



شبكة المعلومات الجامعية

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ





شبكة المعلومات الجامعية



شبكة المعلومات الجامعية

التوثيق الالكتروني والميكرو فيلم

جامعة عين شمس

التوثيق الالكتروني والميكرو فيلم

قسم

نقسم بالله العظيم أن المادة التي تم توثيقها وتسجيلها
علي هذه الأفلام قد اعدت دون أية تغيرات



يجب أن

تحفظ هذه الأفلام بعيداً عن الغبار

في درجة حرارة من 15 – 20 مئوية ورطوبة نسبية من 20-40 %

To be kept away from dust in dry cool place of
15 – 25c and relative humidity 20-40 %



شبكة المعلومات الجامعية



بعض الوثائق الأصلية تالفة



شبكة المعلومات الجامعية



بالرسالة صفحات
لم ترد بالأصل



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جامعة الزقازيق - فرع بنها
كلية التربية
قسم الصحة النفسية

تأثير الإعلان التلفزيوني على السلوك الشرائي وعلاقته بخصائص الشخصية لدى الشباب السعودي

رسالة مقدمة من

الطالب / سعود بن عبد الله بن عبد المحسن العامر

للحصول على

درجة دكتوراة الفلسفة في التربية

(تخصص صحة نفسية)

إشراف

الأستاذ الدكتور / محمد بيومي حسن الدكتور / مصطفى على مظلوم

مدرس الصحة النفسية

أستاذ الصحة النفسية

كلية التربية - جامعة الزقازيق

كلية التربية - جامعة الزقازيق

١٤١٨ هـ / ١٩٩٧ م

B9017

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا﴾

صدق الله العظيم
(الآية/ ١١٤ سورة طه)



إهداء

إلى من دعواته أكسيرا يمدني بالقوة ...

إلى والدي الذي شجعني لحكمته ...

بارك الله بعمرة وصحته

كما أهدي هذا الانجاز إلى زوجتي أم حاتم

التي ضحت وصبرت وشجعت

وإلى زهراتي الغاليات وإلى ابني حاتم الذي أمني أن

يكون هذا العمل ذبراسا له لتحقيق أحلامي ...

شكر وتقدير

أود بداية أن أتوجه بالشكر الجزيل لكل من أسدى إلي معروفاء، فمن علمني حرفاً صرت له عبداً ...

وأخص بالشكر الوافر السيد **الأستاذ الدكتور / محمد بيومي حسن** أستاذ الصحة النفسية بكلية التربية جامعة الزقازيق الذي أحاطني بخلقه وعلمه الوافران ليكملي المشوار الطويل الذي بدأت مع السيدة الفاضلة الأستاذة سامية القطان أستاذة الصحة النفسية بكلية التربية بينها. وقد كان سيادته خير عون وموجه أخذ بيدي إلى شاطئ الأمان حتى خرجت هذه الأطروحة إلى النور فله مني عظيم الشكر والتقدير. ولا يفوتني أن أتقدم بجزيل شكري وعرفاني إلى السيدة **الأستاذة الدكتورة / سامية القطان** التي انطلقت منها الشرارة الأولى، فكانت ترشد وتوجه، ولم تبخل بمرجع أو نصيحة منذ الارهاصات الأولى وحتى نهاية الفصل الثالث فلها مني جزيل الشكر والعرفان.

كما يسعدني أن أتقدم بالشكر الجزيل إلى الاخ **الدكتور / مصطفى مظلوم** الذي سعدت بإشرافه على الرسالة فكان نعم الأخ ونعم الناصح المعين فقد راجع معي كل فصول البحث واعطى الكثير من الوقت والجهد وراجع الرسالة بأسرها أكثر من مرة فكان له الفضل الأعظم في خروج هذه الأطروحة على هذا النحو.

كما أتقدم بالشكر الوافر والعرفان بالجميل لأخي أستاذي **الدكتور / وجدي زيدان** لما حظيت به من علم وما لقيت منه من خلق يشكر عليه فله من الله جزيل العطاء.

كما أتوجه بالشكر والامتنان إلى جميع أعضاء هيئة التدريس بقسم الصحة النفسية بكلية التربية بينها وعلى رأسهم السيدة الأستاذة الدكتورة / ناريمان رفاعي

على رعايتهم لي منذ وطئت قدمي كليات التربية بينها، وللدكتور / صلاح عراقي
والأستاذ / علي عبد النبي المدرس المساعد بالقسم فقد أمدوني بعصارة علمهم
فجزاهم الله عني كل خير.

ولا أنسى أن أتقدم بالشكر الوافر والعرفان بالجميل لأخي الأستاذ / عادل
عبد الغفار المدرس بقسم الإذاعة بكلية الإعلام جامعة القاهرة، كما أتقدم بالشكر
والعرفان لسعادة الأستاذ الدكتور / محمد محروس الشناوي أستاذ الصحة النفسية
بقسم علم النفس كلية العلوم الإدارية بجامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية
 بالرياض وسعادة الأستاذ الدكتور / نبيل حافظ أستاذ الصحة النفسية بكلية التربية
جامعة عين شمس وسعادة الدكتور / ناصر المحارب بقسم علم النفس كلية التربية
جامعة الملك سعود وذلك لما أسهموا به من مساعدة في اختيار المقاييس وتحكيمها
وتوجيهي توجيهها علميا مخلصا.

كما أشكر سعادة الملحق العسكري في سفارة المملكة العربية السعودية بسعادة
العميد / سعد بن ابراهيم التويني. وسعادة الأستاذ / محمد عبد الرحمن السبيعي
وجميع الزملاء في الملحقة العسكرية بالقاهرة، كما أشكر كل من مسئولى مدينة
الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية الذين ساعدوني في جمع المادة الأجنبية.

كما أشكر الطلاب والطالبات الذين تحملوا عبء التطبيق وصبروا علي
كثيرا، فلهم الشكر راجيا من المولى العزيز أن يوفقهم في حياتهم المستقبلية.
كما أشكر سعادة عميدة كلية التربية للبنات بالرياض ومن قام بعملية
التطبيق.

وأقدم بشكر خاص لزوجتي التي تحملت كثيرا خلال غيابي المتكرر في
جمهورية مصر العربية، ولا أنسى أن أشكر أبنائي الذين عانوا كثيرا من غيابي،
وأسال الله عز وجل أن يعينني على تعويضهم عما فات.

وعود على بدأ أتوجه لأساتذتي الفضلاء الذين منحوني أعظم الشرف بقبولهم
مناقشة هذه الأطروحة والحكم عليها وهم الأستاذة الدكتورة / سامية القطان
والأستاذ الدكتور / علي السيد خضر فلهم جزيل الشكر والعرفان.

وفي الختام أسأل الله العلي القدير أن ينفع بهذا العمل المتواضع.

المحتويات

الصفحة	الموضوع
١٠-٢	الفصل الأول : المدخل إلى الدراسة :
٢	- مقدمة
٦	- مشكلة الدراسة
٧	- هدف الدراسة
٧	- أهمية الدراسة
٧	- مصطلحات الدراسة
١٠	- حدود الدراسة
٦٥-١١	الفصل الثاني : الإطار النظري
١٢	أولا : الشخصية
١٩	ثانيا : التليفزيون
٢٢	ثالثا : الإعلان
٣٠	رابعا : الإعلان التليفزيوني
٤٤	خامسا : السلوك الشرائي
٦١	سادسا : أثر الإعلان على الشخصية وانعكاس هذا الأثر على السلوك الشرائي.
٩٦-٦٧	الفصل الثالث : دراسات سابقة وفروض الدراسة
٦٧	أولا : دراسات سابقة
٩٢	تعليق عام على الدراسات والبحوث السابقة
٩٤	فروض الدراسة
١٢٤-٩٧	الفصل الرابع : الطريقة والإجراءات
٩٨	أولا : إجراءات الدراسة التحليلية
٩٨	- تحديد مجتمع الدراسة
٩٨	- العينة
٩٨	- التحليل الكمي
١٠٥	- التحليل الكيفي

فهرس الجداول

م	موضوع الجدول	الصفحة
١	القيم الثقافية ومدى ارتباطها بسلوك المستهلك	٥٥
٢	تكرار ونسبة أنواع السلع المعلن عنها	٩٩
٣	المدة الزمنية للإعلانات	١٠٠
٤	هدف الإعلانات	١٠٠
٥	المداخل الإقناعية	١٠١
٦	الايحاءات الجنسية	١٠١
٧	الوعود التي تقدمها الإعلانات	١٠٢
٨	الشكل الفني للإعلان	١٠٢
٩	استخدام الموسيقى والأغاني	١٠٠٣
١٠	النوع المستخدم في الإعلان	١٠٣
١١	سمات الشباب المستخدم في الإعلان	١٠٤
١٢	سمات الفتاة المستخدمة في الإعلان	١٠٤
١٣	اللغة المستخدمة في الإعلان	١٠٥
١٤	نتائج مقياس أيزنك على عينة الدراسة	١١٦
١٥	أفراد عينة الدراسة الذين لم يبدووا استعدادهم للتجربة	١١٦
١٦	قيمة (ت) بين مجموعة الذكور والإناث في كل نمط من الأنماط	
١	الأربعة للشخصية	١١٧
١٧	الشكل النهائي لعينة الدراسة	١١٨
١٨	معامل الثبات لأبعاد / أنماط قائمة أيزنك	١٢٠
١٩	نسبة الاتفاق بين المحكمين على عبارات مقياس السلوك الشرائي ..	١٢١
٢٠	صدق المقياس باستخدام المقارنة الطرفية	١٢٢
٢١	النتائج النهائية لتحليل التباين في درجات السلوك الشرائي للمجموعات عينة الدراسة الستة قبل وبعد التعرض للإعلانات	
	التليفزيونية	١٢٧

فهرس الجداول

م	موضوع الجدول	الصفحة
١	القيم الثقافية ومدى ارتباطها بسلوك المستهلك	٥٥
٢	تكرار ونسبة أنواع السلع المعلن عنها	٩٩
٣	المدة الزمنية للإعلانات	١٠٠
٤	هدف الإعلانات	١٠٠
٥	المداخل الإقناعية	١٠١
٦	الايحاءات الجنسية	١٠١
٧	الوعود التي تقدمها الإعلانات	١٠٢
٨	الشكل الفني للإعلان	١٠٢
٩	استخدام الموسيقى والأغاني	١٠٠٣
١٠	النوع المستخدم في الإعلان	١٠٣
١١	سمات الشباب المستخدم في الإعلان	١٠٤
١٢	سمات الفتاة المستخدمة في الإعلان	١٠٤
١٣	اللغة المستخدمة في الإعلان	١٠٥
١٤	نتائج مقياس أيزنك على عينة الدراسة	١١٦
١٥	أفراد عينة الدراسة الذين لم يبدوا استعدادهم للتجربة	١١٦
١٦	قيمة (ت) بين مجموعة الذكور والإناث في كل نمط من الأنماط	
	الأربعة للشخصية	١١٧
١٧	الشكل النهائي لعينة الدراسة	١١٨
١٨	معامل الثبات لأبعاد / أنماط قائمة أيزنك	١٢٠
١٩	نسبة الاتفاق بين المحكمين على عبارات مقياس السلوك الشرائي ..	١٢١
٢٠	صدق المقياس باستخدام المقارنة الطرفية	١٢٢
٢١	النتائج النهائية لتحليل التباين في درجات السلوك الشرائي	
	للمجموعات عينة الدراسة الستة قبل وبعد التعرض للإعلانات	
	التليفزيونية	١٢٧

م	موضوع الجدول	الصفحة
٢٢	دلالة الفروق بين متوسطات درجات السلوك الشرائي لمجموعات عينة الدراسة الستة قبل التعرض للإعلان التليفزيوني وبعده باستخدام اختبار توكي	١٢٨
٢٣	النتائج النهائية في درجات السلوك الشرائي لمجموعات عينة الدراسة الستة بعد التعرض للإعلانات مباشرة وفي المتابعة.....	١٣٣
٢٤	دلالة الفروق بين متوسطات درجات السلوك الشرائي لمجموعات عينة الدراسة الستة بعد التعرض للإعلانات التليفزيونية والمتابعة.....	١٣٤

