



جامعة عين شمس
معهد الدراسات العليا للطفلة
قسم الإعلام وثقافة الأطفال

"دور الحملات الإعلامية في نشر الوعي بالسياحة الداخلية لدى المراهقين"

رسالة مقدمة للحصول على درجة دكتوراه الفلسفة
في دراسات الطفولة من قسم الإعلام وثقافة الأطفال

إعداد

نجاة أحمد إبراهيم يوسف الديب

إشراف
أ.د/ محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام ووكيل معهد الدراسات العليا للطفلة
لشئون المجتمع والبيئة
جامعة عين شمس

2009 م - 1430 هـ

**"دور الحملات الإعلامية
في نشر الوعي بالسياحة الداخلية لدى المراهقين"**

اسم الطالبة : نجاة أحمد إبراهيم يوسف الديب

الدرجة العلمية: الدكتوراه

القسم التابع لها : الإعلام وثقافة الأطفال

أسم الكلية : معهد الدراسات العليا للطفلة

الجامعة : عين شمس

سنة التخرج :

سنة المنح :



The Role of Media Campaign In Disseminating the Awareness of Local Tourism for Adolescences

**Athesis submitted for fulfillment of
Ph.D Degree in Childhood Studies department
of Mass communication and children culture**

Prepared
Nagat Ahmed Ebrahem Yousef Al Deeb

Supervised by
Prof. Dr. Mohammed Moawad Ebrahem
Prof. of Mass communication & vice-dean the Institute
of Post- graduate childhood studies For Society and
environmental affairs

Ain Shams University

2009 -1430

جامعة عين شمس
معهد الدراسات العليا للطفلة
قسم الإعلام وثقافة الأطفال

شكر

الإشراف:

أشكر الأستاذ الدكتور / محمد مغوض إبراهيم أستاذ الإعلام ، ووكيلاً معهد الدراسات العليا للطفلة لشئون المجتمع والبيئة- جامعة عين شمس

وكذلك أشكر الهيئات الآتية:

- مكتبة معهد الدراسات العليا للطفلة - جامعة عين شمس.
- المكتبة المركزية - جامعة عين شمس.
- مكتبة كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- مكتبة المجلس الأعلى للصحافة.
- مركز معلومات المجالس القومية المتخصصة - شعبة السياحة
- مكتبة وزارة السياحة.
- مكتبة كلية السياحة والفنادق - جامعة حلوان.
- مكتبة الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء.
- أكاديمية البحث العلمي.
- هيئة تنشيط السياحة.

جامعة عين شمس
معهد الدراسات العليا للطفلة
قسم الإعلام وثقافة الأطفال

صفحة الموافقة

أسم الطالبة : نجاة أحمد إبراهيم يوسف
عنوان الرسالة : " دور الحملات الإعلامية في نشر الوعي بالسياحة الداخلية لدى المراهقين "

أسم الدرجة : الدكتوراه
الإشراف : أ.د/ محمد معرض إبراهيم
أستاذ الإعلام ووكيل معهد الدراسات العليا للطفلة
لشئون المجتمع والبيئة- جامعة عين شمس

لجنة الحكم:
أ.د/ محمد معرض إبراهيم (مشرفاً ورئيساً)
أستاذ الإعلام ووكيل معهد الدراسات العليا للطفلة
لشئون المجتمع والبيئة - جامعة عين شمس .
أ.د/ إعتماد خلف معد (عضواً)
أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال المتفرغ رئيس قسم الإعلام سابقاً
بمعهد الدراسات العليا للطفلة- جامعة عين شمس

أ.د/ شعبان أبو اليزيد شمس (عضواً)
أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام
جامعة السادس من أكتوبر

2	/	/	:	تاريخ البحث
2	/	/	:	الدراسات العليا
أجازت الرسالة بتاريخ			:	ختم الإجازة
2	/	/		2 / /
موافقة مجلس الجامعة			:	موافقة مجلس المعهد
2	/	/		2 / /

الشكر والتقدير

أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى اللجنة الموقرة، وإلى كل من ساعدنى ومد يد العون لى فى إتمام هذا العمل العلمى المتواضع، وأسمحوا لى أنأتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى الأستاذ الدكتور / محمد معوض إبراهيم والذى لا توافيه كلمات الشكر والثناء حقه على، فقد أعطانى الكثير من علمه الفياض ومن وقته الثمين، وقام بتذليل الكثير من الصعوبات التى أتعرضتى أثناء إعداد هذه الرسالة منذ أن كانت فكرة حتى خرجت إلى حيز الوجود بهذا الشكل المتواضع، وقد كانت لملحوظاته وتوجيهاته دوراً كبيراً فى تقويم هذه الرسالة ، له منى الشكر والتقدير ومن الله عز وجل خير الجزاء .

وأتوجه أيضاً بخالص الشكر والتقدير والإمتنان إلى الأستاذة الدكتورة/ إعتماد خلف معبد على تفضلها بقبول دعوة المناقشة لما لها من ملاحظات علمية قيمة والمتابعة الدقيقة والدائمة، فهى تجمع بين منهجية الفكر المتطور وتواضع العالم الجليل، وقد كان لملحوظاتها وتوجيهاتها دوراً كبيراً فى تقويم هذه الرسالة، لها منى الشكر والتقدير ومن الله عز وجل خير الجزاء .

كماأتوجه بخالص الشكر والتقدير والإمتنان إلى الأستاذ الدكتور / شعبان أبو اليزيد شمس على تفضلها بقبول دعوة المناقشة رغم إنشغالاته الكثيرة، وقد كانت لملحوظاته وتوجيهاته دوراً كبيراً فى تقويم هذه الرسالة، له منى الشكر والتقدير ومن الله عز وجل خير الجزاء .
أشكر جميع السادة الحضور الذين شاركونى أجمل يوم فى حياتى.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

الباحثة

مستخلص الدراسة Abstract

أسم الباحثة/ نجاه أحمد إبراهيم يوسف الديب

عنوان الرسالة/ " دور الحملات الإعلامية في نشر الوعي بالسياحة الداخلية لدى المراهقين"
جهة الدراسة/ جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفلة- قسم الإعلام وثقافة الأطفال.

مشكلة الدراسة:

تتبلور مشكلة الدراسة في تساؤل رئيسي وهو :

ما هو دور الحملات الإعلامية في نشر ورفع الوعي السياحي لدى المراهقين؟

أهمية الدراسة:

- تتبثق أهمية الدراسة من أهمية السياحة كصناعة مركبة ودورها في عمليات الإتصال الفكري والثقافي والاجتماعي بين الشعوب المختلفة.
- أهمية الشريحة العمرية المستهدفة.
- ما تمتلكه مصر من مقومات سياحية وإرث حضاري.
- أهمية الحملات الإعلامية في تزويد الجمهور بالمعلومات السياحية.

هدف الدراسة:

إسْتَهْدَفَت الْدِرْسَةُ التَّعْرِفَ عَلَى دُورِ الْحَمْلَاتِ الإِلَاعَمِيَّةِ فِي نَسْرِ وَرْفَعِ الْوَعِيِّ بِالسِّيَاحَةِ الدَّاخِلِيَّةِ لَدِيِّ الْمَرَاهِقِينَ ، مِنْ أَجْلِ خَلْقِ مَجَمِعًا حَاضِنًا لِلْسِّيَاحَةِ وَلَيْسَ طَارِدًا لَهَا ، وَبِنَاءً جَسُورَ الْعَلَاقَاتِ الطَّيِّبَةِ مَعَ الْآخَرِ وَتَقَادِيِ الْإِثَارِ السَّلَبِيَّةِ عَلَىِ السُّلُوكِ الاجتماعيِ والتَّأكيدِ عَلَىِ السُّلُوكِيَّاتِ الإِيجَابِيَّةِ.

نوع ومنهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت الباحثة فيها منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفى والتحليلى.

مجتمع وعينة الدراسة:

اعتمدت الباحثة في دراستها على عينة من المراهقين قوامها 400 مفردة من طلاب المرحلة الثانوية والذين تقع أعمارهم بين (14-17) داخل محافظة القاهرة والجيزة.

أدوات الدراسة:

اعتمدت الباحثة في جمع البيانات على الأدوات البحثية الآتية:

- إستمارة تحليل المضمون
- إستمارة الإستبيان.

أهم نتائج الدراسة:

- يحتل التليفزيون المرتبة الأولى بين وسائل الإعلام في إمداد المراهقين بالمعلومات عن الأماكن السياحية أو الوعي بأهمية السياحة بشكل عام.
- الأهداف التي سعت حملة الوعي بالسياحة الداخلية إلى تحقيقها شكلت نسبة (33.33%) للأهداف المعرفية، ونسبة (25%) للأهداف الوجدانية ونسبة (41.67%) للأهداف السلوكية.

الكلمات المفتاحية :

- دور الحملات الإعلامية **The Role of the Media Campaign**
- المراهقة **Adolescence**
- الوعي بالسياحة الداخلية **The Awareness of domestic tourism**

الفهرس

أولاً: فهرس الموضوعات

رقم الصفحة	الموضوع
1	• المقدمة
3	الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة
4	أولاً: مشكلة الدراسة
4	ثانياً: أهمية الدراسة
5	ثالثاً: هدف الدراسة
46-6	رابعاً: الدراسات السابقة
47	خامساً: التعليق على الدراسات السابقة
48	سادساً: مصطلحات الدراسة
49	سابعاً: تساؤلات الدراسة
49	ثامناً: نوع الدراسة ومنهجها
49	تاسعاً: مجتمع وعينة الدراسة
50	عاشرأً: أدوات الدراسة
50	الحادي عشر: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة
51	الفصل الثاني السياحة الداخلية في مصر
52	أولاً: التعريف بالسياحة الداخلية
54	ثانياً: خصائص السياحة الداخلية
56	ثالثاً: خصائص السياحة الداخلية في مصر
58	رابعاً: العوامل المؤثرة في حجم حركة الداخلية
61	خامساً: حجم حركة السياحة الداخلية في مصر
63	سادساً: أهداف السياحة الداخلية في مصر

69	سابعاً: مقومات السياحة الداخلية في مصر
72	ثامناً: الأنماط السياحية في مصر
82	تاسعاً: معوقات السياحة الداخلية في مصر
87	عاشرًا: أهمية السياحة الداخلية
94	الفصل الثالث الحملات الإعلامية والوعى بالسياحة الداخلية لدى المراهقين
96	أولاً: مفهوم الوعى والتوعية
97	ثانياً: مفهوم الوعى بالسياحة الداخلية لدى المراهقين
98	ثالثاً: التعريف بالحملات الإعلامية
101	رابعاً: أنواع الحملات الإعلامية
102	خامساً: الأسس التي تقوم عليها الحملات الإعلامية
128	سادساً: معايير الحملة الإعلامية الناجحة في مجال السياحة
131	سابعاً: التأثيرات التي تحدثها الحملات الإعلامية السياحية
135	ثامناً: التعريف بالمرأفة وخصائصها
135	تاسعاً: كيفية توظيف الحملات الإعلامية بما يتلاءم مع خصائصها
144	الفصل الرابع إجراءات الدراسة التحليلية ونتائجها
145	الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية ونتائجها
145	أولاً: تساؤلات الدراسة
146	ثانياً: مجتمع الدراسة التحليلية
150	ثالثاً: تحديد وحدات التحليل
151	رابعاً: تحديد فئات التحليل
151	خامساً: إختباري الصدق والثبات
153	التحليل الإحصائي وتقسيير النتائج

175	الفصل الخامس إجراءات الدراسة الميدانية ونتائجها
176	أولاً: الهدف من الدراسة الميدانية
176	ثانياً: فرض الدراسة الميدانية
177	ثالثاً: أدوات الدراسة الميدانية
177	رابعاً: إختبار الصدق والثبات لصiffة الإستقصاء
178	خامساً: مبررات اختيار عينة الدراسة الميدانية
179	سادساً: توصيف عينة الدراسة الميدانية
180	سابعاً: التحليل الإحصائي وتفسير النتائج
205	الخاتمة
206	النتائج الختامية للدراسة
211	توصيات الدراسة
214	المراجع
224	الملاحق
257	الموافقات الرسمية للدراسة
271	ملخص الدراسة باللغة العربية والأجنبية

ثانياً: فهرس الجداول

رقم الصفحة	الموضوع
61	• جدول رقم (1) حجم حركة السياحة الداخلية
148	• جدول رقم (2) توزيع رسائل حملة الوعي السياحي وفقاً للقنوات التليفزيونية
148	• جدول رقم (3) توزيع رسائل حملة الوعي السياحي وفقاً لمساحة الزمنية
149	• جدول رقم (4) توزيع المضامين السياحية للحملة وفقاً لمساحة الزمنية " عينة الدراسة "
154	• جدول رقم (5) توزيع موقع شعار حملة الوعي السياحي " عينة الدراسة "
154	• جدول رقم (6) توزيع جهة إنتاج حملة الوعي السياحي " عينة الدراسة "
155	• جدول رقم (7) توزيع جدولة حملة الوعي السياحي " عينة الدراسة "
156	• جدول رقم (8) توزيع النطاق الجغرافي لحملة الوعي السياحي
157	• جدول رقم (9) توزيع أسلوب عرض رسائل حملة الوعي السياحي
157	• جدول رقم (10) توزيع التنوع في رسائل حملة الوعي السياحي
158	• جدول رقم (11) توزيع التشابه في رسائل حملة الوعي السياحي
159	• جدول رقم (12) توزيع استراتيجية عرض رسائل حملة الوعي السياحي
160	• جدول رقم (13) توزيع الجمهور المستهدف من حملة الوعي السياحي
160	• جدول رقم (14) توزيع أهداف رسائل حملة الوعي السياحي
161	• جدول رقم (15) توزيع مداخل الإقناع التي تعتمد عليها رسائل حملة الوعي السياحي
162	• جدول رقم (16) توزيع الإستمالة المستخدمة في رسائل حملة الوعي السياحي
163	• جدول رقم (17) توزيع الإستمالة العاطفية في رسائل حملة الوعي السياحي
165	• جدول رقم (18) توزيع الإستمالة العقلانية في رسائل حملة الوعي السياحي
165	• جدول رقم (19) توزيع إستمالة تقديم الأدلة والشهاد في حملة الوعي السياحي
166	• جدول رقم (20) توزيع إستمالة عرض جانب واحد أو جانبين في رسائل حملة الوعي السياحي

167	• جدول رقم (21) توزيع مدى الاستفادة من إمكانية الوسيلة في حملة الوعي السياحي
169	• جدول رقم (22) توزيع القوالب الفنية في رسائل حملة الوعي السياحي "عينة الدراسة"
171	• جدول رقم (23) توزيع القائم بالاتصال في حملة الوعي السياحي "عينة الدراسة"
172	• جدول رقم (24) توزيع اللغة المستخدمة في رسائل حملة الوعي السياحي "عينة الدراسة"
173	• جدول رقم (25) توزيع الأهداف في رسائل حملة الوعي السياحي "عينة الدراسة"
180	• جدول رقم (26) توزيع مفردات العينة وفقاً لنوع
180	• جدول رقم (27) توزيع مفردات العينة وفقاً للسن (الصف الدراسي)
181	• جدول رقم (28) توزيع مفردات العينة وفقاً لمحل الإقامة (مجتمع الدراسة)
182	• جدول رقم (29) توزيع مفردات العينة وفقاً للإدارات التعليمية في "مجتمع الدراسة"
182	• جدول رقم (30) توزيع مفردات العينة وفقاً لنوعية المدارس
183	• جدول رقم (31) توزيع مفردات العينة وفقاً للأحياء السكنية
184	• جدول رقم (32) توزيع مفردات العينة وفقاً للمستوى التعليمي للأب
185	• جدول رقم (33) توزيع مفردات العينة وفقاً للمستوى التعليمي للأم
185	• جدول رقم (34) توزيع مفردات العينة وفقاً للمشكلات الصحية
186	• جدول رقم (35) توزيع مفردات العينة وفقاً لدواعي السفر للخارج (الأسرة)
187	• جدول رقم (36) توزيع العلاقة بين "النوع" وحجم تعرض المراهقين عينة الدراسة لحملة الوعي السياحي
188	• جدول رقم (37) توزيع العلاقة بين "التعليم" وحجم تعرض المراهقين "عينة الدراسة" لحملة الوعي السياحي
189	• جدول رقم (38) توزيع العلاقة بين "المستوى الاجتماعي الاقتصادي للمراهقين" عينة الدراسة" وحجم التعرض لحملة الوعي السياحي
190	• جدول رقم (39) توزيع مدى معرفة عينة الدراسة بوجود حملة الوعي بالسياحة الداخلية

191	• جدول رقم (40) توزيع مدى معرفة عينة الدراسة "لشعار" حملة الوعى بالسياحة الداخلية
192	• جدول رقم (41) توزيع أكثر الوسائل الإعلامية تفضيلاً لمتابعة حملة الوعى بالسياحة الداخلية لدى المراهقين
193	• جدول رقم (42) توزيع معدل تعرض المراهقين "عينة الدراسة" لحملة الوعى السياحى فى (التليفزيون المصرى)
194	• جدول رقم (43) توزيع أكثر القنوات التليفزيونية تفضيلاً لدى المراهقين "عينة الدراسة"
196	• جدول رقم (44) توزيع مصادر المعلومات السياحية لدى المراهقين "عينة الدراسة"
198	• جدول رقم (45) توزيع الأماكن السياحية الأكثر تفضيلاً لدى المراهقين عينة الدراسة
200	• جدول رقم (46) توزيع الدوافع النفعية للمراهقين "عينة الدراسة" من حملة الوعى السياحى
203	• جدول رقم (47) توزيع الدوافع الطقوسية للمراهقين "عينة الدراسة" من حملة الوعى السياحى
	الأشكال التوضيحية
109	• الشكل رقم (1) توزيع الوسائل الإعلامية في الحملات الإعلامية
125	• الشكل رقم (2) تصنیف التقيیم للحملات الإعلامیة
132	• الشكل رقم (3) نموذج ماکویل

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: مشكلة الدراسة

ثانياً: أهمية الدراسة

ثالثاً: هدف الدراسة

رابعاً: الدراسات السابقة

خامساً: التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الإستفادة منها

سادساً: مصطلحات الدراسة

سابعاً: تساؤلات الدراسة

ثامناً: نوع الدراسة ومنهجها

تاسعاً: مجتمع وعينة الدراسة

عاشرأً: أدوات الدراسة

الحادي عشر: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة