اثر الإعلان المرئي على سلوك أطفال الرياض من وجهة نظر أولياء أمورهم ‏

أ.د. عبدالواحد حميد الكبيسي

مدير طرائق التدريس/جامعة الأنبار/العراق

ملخص

يهدف البحث الحالي إلى إلقاء الضوء عن مدى تأثير الإعلانات على سلوك أطفال الرياض

من وجهة نظر أولياء أمورهم.

اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي مع مقابلة بعض أولياء الأمور استعان الباحث بالاستبيان

أداة للبحث مكون من ( 30)فقرة » مقابل مقياس رباعي متدرج يوضح درجة الموافقة (موافق

بدرجة :عالية » متوسطة » ضعيفة و لا أوافق).ءوتم توافر الصدق والثبات له.

واستنتج من إجابات عينة البحث الآتي:

» أن معظم أولياء الأمور لديهم نظرة سلبية اتجاه الإعلانات في تغير سلوكيات أطفالهم

وأيد أن أطفالهم كانوا أكثر تقبل للنواحي السلبية للإعلانات منها لإيجابية.

© يرى أفراد العينة أن الإعلانات لا تقدم معلومات مفيدة لأطفالهم بقدر ما تس تخدم

أساليب كثيرة من الخداع والتضليل.

ه أن نسبة الإعلانات المفيدة للأطفال تكاد تكون ضئيلة جدأ مقارنة بالإعلانات وخاصة

الغذائية المؤذية.

‎

Abstract‏

‎The present research aims to shed light on the impact‏

‎of advertising on the behavior of children of Riyadh from the perspective‏

‎of their parents. this research follows the analytical descriptive‏

‎method by interviewing some parents used the Find tool to search the‏

‎questionnaire component of (30) paragraph, compared to four-‏

‎graded scale shows the degree of approval (OK degree: high,‏

‎medium, weak, and I do not agree.), Was the availability of validity and

‎reliability him.‏

‎It was concluded from the research sample answers the following:‏

‎Most parents have a negative view of ads in the direction of change the‏ -

‎behavior of their children and supported their children were‏

‎more accepting of the negative aspects of advertising,‏

‎including the positive.‏

‎respondents believe that the ads do not provide useful information for‏ ¢

‎their children as much as using many methods of deception‏

‎and disinformation.‏

‎\*the percentage of ads that are beneficial for children are‏

‎almost negligible compared to food advertising, especially harmful.‏