



" دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية لمؤسسات الطيران المدني المصري لدي المراهقين "

رسالة ماجستير مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول علي درجة
الماجستير في الدراسات الإعلامية و ثقافة الأطفال

إعداد:

سمر محمد محمد الشحات

إشراف:

أ.د فاتن عبد الرحمن الطنباري	د. نيفين أحمد غباشي أبو النجا
أستاذ الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة	مدرس العلاقات العامة و الإعلان بالمعهد العالي للإعلام و فنون الاتصال

٢٠١٨ م - ١٤٣٩ هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا
عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ)

صدق الله العظيم

سورة البقرة الآية (٣٢)

الإهداء:

"الأسرة هي النعمة الأكبر في الحياة"

أمي و أبي ...

زوجي العزيز...

إسلام و نور...

و نجومنا الصغار مريم..ليلى..نيلي

أهدي إليكم هذا العمل



قسم الإعلام وثقافة الطفل

صفحة العنوان

عنوان الرسالة " دور العلاقات العامة في تشكيل
الصورة الذهنية لمؤسسات الطيران المدني المصري
لدى المراهقين "

اسم الباحثة : سمر محمد محمد الشحات.

الدرجة العلمية : ماجستير.

القسم التابع لها: الإعلام و ثقافة الطفل.

اسم الكلية: كلية الدراسات العليا للطفولة.

اسم الجامعة : عين شمس.

سنة التسجيل: / /

سنة المنح: / / ٢٠١٨م.



قسم الإعلام وثقافة الطفل

صفحة الموافقة

اسم الباحثة: سمر محمد محمد الشحات.
عنوان الرسالة: دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية لمؤسسات الطيران المدني المصري لدي المراهقين.
الدرجة العلمية : ماجستير في الإعلام و ثقافة الأطفال.

تحت إشراف:

- أ.د فاتن عبد الرحمن الطنباري () أستاذ الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة
د. نيفين أحمد غباشي أبو النجا () مدرس العلاقات العامة و الإعلان بالمعهد العالي للإعلام و فنون الإتصال

لجنة المناقشة و الحكم :

- | الاسم | الوظيفة | التوقيع |
|---------------------------|---|---------|
| أ.د اعتماد خلف معبد | استاذ الإعلام بكلية الدراسات العليا للطفولة – جامعة عين شمس (مناقشا و رئيسا) | () |
| أ.د. فاتن الطنباري | استاذ الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس (مشرفاً و مناقشاً من الداخل) | () |
| أ/ عبد العظيم صدقي الأمير | المستشار الإعلامي السابق لوزير الطيران المدني_ (مناقشاً من الخارج) | () |

/ /
/ /
/ /
/ /

تاريخ البحث :
تاريخ إجازة الرسالة :
موافقة مجلس الكلية :
موافقة مجلس الجامعة :

مستخلص الدراسة

المشكلة : تهدف مشكلة الدراسة علي دور العلاقات العامة عن طريق برامج المسؤولية المجتمعية علي وجه الخصوص في تكوين الصورة الذهنية عن شركات الطيران المدني المصري لدي المراهقين.

العينة : تم إجراء الدراسة علي عينة عمدية متاحة قوامها ٣٠٠ مفردة من المراهقين تتراوح اعمارهم بين (١٢-٢١) سنة في نوادي الزمالك و الشمس و الترسانة و الطالبة الرياضية بالاضافة الي اعداد المجلات الصادرة عن مصر للطيران و ميناء القاهرة الجوي خلال عامي ٢٠١٥ و ٢٠١٦ .

المنهج: تندرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي إعتمدت منهج المسح الميداني عن طريق الإستبيان و المقابلة للحصول علي معلومات لقياس أبعاد المشكلة و معرفة كافة جوانبها.

الأدوات: إستخدمت الدراسة الاستبيان و المقابلة و تحليل المضمون لجمع البيانات .

الكلمات المفتاحية:

- العلاقات العامة .
- الصورة الذهنية.
- الطيران المدني.
- المراهقين.
- المسؤولية المجتمعية للشركات.

النتائج: أظهرت النتائج إعتماد المراهقين عينة الدراسة في إكتساب معلومات عن شركات الطيران المدني عن طريق مواقع التواصل الإجتماعي بنسبة ٢٢.٥% تلاها التلفزيون بنسبة ١٨.١٠% ثم عن طريق صديق بنسبة ١٧.٤%، كما وجدت الدراسة أن أكثر الأنشطة التي يهتم المراهقين عينة الدراسة بالمشاركة فيها و تقدمها الشركات محل الدراسة هي مسابقات الجري لدعم مستشفى ٥٧٣٥٧ تلتها الجولات التعريفية لمصر للطيران و بالنسبة المراهقين حول الصورة الذهنية لديهم حول مؤسسات الطيران المدني جاءت عبارة قطاع ناجح بمعدل إستجابة بمتوسط حسابي ٢.٣٨٦٦ و يقدم خدمات مميزة بمتوسط حسابي ٢.١١٣٣ بينما جاءت معظم الإجابات محايدة في كون أنشطة الخدمة المجتمعية التي تقوم بها قد تؤثر علي طريقة تعامل المراهقين محل الدراسة معها ، كما اظهرت الدراسة وجود علاقة إرتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين رأي المراهقين في الصفحات الإلكترونية لقطاع الطيران المدني المصري و الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن الطيران المدني.

Study Abstract

Problem: The title of current study is to better understand how public relations in the civil aviation companies is affecting the Adolescents image. The CSR theory provided a frame work for this study as one of the mail keyes in creating the public image.

Popularity: What is the Usage of Public Relations in the civil aviations firms in Egypt to create its Image for Adolescents in Egypt?

Methodology of the study:

- 1- Type of the study :descriptive study.
- 2- The used approach :social survey method for sample number 300 people.
- 3- Tools of the study : Questioner .
:interview .
Content analysis

Study terminology :

- Public relation .
- Image .
- Civil aviation .
- Adolescent/teenagers
- Corporate social responsibility .

Results:

There are significant correlation between adolescents opinion of the selected companies pages and the image of these companies.

The results indicated that 22.5% of the sample relies on social media to know information regarding the selected companies followed by the television with a percentage of 18.1% . the study also showed that 57357 marathons is the most appealing activity to participate in.

شكر و تقدير

أتوجه بالشكر والتقدير إلى الله تعالى الذي هداني وأرشدني لإعداد هذا البحث.

كما أتوجه بخالص الشكر والعرفان لكلاً من الأستاذة الدكتورة هيام نظيف - عميد كلية الدراسات العليا للطفولة - على المساندة الإيجابية والفعالة للباحثين في الكلية.

كما أتوجه بخالص الشكر والامتنان و التقدير للأستاذة الدكتورة فاتن الطنباري أستاذ الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة ، و الدكتورة نيفين غباشي أبو النجا مدرس العلاقات العامة و الإعلان بالمعهد العالي للإعلام و فنون الاتصال المشرفين على ذلك البحث والذين لم يدخروا جهداً لمساعدتي.

و أتوجه بخالص الشكر و التقدير لكلا من أ.د اعتماد خلف معبد أستاذ الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة ، و د. فاتن الطنباري أستاذ الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة ، و المستشار الإعلامي عبد العظيم صدقي الأمير المستشار الإعلامي السابق لوزير الطيران المدني و المستشار الإعلامي الحالي لمحافظة القاهرة لقبول مناقشة هذا البحث.

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
و	مستخلص الدراسة
١	الفصل الاول (الإطار المنهجي)
٢	مقدمة الدراسة
٤	مشكلة الدراسة
٥	أهمية الدراسة
٧	أهداف الدراسة
٨	الدراسات السابقة
٢٦	تعريفات الدراسة
٢٩	نوع ومجتمع الدراسة
٣٠	أدوات و حدود الدراسة
٣١	المعالجة الإحصائية للبيانات
٣٢	الفصل الثاني (الإطار النظري)
٣٥	اولا :نظرية المسؤولية الاجتماعية
٣٨	التطور التاريخي لمفهوم المسؤولية المجتمعية
٥٣	ثانيا: تقارير المسؤولية المجتمعية
٥٦	مزايا تقارير المسؤولية المجتمعية
٥٦	المشكلات التي تواجه تقارير المسؤولية المجتمعية
٥٧	ثالثاً:مواطنة الشركات
٦٠	أبعاد مواطنة الشركات
٦٠	التزام بعض الشركات العالمية في مواطنة الشركات
٦٢	خلاصة الفصل الثاني
٦٣	الفصل الثالث (الإطار المعرفي)
٦٤	المبحث الاول العلاقات العامة و الصورة الذهنية
٦٦	تعريف العلاقات العامة
٦٨	اهداف العلاقات العامة
٦٩	وظائف العلاقات العامة
٧٠	نماذج ممارسة العلاقات العامة

٧٢	الصورة الذهنية
٧٦	سمات الصورة الذهنية
٧٧	عوامل تكوين الصورة الذهنية
٨٢	بناء الصورة الذهنية
٨٣	العلاقات العامة و الصورة الذهنية
٨٤	المبحث الثاني(الطيران المدني في مصر)
٨٧	وزارة الطيران المدني المصري
٩١	شركة ميناء القاهرة الجوي
٩٢	شركة مصر للطيران
١٠٢	الفصل الرابع
١٠٤	نتائج تحليل المطبوعات محل الدراسة
١١١	نتائج الدراسة الميدانية
١٦٦	نتائج المقابلة مع مديري العلاقات العامة
١٧٠	الخاتمة
١٧٦	مراجع الدراسة
١٩٠	ملاحق الدراسة
١٩٢	موافقة الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء
١٩٤	استمارة الاستبيان الخاصة بالدراسة
٢٠٩	دليل المقابلة المتعمقة الخاص بالدراسة
٢١٨	استمارة تحليل مضمون مطبوعات الطيران المدني
٢١٩	نماذج من أنشطة المسؤولية المجتمعية المقدمة للمراهقين في الشركات محل الدراسة
٢٢٤	ملخص الدراسة

فهرست الجداول

٢٦	التعريفات الإجرائية و المصطاحات	جدول رقم ١
٤٨	النظريات المفسرة للمسئولية المجتمعية	جدول رقم ٢
٦٠	مراحل تطور مواطنة الشركات	جدول رقم ٣
٦١	إلتزام بعض الشركات العالمية نحو مواطنة الشركات	جدول رقم ٤
٧٤	إدراك أصحاب المصالح للصورة الذهنية	جدول رقم ٥
٧٥	معايير تعريف الصورة الذهنية	جدول رقم ٦
١٠٤	توصيف عينة الدراسة التحليلية	جدول رقم ٧
١٠٥	ال قالب او الشكل التحريري	جدول رقم ٨
١٠٥	نسبة استخدام المصطلحات العلمية	جدول رقم ٩
١٠٦	الجمهور محور المادة التحريرية	جدول رقم ١٠
١٠٦	مصدر المادة التحريرية	جدول رقم ١١
١٠٧	نوع نشاط المسؤولية المجتمعية	جدول رقم ١٢
١٠٧	نوع نشاط المسؤولية الإجتماعية	جدول رقم ١٣
١٠٨	مكان إقامة نشاط المسؤولية المجتمعية	جدول رقم ١٤
١٠٨	مدة اقامة نشاط المسؤولية الإجتماعية	جدول رقم ١٥
١٠٨	عدد المشاركين في نشاط المسؤولية الإجتماعية	جدول رقم ١٦
١٠٩	ارتباط النشاط المقدم بطبيعة عمل الشركة	جدول رقم ١٧
١٠٩	التخطيط المسبق لإقامة هذا النشاط	جدول رقم ١٨
١١٠	حضور قيادات الشركة لهذا الحدث	جدول رقم ١٩
١١٠	القيادات التي حضرت أنشطة المسؤولية الإجتماعية	جدول رقم ٢٠

١١١	دعوة وسائل الإعلام لتغطية النشاط	جدول رقم ٢١
١١٢	تعرف المراهقين "عينة الدراسة" على شعار مصر للطيران وفقاً للنوع	جدول رقم ٢٢
١١٣	اسم الشعار كما حدده المراهقين "عينة الدراسة" وفقاً للنوع	جدول رقم ٢٣
١١٣	مدى اهتمام المراهقين "عينة الدراسة" بمتابعة أخبار شعار مصر للطيران وفقاً للنوع	جدول رقم ٢٤
١١٤	مدى تعرف المراهقين "عينة الدراسة" على شعار مطار القاهرة وفقاً للنوع	جدول رقم ٢٥
١١٥	اسم الشعار كما حدده المراهقين "عينة الدراسة" وفقاً للنوع	جدول رقم ٢٦
١١٦	مدى اهتمام المراهقين "عينة الدراسة" بمتابعة أخبار شعار القوات الجوية وفقاً للنوع	جدول رقم ٢٧
١١٧	مدى وجود فروق بين الطيران المدني و القوات الجوية من وجهة نظر المراهقين "عينة الدراسة" وفقاً للنوع	جدول رقم ٢٨
١١٨	لجهة المسئول عن مطار القاهرة الجوي في تقدير المراهقين "عينة الدراسة" وفقاً للنوع	جدول رقم ٢٩
١١٩	طبيعة ملكية شركات قطاع الطيران المدني المصري (مطار القاهرة – مصر للطيران)؟ في تقدير المراهقين عينة الدراسة وفقاً للنوع	جدول رقم ٣٠
١٢٠	مدى تعامل المراهقين "عينة الدراسة" أي جهات تتبع الطيران المدني المصري مثل (شركة مصر للطيران أو مطار القاهرة) وفقاً للنوع	جدول رقم ٣١
١٢٢	طبيعة تعامل المراهقين "عينة الدراسة" مع أي جهة من الجهات التي تتبع الطيران المدني المصرية وفقاً للنوع	جدول رقم ٣٢

١٢٤	معدل مرات تعامل المراهقين "عينة الدراسة" مع الجهات التابعة للطيران المدني المصري (مصر للطيران- مطار القاهرة) وفقاً للنوع	جدول رقم ٣٣
١٢٥	تجربة المراهقين "عينة الدراسة" مع الطيران المدني المصري وفقاً للنوع	جدول رقم ٣٤
١٢٧	مدى استعداد المراهقين إعادة تجربة التعامل مع الطيران المدني المصري وفقاً للنوع	جدول رقم ٣٥
١٢٨	مدى حرص المراهقين "عينة الدراسة" على سماع أو مشاهدة أو قراءة الأخبار الخاصة بالطيران المدني المصري وفقاً للنوع	جدول رقم ٣٦
١٢٩	يوضح آخر خبر سمعه وشاهده المراهقين "عينة الدراسة" عن الطيران المدني المصرية وفقاً للنوع	جدول رقم ٣٧
١٣٠	ترتيب أكثر المصادر اعتماداً في اكتساب معلومات عن شركات الطيران المدني المصري وفقاً للنوع	جدول رقم ٣٨
١٣١	أهم أسباب عدم اهتمام المراهقين "عينة الدراسة" متابعة أخبار الطيران المدني المصري وفقاً للنوع	جدول رقم ٣٩
١٣٣	مدى عضوية المراهقين "عينة الدراسة" في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالطيران المدني وفقاً للنوع	جدول رقم ٤٠
١٣٤	أكثر الصفحات الإلكترونية التي لدى المراهقين "عينة الدراسة" عضوية بها وفقاً للنوع	جدول رقم ٤١
١٣٧	أكثر الصفات وعكسها التي يراها المراهقين "عينة الدراسة" في الصفحات الإلكترونية لقطاع الطيران ن=٢٢٤	جدول رقم ٤٢
١٣٩	أهم الأنشطة التي تقدمها هيئة الطيران المدني المصري ويهتم المراهقين "عينة الدراسة" بمتابعتها ن=٣٠٠	جدول رقم ٤٣
١٤٢	أكثر الأنشطة التي يهتم المراهقين "عينة الدراسة" بالمشاركة فيها ن=٣٠٠	جدول رقم ٤٤

١٤٣	يوضح أهم الأنشطة التي يجب أن ان تولي الشركات المذكورة لها إهتمام أكبر من وجهة نظر المراهقين "عينة الدراسة وفقاً للنوع	جدول رقم ٤٥
١٤٧	يوضح أهم أسباب قيام شركات الطيران المدني بتلك الأنشطة من وجهة نظر المراهقين "عينة الدراسة وفقاً للنوع	جدول رقم ٤٦
١٥٠	الصورة الذهنية لدى المراهقين "عينة الدراسة" عن مؤسسات الطيران المدني المصري حيث ن=٣٠٠	جدول رقم ٤٧
١٥٤	يوضح معاملات الارتباط لصدق المقياس	جدول رقم ٤٨
١٥٥	معامل ثبات لمقياس الصورة الذهنية لمعامل ألفا كرومباخ	جدول رقم ٤٩
١٥٥	معامل ثبات مقياس الصورة الذهنية وفقاً (التجزئة النصفية لجتمان)	جدول رقم ٥٠
١٥٦	توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع، نوع التعليم، المستوى الاقتصادي الاجتماعي، المرحلة العمرية	جدول رقم ٥١
١٥٦	توزيع مقياس الصورة الذهنية لدى المراهقين عن الطيران المدني المصري	جدول رقم ٥٢
١٥٧	تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المراهقين على مقياس الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن الطيران المدني المصري تبعا لاختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي (منخفض- متوسط- مرتفع)	جدول رقم ٥٣
١٥٨	نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس الصورة الذهنية	جدول رقم ٥٤
١٥٩	تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن الطيران المدني المصري تبعا لاختلاف السن	جدول رقم ٥٥
١٦٠	نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس الصورة الذهنية	جدول رقم ٥٦

١٦١	تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن الطيران المدني المصري تبعاً لاختلاف نوع التعليم	جدول رقم ٥٧
١٦١	نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس الصورة الذهنية	جدول رقم ٥٨
١٦٣	نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن الطيران المدني المصري وفقاً للنوع	جدول رقم ٥٩
١٦٣	نتائج معامل ارتباط بيرسون لبيان العلاقة بين الصفحات الإلكترونية لقطاع الطيران المدني المصري وبين الصورة الذهنية المكونة لدي المراهقين عن الطيران المدني المصري	جدول رقم ٦٠
١٦٤	نتائج معامل ارتباط بيرسون لبيان العلاقة بين الأنشطة التي يهتم بمتابعتها المراهقين لقطاع الطيران المدني المصري وبين والصورة الذهنية المكونة لديهم عن الطيران المدني المصري	جدول رقم ٦١