

دور الإعلانات البيئية الكارتونية في تنمية المفاهيم والسلوك
البيئي لدى عينة من الأطفال

رسالة مقدمة من الطالبة

شيماء خيري عبد البديع

ليسانس آداب (إعلام) – كلية البنات – جامعة عين شمس

– ٢٠٠١

دبلوم في العلوم البيئية – معهد الدراسات والبحوث البيئية – جامعة عين شمس – ٢٠١٤

لاستكمال متطلبات الحصول علي درجة الماجستير
في العلوم البيئية

قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي
معهد الدراسات والبحوث البيئية
جامعة عين شمس

٢٠١٨

صفحة الموافقة على الرسالة
دور الإعلانات البيئية الكارتونية في تنمية المفاهيم والسلوك
لدى عينة من الأطفال البيئي

رسالة مقدمة من الطالبة

شيماء خيرى عبد البديع

ليسانس آداب (إعلام) - كلية البنات - جامعة عين شمس - ٢٠٠١

دبلوم في العلوم البيئية - معهد الدراسات والبحوث البيئية - جامعة عين شمس - ٢٠١٤

لاستكمال متطلبات الحصول علي درجة الماجستير

في العلوم البيئية

قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي

وقد تمت مناقشة الرسالة والموافقة عليها:

التوقيع

اللجنة:

١ - د.أ/سوزان يوسف القليني

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب - جامعة عين شمس

٢ - د.أ/حنان السيد زيدان

أستاذ مساعد بقسم العلوم التربوية والإعلام البيئي - معهد الدراسات والبحوث البيئية
جامعة عين شمس

٣ - د.أ/محب محمود كامل الرفاعي

أستاذ التربية البيئية ورئيس قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي
معهد الدراسات والبحوث البيئية - جامعة عين شمس
وزير التربية والتعليم السابق

٤ - د.أ/دينا يحيى محمود

أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وعلوم الإتصال - كلية الآداب
جامعة عين شمس

٢٠١٨

دور الإعلانات البيئية الكارتونية في تنمية المفاهيم والسلوك لدى عينة من الأطفال البيئي

رسالة مقدمة من الطالبة

شيماء خيرى عبد البديع

ليسانس آداب (إعلام) – كلية البنات – جامعة عين شمس – ٢٠٠١

دبلوم في العلوم البيئية – معهد الدراسات والبحوث البيئية – جامعة عين شمس – ٢٠١٤

لاستكمال متطلبات الحصول علي درجة الماجستير

في العلوم البيئية

قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي

تحت إشراف :-

١- د.أ/سوزان يوسف القليني

أستاذ الإعلام ورئيس قسم علوم الإعلام والاتصال – كلية الآداب
جامعة عين شمس

٢- د.أ/حنان السيد زيدان

أستاذ مساعد بقسم العلوم التربوية والإعلام البيئي – معهد الدراسات والبحوث البيئية
جامعة عين شمس

ختم الإجازة :

أجيزت الرسالة بتاريخ ٢٠١٨/ /

موافقة مجلس المعهد ٢٠١٨/ / موافقة مجلس الجامعة ٢٠١٨/ /

٢٠١٨

شكر وتقدير

الحمد والشكر لله رب العالمين كما ينبغي لجلال وجهه الكريم، الذي بفضلله تم هذا البحث،
والصلاة والسلام على أشرف الخلق سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين أما بعد...

انطلاقاً من الإعراف بالمعروف ونسب الفضل إلى أهله، فإنه يسعدني ويشرفني أن
أتقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير والعرفان بالجميل لأستاذتي **أ.د/ سوزان يوسف
القليبي** أستاذة الإذاعة والتلفزيون بقسم علوم الإتصال والإعلام كلية الآداب جامعة
عين شمس، على تفضلها بالإشراف على هذا العمل وعلى دعمها العلمي والأدبي لي
وجهدا القيم ومعاونتها الصادقة، فليسيادتها جزيل الشكر وجزاها الله عني خير الجزاء وأمدّها
بالصحة والعافية.

كما أتوجه بجزيل شكري وعرفاني بالجميل **أ.م.د/ حنان السيد زيدان** أستاذ مساعد
بقسم العلوم التربوية والإعلام البيئي معهد الدراسات والبحوث البيئية - جامعة عين
شمس، على تفضلها بإشرافها على هذا العمل، وعلى مساندتها وتوجيهاتها القيمة لي، فلها
كل الشكر وعظيم الإمتنان، وجزاها الله عن هذا العمل خير الجزاء.

تتقدم الطالبة بعظيم الشكر والإمتنان إلى **أ.د/ محب محمود كامل الراجعي** رئيس
قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي معهد الدراسات والبحوث البيئية - جامعة عين شمس
ووزير التربية والتعليم السابق و **أ.د/ دينا يحيى محمود** أستاذة الإذاعة والتلفزيون
بقسم علوم الإتصال والإعلام كلية الآداب جامعة عين شمس على تفضلهما بالموافقة على
مناقشة هذا العمل، وتحملهما الجهد والمشقة في سبيل ذلك، فليسيادتهما كل الشكر وعظيم
الإمتنان وجزاهما الله خير الجزاء.

تتقدم الطالبة بالشكر لكل أساتذتي بقسم العلوم التربوية والإعلام البيئي معهد الدراسات
والبحوث البيئية - جامعة عين شمس - على ما قدموه من عون ودعم لي.

فإن كنت قد وفقت فبفضل الله سبحانه وتعالى وإن كنت قد قصرت فالكمال لله وحده،
والله موفق والهادي لسواء السبيل.

المستخلص

تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية استخدم فيها منهج المسح بالعينة بشقيه التحليلي والميداني، وأيضاً استخدام شبه تجريبي للتعرف على أثر المتغير المستقل (الإعلانات البيئية الكارتونية على المتغيرين التابعين من المفاهيم والسلوك البيئي لدى الأطفال واستخدم التصميم التجريبي للمجموعة التجريبية الواحدة).

هدفت الدراسة إلى معرفة دور الإعلانات البيئية الكارتونية في تنمية المفاهيم البيئية والسلوك البيئي لدى عينة من الأطفال من سن ٨ إلى ١٠ سنوات، وتمثلت عينة الدراسة إلى عينة دراسة التحليلية تمثلت في بعض الإعلانات البيئية الكارتونية التي تعرض على قنوات MBC MASR، والقناة الأولى، وتكونت عينة الدراسة الميدانية من ١٢٠ طالب وطالبة ٦٠ طالب وطالبة من مدرسة مصطفى كامل الابتدائية حكومي و ٦٠ طالب وطالبة من مدارس طلائع المستقبل للغات، استخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون للإعلانات البيئية الكارتونية وتصميم اختبار للمفاهيم البيئية ومقياس للسلوك البيئي المصور كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى وجود فرق دال إحصائياً بين درجات أطفال المجموعة التجريبية قبل التعرض لإعلانات البيئة الكارتونية ومتوسطات درجات نفس المجموعة بعد التعرض للإعلانات على اختبار تنمية المفاهيم البيئية لصالح التطبيق البعدي.

- لا يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على اختبار تنمية المفاهيم البيئية بعد التعرض للإعلانات البيئية الكارتونية.
- لا يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على اختبار تنمية المفاهيم البيئية بعد التعرض للإعلانات البيئية الكارتونية، ووجود فروق دال إحصائياً بين درجات أطفال المجموعة التجريبية قبل التعرض لإعلانات البيئة الكارتونية ومتوسطات درجات نفس المجموعة بعد التعرض للإعلانات على مقياس السلوك البيئي المصور لصالح التطبيق البعدي.
- لا يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس السلوك البيئي المصور بعد التعرض للإعلانات البيئية الكارتونية.

- يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات التعليم الحكومي ومتوسطات درجات التعليم اللغات على مقياس السلوك البيئي المصور بعد التعرض للإعلانات البيئية الكارتونية.

الكلمات المفتاحية للرسالة

الإعلانات التليفزيونية - الإعلانات البيئية - الإعلانات الكارتونية - المفاهيم البيئية - السلوك البيئي - الأطفال.

Keywords:

Television Advertisements – Environmental Advertisements – Cartoon Ads – Environmental Concepts – Environmental Behavior – Children.

المخلص

أصبح الحفاظ على البيئة أمر ضروري يستلزم تكاتف جميع الجهود، حيث تعاضم في الآونة الأخيرة تأثير الإنسان السلبي على البيئة ومواردها، وتسبب ذلك في ظهور المشكلات البيئية التي وصلت إلى درجة الخطورة في أنحاء متفرقة من العالم، الأمر الذي أيقظ معظم الدول والهيئات، واتفقت أغلب المؤتمرات العالمية والقومية على أن الحل الأمثل لحل هذه المشكلات هو إكساب الفرد السلوك البيئي الصحيح، وذلك عن طريق وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون الذي لا يمكن لأحد أن يغفل أثره في حياة الأطفال، وجاء دور الإعلان حيث يعتبر أحد المؤثرات التي تحدد الثقافة العامة للمجتمع.

مشكلة الدراسة:

قامت الباحثة بتحديد مشكلة البحث من خلال تطبيق اختبار مفاهيم بيئية علي ٣٠ تلميذاً وتلميذة في عمر من ٨ - ١٠ سنوات من عينة الدراسة مكون من ١٠ مفردات، وذلك بالاستعانة باختبار المفاهيم البيئية المستخدم بدراسة إيمان عبد الغني (٢٠١٣)، حيث إنه يتناسب مع الفئة العمرية محل الدراسة الحالية، وأيضاً تطبيق مقياس مبدئي للسلوك البيئي المصور مكون من ١٥ موقفاً مصوراً، وذلك من خلال الاستعانة بمقياس البيئي المصور المستخدم بدراسة مي محب (٢٠١٤)، وذلك بعد إجراء بعض التعديلات حتى تتناسب مع الفئة العمرية محل الدراسة، وتم تطبيق الاختبار والمقياس على عدد ٣٠ تلميذ وتلميذة من مدرسة طلائع المستقبل، وأسفرت النتيجة عن الآتي:

- ضعف مستوى المفاهيم البيئية عند الأطفال، حيث بلغت متوسط إجاباتهم على اختبار المفاهيم البيئية (٢٥%).
- ضعف مستوى السلوك البيئي، حيث بلغ متوسط إجاباتهم على مقياس السلوك البيئي (٢٧%).

وهذا يشير إلى تدني معرفة الأطفال بالمفاهيم البيئية والسلوك البيئي الصحيح بالنسبة للعينة الاستطلاعية.

ومما خلصت إليه نتائج الدراسة الاستطلاعية تبين أهمية وجود دراسة علمية متخصصة تتناول دراسة الدور الذي تقوم به هذه الإعلانات البيئية الكارتونية؛ لتنمية المفاهيم البيئية والسلوك البيئي الإيجابي لدى الأطفال.

أهمية الدراسة:

لفت النظر إلى نوع جديد من الإعلانات يمكن استخدامها في تنمية بعض المفاهيم البيئية والتي يصعب على الأطفال فهمها، ولكن تم تبسيطها من خلال هذه الإعلانات، وكذلك تنمية السلوكيات البيئية والبعد عن السلوكيات غير الصحيحة، وأيضاً تصحيح السلوكيات الخاطئة التي يقومون بها بالفعل ولابد من تكرارها؛ حتى تكون مؤثرة وأيضاً يمكن استخدامها في تنمية مفاهيم علمية أو مفاهيم أخرى.

الأهمية النظرية:

١- تفيد القائمين على الإعلانات بالتلفزيون في التعرف على القضايا البيئية، وكيفية إدماجها في أعمالهم من الإعلانات البيئية الكارتونية من خلال تطوير محتواها لمعالجة هذه القضايا.

٢- تقديم تقييم يوضح أهمية الإعلانات البيئية الكارتونية التي تقدم على القنوات الفضائية، وأثر تلك الإعلانات في نشر المفاهيم البيئية وتعلم السلوك البيئي الصحيح لدى الأطفال.

٣- تفيد الأطفال في تعريفهم البيئة والقضايا البيئية والمساعدة على نشر المفاهيم والسلوكيات البيئية الايجابية نحو البيئة.

الأهمية التطبيقية:

- يمكن أن تفيد في إعداد إعلانات بيئية كارتونية يمكن من خلالها تنمية المفاهيم والسلوك البيئي الإيجابي لدى الأطفال.
- يمكن أن تفيد معلمي ومعلمات الأطفال في تنمية المفاهيم والسلوك البيئي الإيجابي بالاستعانة بالإعلانات البيئية الكارتونية.
- لفت أنظار القائمين على دراسات وأبحاث الأطفال للدور الذي تلعبه الإعلانات البيئية الكارتونية في تنمية المفاهيم والسلوك البيئي الإيجابي.

أهداف الدراسة:

١. تحديد مدى تضمين الإعلانات البيئية الكارتونية للمفاهيم البيئية والسلوك البيئي.
٢. التعرف على دور الإعلانات البيئية الكارتونية في تنمية المفاهيم والسلوك البيئي لدى الأطفال.
٣. الكشف عن الدور الذي تلعبه الإعلانات البيئية الكارتونية في نشر المفاهيم وتعليم السلوك البيئي الصحيح لدى القائمين على إنتاج هذا النوع من الإعلانات.
٤. رصد مدى تذكر الطفل للمفاهيم والسلوك البيئي المقدم في الإعلانات البيئية الكارتونية.

تساؤلات الدراسة:

أ. تساؤلات الدراسة التحليلية:

- ما القضايا والموضوعات البيئية التي تركز عليها الإعلانات البيئية الكارتونية؟
- ما الاستمارات المستخدمة في الإعلانات البيئية الكارتونية لنشر المفاهيم؟
- ما الاستمارات المستخدمة في الإعلانات البيئية الكارتونية لتعليم السلوك البيئي الإيجابي؟
- ما اللغة المستخدمة في الإعلانات البيئية الكارتونية لمخاطبة الأطفال؟

ب. تساؤلات الدراسة الميدانية:

في محاولة للتصدي لمشكلة الدراسة حاولت الدراسة الإجابة عن السؤال الرئيس التالي:

* ما دور الإعلانات البيئية الكارتونية في تنمية المفاهيم والسلوك البيئي لدى الأطفال؟

وينبثق من هذا السؤال الرئيس عدة تساؤلات فرعية:

١. ما دور الإعلانات البيئية الكارتونية في تنمية المفاهيم البيئية؟
٢. ما دور الإعلانات البيئية الكارتونية في تنمية السلوك البيئي الإيجابي؟

فروض الدراسة:

[١] يوجد فرق دال إحصائياً بين درجات أطفال المجموعة التجريبية قبل التعرض لإعلانات البيئية الكارتونية ومتوسطات درجات نفس المجموعة بعد التعرض لإعلانات على اختبار تنمية المفاهيم البيئية لصالح التطبيق البعدي.

[٢] لا يوجد فرق إحصائياً بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على اختبار تنمية المفاهيم البيئية بعد التعرض للإعلانات البيئية الكارتونية.

[٤] يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات التعليم الحكومي ودرجات تعليم اللغات على اختبار المفاهيم البيئية بعد التعرض للإعلانات البيئية الكارتونية.

[٥] يوجد فرق دال إحصائياً بين درجات أطفال المجموعة التجريبية قبل التعرض لإعلانات البيئية الكارتونية على مقياس السلوك البيئي المصور لصالح التطبيق البعدي.

[٦] يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس السلوك البيئي المصور بعد التعرض للإعلانات البيئية الكارتونية.

[٧] يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات التعليم الحكومي ومتوسطات تعليم اللغات على مقياس السلوك البيئي المصور بعد التعرض للإعلانات البيئية الكارتونية.

منهج الدراسة:

تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية استخدم فيها منهج المسح بالعينة بشقيه التحليلي والميداني، وأيضاً استخدم المنهج شبه تجريبي للتعرف على أثر المتغير المستقل (الإعلانات البيئية الكارتونية) على المتغيرين التابعين من المفاهيم والسلوك البيئي لدى الأطفال ويستخدم التصميم التجريبي للمجموعة التجريبية الواحدة.

أدوات جمع البيانات:

١. استمارة تحليل محتوى (شكل ومضمون) (إعداد الباحثة)

٢. تصميم مقياس للسلوك البيئي (إعداد الباحثة)

٣. تصميم اختبار للمفاهيم البيئية (إعداد الباحثة)

مجتمع وعينة الدراسة:

أولاً: مجتمع وعينة الدراسة التحليلية:

١. مجتمع الدراسة التحليلية: وتمثلت في الإعلانات البيئية الكارتونية التي تذاغ على الفضائيات العربية.
٢. عينة الدراسة التحليلية: وتمثلت في بعض الإعلانات البيئية الكارتونية التي تذاغ على قنوات MBC Masr و MBC3 والقناة الأولى في شهر رمضان.

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة الميدانية:

١. مجتمع الدراسة الميدانية: هو الأطفال من سن ٨:١٠ سنوات .
٢. عينة الدراسة الميدانية: وهي مجموعة من الأطفال من سن ٨:١٠ سنوات ٦٠ تلميذاً وتلميذة من مدرسة مصطفى كامل الابتدائية المشتركة، و ٦٠ تلميذ وتلميذة من مدارس طلائع المستقبل للغات بالقاهرة.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

١. إعداد قائمة بالقضايا البيئية المراد تنميتها عند الأطفال وعرضها على السادة المحكمين للتأكد من صدقها وثباتها للوصول إلى الصورة النهائية للقائمة.
٢. تصميم قائمة بالمفاهيم البيئية المراد تنميتها عند الأطفال وعرضها على السادة المحكمين للتأكد من صدقها وثباتها ووضعها بشكلها النهائي.
٣. تصميم اختبار للمفاهيم البيئية وتطبيقه على مجموعته من الأطفال قبلها.
٤. مشاهدة الأطفال للإعلانات البيئية الكارتونية ثم تطبيق الاختبار بعدها.
٥. تصميم مقياس السلوك البيئي المصور و تطبيقه على الأطفال قبلها.
٦. مشاهدة الأطفال للإعلانات البيئية الكارتونية ثم تطبيق المقياس بعدها.
٧. تحليل النتائج إحصائياً.
٨. الخروج بتوصيات.

نتائج الدراسة الميدانية:

١. يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات أطفال المجموعة التجريبية قبل التعرض لإعلانات البيئة المفاهيم البيئية لصالح التطبيق البعدي.

٢. لا يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على اختبار تنمية المفاهيم البيئية بعد التعرض للإعلانات البيئية الكارتونية.
٣. يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات التعليم الحكومي ومتوسطات درجات التعليم اللغات على اختبار تنمية المفاهيم البيئية بعد التعرض للإعلانات البيئية الكارتونية.
٤. يوجد فرق دال إحصائياً بين درجات أطفال المجموعة التجريبية قبل التعرض للإعلانات البيئية الكارتونية ومتوسطات درجات نفس المجموعة بعد التعرض للإعلانات على مقياس السلوك البيئي المصور لصالح التطبيق البعدي.
٥. يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس السلوك البيئي المصور بعد التعرض للإعلانات البيئية الكارتونية.
٦. يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات التعليم الحكومي ومتوسطات درجات التعليم اللغات على مفاهيم السلوك البيئي المصور بعد التعرض للإعلانات البيئية الكارتونية.

نتائج الدراسة التحليلية:

جاءت المادة الإعلانية المقدمة للأطفال بالإعلانات الكارتونية البيئية عينة الدراسة (ملائمة) في المرتبة الأولى، وذلك بنسبة مئوية بلغت (٧٠,٦%)، تليها في المرتبة الثانية (ملائمة إلى حد ما)، وذلك بنسبة مئوية بلغت (٢٣,٥%)، ثم جاءت المادة الإعلانية (غير ملائمة) في المرتبة الثالثة، وذلك بنسبة مئوية بلغت (٥,٩%).

وجاءت الإعلانات (الملائمة إلى حد ما) لجمهور الأطفال في بعض إعلانات حملة ترشيد الكهرباء (رشدي رشدي)، نظراً لعدم قدرة الأطفال على القيام في بعض السلوكيات، مثل شراء اللبسات الموفرة، أو الأجهزة الموفرة للكهرباء، فتلك تصرفات معنية أكثر بأولياء الأمور والأسر وليس الطفل، ولكن ظهور الأطفال في بعض تلك الإعلانات جعلها ملائمة إلى حد ما، من خلال مشاركتهم في السلوكيات الصحيحة لترشيد الكهرباء والتي يبدأ بها بطل الإعلان (رشدي).

جاء مفهوم (الحفاظ على الصحة والوقاية من الأمراض) في صدارة المفاهيم البيئية المتضمنة في الإعلانات الكارتونية عينة الدراسة، وذلك بنسبة مئوية بلغت (٢٤,٢%)، ثم

جاء في المرتبة الثانية مفهوم (عدم الإسراف في الكهرباء)، وذلك بنسبة مئوية بلغت (١٨,٢%)، ثم جاء مفهوم (المحافظة على المياه) في المرتبة الثالثة، وذلك بنسبة مئوية بلغت (١٥,١%).

وجاء مفهوم (الطعام الصحي) في المرتبة الرابعة، وذلك بنسبة بلغت (٩,١%)، ثم تقاسمت مفاهيم (تقليل تلوث الهواء)، (استخدام البلاستيك الصحي)، و(استخدام المبيدات بشكل صحيح) المرتبة الخامسة، وذلك بنسبة مئوية بلغت (٦%) كل منهم.

احتلت مفاهيم (عدم تلوث المياه)، (الرفق بالحيوانات)، (زراعة النباتات)، و(تلوث التربة) المرتبة السادسة والأخيرة، إذ حصل كل منهم على نسبة مئوية بلغت (١%).

ترجع احتلال مفهوم (الحفاظ على الصحة والوقاية من الأمراض) للمرتبة الأولى في المفاهيم البيئية عينة الدراسة، هو تضمن حملة إعلانات شخصية الطفل (عصام) لمجموعة من المفاهيم البيئية المرتبطة بالصحة في المقام الأول، فالحملة تأتي برعاية مستشفى (٥٧٣٥٧)، وكل المفاهيم البيئية وحتى للكبار أيضاً، والسلوكيات المقدمة من شأنها الوقاية من مرض السرطان بالنسبة للأطفال.

التوصيات:

من خلال النتائج السابقة توصلت الباحثة بالآتي:

أكدت نتائج الدراسة الحالية عن أهمية الرسوم المتحركة في تدريس المفاهيم والسلوكيات البيئية لأطفال المرحلة الابتدائية فإنه يوصي بما يأتي:

١. الاهتمام بتضمين الموضوعات البيئية المناسبة لأطفال المرحلة الابتدائية بالإعلانات

التليفزيونية مع الاهتمام بعرض التفاصيل والصور المعبرة عنها.

٢. يمكن من خلال هذا النوع من الإعلانات نشر المفاهيم البيئية وتعليم السلوك البيئي.

٣. يمكن أن تفيد المعلمين والمعلمات في تعليم الأطفال بعض المفاهيم البيئية والسلوكيات البيئية الصحيحة.

٤. تكثيف إنتاج هذا النوع من الإعلانات المقدم في قالب درامي لتفسير وتبسيط المفاهيم وتوضيح السلوكيات الصحيحة التي يجب أن يتبعها الفرد.

مقترحات الدراسة:

١. إجراء المزيد من الدراسات حول أثر استخدام الرسوم المتحركة في تنمية المفاهيم والسلوك البيئي في إطار زمني ومكاني أوسع وقضايا علمية أخرى.
٢. ضرورة الاستفادة من الرسوم المتحركة بعمل برامج تربوية لتدريس مختلف المناهج للأطفال.
٣. استخدام الرسوم المتحركة في علاج بعض القضايا الاجتماعية الأخرى التي تهدد المجتمعات.

المحتويات

الموضوع	رقم الصفحة
الفصل الأول	
الإطار المنهجي والنظري للدراسة	
أولاً: مشكلة الدراسة	٣
ثانياً: أهمية الدراسة	٤
ثالثاً: أهداف الدراسة	٥
رابعاً: الدراسات السابقة	٥
المحور الأول: دراسات تناولت الإعلانات التليفزيونية	٦
المحور الثاني: الدراسات الخاصة بالرسوم المتحركة	١٦
المحور الثالث: الدراسات التي تتعلق بالمفاهيم والسلوك البيئي لدى الأطفال	٢٤
التعليق على الدراسات السابقة	٢٩
حدود الاستفادة من الدراسات السابقة	٣١
خامساً: نظرية التسويق الاجتماعي كمدخل للدراسة	٣١
سادساً: تساؤلات الدراسة	٤٣
سابعاً: فروض الدراسة	٤٤
ثامناً: منهج الدراسة	٤٤
تاسعاً: أدوات جمع البيانات	٤٥
مجتمع وعينة الدراسة	٤٥
عاشراً: مصطلحات الدراسة	٤٦