



دورية علمية محكمة تصدرها الجمعية المصرية للعلاقات العامة - العدد الأول - أكتوبر / ديسمبر ٢٠١٣

■ قرصنة موجات الطيف الترددي

أ.د/ انشراح الشال - (جامعة القاهرة) ... ص ٩٢ - ٥٢

■ السياسات الحكومية والصحافة والعلاقات العامة في عالمنا المعاصر

أ.د/ محمد البخاري- (جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية) ... ص ٥٣ - ٦٧

■ طبيعة القواعد المنظمة لتداول المعلومات في الفضاءات العمومية

أ.د/ علي قسايسية- (جامعة الجزائر ٣) ... ص ٦٩ - ٨٨

■ المناهج الدينية وانعكاساتها على الدراسات الإعلامية بجامعة الأزهر دراسة ميدانية

أ.د/ رزق سعد عبد المعطي - (جامعة مصر الدولية) ... ص ٨٩ - ١٢٩

■ المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة: دراسة تحليلية للمواقع الإلكترونية لمؤسسات قطاع

الاتصالات العاملة في مصر د/ حاتم محمد عاطف - (الجمعية المصرية للعلاقات العامة) ... ص ١٣١ - ١٧٢

■ التعرض للسخرية السياسية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بإدراك الواقع

السياسي في مصر دراسة تطبيقية علي موقع الفيس بوك

د/ إسلام أحمد عثمان - (الجامعة الحديثة) ... ص ١٧٣ - ٢٤٢

■ العلاقة بين الاتصال واتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو تطوير نظم وتكنولوجيا المعلومات

بالجامعات السيد عبد الرحمن علي- (مجمع اللغة العربية بالقاهرة) ... ص ٢٤٣ - ٢٨١

■ اعتماد الجمهور في دولة الإمارات على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات السياحية

معصم بلال جمعة المعصم - (جامعة القاهرة) ... ص ٢٨٣ - ٣٢٨

ملخصات الرسائل العلمية:

■ العوامل المؤثرة على الرضاء الوظيفي للقائم بالاتصال في الصحافة الليبية : دراسة ميدانية للقائم بالاتصال.

صلاح الدين رمضان عثمان- (جامعة عين شمس) ... ص ٢٣١

■ صورة المرأة في إعلانات القنوات الفضائية العربية ودورها في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحوها دراسة تحليلية ميدانية.

لميس علاء الدين الوزان- (جامعة القاهرة) ... ص ٣٣٣

■ تقييم دور إدارة العلاقات العامة في فنادق الخمس نجوم بالقاهرة.

إيمان كمال فرج حسن- (جامعة المنوفية) ... ص ٣٤٨

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

جميع الحقوق محفوظة ©٢٠١٣ EPRA

www.epra.org.eg

هيئة التحرير العلمية للبحوث

أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د/ منى سعيد الحديدي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المتفرغ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د/ ياس خضير البياتي

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د/ انشراح الشال

أستاذ الإعلام المتفرغ بكلية الإعلام جامعة القاهرة (دكتوراه الدولة في الآداب والعلوم الإنسانية من فرنسا)

أ.د/ حسن عماد مكايي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د/ نسمة يونس

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام بجامعة سيناء

أ.د/ سامي السيد عبد العزيز

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ عبد الرحمن بن حمود الغناد

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د/ محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د/ سامي عبد الرؤوف محمد طايح

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د/ شريف درويش مصطفى اللبان

أستاذ الصحافة - ووكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د/ حسن علي محمد علي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنيا

أ.د/ عابدين الدردير الشريف

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د/ محمود حسن إسماعيل

أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال - معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس

أ.د/ حمدي حسن أبو العينين

أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام والألسن نائب رئيس جامعة مصر الدولية

أ.د/ عثمان بن محمد العربي

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د/ وليد فتح الله مصطفى بركات

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون الطلاب - جامعة القاهرة

أ.د/ تحسين منصور رشيد منصور

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام بجامعة اليرموك - الأردن

أ.د/ محمد عبد الستار البخاري

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د/ علي قسايسية

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د/ رضوان بو جمعة

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

(JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

العدد الأول - أكتوبر / ديسمبر ٢٠١٣

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د/ حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د / سامي عبد الرؤوف طايح

أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة

كلية الإعلام - جامعة القاهرة

مساعدو التحرير

أ.د / رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن

جامعة مصر الدولية

أ.م. د/ الصادق راجح

أستاذ الإعلام المشارك بالكلية الإماراتية الكندية والعميد

الأسبق لكلية المعلومات والعلاقات العامة بجامعة عجمان

السيد عبد الرحمن علي

باحث مساعد بمجمع اللغة العربية بالقاهرة

صبري محمد سليمان

مدقق اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية

الجيزة - الدقي

بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

Www.epra.org.eg

Jprrr@epra.org.eg

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للجمعية المصرية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأي وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوغرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-8723X)

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة على العنوان التالي:

EPRA Publications

Egyptian Public Relations Association, Giza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - chairman@epra.org.eg

موقع ويب: www.epra.org.eg - www.jpr.org.eg

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، وهي تابعة للجمعية المصرية للعلاقات العامة أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة.

○ المجلة معتمدة ولها ترقيم دولي ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، ومصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.

○ المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.

○ تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.

○ تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.

○ يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراة.

○ يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوب باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكون البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته ويراعى الكتابة ببنت (Simplified Arabic) والعناوين الرئيسية والفرعية Bold.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصره عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديلاً بسيطاً فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوم من إرسال الملاحظات له.

- قيمة نشر البحث ٨٥٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر وللمصريين المقيمين بالخارج والأجانب ٤٥٠ \$.
- يتم رد مبلغ ٢٥٠ جنيه للباحثين من داخل مصر ورد مبلغ ١٣٠ \$ للباحثين المصريين المقيمين بالخارج والأجانب في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيه مصري للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ٥ \$.
- يتم تقديم خصم خاص من قيمة النشر العلمى لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة ١٠% ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٣) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٣) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ للمصريين ولغير المصريين ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠ \$.
- على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات. ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة . ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولى.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠ \$
- يتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولى السريع.
- ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة .
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٣٥٠ \$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠ \$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أى دخل بها.
- ترسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الجمعية المصرية للعلاقات العامة- جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقى - بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات، والإميل المعتمد من الجمعية jpr@epa.org.eg ، أو إميل رئيس مجلس إدارة المجلة Chairman@epa.org.eg بعد تسديد قيمة النشر وإرسال صورة الإيصال التى تفيد ذلك.

الافتتاحية

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

" نَحْنُ نَقُصُّ عَلَيْكَ نَبَأَهُم بِالْحَقِّ إِنَّهُمْ فِتْنَةٌ آمَنُوا بِرَبِّهِمْ وَزِدْنَاهُمْ هُدًى " - سورة الكهف آية (١٣)
صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

تجمع مجموعة من خريجي الإعلام بالجامعات المصرية حول هدف نبيل وهو إنشاء جمعية علمية للعلاقات العامة. والتف حول هؤلاء الخريجين مجموعة من أساتذة العلاقات العامة والإعلام في مصر والعالم العربي دعما وتشجيعا لهذا الكيان العلمي الوليد. وجاءت فكرة إنشاء مجلة علمية للعلاقات العامة كأحد الأدوات الداعمة لهذه الجمعية لنشر البحوث العلمية للأساتذة، والمتقدمين للترقية للدرجات العلمية الجامعية، وكذلك لطلاب الدكتوراه في مجالات الإعلام والعلاقات العامة في مصر والعالم العربي.

ويتضمن العدد الأول من المجلة عددا من الأوراق العلمية المقدمة من أساتذة كبار في مجال الإعلام من عدة دول مختلفة وهم: أ.د/ انشراح الشال من (مصر) في موضوع " قرصنة موجات الطيف الترددي"، أ.د/ توماس باور من (النمسا) حول: " التسويق والعلاقات العامة والصحافة أعداء أم أصدقاء؟"، كذلك ورقة علمية مقدمة من أ.د علي قسايسية من (الجزائر) عن: " طبيعة القواعد المنظمة لتداول المعلومات في الفضاءات العمومية"، وقدم أ.د محمد البخاري من (سوريا) ورقة علمية حول: " السياسات الحكومية والصحافة والعلاقات العامة في عالمنا المعاصر"، أما أ.د رزق سعد عبد المعطى من (مصر) تقدم بورقة علمية حول موضوع " المناهج الدينية وانعكاساتها على الدراسات الإعلامية بجامعة الأزهر دراسة ميدانية ".

كما يتضمن العدد بحثاً مقدماً للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من شباب أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية ومنهم: أ.م.د الصادق رابح من (الجزائر) في موضوع: " الصورة الذهنية للإسلام والعرب في المناهج الدراسية الفرنسية"، وتقدم د. إسلام أحمد عثمان من (مصر) ببحث عن: " التعرض للسخرية السياسية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بإدراك الواقع السياسي في مصر دراسة تطبيقية علي موقع الفيس بوك".

وبحث بعنوان: "المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة دراسة تحليلية للمواقع الإلكترونية لمؤسسات قطاع الاتصالات العاملة في مصر" للباحث د/ حاتم محمد عاطف من (مصر).

وأخيرا تأتي البحوث المقدمة من الطلبة المسجلين لدرجة الدكتوراه لاستيفاء شرط النشر لباحثين من الرسالة قبل مناقشتها. والبحوث المقدمة للنشر في هذا العدد هي: " العلاقة بين الاتصال واتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو تطوير نظم وتكنولوجيا المعلومات بالجامعات " للباحث السيد عبد الرحمن من (مصر). وبحث عن: " اعتماد الجمهور في دولة الإمارات على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات السياحية " للباحث معصم بلال المعصم من دولة (الإمارات العربية المتحدة).

وللاستفادة من الرسائل العلمية تقدم عدد من الباحثين الحاصلين على درجات الماجستير والدكتوراه بنشر ملخصات دراساتهم وهم: د. صلاح الدين رمضان عثمان من (ليبيا) وتقدم بنشر ملخص لرسالة دكتوراه بعنوان: " العوامل المؤثرة على الرضاء الوظيفي للقائم بالاتصال في الصحافة الليبية : دراسة ميدانية للقائم بالاتصال"، الباحثة لميس علاء الدين الوزان من (مصر) تقدمت بنشر ملخص لرسالة ماجستير بعنوان: " صورة المرأة فى إعلانات القنوات الفضائية العربية ودورها فى تشكيل اتجاهات الشباب المصرى نحوها دراسة تحليلية ميدانية "، وأخيرا تقدمت الباحثة إيمان كمال فرج من (مصر) بنشر ملخص رسالة الماجستير فى موضوع: " تقييم دور إدارة العلاقات العامة فى فنادق الخمس نجوم بالقاهرة ".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقا للقواعد المتبعة للنشر العلمى فى المجلات العلمية. أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين فى التقدم للترقية للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراه فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التى تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمى فى تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

رئيس تحرير المجلة

أ.د/ على عوجة

ملخصات الرسائل العلمية

تقييم دور إدارة العلاقات العامة فى فنادق الخمس نجوم بالقاهرة

الجامعة: مدينة السادات

الكلية: السياحة والفنادق

القسم: الدراسات الفندقية

الدرجة العلمية: الماجستير

اسم الباحث: إيمان كمال فرج حسن

تاريخ المناقشة: ٢٠١٣

الإشراف: أ.د صالح عبد الحميد عروس الأستاذ بقسم الدراسات الفندقية ووكيل الكلية لشئون التعليم

والطلاب كلية السياحة والفنادق – جامعة مدينة السادات، د. رانيا حافظ محمود مدرس

بقسم الدراسات الفندقية بكلية السياحة والفنادق جامعة مدينة السادات.

الدرجة: منحت الباحثة درجة الماجستير بتقدير ممتاز.

مقدمة:

إن قطاع السياحة من أهم القطاعات الاقتصادية في الدولة لما تقدمه من نشاط اقتصادي كبير حيث تعد واحدة من مصادر الدخل القومي بالإضافة إلى مساهمتها في زيادة حصيلة الدولة من الضرائب المباشرة وغير المباشرة.

من هنا اكتسبت العلاقات العامة مكانة هامة في المؤسسات الفندقية حيث إنها توفر الكثير من المعلومات التي يحتاج إليها الجمهور الداخلي والخارجي، وذلك لأن العلاقات العامة تبدأ قبل أن يأتي السائح إلى البلدة السياحية ويبرز دور العلاقات العامة هنا من خلال المعلومات التي تتلقاها للسياح من خلال الوسائل الاتصالية التي تستخدمها بشكل يؤدي إلى التأثير فيهم وكسب ثقتهم وبناء صورة متميزة للدولة السياحية في أذهانهم، وذلك لأن السياحة خدمة غير ملموسة، فالسائح لا يستطيع أن يشاهدها أو يجربها قبل شرائها.

وتختلف وجهة نظر الإدارة العليا نحو العلاقات العامة من منشأة لأخرى حسب الفكر الإداري السائد، وبصفة عامة يواجه ممارسو العلاقات العامة العديد من العقبات نتيجة قصور نظرة الإدارة العليا وغموض مفهوم العلاقات العامة لديهم.

حيث إن الكثير من أفراد الإدارة العليا في المنظمات المصرية علي اختلاف أنظمتها ينظرون إلى وظيفة العلاقات العامة علي أنها وظيفة تسهيلات، بمعنى أنها تختص بالأمور العامة ومن الأمثلة علي ذلك الأعمال المتعلقة باستقبال وتوديع الضيوف وترتيب إقامتهم بالفنادق وحجز تذاكرهم مع

شركات الطيران، وقليل من أفراد الإدارة العليا ينظر إلى إدارة العلاقات العامة على أنها تمثل إدارة وظيفية متخصصة مثل باقي الإدارات في المنظمة. ومن هنا تسعى هذه الدراسة للتعرف على اتجاهات الإدارة العليا نحو وظيفة العلاقات العامة ودورها في تحسين الأداء بفنادق الخمس نجوم وكذلك التعرف على أساليب ممارستها والأدوار المهنية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة.

مشكلة الدراسة:

تتلخص المشكلة البحثية في عدم إعطاء الأهمية والتقدير لأنشطة العلاقات العامة في معظم الفنادق، والنظر إليها على أنها نشاط ثانوي يمكن أن تؤديه أي إدارة مرتبطة بالعلاقات العامة في المؤسسة ولذلك فإن هذه الأنشطة لاحتياج إلى إعداد من العاملين المتخصصين. كذلك عدم القدرة على إنجاز كافة المهام الموكلة إلى العاملين بالعلاقات العامة بالجودة المطلوبة نتيجة لكثرة الأعباء والمهام الملقاه عليهم.

علاوة على حدوث الكثير من الخلافات التنظيمية، والتضارب في الآراء، والتشتت في الجهود وعدم التنسيق بين الأنشطة نتيجة التداخل والاختلافات بين وظائف إدارة العلاقات العامة وغيرها من الإدارات الأخرى بالمنظمة.

وهذا ما يدعوا إلى ضرورة معرفة مديري الإدارات الأخرى في المنظمة بأهمية إدارة العلاقات العامة ووظائفها ومهامها ومسئولياتها التي تقوم بها، وهذا لن يتحقق إلا بالمعرفة التامة والتحديد الدقيق لنطاق العلاقات العامة وأهدافها وأساليبها ومهامها من قبل الإدارة العليا التي تعمل على نشر الوعي لدى الإدارات الأخرى بالمنظمة.

أهمية الدراسة

نظرا لأهمية دور العلاقات العامة المتزايد في الوقت الحالي في كافة المؤسسات والهيئات خاصة الهادفة منها للربح ولاسيما قطاع الفنادق باعتباره الدعامة الرئيسة لصناعة السياحة فقد دفعتني عدة عوامل لاختيار العلاقات العامة ودورها في فنادق الخمس نجوم بالقاهرة كموضوع للدراسة ومنها:

- إلقاء الضوء على دور العلاقات العامة بفنادق الخمس نجوم في مدينة القاهرة وتحديد ما إذا كانت هذه الإدارة (العلاقات العامة) لها دور فعال داخل الهيكل التنظيمي للفندق، مع استبيان الصلاحيات الممنوحة لها ومدى تأثيرها في أدائها لعملها.
- الندرة النسبية في الدراسات والمصادر العلمية المتعلقة بالموضوع قيد البحث، إذ أنه في أثناء جمع المادة العلمية الأولية للبحث وجد القليل من الدراسات والمصادر والمراجع العلمية التي تناولت الموضوع بالشرح والتحليل.

- ملاحظتي أنه في معظم فنادق الخمس نجوم تتدرج إدارة العلاقات العامة تحت إدارة التسويق والبيع، وقيامها بأداء مهام إدارة العلاقات العامة ولذا كان لابد من التفريق بين العلاقات العامة وبين الإدارات الأخرى المتداخلة معها في المهام.

أهداف الدراسة:

- التعرف على اتجاهات الإدارة العليا نحو وظيفة العلاقات العامة بالفنادق.
- التعرف على آراء المدراء والعاملين ومدى وعيهم بمسؤوليات إدارة العلاقات العامة بالفنادق.
- التعرف على مسؤوليات ومهام إدارة العلاقات العامة.
- التعرف على الصعوبات والمعوقات التي تواجه العلاقات العامة وتؤثر على نجاح عملها.

فروض الدراسة:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المدراء والعاملين تجاه نظرة الإدارة العليا والإدارات الأخرى لطبيعة عمل العلاقات العامة بفنادق الخمس نجوم.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المدراء والعاملين نحو وجود تنسيق وتعاون بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المدراء والعاملين تجاه الأنشطة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة داخل الفندق.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المدراء والعاملين تجاه الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة بالفندق.

تساؤلات الدراسة:

- ما مدى إلمام العاملين بدور العلاقات العامة داخل الهيكل التنظيمي لفنادق الخمس نجوم، ومدى الاهتمام بنشاط العلاقات العامة، وما هي الأنشطة التي تقوم بها، وعلي أي أساس يتم تحديد أهدافها داخل فنادق الخمس نجوم؟
- ما مدى إلمام العاملين بالإدارة التي يتبعها قسم العلاقات العامة، وترتيبهم للإدارات حسب ارتباطها بنشاط العلاقات العامة ومعرفتهم بمدى التعاون بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى داخل فنادق الخمس نجوم؟
- ما مدى إلمام العاملين بالدور الذي تلعبه العلاقات العامة في الاتصالات، وما هي الوسائل الاتصالية المستخدمة؟

- ما مستوى إدراك العاملين بتوفير المخصصات المالية لأنشطة العلاقات العامة، وما حجم المعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة وتحد من مستوي أدائها؟
- ما مدى إلمام العاملين بالسمات الشخصية التي يجب توافرها بالمدراء والعاملين داخل فنادق الخمس نجوم؟
- ما مدى إلمام العاملين بنظرة الإدارة العليا لأهمية دور العلاقات العامة داخل فنادق الخمس نجوم؟

منهج الدراسة:

منهج المسح التابع للدراسات الوصفية

واعتمدت الدراسات المرجعية على:

- الكتب العربية والأجنبية التي تناولت موضوع البحث.
- التقارير والدوريات المتعلقة بموضوع الدراسة وكذلك الأبحاث والنشرات والرسائل العلمية والمقالات الصحفية ومواقع الانترنت المهتمة بنفس الموضوع.

أدوات الدراسة:

أجريت الدراسات الميدانية للحصول على البيانات من خلال كلا من:

- المقابلات الشخصية التي تم القيام بها مع عدد من المدراء داخل فنادق الخمس نجوم.
- استمارة الاستبيان والتي تم تصميمها لاستطلاع الآراء حول موضوع البحث وقد تم توزيع هذه الاستمارات على المدراء والعاملين بالأقسام المختلفة بفنادق الخمس نجوم.
- ٣. الأساليب الإحصائية المستخدمة: تم تفريغ وتصميم الاستمارة باستخدام برنامج الحزم الإحصائية (SPSS).

محددات الدراسة:

- حدود مكانية: قامت الدراسة علي فنادق الخمس نجوم بمدينة القاهرة.
- حدود زمنية: أجريت الدراسة الميدانية التي شملت استمارات الاستبيان والمقابلات الشخصية في الفترة من عام ٢٠١٢ م إلي عام ٢٠١٣ م

مناقشة نتائج الدراسة:

- استخلصت الباحثة من نتائج تحليل استمارة الاستبيان التي تم توزيعها على المدراء و العاملين ما يلي :-
- أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطى المدراء والعاملين في ضوء الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة بالفندق حيث تساوت متوسطات ردود المدراء والعاملين.
- أجمع كلا من المدراء والعاملين الذين شملتهم عينة الدراسة أن العلاقات العامة قسم تابع لإدارة.
- التأكيد علي طبيعة الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في الاتصال ، حيث وجد أن الإنترنت هو أكثر وسائل الإتصال استخداما.

- ضرورة توضيح السمات الشخصية الواجب توافرها بالعاملين بالعلاقات العامة والتي تشتمل علي الذكاء، التركيز، والمعرفة.
- أكدت غالبية عينة الدراسة من المدراء في الفنادق وجود عدة معوقات تواجه أنشطة إدارة العلاقات العامة وتحد من مستوي أدائها.
- أوضحت الدراسة أن تقييم الإدارة العليا لدور العلاقات العامة داخل المؤسسة غير مؤثر.

كما توصلت نتائج الدراسة إلى:

- أجمع كل من المدراء والعاملين الذين شملتهم عينة الدراسة أن العلاقات العامة قسم تابع لإدارة بنسبة (٨١.٣٪) للمدراء ، ونسبة (٨١.٨٪) للعاملين.
- أجمع كل من المدراء والعاملين الممثلين لعينة الدراسة أن قسم العلاقات العامة أكثر الأقسام ارتباطا بإدارة التسويق والبيع حيث جاءت نسبة المدراء (٨١.٣٪) وجاءت نسبة العاملين (٥٦.٧٪).
- ارتفاع نسبة المدراء الذين أكدوا علي وجود اهتمام كبير بنشاط العلاقات العامة داخل الفنادق محل الدراسة إلي (٨١.٠٪).
- أوضحت نسبة (٣٥.٠٪) من المدراء في الفنادق محل الدراسة أن وظيفة العلاقات العامة "وظيفة تنفيذية " تقوم بتنفيذ الخطط والاتصال بالجمهور المستهدفة، بينما أوضحت نسبة (٦١.٤٪) من العاملين أن وظيفة العلاقات العامة "وظيفة تنسيقية " تعمل علي تنسيق الجهود بين الإدارات المختلفة بالمؤسسة.
- دور العلاقات العامة بالفنادق في تعريف الجمهور بنشاط الفندق وخدماته ومنتجاته بالإضافة إلي بناء سمعة طيبة للفندق داخل محيطه الداخلي والخارجي، وربط الفندق بالمجتمع من خلال الاتصال المستمر، وتنمية روح التفاهم بين الإدارة والعاملين لزيادة الإنتاج الذي يعد من أهم الأهداف التي يسعى نشاط العلاقات العامة إلي تحقيقها داخل الفندق.
- التأكيد علي ضرورة وجود تعاون وتنسيق بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى.
- أجمع كل من المدراء والعاملين علي أن إدارة التسويق والبيع هي أكثر الإدارات ارتباطا بإدارة العلاقات العامة.
- قيام إدارة العلاقات العامة بأدائها داخل الفندق في إعداد الحملات الإعلامية وكتابة التقارير والبيانات الصحفية.

- أكدت الدراسة أن (٥٠٪) من عينة الدراسة من المدراء ترى أن المدير العام منفردا هو المسئول عن وضع خطة العلاقات العامة بالفندق.
- التأكيد علي طبيعة الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في الاتصال، حيث وجد أن الإنترنت هو أكثر وسائل الإتصال استخداما.
- ضرورة توضيح السمات الشخصية الواجب توافرها بالعاملين بالعلاقات العامة والتي تشمل علي الذكاء، التركيز، والمعرفة.
- ضرورة توافر مجموعة من السمات لمدير العلاقات العامة (كالقيادة الرشيدة - القدرة علي اتخاذ القرار - القدرة علي الإشراف علي أنشطة العلاقات العامة - القدرة علي تحديد المشكلات وإيجاد الحلول).
- العمل علي توفير مخصصات مالية لأنشطة العلاقات العامة بالفنادق.
- أكدت غالبية عينة الدراسة من المدراء في الفنادق وجود عدة معوقات تواجه أنشطة إدارة العلاقات العامة وتحد من مستوي أدائها وذلك بنسبة (٩٤٪).
- أوضحت الدراسة أن نسبة (٨٢.٧٪) من العاملين في الفنادق محل الدراسة لديهم رؤية واضحة لمفهوم العلاقات العامة، في مقابل نسبة (١٧.٣٪) من العاملين أشاروا إلي أن ليس لديهم رؤية واضحة لمفهوم العلاقات العامة.
- أوضحت الدراسة أن تقييم الإدارة العليا لدور العلاقات العامة داخل المؤسسة غير مؤثر، وذلك بنسبة (٥٦.٤٪) من عينة الدراسة من العاملين في الفنادق محل الدراسة.
- كشفت نتائج الدراسة أن نسبة (٤٠٪) من عينة الدراسة من العاملين الذين أشاروا إلي أن الترويج لمنتجات المؤسسة وخدماتها هو أهم هدف تسعى إدارة العلاقات العامة إلي تحقيقه داخل المؤسسة.
- ضرورة قيام العلاقات العامة داخل الفنادق بالمشاركة في وضع أهدافها، وفي نقل المعلومات للجمهور، ونقل آرائهم للفندق، وتوفير التغذية العكسية.

مقترحات الدراسة:

- ❖ ضرورة وضع إدارة العلاقات العامة في المستويات الإدارية بالمؤسسات الفندقية وتحديد مكانتها داخل الهيكل التنظيمي بها حتى يتمكن العاملون بها من التوفيق بين مصالح الفندق، ومصالح الجمهور، مع وضع سياسات تعمل علي تحسين صورة المنشأة الفندقية في أذهان الجماهير.
- ❖ تنظيم دورات تدريبية متخصصة للعاملين بإدارات العلاقات العامة في فن العلاقات العامة، وفن التعامل مع الجمهور.
- ❖ زيادة المخصصات المالية لإدارة العلاقات العامة، حتى تتمكن من الإنفاق علي أنشطة وبرامج العلاقات العامة.

- ❖ ضرورة التنوع في استخدام وسائل الاتصال، وعدم التركيز علي الانترنت والإيميل وإهمال الوسائل الأخرى وما يمكن أن تعود به من فوائد.
- ❖ ضرورة مشاركة مدير إدارة العلاقات العامة للمدير العام في وضع الخطط العامة بالفندق وكيفية تنفيذها بالإضافة إلي المشاركة في إتخاذ القرار.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of Use of Egyptian public Relations Association, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-8723X)

To request such permission or for further enquires, please contact:

EPRA Publications

Egyptian Public Relations Association, Giza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: chairman@epra.org.eg - jpr@epra.org.eg

Web: www.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.

- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 850 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 450 \$.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 250 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 130 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Egyptian Association for Public Relations.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Egyptian Public Relations Association,
Arab Republic of Egypt, Gizza, El-Dokki, Bein El-Saray, 2 Ahmed El-zayat Street.
And also to the Association email: jpr@epra.org.eg, or info@epra.org.eg,
chairman@epra.org.eg, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication after peer refereeing these papers by a number of specialized Professors.

The journal is affiliated to the Egyptian Public Relations Association, the first Egyptian specialized scientific association in public relations.

- The journal is accredited, Classified internationally for its printed and electronic version from the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo And classified by the Committee of Scientific Promotion Specialization media - Supreme Council of Universities.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the



**Journal of Public Relations Research Middle East
(JPRR.ME)**

Scientific Refereed Journal

- First issue - October / December 2013

Founder & Chairman

Dr. Hatem Saad

Chair of EPRA

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Chair of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Manager

Prof. Dr. Samy Taya

Professor and Head of Public Relations
Faculty of Mass Communication - Cairo University

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Sadek Rabeh (Algeria)

Associate Professor of mass communication - Emirati Canadian
faculty - United Arab Emirates - the former dean of Faculty of
information and Public Relations - Ajman University

El-Sayed Abdel-Rahman

Assistant Professor of Public Relations
Mass Communication Faculty – Sinai University

English Reviewer

Ahmed Badr

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt
Giza - Dokki

Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

www.epra.org.eg

jpr@epra.org.eg

Scientific Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Mona Al-Hadedy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Yas Elbaity (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Enshirah el SHAL (Egypt)

Professor of Media at the Faculty of Mass Communication, Cairo University (State Doctorate in Arts and
Humanities from France)

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Nesma Younes (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai
University

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of
Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Hassan Aly (Egypt)

Professor of Radio & Television and Head of Mass Communication Department – Faculty of
Arts - Mina University

Prof. Dr. Mahmoud Hassan Ismael (Egypt)

professor of Culture Media and Children at Ain Shams University

Prof. Dr. Hamdy Abo Alenen (Egypt)

Media professor and dean of the Faculty of Al-Asun and Mass Communication, Vice President of the
International University of Egypt

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King
Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek
national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.

Journal



of P R

Middle East

research

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - published by Egyptian Public Relations Association - First issue - October / December 2013

▪ **Moasam Bilal Juma**

Dependency of the public in the United Arab Emirates on Media as a source of touristic information 7

▪ **El-Sayed Abdel-Rahman Ali**

The Relationship between Communication and Attitudes of Staff Members toward Development of Information Technology and Systems in the Universities 9

▪ **Dr. Islam Ahmed Osman**

Exposure to Political Satire Through Social Networking Sites and It's Relation to Realize the Political Reality in Egypt. Applied Study On Facebook 10

▪ **Dr. Hatem Mohamed Atef**

Social responsibility of public relations an analytical study of websites of institutions of communications sector working in Egypt. 11

▪ **Associate Prof. Dr.Saddek Rabah**

La perception de l'islam et de l'Arabe dans les manuels scolaires français 14

▪ **Prof.Dr. Rizk Saad Abd EL Moaty**

Religious curricula and their effects on Media Studies at Al Azhar University 31

▪ **Prof.Dr. Ali Kessaissia**

Media Legal Studies:
The Nature of the Rules governing the flow of information in Public spaces 33

▪ **Prof. Dr. Mohamed El- Bokhary**

Government policies, press and public relations in our contemporary world 34

▪ **Prof. Dr. Thomas A. Bauer**

Marketing, Public Relations and Journalism – Enemies or Partners? 36

▪ **Prof.Dr. Enshirah el SHAL**

Piratage des ondes radio 50

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical
Information Network
(ENSTINET)

Copyright 2013 @ EPRA

www.epra.org.eg