

عدد خاص

مجلة

بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢١م = ٠,٩٦٥٥
معامل التأثير العربي لعام ٢٠٢٠م = ٢,٠١
دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة التاسعة - العدد الخامس والثلاثون - ١٠ أكتوبر ٢٠٢١م

الإعلام والعلاقات العامة في عصر الذكاء الاصطناعي

بحوث باللغة العربية:

- الاتجاهات الحديثة في بحوث تأثير الذكاء الاصطناعي على المنتج الإعلامي
أ.م.د. سلوى علي إبراهيم الجيار (جامعة بورسعيد) ... ص ٩
- اتجاهات الخبراء نحو مستقبل دمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الاتصالات التسويقية المتكاملة للشركات المصرية: دراسة استشرافية
د. نهى حسين محمد محمود التلاوي (جامعة بني سويف) ... ص ٧١
- دور إعلانات الواقع المُعزَّز في بناء محددات قيمة العلامة التجارية لدى المستهلك: دراسة ميدانية
د. ولاء يحيى مصطفى (الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات MTI) ... ص ١٣٥
- أساليب تصميم تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية وفقاً لتقنيات الذكاء الاصطناعي وعلاقتها بتفضيلات المراهقين لها
د. حسن فراج حسن فراج (جامعة عين شمس) ... ص ٢٠٥

مؤتمرات علمية:

- دور الإعلام والفن في بناء الوعي والارتقاء بالذوق العام.. المؤتمر العلمي الخامس من ٢١ إلى ٢٢ ديسمبر ٢٠٢١م
(الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات MTI) ... ص ٢٥٩

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

جميع الحقوق محفوظة © ٢٠٢٠ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg

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. 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

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي

أستاذ مشارك بكلية الاتصال
جامعة الشارقة

أ.م.د. محمد حسن العامري

أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة
كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ.م.د. فؤاد علي سعدان

أستاذ العلاقات العامة المشارك
كلية الإعلام - جامعة صنعاء

د. نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المساعد في كلية الإعلام
جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السعيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

سيد أحمد شريف

علي حسين الميهي

مدققا اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي

بين السرايات - ١ شارع محمد الزغبى

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم

رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073 Tel : +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

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

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

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

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

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

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

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

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طابع (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

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

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

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

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

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

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)

أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة للوكالة العربية 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 وبأية وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، 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 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٤٣٨٠ / ٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

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

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

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



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 قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ٢,٠١ بنسبة ١٠٠٪ في تقرير عام ٢٠٢٠م للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- 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 بالترقّيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- 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 يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً 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 تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة بينط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢,٥٤)،

- ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة 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 تعديل بسيط 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 يوماً من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٨٠٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠ \$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٥٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٤٠) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٣٠ جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ١٠ \$.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين ١٨٠ \$.
- ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.
- ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠ \$، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي 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 ١٢٠٠ جنيهاً ومن خارج مصر ٤٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صيري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epra.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها أربعة وثلاثون عددًا متتابعين، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالته المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحسّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوى باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤ في عام ٢٠١٦م، ومعدل ٢.٠١ في عام ٢٠٢٠م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences واتحاد الجامعات العربية. وكذلك نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢١م ضمن الفئة "الأولى Q1" على المستوى العربي وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام بمعامل تأثير = ٠.٩٦٥٥ . . .

كذلك تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقيات العلمية تخصص "الإعلام" وتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العيبكان - معرفة).

وفي العدد الخامس والثلاثين من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا خاصًا حول: "الإعلام والعلاقات العامة في عصر الذكاء الاصطناعي" يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة المشاركين والمساعدين وكذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد وعلى صعيد البحوث الواردة بالعدد "الخامس والثلاثين" من المجلة، ومن جامعة بورسعيد، نجد بحثًا تحت عنوان: "الاتجاهات الحديثة في بحوث تأثير الذكاء الاصطناعي على المنتج الإعلامي"، وهو مقدم من: أ.م.د. سلوى علي إبراهيم الجيار، من مصر.

ومن جامعة بني سويف، قدّمت: د. نهى حسين محمد محمود التلاوي، من مصر، دراسة استشرافية بعنوان: "اتجاهات الخبراء نحو مستقبل دمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الاتصالات التسويقية المتكاملة للشركات المصرية".

ومن الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، قدّمت: د. ولاء يحيى مصطفى، من مصر، دراسة ميدانية بعنوان: "دور إعلانات الواقع المُعزّز في بناء محددات قيمة العلامة التجارية لدى المستهلك".
أما د. حسن فراج حسن فراج من جامعة عين شمس، من مصر، قدّم بحثاً بعنوان: "أساليب تصميم تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية وفقاً لتقنيات الذكاء الاصطناعي وعلاقتها بتفضيلات المراهقين لها".

وأخيراً من الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، نقدم دعوة للمشاركة في المؤتمر العلمي تحت عنوان: "دور الإعلام والفن في بناء الوعي والارتقاء بالذوق العام" خلال الفترة من ٢١ إلى ٢٢ ديسمبر ٢٠٢١م.

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

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبَل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

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

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

تحت رعاية

أ.د. ألفت كـامل

رئيس الجامعة

تعقد كلية الإعلام

المؤتمر العلمي الخامس

دور الإعلام والفن في بناء الوعي والارتقاء بالذوق العام

من ٢١-٢٢ ديسمبر ٢٠٢١م

رئيس المؤتمر

أ.د. سامي الشريف

عميد كلية الإعلام

أمين عام المؤتمر

أ.د. السيد بهنسي

وكيل كلية الإعلام

مقرر المؤتمر

د. ميرال مصطفى

رئيس قسم الإذاعة والتلفزيون

تشهد مجتمعاتنا العربية انحسارًا وتراجعًا شديدين في منظومة القيم والأخلاق التي طالما كنا نفخر بها على مدى سنوات طوال، وتعاني تلك المجتمعات من حالة التردّي الفكري والثقافي والأخلاقي والانحراف السلوكي والتي أدت إلى تفشي ظواهر مجتمعية غريبة لم تكن مألوفة في مجتمعاتنا (كزيادة معدلات الجرائم وانتشار الإرهاب ورفض قبول الآخر وفساد الذوق العام). وتعددت أسباب تلك الظواهر ودوافعها تارة بسبب غياب الأسرة وتراجع دور المؤسسات التعليمية والثقافية، وتارة بسبب نقص الوازع الديني وتدني الحالة الاقتصادية لمعظم أفراد الشعب. ورغم تشعب وتوسع الأسباب التي أدت إلى هذا الحال، فإن أصابع الاتهام عادة ما توجه إلى المؤسسات الإعلامية والفنية باعتبارها السبب المباشر لتدني الأذواق وغياب القيم الأخلاقية، وأنها المسئول المباشر عن نشر القيم الرديئة والأذواق المتدنية بما تقدمه من مواد وبرامج تسعى من ورائها إلى حصد الأرباح من وراء الإعلانات، بينما لا تقيم وزناً للقيم والأخلاق. فبدلاً من القيام بدورها المأمول في بناء الشخصية الواعية ونشر قيم العدالة والسلم والمحبة، فإنها تسعى إلى إنكاء روح الخصومة والكراهية والحض على الإرهاب. وإذ كنا لا نستطيع الموافقة على وجهة النظر القائلة بأن الإعلام والفن هما المسئولان الوحيدان عن التردّي القيمي والأخلاقي فإننا نقر بأن ثمة مسئولية حقيقية لهما فيما وصلنا إليه. ومن هنا جاء اهتمام كلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات MTI بعقد مؤتمرها الخامس تحت عنوان "دور الإعلام والفن في بناء الوعي والارتقاء بالذوق العام" لنضع أمام صنّاع القرار تشخيصاً لواقع الإعلام والفن في بلادنا وكيفية إعادتهما للدور المنشود في حماية القيم والأخلاقيات والإسهام في بناء الوعي المجتمعي، وسوف تُعرض خلال المؤتمر العديد من الأبحاث وأوراق العمل العلمية إلى جانب عقد بعض الندوات وورش العمل التي تعالج موضوع المؤتمر من مختلف زواياه.

✎ محاور المؤتمر:

المحور الأول: الرسالة الإعلامية وبناء الوعي والارتقاء بالذوق العام:

- ١- الدراما الإذاعية والتلفزيونية والسينمائية وبناء الوعي.
- ٢- البرامج الثقافية وبناء الوعي.
- ٣- البرامج الساخرة وعلاقتها بالذوق العام.
- ٤- أغاني المهرجانات والذوق العام.
- ٥- برامج الأطفال وأفلام الرسوم المتحركة وبناء شخصية الطفل.
- ٦- الألعاب الإلكترونية وتأثيراتها على الذوق العام.
- ٧- الحملات الإعلامية وبناء الوعي.
- ٨- دور حملات التسويق الاجتماعي في التوعية بالذوق العام.

المحور الثاني: الإعلام والفن والثورة الرقمية:

- ١- صحافة الموبايل وتأثيرها على بناء وعي الجمهور بالذوق العام.
- ٢- الفيديوهات الخاصة بالبلوجرز على وسائل التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على بناء الوعي والارتقاء بالذوق العام.
- ٣- مقاطع الفيديو المصورة على تطبيق التيك توك وحجم تأثيرها على الوعي والذوق العام للنشء والأطفال.
- ٤- استخدامات تطبيقات الهاتف الذكي الخدمية وعلاقتها بالذوق العام.
- ٥- آليات التسويق الرقمي للمحتوى الإعلامي والفني وتشكيل الوعي بالذوق العام.
- ٦- الأعمال الإعلامية والفنية المقدمة بمنصات المشاهدة الرقمية وأثرها على قيم وثقافة المجتمعات العربية وذوق الجمهور.

المحور الثالث: الثقافة البصرية عبر وسائل الإعلام وتشكيل الذوق العام

- ١- تصميم المواقع الإعلامية الإلكترونية ومواكبتها للاتجاهات الحديثة في الذوق الجمالي.
- ٢- إخراج الأعمال الدرامية والسينمائية ودوره في تعزيز ودعم الذوق العام.
- ٣- ضوابط الإخراج للأعمال الدرامية والسينمائية.
- ٤- شكل الإعلانات ودورها في التأثير على الذوق العام.
- ٥- الإخراج الصحفي والارتقاء بالأطر البصرية للذوق العام.
- ٦- شعارات ولوجوهات الحملات الإعلانية والإعلامية وبناء الذوق العام.
- ٧- إعلانات الطرق والحفاظ على الذوق العام.
- ٨- أغاني الفيديو الكليب وعلاقتها بالذوق العام.
- ٩- فنون العمارة والديكور والأثاث وتصميم الملابس في قوالب الإنتاج الإعلامي عبر وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والحفاظ على الذوق العام.
- ١٠- مواقع تصميم الانفوجرام/الانفوجرافيك وكيفية الارتقاء بالذوق العام.
- ١١- التصميم التفاعلي في الإعلام الشبكي والمواقع الإلكترونية والارتقاء بالأطر البصرية للذوق العام.

المحور الرابع: المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام في الارتقاء بالذوق العام

- ١- تحديات صناعة المسلسلات والأفلام وأطر المنافسة في بناء الوعي الجماهيري ورفع الذوق العام.
- ٢- لغة الخطاب الإعلامي ببرامج التوك شو ودورها في الارتقاء بالذوق العام.
- ٣- الإعلام وبناء الوعي بالآخر وحرية الاختلاف.
- ٤- القائم بالاتصال ونشر مبادرات مؤسسات المجتمع المدني ومؤسسات المجتمع في الارتقاء بالذوق العام.
- ٥- القائم بالاتصال وتفعيل مبادرات وزارة الثقافة للارتقاء بالذوق العام.
- ٦- القائم بالاتصال والنخبة وقادة الرأي ودورهم في نشر الوعي الثقافي بالذوق العام.

المحور الخامس: التربية الإعلامية وبناء الذوق العام للمجتمع

- ١- آليات التربية الإعلامية وتشكيل وعي الجمهور بالذوق العام.
- ٢- فعالية وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في تعزيز مفاهيم التربية الإعلامية لدى الجمهور.
- ٣- دور الإنتاج الفني بكافة أشكاله في خلق مواطن قادر على إدراك حقوقه كمشاهد وتفسير المحتوى في ضوء مبادئ التربية الإعلامية.
- ٤- تأثير الإنتاج الأجنبي أياً كانت طبيعته على تشكيل الوعي بالذوق العام.
- ٥- التربية الإعلامية ومهارات التعبير الإبداعي والارتقاء بالذوق العام في الرسالة الإعلامية.
- ٦- استراتيجيات الاقناع في المحتوى الإعلامي وبناء الوعي بالذوق العام.
- ٧- التربية الإعلانية وعلاقتها بأنماط الاستهلاك لدى الجمهور.

المحور السادس: الجهود التنظيمية وآليات الرقابة والتشريعات المتعلقة بالذوق العام

- ١- المجلس الأعلى للإعلام وجهوده لتنظيم الأداء الإعلامي والفني.
 - ٢- الرقابة على المصنفات الفنية وأطر المحافظة على الذوق العام.
 - ٣- أخلاقيات الإعلام وتشريعاته المتعلقة بالذوق العام.
 - ٤- الإعلام وبناء الوعي بجرائم الذوق العام وأركانها.
 - ٥- التجارب المحلية والعالمية المتعلقة بحماية الذوق العام.
 - ٦- إشكاليات وضع ميثاق شرف وضوابط لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي ورقابة المحتوى المقدم.
- تُقبل الأبحاث باللغتين العربية والإنجليزية، ويتم تقديم الملخصات في حدود (صفحتين) تتضمن العنوان ووصفاً مختصراً للموضوع والإجراءات المنهجية المتبعة وذلك في موعد غايته ٢٣ سبتمبر ٢٠٢١م، وتسلم الأبحاث كاملة في موعد غايته ٣٠ نوفمبر ٢٠٢١م.

كيفية المشاركة:

يشترط في الأبحاث وأوراق العمل المقدمة للمؤتمر الآتي:

- ١- ألا تكون الأبحاث وأوراق العمل قد سبق نشرها من قبل.
- ٢- أن تتبع القواعد العلمية في الكتابة والتوثيق.
- ٣- أن يكون البحث في حدود ثلاثين صفحة بحد أقصى.
- ٤- تُقدم الأعمال المشاركة في شكل ملف **Word** وحجم الخط ١٤ ونوع "Simplified Arabic" و١٦ للعناوين الفرعية وباللغة العربية، وتشتمل الصفحة الأولى على عنوان البحث واسم الباحث والجهة المنتمى إليها والبريد الإلكتروني للباحث.
- ٥- يتم تحكيم الأبحاث المقدمة من قبل أعضاء لجنة الترقيات للدراسات الإعلامية.
- ٦- تنشر أعمال المؤتمر في كتاب تصدره الكلية عقب انتهاء المؤتمر.

٧- ترسل الأعمال والمشاركات على البريد الإلكتروني Shereenbasuony@hotmail.com أو miralmahmoud@yahoo.com باسم أ.د. سامي الشريف عميد الكلية أو على العنوان البريدي ص ١٣٧ بريد المقطم.

٨- رسوم الاشتراك في المؤتمر للأبحاث (٧٠٠ جنيه) للباحثين المصريين، (٣٠٠ دولاراً أمريكياً) للباحثين المصريين والعرب من خارج مصر.

٩- مرفق طيه استمارة التسجيل في المؤتمر، يرجى التفضل باستيفائها وإرسالها مرفقة مع ملخص البحث.





المؤتمر العلمي الخامس لكلية الإعلام

بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات MTI

بعنوان

"دور الإعلام والفن في بناء الوعي والارتقاء بالذوق العام"

في الفترة من ٢١-٢٢ ديسمبر ٢٠٢١م

- اسم المشترك:
- الوظيفة:
- التخصص:
- الجهة التابع لها:
- عنوان البحث:
- عنوان المراسلة:
- رقم الهاتف:
- البريد الإلكتروني:

(* يرجى إعادة الاستمارة مع ملخص البحث بعد استيفائها أو إرسالها عبر البريد الإلكتروني للمؤتمر وهو:

Shereenbasuony@hotmail.com أو miralmahmoud@yahoo.com

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 Al Arabia Public Relations Agency, 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 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019

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

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,
Menofia - Shibeen El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,
Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

ceo@apr.agencyEmail: - jpr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jpr.epra.org.eg

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

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- 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 send an electronic copy of his manuscript by Email 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.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 2800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1400 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 30 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 25 % 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.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 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 Public Relations Association. One copy 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.
- One copy of the journal is 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 Public Relations Association.
- 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 Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,

Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: jpr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, 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 Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitrate scientific journal with this field of specialization on the Arab world and the Middle East. Also, the first Arab scientific journal in the specialty of (media) which obtained the Arab Impact Factor with a factor of 2.01 = 100% in the year of 2020G report of the American Foundation NSP "Natural Sciences Publishing" Sponsored by the Arab Universities Union.
- 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 in Arabic Papers, 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.

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

Epra Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

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

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

Associate professor of Mass Communication &
Coordinator College of Communication
University of Sharjah (UAE)

Dr. Mohamed Alamry (Iraq)

Associate Professor & Head of Public Relations Dep.
Mass Communication Faculty
Baghdad University

Dr. Fouad Ali Saddam (Yemen)

Associate Professor & Head Dep. of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Yarmouk University (Jordan)

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

Arabic Reviewers

Ali Elmehy

Sayid Sherif

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt

Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Alzoghby Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt

Menofia - Shibben El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory 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. 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. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai
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. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar 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. 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 Alsharaf (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 & Dean the Faculty of Mass Communication, Yarmouk
University

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.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor of Mass Communication at King Faisal University – Former Dean of the Faculty of Community
Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani, (Yemen)

Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.

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

Journal



of
P R esearch

Special Issue

Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Ninth year - Thirtieth Fifth Issue -10 October 2021

Arab Impact Factor 2020 = 2.01

Arcif Impact Factor 2021 = 0.9655

Media & Public Relations in the Age of Artificial Intelligence


Abstracts of Arabic Researches:

- *Associate Prof. Dr. Salwa Ali Ibrahim Elgayyar - Port Said University*
Recent Trends of the Researches About the Impact of Artificial Intelligence on the Media Product 7
- *Dr. Noha Hussein Mohamed Eltalawy - Beni Suef University*
Experts' Attitudes Towards the Future of Integrating AI Applications in Integrated Marketing Communications for Egyptian Companies: A Prospective Study 8
- *Dr. Walaa Yehia Mostafa - Modern University for Technology & Information (MTI)*
The Role of Augmented Reality Advertising in building the Brand Equity Determinants to the Consumer: A Field Study 9
- *Dr. Hassan Farrag Hassan Farrag - Ain Shams University*
Design Styles of News Mobile Applications According to Artificial Intelligence Techniques and their Relationship to the Preferences of Teenagers 10

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019

Copyright 2021@APRA 
www.jprr.epra.org.eg