



بسم الله الرحمن الرحيم

٥٥٥٥٥

تم رفع هذه الرسالة بواسطة / سامية زكي يوسف

بقسم التوثيق الإلكتروني بمركز الشبكات وتقنيات المعلومات دون أدنى

مسؤولية عن محتوى هذه الرسالة.

ملاحظات: لا يوجد





قسم الإعلام وثقافة الأطفال

فأعلىية استخدام برنامج التربية الإعلامية لإكساب الطفل المصري مفهوم التسويق الأخضر

رسالة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على درجة دكتوراه الفلسفة في دراسات الإعلام وثقافة الأطفال

إعداد

إسراء فوزي عبدالعال محمد

مدرس مساعد بقسم الإعلام وثقافة الأطفال - كلية الدراسات العليا للطفولة

جامعة عين شمس

إشراف

أ.د/ إيناس محمود حامد

أستاذ الإعلام وعميد معهد الجزيرة

العالي للإعلام

أ.د/ اعتماد خلف معبد

أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة
الأطفال

كلية الدراسات العليا للطفولة

جامعة عين شمس

د/ سارة طلعت عباس

مدرس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال

كلية الدراسات العليا للطفولة

جامعة عين شمس



قسم الإعلام وثقافة الأطفال

فاعلية استخدام برنامج للتربية الإعلامية لإكساب الطفل المصري مفهوم التسويق الأخضر

رسالة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على درجة دكتوراه الفلسفة في دراسات الإعلام وثقافة الأطفال

إعداد

إسراء فوزي عبدالعال محمد

مدرس مساعد بقسم الإعلام وثقافة الأطفال - كلية الدراسات العليا للطفولة

جامعة عين شمس

إشراف

أ.د/ إيناس محمود حامد

أستاذ الإعلام وعميد معهد الجزيرة

العالي للإعلام

أ.د/ اعتماد خلف معبد

أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة
الأطفال

كلية الدراسات العليا للطفولة

جامعة عين شمس

د/ سارة طلعت عباس

مدرس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال

كلية الدراسات العليا للطفولة

جامعة عين شمس



صفحة العنوان

العنوان: فاعلية استخدام برنامج للتربية الإعلامية لإكساب الطفل المصري مفهوم التسويق الأخضر.

اسم الباحثة: إسراء فوزي عبدالعال محمد.

الدرجة العلمية: دكتوراة الفلسفة في دراسات الإعلام وثقافة الأطفال.

القسم التابع له: الإعلام وثقافة الأطفال.

اسم الكلية: كلية الدراسات العليا للطفولة.

الجامعة: عين شمس.

سنة التخرج:

سنة المنح:



قسم الإعلام وثقافة الأطفال

صفحة الموافقة

اسم الباحثة: إسراء فوزى عبدالعال محمد

دراسة بعنوان: فاعلية استخدام برنامج للتربية الإعلامية لإكساب الطفل المصري مفهوم التسويق الأخضر.

الدرجة العلمية: دكتوراه الفلسفة في دراسات الإعلام وثقافة الأطفال.

القسم التابع له: الإعلام وثقافة الأطفال.

لجنة الحكم والمناقشة:

أ.د/ اعتماد خلف معد

أ.د/ فاتن الطنبارى

أ.د/ إيناس حامد

أ.د/ داليا محمد عبدالله

تاريخ البحث: ٢٠ / / ٢٠

الدراسات العليا

ختم الإجازة

أُجيزت الرسالة بتاريخ: ٢٠ / / ٢٠

موافقة مجلس الكلية

موافقة مجلس الجامعة

٢٠ / / ٢٠

٢٠ / /

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
وَعَلَمَكُمْ مِمَّا تَعْمَلُونَ
وَكَيْفَ يَنْعَلِمُونَ
وَكَيْفَ يَنْعَلِمُونَ

سورة النساء
الآية (١١٣)

شُكْرٌ وَفَقْرٌ

الحمد لله حمداً كثيراً على أن أنعم على بإنجاز هذه الدراسة، والصلوة والسلام على أفضل الخلق سيدنا محمد وعلى آله وصحبه وسلم.

أتوجه بخالص الشكر والعرفان لأمي و معلمتى : أ.د / اعتماد خلف معبد أستاذ الإعلام بقسم الإعلام و ثقافة الأطفال، كلية الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس ، على كل ما قدمته لي من مساعدة، علم وافر، عاطفة غامرة، كماأشكر لها مواقفها الإنسانية الراقية معى ، مراعاتها لظروف الشخصية، والتي أزالت عنى كل ضغط وقلق، وأتمنى أن أكون على قدر ثقتها بي.

كما أتقدم بالشكر والتقدير لأستاذتي العزيزة أ.د/ إيناس محمود حامد أستاذ الإعلام، وعميد معهد الجزيرة العالى للإعلام، على نصائحها الغالية ، ورحابة صدرها ودعمها الدائم لى طوال فترة الدراسة ، حيث لم تخل عنى بعلمها.

والشكر موصول لصديقى وأختى الغالية د/ سارة طلعت المدرس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال، بكلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس، على توجيهاتها ونصائحها القيمة.

وأتوجه بعظيم الشكر والامتنان للأستاذة الدكتورة فاتن الطنبارى أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الأطفال، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس لقبولها مناقشة هذه الرسالة للاستفادة بعلمها و ملاحظاتها التي من شأنها إثراء هذه الدراسة.

و من دواعي فخري و اعتزازي أن تقوم بمناقشة رسالتي أ.د/ داليا عبد الله أستاذ الإعلام بكلية الإعلام جامعة القاهرة فلها جزيل الشكر والامتنان.

وأتجه بالعرفان والتقدير للأستاذة المحكمين الذين أفادوني بلاحظاتهم الثمينة في تعديل مقاييس الدراسة.

وبوافر الشكر والامتنان أتجه لإدارة مدرسة السلام ١ الابتدائية المشتركة بمدينة العاشر من رمضان وإدارتها المتمثلة في الأستاذ سيد يوسف و معلمها و طلابها وخاصة طلاب الصف الثاني الابتدائي لقبولهم تطبيق جلسات برنامج الدراسة، وتوفير جو من التعاون والألفة، وإتاحة الفرصة للباحثة للملاحظة والتفاعل مع هذه المرحلة العمرية الهامة والاستفادة من أفكارهم وحبيهم للتعلم والمشاركة.

وأتقدم بجزيل التقدير لزميلتي العزيزتين د / شيرين المصري، ود نفيسة صلاح الدين على دعمهم النفسي الدائم لي، وبجزيل الشكر والتقدير لكل أستاذتي وزملائي بقسم الإعلام وثقافة الأطفال، وقسم الدراسات النفسية، وقسم الدراسات الطبية بالكلية.

و بخالص الحب والدعاءأتقدم لأبي وأمى لما بذلاه من أجلى ، جعل الله ذلك في ميزان حسناتهما ، ورزقني برهما، وجعل السعادة رفيق لهما.

كما أتجه بالشكر لأخى أسامة وأخى إسلام على وجودهما بجاني ودعمهما الدائم بكل ما أوتيا من قوة ، وفقهما الله لما يحبه ويرضاه.

وبعميق التقديرأتقدم لزوجي الحبيب شريك الحياة ورفيق الدرب الذى يدعمنى ويشجعنى دائمًا دون كلل أرجو الله أن يباركلى فيه.

وبغامر الحبأتقدم لقرة عينى، ابى حمزة صاحب اليد الحنونة والقلب كبير وأرجو أن يغفر لى تقصيرى وأن أكون دائمًا مصدراً لفخره.

مستخلص الدراسة

اسم الطالب: إسراء فوزى عبدالعال محمد

عنوان الرسالة: فاعلية استخدام برنامج للتربية الإعلامية لإكساب الطفل المصري مفهوم التسويق الأخضر

القسم: الإعلام وثقافة الأطفال - دكتوراة كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس.

إشراف:

أ.د/ اعتماد خلف معدب أستاذ الإعلام المتفرغ بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس.

أ.د/ إيناس محمود حامد أستاذ الإعلام وعميد معهد الجزيرة العالمي للإعلام.

د/ سارة طلعت عباس مدرس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال، كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

أولاً: مشكلة الدراسة:

تتلخص مشكلة الدراسة في التساؤل البحثي الآتي:

ما مدى فاعلية استخدام برنامج للتربية الإعلامية لإكساب الطفل المصري مفهوم التسويق الأخضر؟

ثانياً: أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى بحث مدى فاعلية استخدام برنامج للتربية الإعلامية لإكساب الطفل المصري مفهوم التسويق الأخضر.

ثالثاً: نوع ومنهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات شبه التجريبية التي تعتمد على أسلوب المجموعة التجريبية الواحدة التي يتم تطبيق قياس قبلى وبعدى عليها لبحث فاعلية أنشطة البرنامج فى تحقيق أهداف الدراسة.

رأيعا: مجتمع وعينة الدراسة:

وتمثلت عينة الدراسة في عينة من الأطفال قوامها ٢٧ مفردة (سن ٧ سنوات) من الذكور والإناث بالصف الثاني الابتدائي بمدرسة السلام ١ الابتدائية المشتركة، بمدينة العاشر من رمضان.

خامساً: نتائج الدراسة:

١- ثبوت صحة الفرض الخامس الذى ينص على أنه توجد فروق دالة إحصائية بین ترتيب درجات أطفال المجموعة التجريبية فـإجمالی مقیاس إدراکهم لمفهوم التسويق الأخضر قبل تطبيق برنامج التربية الإعلانية، وبعد هـلصالـحالـتطـيـقـالـبعـدـىـ.

٢- عدم ثبوت صحة الفرض السادس الذى ينص على أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بین ترتيب درجات أطفال المجموعة التجريبية فـإدراکهم لأبعـادـمقـیـاسـمـفـهـومـالـتسـويـقـالـاخـضرـفـىـ درـجـاتـالـتطـيـقـ(ـالـبعـدـىـ،ـوـالـتـتـبـعـىـ)ـلـبرـنـامـجـالـتـرـبـيـةـالـاعـلـامـيـةـ.

الكلمات المفتاحية:

Effectiveness	فاعلية
Media Literacy Program	برنامج للتربية الإعلامية
Egyptian Children	الطفل المصري
Green Marketing	التسويق الأخضر

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
٣-١	مقدمة
٩٣-٤	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
٨-٥	أولاً: الاستدلال على مشكلة الدراسة
٩-٨	ثانياً: أهمية الدراسة
٩	ثالثاً: أهداف الدراسة
١٠	رابعاً: حدود الدراسة
٧٧-١٠	خامساً: الدراسات السابقة
٤٧-١١	المحور الأول: الدراسات التي تناولت مفهوم التسويق الأخضر
٥٠-٤٨	التعقيب على دراسات المحور الأول
٧٧-٥١	المحور الثاني: الدراسات التي اهتمت بتناول التربية الإعلانية
٨٠ -٧٨	التعقيب على دراسات المحور الثاني
٨٥-٨١	أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

رقم الصفحة	الموضوع
٨٧-٨٦	سادساً: فروض الدراسة
٨٩-٨٧	سابعاً: التعريفات الإجرائية لمفاهيم الدراسة
٨٩	ثامناً: متغيرات الدراسة
٨٩	تاسعاً: نوع ومنهج الدراسة
٩٠-٨٩	عاشرة: مجتمع وعينة الدراسة
٩٠	حادي عشر: أدوات الدراسة
٩١-٩٠	ثاني عشر: الأساليب الإحصائية
١٨٠-٩٢	الفصل الثاني: الإطار المعرفي للدراسة
١٣٦-٩٣	أولاً: المحور الأول: التسويق الأخضر
٩٤-٩٣	نشأة التسويق الأخضر
١٠٦-٩٤	مراحل تطور التسويق الأخضر
١١٠-١٠٧	مفهوم التسويق الأخضر
١١٠	المسميات الأخرى للتسويق الأخضر
١١٢-١١٠	أهداف التسويق الأخضر

١١٣-١١٢	التسويق الأخضر والتنمية المستدامة
١١٥-١١٣	أهمية التسويق الأخضر
١١٦	الفرق بين التسويق الأخضر والتسويق التقليدي
١٣١-١١٦	مزيج التسويق الأخضر
١٣١	السلوك الشرائي الأخضر
١٣٤-١٣١	استراتيجيات التسويق الأخضر
١٣٥-١٣٤	التحديات التي تواجه التسويق الأخضر
١٣٦-١٣٥	خطوات تبني التسويق الأخضر
١٨٠-١٣٨	المحور الثاني: التربية الإعلامية
١٣٩-١٣٨	تمهيد
١٤٤-١٣٩	تعريف التربية الإعلامية
١٤٧-١٤٤	التأثيرات غير المرغوبية المختلفة للمضامين الإعلامية
١٥٠-١٤٨	تعريف التربية الإعلامية
١٥٠	العلاقة بين التربية الإعلامية والتربية الإعلامية
١٥٥-١٥٠	أهمية التربية الإعلامية

١٥٧-١٥٦	الأهداف المشتركة للتربية الإعلامية والإعلانية
١٥٨-١٥٧	مهارات التربية الإعلامية
١٦١-١٥٨	مهارات التربية الإعلانية
١٦٣-١٦٢	العناصر البنائية للتربية الإعلامية والإعلانية
١٦٤-١٦٣	المبادئ الجوهرية للتربية الإعلامية والتربية الإعلانية
١٦٥-١٦٤	أبعاد التربية الإعلانية
١٦٦-١٦٥	مداخل التربية الإعلامية
١٧٠-١٦٦	أنواع برامج التربية الإعلامية والتربية الإعلانية
١٧٢-١٧٠	أركان برامج التربية الإعلامية والإعلانية
١٧٥-١٧٢	خطوات تصميم برنامج للتربية الإعلانية
١٧٧-١٧٥	التربية الإعلانية ومراحل الطفولة
١٧٩-١٧٨	حل إشكالية تطبيق مهارات التربية الإعلانية في التوقيت المناسب
١٨٠-١٧٩	التربية الإعلامية والتسويق الأخضر
٢٢١-١٨٢	الفصل الثالث : الإجراءات المنهجية للدراسة
١٨٢	أولاً: الهدف من الدراسة