

جامعة القاهرة
قسم العلاقات العامة والإعلان
كلية الإعلام

دور وسائل الإعلام في القضايا القومية

دراسة تطبيقية على عينة من حملات ترشيد السلوك

رسالة دكتوراه
إعداد/ إيمان رمضان عبد التواب
المدرس المساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان

تحت إشراف
الأستاذ الدكتور/ سامي طابع
الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان
 بكلية الإعلام
الأستاذ الدكتور/ سامي عبد العزيز
الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان
 بكلية الإعلام

2016

بسم الله الرحمن الرحيم

"وقل ربى زدني علما"

صدق الله العظيم

شكر وعرفان

يسعدنى أن أتوجه بأسى آيات الشكر والتقدير والعرفان بالجميل للأستاذ الفاضل والدكتور الكريم الأستاذ الدكتور سامي عبد العزيز الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان والعميد الأسبق لكلية الإعلام بجامعة القاهرة، والمشرف على هذه الرسالة، والذى كان لتوجيهاته وارشاداته القيمة وما بذله من جهد ووقت وتشجيع مستمر للباحثة طوال فترة إعدادها لهذه الرسالة، الفضل الأول فى مساعدتها على انجاز هذا العمل واخراجه على صورته الحالية.

كما يسعد الباحثة أن تتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان إلى الأستاذ الدكتور سامي طابع الأستاذ بكلية الإعلام بجامعة القاهرة ورئيس قسم العلاقات العامة والإعلان السابق والمشرف المشارك على هذه الرسالة، تقديراً وعرفاناً بكل ما قدمه للباحثة من علم وجهد ووقت وتشجيع طوال فترة إعداد هذه الرسالة.

كما تتجه الباحثة بالشكر والتقدير العميق للأستاذة الكرام أعضاء لجنة المناقشة الأستاذ الدكتور على عجوة الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان والعميد الأسبق لكلية الإعلام، والأستاذ الدكتور طلعت أسعد عبد الحميد أستاذ التسويق والإعلان ورئيس قسم غدارة الأعمال السابق بكلية التجارة بجامعة المنصورة، على تفضيلهما بالموافقة على الاشتراك في مناقشة هذه الرسالة، والتى لاشك أنها لن تكتمل إلا بتوجيهاتهم وملحوظاتهم العلمية القيمة.

وأخيراً تتجه الباحثة بالشكر لجميع الأساتذة والزملاء بقسم العلاقات العامة والإعلان الذين قدموا للباحثة يد العون طوال فترة الدراسة، وكذلك الشكر كل الشكر لكل من ساهم بجهد مخلص في انجاز هذه الرسالة، فإلى الجميع أقدم شكري وتقديرى ووفائى

فهرس الموضوعات

رقم الصفحة	الموضوع
أ- ب	فهرس الموضوعات.....
٥	فهرس الجداول.....
و	فهرس الأشكال.....
٢	الفصل الأول: المشكلة البحثية و الاجراءات المنهجية
٢-٥	مدخل.....
٥	أولاً: تحديد المشكلة البحثية.....
٦	ثانياً: أهمية المشكلة البحثية.....
٦-٧	ثالثاً: أهداف الدراسة.....
٧-١٨	رابعاً: الدراسات السابقة.....
١٨-٢١	خامساً: النظرية التي اعتمدَت عليها الدراسة.....
٢١-٢٢	سادساً: فروض الدراسة.....
٢٢-٢٥	سابعاً: الإجراءات المنهجية.....
٢٦	ثامناً: التعريفات النظرية والإجرائية.....
٢٧-٢٩	تاسعاً: حملات ترشيد الاستهلاك محل الدراسة.....
٣١	الفصل الثاني: الإعلام وترشيد السلوك الاستهلاكي في مصر
٣١-٣٢	مقدمة.....
٣٢-٥٣	نماذج ونظريات تفسِّر استجابات الجمهور للحملات الاجتماعية.....
٥٣	مجالات ترشيد الاستهلاك.....
٥٣-٦١	أولاً: ترشيد استهلاك المياه.....
٦١-٦٧	ثانياً: ترشيد استهلاك الطاقة.....
٦٩	الفصل الثالث: نتائج الدراسة الميدانية
٦٩-٧٦	المحور الأول: النتائج العامة للدراسة الميدانية.....
٧٧-٨٩	المحور الثاني: النتائج في ضوء فروض الدراسة.....
٩١	الفصل الرابع: نتائج الدراسة التجريبية
٩١-٩٢	المحور الأول: النتائج الخاصة بالتعرف لحملات ترشيد الاستهلاك.....
٩٢-٩٥	المحور الثاني: النتائج الخاصة بالوعي بقضايا الترشيد وأهميتها.....
٩٥-٩٧	المحور الثالث: النتائج الخاصة بالاتجاهات نحو قضايا ترشيد الاستهلاك.....
٩٧	المحور الرابع: النتائج الخاصة بالنوايا السلوكية تجاه ترشيد الاستهلاك.....
٩٧-٩٨	المحور الخامس: النتائج الخاصة بتذكر حملات ترشيد الاستهلاك.....
٩٨-١٠٣	المحور السادس: الوعي بحملة وزارة الكهرباء لترشيد استهلاك الكهرباء.....
١٠٣-١٠٨	المحور السابع: الوعي بحملة وزارة البترول لترشيد استهلاك الوقود.....
١٠٨-١١٣	المحور الثامن: الوعي بحملة وزارة الري والموارد المائية لترشيد استهلاك المياه
١١٣-١٢١	المحور التاسع: النتائج في ضوء فروض الدراسة التجريبية.....

رقم الصفحة	الموضوع
123-128	أهم نتائج الدراسة.....
130-138	قائمة المراجع.....
140	ملحق الدراسة.....

فهرس الجداول

رقم الصفحة	الجدول	رقم الجدول
25	خصائص عينة الدراسة الميدانية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.....	1
25	خصائص عينة الدراسة التجريبية.....	2
26	التعرifات النظرية والإجرائية.....	3
71	الاتجاهات نحو ترشيد الاستهلاك.....	4
71	النية السلوكية تجاه ترشيد الاستهلاك.....	5
76	الاتجاهات نحو إعلانات كل حملة من حملات ترشيد الاستهلاك.....	6
77	العلاقة بين معدل التعرض والوعي.....	7
78	العلاقة بين معدل التعرض والاتجاهات نحو القضايا.....	8
80	العلاقة بين معدل التعرض والاتجاهات.....	9
81	العلاقة بين التعرض والتوايا السلوكية تجاه القضايا.....	10
82	العلاقة بين الاتجاهات نحو حملات ترشيد الاستهلاك والتوايا السلوكية.....	11
82	العلاقة بين الاتجاهات نحو حملات ترشيد الاستهلاك والتوايا السلوكية.....	12
83	العلاقة بين التعرض للحملات وتقييم القضايا محل الدراسة من حيث أهميتها.....	13
84	العلاقة بين الاتجاه نحو الحملات الإعلامية ومدى أهمية الأزمة.....	14
84	العلاقة بين التوايا السلوكية ومدى أهمية قضايا الترشيد.....	15
85	العلاقة بين التعرض والاتجاهات نحو القضايا والجماعة المرجعية.....	16
86	العلاقة بين التعرض للحملات والتوايا السلوكية للترشيد والجماعة المرجعية.....	17
86	العلاقة بين معدل التعرض للحملات ودرجة تذكرها.....	18
87	العلاقة بين درجة الوعي بقضايا الترشيد وتذكر الحملات الخاصة بها.....	19
88	العلاقة بين الاتجاهات نحو الحملات ودرجة تذكرها.....	20
88	العلاقة بين الاتجاهات نحو قضايا الترشيد ودرجة تذكرة حملاتها.....	21
89	العلاقة بين درجة تذكر القضايا محل الدراسة والتوايا السلوكية.....	22
92	الوعي بأهمية قضايا الترشيد محل الدراسة.....	23
95	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق باتجاهات المبحوثين نحو ترشيد الكهرباء.....	24
96	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق باتجاهات المبحوثين نحو ترشيد الوقود.....	25
96	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق باتجاهات المبحوثين نحو ترشيد المياه.....	26
97	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق بالنية السلوكية للمبحوثين تجاه ترشيد الاستهلاك.....	27
98	تذكر إعلانات عن ترشيد الاستهلاك.....	28
99	إعلانات ترشيد الكهرباء التي ذكرها المبحوثون.....	29
99	الوزن النسبى لأهم الأفكار فى حملة ترشيد الكهرباء.....	30
100	الأفكار التي تناولتها حملة ترشيد الكهرباء.....	31
100	تذكر شعار حملة ترشيد الكهرباء.....	32
101	شعارات حملة ترشيد الكهرباء التي تذكرها المبحوثون.....	33

رقم الصفحة	الجدول	رقم الجدول
101	الفروق بين الاختبارين حول أسباب الاعجاب بحملة ترشيد الكهرباء.....	34
102	الفروق بين الاختبارين بالنسبة لتقدير المبحوثين لحملة ترشيد الكهرباء.....	35
102	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق باتجاهات المبحوثين نحو إعلانات حملة ترشيد استهلاك الكهرباء.....	36
104	إعلانات ترشيد الوقود التي ذكرها المبحوثون.....	37
104	الوزن النسبي لأهم الأفكار في (حملة ترشيد الوقود).....	38
105	الفروق بين الاختبارين بالنسبة للأفكار التي تناولتها حملة ترشيد الوقود.....	39
106	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق بتنذر شعار حملة ترشيد الوقود.....	40
106	شعارات حملة ترشيد الوقود التي ذكرها المبحوثون.....	41
106	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق بأسباب الاعجاب بحملة ترشيد الوقود.....	42
107	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق بتقدير المبحوثين لحملة ترشيد الوقود.....	43
107	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق باتجاهات المبحوثين نحو إعلانات حملة ترشيد استهلاك الوقود.....	44
109	إعلانات ترشيد المياه التي ذكرها المبحوثون.....	45
109	الوزن النسبي لأهم الأفكار في (حملة ترشيد المياه).....	46
110	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق بالأفكار التي تناولتها حملة ترشيد المياه.....	47
110	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق بتنذر شعار حملة ترشيد المياه.....	48
111	شعارات حملة ترشيد المياه التي ذكرها المبحوثون.....	49
111	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق بأسباب الاعجاب بحملة ترشيد المياه.....	50
112	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق بتقدير المبحوثين لحملة ترشيد المياه.....	51
112	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق باتجاهات المبحوثين نحو إعلانات حملة ترشيد استهلاك المياه.....	52
113	العلاقة بين التعرض والوعي بأزمة الكهرباء.....	53
114	العلاقة بين التعرض والوعي بأزمة الوقود.....	54
115	العلاقة بين التعرض والوعي بأزمة المياه.....	55
115	العلاقة بين التعرض والاتجاهات نحو ترشيد الكهرباء.....	56
116	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق بالعلاقة بين التعرض والاتجاهات نحو ترشيد الوقود.....	57
117	العلاقة بين التعرض والاتجاهات نحو ترشيد المياه.....	58
117	العلاقة بين التعرض والاتجاهات نحو حملة ترشيد الكهرباء.....	59
118	العلاقة بين التعرض والاتجاهات نحو حملة ترشيد الوقود.....	60
119	العلاقة بين التعرض والاتجاهات نحو حملة ترشيد المياه.....	61
119	العلاقة بين التعرض والترايا السلوكية.....	62
120	العلاقة بين الاتجاهات نحو حملة ترشيد الكهرباء والنية السلوكية.....	63
121	العلاقة بين الاتجاهات نحو حملة ترشيد الوقود والنية السلوكية.....	64
121	العلاقة بين الاتجاهات نحو حملة ترشيد المياه والنية السلوكية.....	65

فهرس الأشكال

رقم الصفحة	الشكل	رقم الشكل
19	نظريّة السلوك المخطط.....	1
55	الموارد المائية المتاحة في مصر.....	2
63	التوزيع النسبي للاستهلاك المحلي من المنتجات البترولية وفقاً لنوع المنتج....	3
63	التوزيع النسبي للاستهلاك المحلي من المنتجات البترولية وفقاً لنوع المنتج....	4
64	التوزيع النسبي للطاقة الكهربائية المستهلكة وفقاً لنوع القطاع.....	5

بسم الله الرحمن الرحيم
"وقل ربى زدني علما"
صدق الله العظيم

إهداه
إلى روح المغفور لهما بإذن الله
والدی و... والدته
رحمهما الله

شكر وعرفان

يسعدنى أن أتوجه بأسى آيات الشكر والتقدير والعرفان بالجميل للأستاذ الفاضل والدكتور الكريم الأستاذ الدكتور سامي عبد العزيز الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان والعميد الأسبق لكلية الإعلام بجامعة القاهرة، والمشرف على هذه الرسالة، والذى كان لتوجيهاته وارشاداته القيمة وما بذله من جهد ووقت وتشجيع مستمر للباحثة طوال فترة إعدادها لهذه الرسالة، الفضل الأول فى مساعدتها على انجاز هذا العمل واخراجه على صورته الحالية.

كما يسعد الباحثة أن تتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان إلى الأستاذ الدكتور سامي طابع الأستاذ بكلية الإعلام بجامعة القاهرة ورئيس قسم العلاقات العامة والإعلان السابق والمشرف المشارك على هذه الرسالة، تقديراً وعرفاناً بكل ما قدمه للباحثة من علم وجهد ووقت وتشجيع طوال فترة إعداد هذه الرسالة.

كما تتجه الباحثة بالشكر والتقدير العميق للأستاذة الكرام أعضاء لجنة المناقشة الأستاذ الدكتور على عجوة الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان والعميد الأسبق لكلية الإعلام، والأستاذ الدكتور طلعت أسعد عبد الحميد أستاذ التسويق والإعلان ورئيس قسم غدارة الأعمال السابق بكلية التجارة بجامعة المنصورة، على تفضيلهما بالموافقة على الاشتراك في مناقشة هذه الرسالة، والتى لاشك أنها لن تكتمل إلا بتوجيهاتهم وملحوظاتهم العلمية القيمة.

وأخيراً تتجه الباحثة بالشكر لجميع الأساتذة والزملاء بقسم العلاقات العامة والإعلان الذين قدموا للباحثة يد العون طوال فترة الدراسة، وكذلك الشكر كل الشكر لكل من ساهم بجهد مخلص في انجاز هذه الرسالة، فإلى الجميع أقدم شكري وتقديرى ووفائى

فهرس الموضوعات

رقم الصفحة	الموضوع
أ- ب	فهرس الموضوعات.....
٥	فهرس الجداول.....
و	فهرس الأشكال.....
٢	الفصل الأول: المشكلة البحثية و الاجراءات المنهجية
٢-٥	مدخل.....
٥	أولاً: تحديد المشكلة البحثية.....
٦	ثانياً: أهمية المشكلة البحثية.....
٦-٧	ثالثاً: أهداف الدراسة.....
٧-١٨	رابعاً: الدراسات السابقة.....
١٨-٢١	خامساً: النظرية التي اعتمدَت عليها الدراسة.....
٢١-٢٢	سادساً: فروض الدراسة.....
٢٢-٢٥	سابعاً: الإجراءات المنهجية.....
٢٦	ثامناً: التعريفات النظرية والإجرائية.....
٢٧-٢٩	تاسعاً: حملات ترشيد الاستهلاك محل الدراسة.....
٣١	الفصل الثاني: الإعلام وترشيد السلوك الاستهلاكي في مصر
٣١-٣٢	مقدمة.....
٣٢-٥٣	نماذج ونظريات تفسِّر استجابات الجمهور للحملات الاجتماعية.....
٥٣	مجالات ترشيد الاستهلاك.....
٥٣-٦١	أولاً: ترشيد استهلاك المياه.....
٦١-٦٧	ثانياً: ترشيد استهلاك الطاقة.....
٦٩	الفصل الثالث: نتائج الدراسة الميدانية
٦٩-٧٦	المحور الأول: النتائج العامة للدراسة الميدانية.....
٧٧-٨٩	المحور الثاني: النتائج في ضوء فروض الدراسة.....
٩١	الفصل الرابع: نتائج الدراسة التجريبية
٩١-٩٢	المحور الأول: النتائج الخاصة بالتعرف لحملات ترشيد الاستهلاك.....
٩٢-٩٥	المحور الثاني: النتائج الخاصة بالوعي بقضايا الترشيد وأهميتها.....
٩٥-٩٧	المحور الثالث: النتائج الخاصة بالاتجاهات نحو قضايا ترشيد الاستهلاك.....
٩٧	المحور الرابع: النتائج الخاصة بالنوايا السلوكية تجاه ترشيد الاستهلاك.....
٩٧-٩٨	المحور الخامس: النتائج الخاصة بتذكر حملات ترشيد الاستهلاك.....
٩٨-١٠٣	المحور السادس: الوعي بحملة وزارة الكهرباء لترشيد استهلاك الكهرباء.....
١٠٣-١٠٨	المحور السابع: الوعي بحملة وزارة البترول لترشيد استهلاك الوقود.....
١٠٨-١١٣	المحور الثامن: الوعي بحملة وزارة الرى والموارد المائية لترشيد استهلاك المياه
١١٣-١٢١	المحور التاسع: النتائج في ضوء فروض الدراسة التجريبية.....

رقم الصفحة	الموضوع
123-128	أهم نتائج الدراسة.....
130-138	قائمة المراجع.....
140	ملحق الدراسة.....

فهرس الجداول

رقم الصفحة	الجدول	رقم الجدول
25	خصائص عينة الدراسة الميدانية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.....	1
25	خصائص عينة الدراسة التجريبية.....	2
26	التعرifات النظرية والإجرائية.....	3
71	الاتجاهات نحو ترشيد الاستهلاك.....	4
71	النية السلوكية تجاه ترشيد الاستهلاك.....	5
76	الاتجاهات نحو إعلانات كل حملة من حملات ترشيد الاستهلاك.....	6
77	العلاقة بين معدل التعرض والوعي.....	7
78	العلاقة بين معدل التعرض والاتجاهات نحو القضايا.....	8
80	العلاقة بين معدل التعرض والاتجاهات.....	9
81	العلاقة بين التعرض والتوايا السلوكية تجاه القضايا.....	10
82	العلاقة بين الاتجاهات نحو حملات ترشيد الاستهلاك والتوايا السلوكية.....	11
82	العلاقة بين الاتجاهات نحو حملات ترشيد الاستهلاك والتوايا السلوكية.....	12
83	العلاقة بين التعرض للحملات وتقييم القضايا محل الدراسة من حيث أهميتها.....	13
84	العلاقة بين الاتجاه نحو الحملات الإعلامية ومدى أهمية الأزمة.....	14
84	العلاقة بين التوايا السلوكية ومدى أهمية قضايا الترشيد.....	15
85	العلاقة بين التعرض والاتجاهات نحو القضايا والجماعة المرجعية.....	16
86	العلاقة بين التعرض للحملات والتوايا السلوكية للترشيد والجماعة المرجعية.....	17
86	العلاقة بين معدل التعرض للحملات ودرجة تذكرها.....	18
87	العلاقة بين درجة الوعي بقضايا الترشيد وتذكر الحملات الخاصة بها.....	19
88	العلاقة بين الاتجاهات نحو الحملات ودرجة تذكرها.....	20
88	العلاقة بين الاتجاهات نحو قضايا الترشيد ودرجة تذكرة حملاتها.....	21
89	العلاقة بين درجة تذكر القضايا محل الدراسة والتوايا السلوكية.....	22
92	الوعي بأهمية قضايا الترشيد محل الدراسة.....	23
95	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق باتجاهات المبحوثين نحو ترشيد الكهرباء.....	24
96	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق باتجاهات المبحوثين نحو ترشيد الوقود.....	25
96	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق باتجاهات المبحوثين نحو ترشيد المياه.....	26
97	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق بالنية السلوكية للمبحوثين تجاه ترشيد الاستهلاك.....	27
98	تذكر إعلانات عن ترشيد الاستهلاك.....	28
99	إعلانات ترشيد الكهرباء التي ذكرها المبحوثون.....	29
99	الوزن النسبى لأهم الأفكار فى حملة ترشيد الكهرباء.....	30
100	الأفكار التي تناولتها حملة ترشيد الكهرباء.....	31
100	تذكر شعار حملة ترشيد الكهرباء.....	32
101	شعارات حملة ترشيد الكهرباء التي تذكرها المبحوثون.....	33

رقم الصفحة	الجدول	رقم الجدول
101	الفروق بين الاختبارين حول أسباب الاعجاب بحملة ترشيد الكهرباء.....	34
102	الفروق بين الاختبارين بالنسبة لتقدير المبحوثين لحملة ترشيد الكهرباء.....	35
102	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق باتجاهات المبحوثين نحو إعلانات حملة ترشيد استهلاك الكهرباء.....	36
104	إعلانات ترشيد الوقود التي ذكرها المبحوثون.....	37
104	الوزن النسبي لأهم الأفكار في (حملة ترشيد الوقود).....	38
105	الفروق بين الاختبارين بالنسبة للأفكار التي تناولتها حملة ترشيد الوقود.....	39
106	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق بتنذر شعار حملة ترشيد الوقود.....	40
106	شعارات حملة ترشيد الوقود التي ذكرها المبحوثون.....	41
106	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق بأسباب الاعجاب بحملة ترشيد الوقود.....	42
107	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق بتقدير المبحوثين لحملة ترشيد الوقود.....	43
107	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق باتجاهات المبحوثين نحو إعلانات حملة ترشيد استهلاك الوقود.....	44
109	إعلانات ترشيد المياه التي ذكرها المبحوثون.....	45
109	الوزن النسبي لأهم الأفكار في (حملة ترشيد المياه).....	46
110	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق بالأفكار التي تناولتها حملة ترشيد المياه.....	47
110	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق بتنذر شعار حملة ترشيد المياه.....	48
111	شعارات حملة ترشيد المياه التي ذكرها المبحوثون.....	49
111	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق بأسباب الاعجاب بحملة ترشيد المياه.....	50
112	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق بتقدير المبحوثين لحملة ترشيد المياه.....	51
112	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق باتجاهات المبحوثين نحو إعلانات حملة ترشيد استهلاك المياه.....	52
113	العلاقة بين التعرض والوعي بأزمة الكهرباء.....	53
114	العلاقة بين التعرض والوعي بأزمة الوقود.....	54
115	العلاقة بين التعرض والوعي بأزمة المياه.....	55
115	العلاقة بين التعرض والاتجاهات نحو ترشيد الكهرباء.....	56
116	الفروق بين الاختبارين فيما يتعلق بالعلاقة بين التعرض والاتجاهات نحو ترشيد الوقود.....	57
117	العلاقة بين التعرض والاتجاهات نحو ترشيد المياه.....	58
117	العلاقة بين التعرض والاتجاهات نحو حملة ترشيد الكهرباء.....	59
118	العلاقة بين التعرض والاتجاهات نحو حملة ترشيد الوقود.....	60
119	العلاقة بين التعرض والاتجاهات نحو حملة ترشيد المياه.....	61
119	العلاقة بين التعرض والتوصيات السلوكية.....	62
120	العلاقة بين الاتجاهات نحو حملة ترشيد الكهرباء والنية السلوكية.....	63
121	العلاقة بين الاتجاهات نحو حملة ترشيد الوقود والنية السلوكية.....	64