارة السادة المحكمين
468-465	ملحق رقم (5) الموافقات الرسمية لإجراء الدراسة الميدانية
470-469	ملحق رقم (6) قائمة الإعلانات عينة الدراسة التحليلية
471	الملخصات.
474-471	الملخص العربي.
	الملخص الإنجليزي.

## فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
203	حجم الإعلانات التليفزيونية التي تبث على القنوات عنية الدراسة ومساحتها الزمنية حسب موضوع الإعلان التليفزيوني.	1
207	الفرق بين قنوات الدراسة في نوع الإعلانات المقدمة.	2
209	الفرق بين قنوات الدراسة في قالب الفي المستخدم في الإعلانات التليفزيونية المقدمة.	3
211	الفرق بين قنوات الدراسة في لغة الحديث المستخدمة في الإعلانات المقدمة.	4
213	الفرق بين قنوات الدراسة في مكان تصوير الإعلانات المقدمة.	5
215	الفرق بين قنوات الدراسة في الهدف من الإعلانات المقدمة.	6
216	الفرق بين قنوات الدراسة في الجمهور المستهدف من الإعلانات المقدمة.	7
219	الفرق بين قنوات الدراسة في المستوى الاقتصادي الاجتماعي الظاهر بالإعلانات المقدمة.	8
221	الفرق بين قنوات الدراسة في مدى واقعية الإطار المجتمعي المتداول بالإعلانات المقدمة.	9
223	الفرق بين قنوات الدراسة في نوع الدور الذي يؤديه الطفل في الإعلانات المقدمة.	10
224	الفرق بين قنوات الدراسة في طبيعة الدور الذي يؤديه الطفل في الإعلانات المقدمة.	11
226	الفرق بين قنوات الدراسة في الملامح الإيحائية (غير اللغوية) لشخصية الطفل في الإعلانات المقدمة.	12
228	الفرق بين قنوات الدراسة في صورة الطفل في الإعلانات المقدمة.	13
230	الفرق بين قنوات الدراسة في الفئة العمرية للطفل الظاهر في الإعلانات المقدمة.	14
232	الفرق بين قنوات الدراسة في الاستعمالات المستخدمة في الإعلانات المقدمة.	15

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
236	الفرق بين قنوات الدراسة في أساليب الإقناع المستخدمة في الإعلانات المقدمة.	16
239	الفرق بين قنوات الدراسة في الملامح الدالة على الطموح داخل الإعلانات المقدمة.	17
244	الفرق بين قنوات الدراسة في الملامح الدالة على الطموح داخل الإعلانات المقدمة وفقاً لموضوع الإعلان.	18
255	توزيع عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية للدراسة.	19
259	مدى مشاهدة الأطفال للتلفزيون وفقاً لنوع.	20
260	مدى مشاهدة الأطفال للتلفزيون وفقاً للإقامة.	21
261	مدى مشاهدة الأطفال للإعلانات التلفزيونية المقدمة في التلفزيون وفقاً لنوع.	22
263	مدى مشاهدة الأطفال للإعلانات التلفزيونية المقدمة في التلفزيون وفقاً للإقامة.	23
264	أفضل الأوقات التي يشاهد فيها الأطفال الإعلانات التلفزيونية وفقاً لنوع.	24
266	أفضل الأوقات التي يشاهد فيها الأطفال الإعلانات التلفزيونية وفقاً للإقامة.	25
267	الوقت الذي يستغرقه الأطفال في مشاهدة الإعلانات التلفزيونية في اليوم وفقاً لنوع.	26
269	الوقت الذي يستغرقه الأطفال في مشاهدة الإعلانات التلفزيونية في اليوم وفقاً للإقامة.	27
270	أكثر المواد التلفزيونية جنباً لانتباه الأطفال وفقاً لنوع.	28
273	أكثر المواد التلفزيونية جنباً لانتباه الأطفال وفقاً للإقامة.	29
275	أهم القنوات التلفزيونية التي يفضل الأطفال مشاهدة الإعلانات التلفزيونية من خلالها وفقاً لنوع.	30
278	أهم القنوات التلفزيونية التي يفضل الأطفال مشاهدة الإعلانات التلفزيونية من خلالها وفقاً لمحل الإقامة.	31

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
281	عدد الإعلانات التليفزيونية التي يشاهدها الطفل في اليوم وفقاً للنوع.	32
282	عدد الإعلانات التليفزيونية التي يشاهدها الطفل في اليوم وفقاً لمحل الإقامة.	33
284	أهم ما يجذب انتباه الأطفال لمشاهدة الإعلانات التليفزيونية وفقاً للنوع.	34
287	أهم ما يجذب انتباه الأطفال لمشاهدة الإعلانات التليفزيونية وفقاً لمحل الإقامة.	35
289	درجة استقادة الأطفال من مشاهدة الإعلانات التليفزيونية وفقاً للنوع.	36
291	درجة استقادة الأطفال من مشاهدة الإعلانات التليفزيونية وفقاً لمحل الإقامة.	37
292	أهم جوانب لاستقادة الأطفال من مشاهدة الإعلانات التليفزيونية وفقاً للنوع.	38
295	أهم جوانب لاستقادة الأطفال من مشاهدة الإعلانات التليفزيونية وفقاً لمحل الإقامة.	39
296	أهم أنواع الإعلانات التليفزيونية التي يحرص الأطفال على انتظارها ومشاهدتها وفقاً للنوع.	40
298	أهم أنواع الإعلانات التليفزيونية التي يحرص الأطفال على انتظارها ومشاهدتها وفقاً لمحل الإقامة.	41
299	مدى تصديق الأطفال لمحتوى ما يعرض بالإعلانات التليفزيونية وفقاً للنوع.	42
300	مدى تصدق الأطفال لمحتوى ما يعرض بالإعلانات التليفزيونية وفقاً للإقامة.	43
302	أهم أسباب تصدق الأطفال لمحتوى ما يعرض بالإعلانات التليفزيونية وفقاً للنوع.	44
304	أهم أسباب تصدق الأطفال لمحتوى ما يعرض بالإعلانات التليفزيونية وفقاً لمحل الإقامة.	45
306	مدى اقتناع الأطفال ببعض الإعلانات التليفزيونية لدرجة الشراء وفقاً للنوع.	46

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
307	مدى اقتطاع الأطفال ببعض الإعلانات التلفزيونية لدرجة الشراء وفقاً لمحل الإقامة.	47
308	أهم أسباب اقتطاع الأطفال ببعض الإعلانات التلفزيونية لدرجة الشراء وفقاً للنوع.	48
311	أهم أسباب اقتطاع الأطفال ببعض الإعلانات التلفزيونية لدرجة الشراء وفقاً لمحل الإقامة.	49
314	أهم ما يقوم به الأطفال بعد مشاهدة الإعلانات التلفزيونية وفقاً للنوع.	50
316	أهم ما يقوم به الأطفال بعد مشاهدة الإعلانات التلفزيونية وفقاً للإقامة.	51
318	أهم ما يشعر به الأطفال بعد مشاهدة إعلانات عن أشياء لا يستطيعون شرائها وفقاً للنوع.	52
321	أهم ما يشعر به الأطفال بعد مشاهدة إعلانات عن أشياء لا يستطيعون شرائها وفقاً لمحل الإقامة.	53
324	أهم اللغات التي يفضل الأطفال أن تتحدث بها الشخصيات التي تقدم الإعلانات التلفزيونية وفقاً للنوع.	54
325	أهم اللغات التي يفضل الأطفال أن تتحدث بها الشخصيات التي تقدم الإعلانات التلفزيونية وفقاً لمحل الإقامة.	55
326	مدى تحدث مدى تحدث الأطفال بنفس اللغة التي يسمعونها خلال مشاهدتهم للإعلانات التلفزيونية وفقاً للنوع.	56
328	مدى تحدث مدى تحدث الأطفال بنفس اللغة التي يسمعونها خلال مشاهدتهم للإعلانات التلفزيونية وفقاً لمحل الإقامة.	57
329	مدى ضرورة وجود أطفال في الإعلانات التلفزيونية من وجهة نظر الأطفال عينة الدراسة أنفسهم وفقاً للنوع.	58
331	مدى ضرورة وجود أطفال في الإعلانات التلفزيونية من وجهة نظر الأطفال عينة الدراسة أنفسهم وفقاً لمحل الإقامة.	59
332	مدى رغبة الأطفال في المشاركة في إعلانات الأطفال التلفزيونية وفقاً للنوع.	60
333	مدى رغبة الأطفال في المشاركة في إعلانات الأطفال التلفزيونية وفقاً	61

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
	لمحل الإقامة.	
334	أهم أسباب رغبة الأطفال في المشاركة في الإعلانات التلفزيونية التي تعرض بالتلثيفيون وفقاً للنوع.	62
337	أهم أسباب رغبة الأطفال في المشاركة في الإعلانات التلفزيونية التي تعرض بالتلثيفيون وفقاً لمحل الإقامة.	63
339	رأي الأطفال عينة الدراسة في الطفل الذي يظهر في الإعلانات التلفزيونية وفقاً للنوع.	64
341	رأي الأطفال عينة الدراسة في الطفل الذي يظهر في الإعلانات التلفزيونية وفقاً لمحل الإقامة.	65
343	مدى تأثير الإعلانات التلفزيونية على الأطفال وطموحاتهم المستقبلية وفقاً للنوع.	66
344	مدى تأثير الإعلانات التلفزيونية على الأطفال وعلى طموحاتهم المستقبلية وفقاً لمحل الإقامة.	67
345	أهم مظاهر التأثير التي تركها الإعلانات التلفزيونية على طموحات الأطفال المستقبلية وفقاً للنوع.	68
347	أهم مظاهر التأثير التي تركها الإعلانات التلفزيونية على طموحات الأطفال المستقبلية وفقاً لمحل الإقامة.	69
348	نوع التأثير الذي تركه الإعلانات التلفزيونية على طموحات الأطفال المستقبلية وفقاً للنوع.	70
351	نوع التأثير الذي تركه الإعلانات التلفزيونية على طموحات الأطفال المستقبلية وفقاً للإقامة.	71
353	أهم أسباب عدم استفادة الأطفال من الإعلانات التلفزيونية التي يشاهدونها وفقاً للنوع.	72
354	أهم أسباب عدم استفادة الأطفال من الإعلانات التلفزيونية التي يشاهدونها وفقاً لمحل الإقامة.	73
355	أهم أسباب عدم مشاهدة الأطفال للإعلانات التلفزيونية وفقاً للنوع.	74
356	أهم أسباب عدم مشاهدة الأطفال للإعلانات التلفزيونية وفقاً لمحل	75

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
	الإقامة.	
357	أهم أسباب عدم مشاهدة الأطفال للتلفزيون وفقا للنوع.	76
358	أهم أسباب عدم مشاهدة الأطفال للتلفزيون وفقا لمحل الإقامة.	77
359	العلاقة بين كثافة تعرُض الأطفال للإعلانات التلفزيونية ومستوى الطموح لديهم.	78
360	تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات الأطفال على مقياس مستوى الطموح وأبعاده المختلفة تبعاً لاختلاف كثافة مشاهدة الإعلانات التلفزيونية.	79
362	نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس مستوى الطموح وأبعاده المختلفة وفقاً لكثافة التعرض للإعلانات التلفزيونية.	80
364	نتائج اختبار (ت) لدلاله الفروق بين الأطفال في مستوى الطموح وأبعاده المختلفة وفقا للنوع.	81
366	نتائج اختبار (ت) لدلاله الفروق بين الأطفال في مستوى الطموح وأبعاده المختلفة وفقاً لمكان الإقامة.	82
368	نتائج اختبار (ت) لدلاله الفروق بين الأطفال في مستوى الطموح وأبعاده المختلفة وفقاً لنوع المدرسة.	83
370	تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات الأطفال على مقياس مستوى الطموح وأبعاده المختلفة تبعاً لاختلاف الصف الدراسي.	84
372	نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس مستوى الطموح.	85
373	تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات الأطفال على مقياس مستوى الطموح وأبعاده المختلفة تبعاً لاختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي.	86
374	نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس مستوى الطموح وأبعاده المختلفة وفقاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي.	87
376	تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات الأطفال على مقياس التعرض للإعلانات التلفزيونية تبعاً لاختلاف مستويات مصداقية مضمون الإعلانات المقدمة.	88
379	تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات الأطفال على مقياس	89

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
	العرض للإعلانات التلفزيونية تبعاً لاختلاف درجة استفادة الأطفال من مشاهدة الإعلانات التلفزيونية.	
380	تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات الأطفال على مقياس العرض للإعلانات التلفزيونية تبعاً لاختلاف درجة اقتناع الأطفال ببعض الإعلانات التلفزيونية.	90
381	نتائج اختبار (ت) دلالة الفروق بين الأطفال في كثافة العرض للإعلانات التلفزيونية وفقاً لل النوع.	91
381	نتائج اختبار (ت) دلالة الفروق بين الأطفال في كثافة العرض للإعلانات التلفزيونية وفقاً لمكان الإقامة.	92
382	نتائج اختبار (ت) دلالة الفروق بين الأطفال في كثافة العرض للإعلانات التلفزيونية وفقاً لنوع المدرسة.	93
382	تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات الأطفال على مقياس كثافة العرض للإعلانات التلفزيونية تبعاً لاختلاف الصف الدراسي.	94
383	تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات الأطفال على مقياس كثافة العرض للإعلانات التلفزيونية تبعاً لاختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي.	95
384	نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس كثافة العرض للإعلانات التلفزيونية.	96

## المقدمة

