مجلة

بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط

دورية علمية محكمة تصدر عن الجمعية المصرية للعلاقات العامة - العدد الحادي عشر - أبريل/ يونيو ٢٠١٦

- **الرضا الوظيفي للعاملين بجامعة العلوم الحديثة بدبي**

بحث جماعي شارك فيه جميع أعضاء الهيئة التدريسية لكلية الإعلام والاتصال الجماهيري (جامعة العلوم الحديثة بدبي)

إشراف:

أ.د/ محمود يوسف ... ص٩
أ.م.د/ صفوت العالم

فريق البحث:

أ.م.د/ منى عمران - د/ طارق سلطان
د/ لمياء شحاتة - د/ بهاء حامد
د/ سمر عبد الحليم - د/ مهند الأمين
د/ أسماء حجازي - د/ ولاء عبد الرحمن

- **واقع نشاط العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية العراقية**

د. حافظ ياسين حميد الهيتي (جامعة الأنبار) ... ص٤٣

- **تأثير المواقع الإخبارية الإلكترونية الموجهة في تشكيل الأفكار والاتجاهات بالتطبيق على القضية المعروفة إعلامياً بـ "خلية الماريوت"(دراسة تحليلية)**

د. هالة توفيق إسماعيل الطلحاتي (الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات MTI) ... ص٨١

- **دور توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديث في التسويق الإلكتروني (دراسة نظرية)**

د. حارث ياس خضير البياتي (الجامعة الماليزية للتكنولوجيا UTM - ماليزيا) ... ص١٣١

- **دور صحافة الفيديو في تشكيل اتجاهات الجاليات الأجنبية نحو "الإسلاموفوبيا" دراسة ميدانية على عينة من الناطقين وغير الناطقين بالعربية**

د. علي حمودة جمعة سليمان (جامعة الأزهر) ... ص١٧٣

- **اتصال العلاقات العامة عبر الموقع الإلكتروني للمؤسسة "وزارة الداخلية الإماراتية أنموذجًا "**

د. يسرا حسني عبد الخالق حسان (جامعة أسيوط) ... ص٢٢٣

عروض الكتب:

- **حملات التوعية الإعلامية بقضايا المجتمع للشباب**

د. إيمان فتحي عبد المحسن حسين (جامعة أم القرى) ... ص٢٥٦

(ISSN 2314-8721)
الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

جميع الحقوق محفوظة ٢٠١٦ @ EPRA

www.epra.org.eg

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط
(JPRR.ME)
دورية علمية محكمة
العدد الحادي عشر – أبريل / يونيو ٢٠١٦

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

مديـر التحرير

أ.د / محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس
والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء
رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

مساعدو التحرير

أ. د/ رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن
جامعة مصر الدولية

د/ السيد عبد الرحمن علي

مدرس العلاقات العامة بكلية تكنولوجيا الإعلام
جامعة سيناء

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
Jprr@epra.org.eg

هيئة التحكيم 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 فى الآداب والعلوم الإنسانية من فرنسا)

أ.د حسن عماد مكاوي
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 العناد
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 طايع
أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د بسيوني إبراهيم حمادة
أستاذ الإعلام السياسى والرأى العام 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

** الأسماء مرتبة وفقًا لتاريخ الحصول على درجة أستاذ جامعي.

حقوق الطبع © الجمعية المصرية للعلاقات العامة ٢٠١٦

جميع حقوق الطبع محفوظة.

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، كليا أو جزئيا، 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 الدولى للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولى 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: jprr@epra.org.eg - chairman@epra.org.eg

موقع ويب: www.epra.org.eg

الهاتف : 818- 20-376-02 (+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، وهى تابعة للجمعية المصرية للعلاقات العامة أول جمعية علمية مصرية متخصصة فى العلاقات العامة.

- المجلة معتمدة ولها ترقيم دولى ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمى والتكنولوجيا بالقاهرة، ومصنفة من لجنة الترقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات فى 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 التى نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة فى 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 فى حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوب باللغة العربية.
- أن يكون البحث فى إطار الموضوعات التى تهتم بها المجلة فى 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 فى كتابة البحث العلمى ومراجعه ويراعى الكتابة ببنط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold.
- يتم رصد المراجع فى نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع فى متن البحث وفقا لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصره عنه.
- فى حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمى بقبول البحث للنشر. أما فى حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمى وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له فى 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 التالى أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوم من إرسال الملاحظات له.

- قيمة نشر البحث ٨٥٠ جنيه مصرى 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 فى حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- فى حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيه مصرى 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$.
  على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات. ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك
  فى عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة . ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد
  النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولى.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠$
- يتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولى السريع.
  ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك فى 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 jprr@epra.org.eg ، epra_cairo@yahoo.com أو إميل رئيس مجلس إدارة المجلة Chairman@epra.org.eg بعد تسديد قيمة النشر وإرسال صورة الإيصال التى تفيد ذلك.

الافتتاحية

في العام الرابع ومنذ بداية إصدارها في أكتوبر/ ديسمبر من العام ٢٠١٣ – تتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام ليصدر منها أحد عشر عددًا متتابعة تضم أبحاثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وفي العدد الحادي عشر من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة والأساتذة المساعدين والمدرسين، وكذلك عرضًا لكتاب منشور لأحد الإعلاميين المتخصصين.

- تعد المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم للنشر على النطاق العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني.
- وباعتراف اللجنة العلمية (تخصص إعلام) لترقية أعضاء هيئة التدريس إلى أساتذة وأساتذة مساعدين بعد اطلاعهم على العدد الأول من المجلة وتقييمها بنفس درجة المجلات العلمية لأقسام الإعلام في الجامعات المصرية – فإن مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط تعد نافذة جديدة لنشر بحوث طلبة وطالبات مرحلة الدكتوراه وبحوث أعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي لدرجة أستاذ مساعد وأستاذ.

ففي البداية نجد مشاركة جماعية لأعضاء هيئة التدريس بكلية الإعلام والاتصال الجماهيري بجامعة العلوم الحديثة بدبي إشراف **أ.د/ محمود يوسف مصطفى عبده وأ.م.د/ صفوت العالم**، كما تضمن العدد بحوثًا مقومة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم لدرجة أستاذ مساعد منهم: **د/ حافظ ياسين الهيتي** – جامعة الأنبار – من **(العراق)** والذي قدم بحثًا عن: " دوافع نشاط العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية العراقية".

كما قدمت: **د/ هالة توفيق إسماعيل** – الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات (MTI) – من **(مصر)** دراسة تحليلية عن: " تأثير المواقع الإخبارية الموجهة في تشكيل الأفكار والاتجاهات بالتطبيق على القضية المعروفة إعلاميًا (بخلية الماريوت) ".

بينما قدم **د/ حارث ياس خضير البياتي** – الجامعة الماليزية للتكنولوجيا (UTM)– من **(العراق)** دراسة نظرية عن: " دور توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديث في التسويق الإلكتروني ".

وقدم **د/ علي حمودة سليمان** – جامعة الأزهر – من **(مصر)** " دراسة ميدانية على عينة من الناطقين وغير الناطقين بالعربية عن: "دور صحافة الفيديو في تشكيل اتجاهات الجاليات الأجنبية نحو (الإسلاموفوبيا)".

كما قدمت **د/ يسرا حسني عبد الخالق حسان** – جامعة أسيوط– من **(مصر)** بحثًا عن: " اتصال العلاقات العامة عبر الموقع الإلكتروني للمؤسسة (وزارة الداخلية الإماراتية أنموذجًا) " .

بينما قدمت **د/ إيمان فتحي عبد المحسن** – جامعة أم القرى – من **(مصر)** عرضًا لكتاب: "حملات التوعية الإعلامية بقضايا المجتمع للشباب".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقًا لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجلات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين فى التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراة 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.

وأخيراً وليس آخرًا ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي فى تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،،

رئيس تحرير المجلة

أ.د/ علي عجوة

عرض كتاب

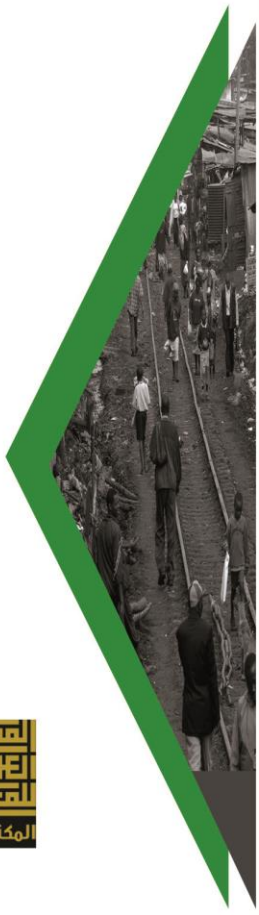
حملات التوعية الإعلامية بقضايا المجتمع للشباب

إعداد

د/ إيمان فتحي عبد المحسن حسين (*)

(*) أستاذ الإعلام المساعد بجامعة أم القرى.

حملات التوعية الإعلامية بقضايا المجتمع للشباب



د. إيمان فتحي عبد المحسن

المكتب العربي للمعارف

حملات التوعية الإعلامية بقضايا المجتمع للشباب

د/ إيمان فتحي عبد المحسن حسين
جامعة أم القرى

صدر عن المكتب العربي للمعارف للنشر والتوزيع بجمهورية مصر العربية كتاب بعنوان: " حملات التوعية الإعلامية بقضايا المجتمع للشباب" للدكتورة /إيمان فتحي عبدالمحسن حسين، والذي اختصت مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط والصادرة عن الجمعية المصرية للعلاقات العامة، بنشر عرض مختصر للكتاب وأهم النتائج التي نشرت به.

أصبح الإنسان أكثر من أي وقت مضى في حاجة إلى الكثير من المعلومات عن العديد من الموضوعات، والقضايا التي يصعب عليه أن يُلم بها بمفرده، خاصة في ظل السماوات المفتوحة، والتطور الذي حدث في حياة الإنسان، وأدى إلى اعتماده على وسائل الإعلام باعتبارها مصدراً مهماً للحصول على المعلومات.

وازداد اعتماد أفراد المجتمع المصري على وسائل الإعلام أثناء ثورة ٢٥يناير وفي ظل ثورات الربيع العربي التي أحدثت نوعاً من عدم الاستقرار الاجتماعي، والتغيرات السياسية، والصراع، والتي ركزت في مطالبها على العدالة الاجتماعية والحرية، وغيرها من المطالب الاجتماعية المشروعة والتي تستند تحت بند القضايا الاجتماعية.

وجد الأفراد أنفسهم أمام العديد من القضايا المجتمعية التي أصبحت تتطور بشكل سريع نظراً لظروف المجتمع المصري الذي أنتجته ثورة ٢٥ يناير، ومع تعاظم دور وسائل الإعلام حيث أنها كانت ولازالت القوة المؤثرة في الأمة، نظراً لقدرتها على تحقيق التنمية، والتقدم، وتوفير المعلومات، وكشف الغموض، ومواجهة التحديات.

دأبت كافة وسائل الإعلام بصفة عامة والقنوات الفضائية بصفة خاصة على مناقشة ،وطرح القضايا المجتمعية من خلال برامجها، والتي منها الحملات الإعلامية لما لها من دوراً هاماً في عمليات التنمية، وذلك لمخاطبتها للجماهير، وقدرتها على توعيتهم بأبعاد القضايا المجتمعية الهامة، وحثهم على تقبل أفكار، وأساليب جديدة، وتبني الممارسات السليمة الخاصة بتلك القضايا، والتي تنم عن حدوث تغيير في الأفكار وتحويلها إلى أفكار إيجابية.

ويمثل الشباب الجامعي قطاعاً هاماً من المجتمع المصري له خصائصه ،ومقوماته، وتراثه، وهو الذي سيتحمل مسئولية تنمية المجتمع، فهم يسعون إلى التغيير ومتابعة كل جديد فيه، وما يدور حولهم من أحداث خاصة بعد مشاركتهم الفعالة في ثورة ٢٥ يناير، وحرصهم على نجاح الثورة وتحقيقها لأهدافها، بما يؤدي لرقي المجتمع المصري، وذلك لأنهم ذخيرة الأمة فمنهم سيكون القادة، والسياسيون،

والعلماء، والمفكرون الذين لهم الدور الأكبر في تحقيق رقي المجتمع وتقدمه ،وتمثل القضايا المجتمعية في الحقيقة مجموعة القضايا التي يهتم بها الشباب الجامعي ، وتؤثر على مستقبله.

لذا قامت المؤلفة في هذا الكتاب بالتعرض للحملات الإعلامية وأهميتها في توعية الشباب الجامعي بقضاياهم والتي تمثلها القضايا المجتمعية.

ويضم الكتاب خمسة فصول: تتناول الحملات الإعلامية والقضايا المجتمعية والشباب الجامعي، وتحليل لأهم الحملات الإعلامية التي يتعرض لها الشباب الجامعي، واستعراض لنتائج تعرض الشباب الجامعي للحملات الإعلامية التي تناقش القضايا المجتمعية التي يهتم بها.

حيث تناول الفصل الأول(الحملات الإعلامية): تعريف الحملات الإعلامية، وأنواع الحملات الإعلامية، واستعرض خصائص الحملات الإعلانية، والشكل العلمي للحملات الإعلانية، شروط القيام بالحملات الإعلامية، كذلك شرح المبادئ الأساسية للحملات الإعلامية الفعالة، والعناصر الأساسية الواجب توافرها لإدارة الحملات الإعلامية، وقدم عرض لشروط التخطيط الجيد للحملات الإعلامية، والأسس والقواعد التي ينبغي أن تلتزم بها الحملات الإعلامية، كذلك استعرض مراحل التخطيط الإعلامي للحملات الإعلامية، وقدم كيفية تقييم الحملة الإعلامية، والتعرض للحملة، وتطرق لتأثيرات الحملات الإعلامية، ومعايير الحملة الإعلامية الناجحة، وعرض الصعوبات التي تواجه الحملات الإعلامية.

بينما تناول الفصل الثاني (الشباب الجامعي والقضايا المجتمعية): الخصائص المميزة للشباب الجامعي، **و**الشباب الجامعي والمجتمع، **وتناول** الحاجات الأساسية للشباب الجامعي، وأوجه المشاركة الاجتماعية للشباب الجامعي، واستعرض الاحتياجات الإعلامية المعاصرة للشباب الجامعي، وشرح دور وسائل الإعلام في عرض القضايا المجتمعية، والتليفزيون كوسيلة توعية إعلامية، وقدم عرض تفصيلي للحملات الإعلامية التي تناقش القضايا المجتمعية ودور وسائل الإعلام في التوعية بتلك القضايا، والتي تمثلت في حملات التوعية بالقضايا السياسية، وحملات التوعية بالقضايا الأمنية، وحملات التوعية بالقضايا الاقتصادية، وحملات التوعية بالقضايا الدينية، وحملات التوعية بالقضايا الأخلاقية، وحملات التوعية بالقضايا البيئية، وحملات التوعية بقضايا الفساد، وحملات التوعية بالقضايا الاجتماعية مما يمثل أهم القضايا المجتمعية.

ويستعرض الفصل الثالث (الدراسة التحليلية للحملات الإعلامية): دراسة تحليلية للحملات الإعلامية المختلفة والتي ناقشت ثمان قضايا مجتمعية هامة.

بينما يتناول الفصل الرابع(الدراسة الميدانية): دراسة ميدانية تفصيلية على الشباب الجامعي لمعرفة دور الحملات الإعلامية في توعيته بالقضايا المجتمعية الثماني.

واختتم الكتاب بالفصل الخامس (خاتمة الدراسة): والذي استعرض أهم نتائج الدراسة التحليلية للحملات الإعلامية والميدانية للشباب الجامعي، والربط بين الدراستين، والتوصيات الناتجة عن الدراسة.

ملخص الفصل الأول
(الحملات الإعلامية)

تعريف الحملات الإعلامية: يقصد بها تقديم معلومات من شأنها منفعة الفئة المقصودة بها، وعادة ما يكون مجالها تعليمي أو تثقيفي، وخالية من الأبعاد الأيديولوجية والانحياز لفئة أو لجماعة دون أخرى. **كذلك تعرف** الحملة الإعلامية هي مجموعة من الجهود المنظمة التي تقوم بها جهة معينة بهدف ترويج سلعة أو خدمة أو منتج خلال فترة زمنية، أو أنها ذلك النشاط الإعلاني المركب والممتد خلال الزمن الذي يشمل على سلسلة من الإعلانات المترابطة، والتي تهدف إلى تحقيق نتيجة محددة وهي نشر المعلومات الخاصة بفكرة أو خدمة أو سلعة بصورة مخططة مستمرة، ولفترة زمنية متواصلة بهدف الحصول على رد فعل يتلاءم مع هدف المعلن، وهي الاستخدام المخطط لوسائل الإعلام مجتمعة في فترة زمنية لتحقيق هدف مشترك.

أنواع الحملات الإعلامية :

(١) **حملة التوعية الجماهيرية:** يصمم هذا النوع لجعل الجمهور على معرفة بشيء ما، وغالباً ما تكون معلومات أولية وغير مفصلة.

(٢) **حملة إعلامية جماهيرية:** تسمى بحملة المعلومات العامة حيث تسعى وراء معرفة الجمهور وإدراكه لحدث ما، وتزويده ببعض المعلومات الهامة الحيوية.

(٣) **حملة تربوية جماهيرية:** هي حملة للتعلم، هدفها تعليمي إرشادي تستهدف إرشاد الجمهور إلى الإجراءات الواجب اتخاذها، وتكوين الاتجاه لديه حيث تقوم بتفسير المعلومات، وتعمل على قدرة الجمهور على تطبيق المعلومات وتحويلها إلى سلوك يومي.

(٤) حملات تعديل السلوك: هي أكثر الحملات صعوبة ،وتعقيد حيث تستهدف تعديل السلوك الفعلي كنوع من أنواع الاتصال الإقناعي الذي يستخدم كوسيلة لربط الأفكار، والجمهور المستهدف معاً من أجل تعديل سلوكه.

<u>مراحل الحملة الإعلامية:</u>

(١)**المرحلة الأولى** : جمع المعلومات اللازمة وحصر الامكانيات المتاحة.

(٢)**المرحلة الثانية** : تحديد الأهداف الإعلامية للحملة.

(٣)**المرحلة الثالثة:** تحديد استراتيجيات الحملة الإعلامية.

(٤)**المرحلة الرابعة:** تحديد الشكل الذي ستتخذه الحملة الإعلامية.

(٥)**المرحلة الخامسة:** جدولة الحملة.

(٦)**المرحلة السادسة:** التقييم الشامل للحملة.

ملخص الفصل الثاني

(الشباب الجامعي والقضايا المجتمعية)

الخصائص المميزة للشباب الجامعي

١- الفاعلية والدينامية.

٢- القلق والتوتر.

٣- النظرة المستقبلية.

٤- ميلهم للاستقلال ومحاولة التخلص من الضغوط وألوان التسلط الاجتماعي المختلفة.

٥- وجود ثقافة شبابية تسود بين الشريحة الشبابية وبخاصة شباب الجامعات.

٦- القابلية للتشكيل.

الاحتياجات الإعلامية المعاصرة للشباب الجامعي

(١)عرض ومناقشة أهم القضايا المؤثرة في حياة الشباب، والتي تنبع من واقعهم.

(٢)الاهتمام بالموضوعات الحيوية التي لها أهمية كبيرة في بناء شخصية الشباب.

(٣)الاهتمام بتدعيم القيم والسلوكيات المطلوبة لدى الشباب من خلال الرسائل المباشرة وغير المباشرة، التي تقدم لهم القيم الدينية، والاجتماعية، والشخصية.

(٤)رصد احتياجات الشباب والاستفادة منها في التخطيط، والإعداد للبرامج والحملات التي تستهدف في المقام الأول فئة الشباب.

(٥) المساهمة في تنشئة الشباب تنشئة اجتماعية، وتهيئة الظروف ،والامكانات الملائمة لمساعدتهم على النمو المتوازن.

حملات التوعية بالقضايا المجتمعية:

أ- حملات التوعية بالقضايا السياسية.

ب- حملات التوعية بالقضايا الأمنية.

ج- حملات التوعية بالقضايا الاقتصادية.

د- حملات التوعية بالقضايا الدينية.

هـ- حملات التوعية بالقضايا الأخلاقية.

و- حملات التوعية بالقضايا البيئية.

ز- حملات التوعية بقضايا الفساد.

ح- حملات التوعية بالقضايا الاجتماعية.

ملخص الفصل الثالث

(الدراسة التحليلية للحملات الإعلامية)

تناول هذا الفصل الدراسة التحليلية لعينة من الحملات الإعلامية التي تناقش القضايا المجتمعية محل اهتمام الشباب الجامعي، والتي تمثلت في (١٧) حملة اعلامية تم بثها عبر قنوات (الحياة، ودريم١، ودريم٢، والفضائية الأولي المصرية، وCBC، والمحور) في الفترة من ١ أغسطس٢٠١١م حتى ٣١ أكتوبر ٢٠١١م. وبلغ عدد مشاهد الحملات الإعلامية محل الدراسة (٢٥٦) مشهداً، تحمل جميعها شعاراً.

وهدفت الباحثة من خلال هذا الفصل إبراز الدور الذي تقوم به تلك الحملات في توعية الشباب الجامعي بقضايا المجتمع لما تبثه من معلومات هامة عن قضايا المجتمع.

ملخص الفصل الرابع

(الدراسة الميدانية)

تناول هذا الفصل نتائج دراسة دور الحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية في توعية الشباب الجامعي بالقضايا المجتمعية وفي إطار منهج المسح بالعينة استخدمت الباحثة الاستبيان بالمقابلة لعينة الدراسة وقوامها (٤٠٠) مفردة، وتعرض الباحثة لأهم نتائج الدراسة، للإجابة عن تساؤلات الدراسة والتي تساعد في التعرف على مدى تعرض عينة الدراسة للقنوات الفضائية والحملات الإعلامية المقدمة بها ودوافع هذا التعرض، وهو ما يعكس سمات وخصائص العينة في علاقتها بالحملات الإعلامية عينة الدراسة، الأمر الذي يساعد في معرفة مدى التوعية المقدمة لهم بالقضايا المجتمعية.

ملخص الفصل الخامس

(خاتمة الدراسة)

استعرض الفصل أهم النتائج والتوصيات المقترحة.

<u>من أهم نتائج :</u>

(١)كشفت النتائج أن جميع الحملات الإعلامية محل الدراسة تبث بصفة يومية بنسبة ١٠٠%.

(٢)انتهت النتائج إلي أن جميع الحملات الإعلامية محل الدراسة اعتمدت علي الأسلوب المنتظم في عرض رسائلها بنسبة ١٠٠%.

(٣)تناولت أغلبية الحملات الإعلامية محل الدراسة رسالة واحدة بنسبة ٩٤.١%، بينما تناولت حملة واحدة فقط عدة رسائل بنسبة ٥.٩%.

(٤)انتهت النتائج إلي أن القضايا التي تناقشها الحملات الإعلامية محل الدراسة تمثلت في (القضايا السياسية) في مقدمة هذه القضايا بنسبة ٥٣%، ثم (القضايا الأمنية، والأخلاقية) في المرتبة الثانية بنسبة ١١.٧% لكل منهما، وأخيراً القضايا (الدينية، والاجتماعية، والاقتصادية، والبيئية) بنسبة ٥.٩% لكل منهم.

(٥)أثبتت النتائج حرص المبحوثين على متابعة الحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية بنسبة ٨٥.٥%.

(٦)أسفرت النتائج إلى أن تأثير الحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية التي تتناول القضايا المجتمعية علي المشاركة الإيجابية في المجتمع في مقدمة استجابات المبحوثين بنسبة ٦٤.٣%.

(٧)توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية (النوع، الجامعة، المستوى الاجتماعي والاقتصادي) لعينة الدراسة وبين توعية الشباب الجامعي بالقضايا المجتمعية التي تقدمها الحملات الإعلامية بالقنوات الفضائية محل الدراسة.

(٨)توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الشباب الجامعي للحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية عينة الدراسة وبين توعية الشباب بالقضايا المجتمعية لصالح من يتعرض للحملات الإعلامية.

Copyright © EPRA 2016

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, Gizza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

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

Web: www.epra.org.eg

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

- 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-Sarayat, 2 Ahmed El-zayat Street.
And also to the Association email: jprr@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 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.

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

- Eleventh issue - April / June 2016

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. Mohamed Moawad
Media Professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University
Chair of the Consulting Committee of EPRA

Editorial Assistants

Prof.Dr. Rizk Abd Elmoaty
Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. 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
jprr@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 Elbaiaty (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 & Televosion 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. Basyouni Hamada (Egypt)
Professor of media and public opinion, political - 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-Alsun 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 & Televosion 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 PR Research Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Published by Egyptian Public Relations Association – Eleventh Issue – April / June 2016

Abstracts Researches in Arabic:

- ***Supervisors :Prof. Dr. Mahmoud Yousef , Associate Prof. Dr. Safwat El-Alem.***

  The research team: Associate Prof. Dr. Mona Umran, Dr. Tareq Sultan, Dr. Lamia Shehata, Dr. Bahaa Hamed, Dr. Samar Abdul Halim, Dr. Muhannad Al-Amin, Dr. Asmaa Hijazi, Dr. Walla Abdul Rahman

  Collective Research involving all Faculty Members of the Faculty of Media and Mass Communication at University of Modern Science in Dubai; Entitled:

  Job satisfaction of Employees of the UMS - Dubai 7

- ***Dr. Hafid Yassen Hamid Al-Hitty*** - Anbar University - Iraq

  The Fact of Public Relations Activity in Iraqi Governmental Institutions Field Study 10

- ***Dr. Hala El Talahaty*** - Modern University for Technology and Information (MTI)

  The impact of News Websites targeted at forming the Ideas and Trends, An applied Study on the case known as "Marriott cell"(An analytical study) 11

- ***Dr. Hearth Yas Khudhair AL- Beyaty*** - University -Technology -Malaysia (UTM)

  Employing modern information technology and communication In E-marketing (Theoretical study) 12

- ***Dr. Ali HamoudahGoma'aSoleiman*** – Al-Azhar University

  The Role of Video Press in shaping Foreign Communities' Approaches towards Islamophobia Phenomenon, Field Study on a Sample of Arabic & non-Arabic Speaking People 14

- ***Dr. Yusra Hosni Abd al-Khaliq*** - University of Assiut

  Public Relations Communication across the Organization Website"The UAE Ministry of Interior as example" 17

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network (ENSTINET)

Copyright @2016 EPRA

www.epra.org.eg