

عنوان الرسالة : " أثر إستخدام التخطيط الإعلامي على أنشطة العلاقات العامة :
دراسة ميدانية على موظفي فرع وزارة الثقافة والإعلام بمنطقة
مكة المكرمة "

إسم الطالب : مطر صالح مرزوق العتيبي .

إسم المشرف : الأستاذ الدكتور / عبدالله عبدالكريم السالم .

مستخلص الدراسة:

هذه الدراسة بعنوان: أثر استخدام التخطيط الإعلامي على أنشطة العلاقات العامة -دراسة ميدانية على موظفي فرع وزارة الثقافة والإعلام بمنطقة مكة المكرمة، هدفت الدراسة الى التعرف على أثر التخطيط الإعلامي على أنشطة العلاقات العامة المتعلقة بأنشطة فرع وزارة الثقافة والإعلام بمنطقة مكة المكرمة، كما هدفت أيضاً إلى التعرف على أثر التخطيط الإعلامي على أنشطة العلاقات العامة والمتعلق باستخدام الأساليب العلمية المتطورة في مجال العلاقات العامة وتطبيقها مثل عمل الاستقصاء، واتباع أسلوب العينة لاستطلاع آراء المواطنين، وتطبيق بحوث الرأي العام؛ وذلك بغرض المساعدة على تحقيق الأهداف العامة للوزارة، كذلك هدفت الدراسة إلى التعرف على التحديات والمعوقات التي قد تحول دون استفادة إدارة العلاقات العامة بالوزارة من التخطيط الإعلامي.

ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، كما استعان الباحث بالاستبيان لجمع المعلومات الأولية للدراسة من خلال توجيه قائمة الاستبيان إلى عينة من العاملين بفرع الوزارة بمنطقة مكة المكرمة.

توصلت الدراسة إلى نتائج عدة من أهمها: أن هناك آثاراً إيجابية متنوعة وبدرجات عالية للتخطيط الإعلامي على أنشطة العلاقات العامة بفرع وزارة الثقافة والإعلام بمنطقة مكة المكرمة، تساهم إدارة العلاقات العامة بتوفير جانب من المعلومات التي تخص عمل الوزارة كمؤسسة إعلامية وثقافية (بمتوسط حسابي مقداره 3.86، ونسبة مئوية 77.2%)، أن هناك أثر واضح للتخطيط الإعلامي على أنشطة العلاقات العامة والمتعلق باستخدام الأساليب العلمية المتطورة لتطويرها، أن المؤهلات الأكاديمية المتواضعة وغير الملائمة لموظفي العلاقات العامة ساهمت في عدم استفادة إدارة العلاقات العامة من التخطيط الإعلامي، وأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة إزاء محاور الاستبيان تعزى إلى متغيرات الشخصية (المستقلة).

خلصت الدراسة إلى عدد من التوصيات أهمها: ضرورة العمل على استقطاب المؤهلات الأكاديمية المتخصصة ذات التدريب العالي في مجال العلاقات العامة والإعلام للاستفادة منها في عمليات التخطيط الإعلامي لأنشطة العلاقات العامة، ونشر الوعي بين العاملين بأهمية التخطيط الإعلامي لأنشطة العلاقات العامة وذلك من خلال الدورات التدريبية والندوات والمحاضرات والنشرات.

**THE IMPACT OF USING MEDIA PLANNING ON THE
ACTIVITIES OF PUBLIC RELATIONS (A FIELD STUDY ON
THE EMPLOYEES OF THE MINISTRY OF CULTURE AND
INFORMATION AT MAKKA PROVINCE)**

MATAR SALEH AI OTAIBI

PROF. Abdullah Abdulkareem Ahmed Al-Salem

ABSTRACT

The study title: Effect of using the media planning to public relations activities.

Student name : Matar Bin Salih Alrougi.

The Study problem: The problem of the study was stated in the following main question: what is Effect of using the media planning to public relations activities?

The Study Main objective: the study aimed to identify the Effect of using the media planning to public relations activities in the Ministry of Culture and Information in the branch of Makkah province.

The Study population: The empolyees of the Ministry of Culture and Information in the branch of Makkah province. The study sample amounted to (360) individuals

The study Methodology: The study adopted the methodology of the descriptive analysis and depended on the questionnaire as a study tool.

The Main results of the study: The most important findings of the study are as follows:-

- There are positive effects varied and high levels of planning information on the activities of the public relations branch of the Ministry of Culture and Information in Makkah province branch , contribute to public relations department to provide the information concerning the work of the ministry as a media and cultural (an average account of \$ 3.86, and a percentage 77.2%),
- There is the impact of clear planning media on public relations activities and on the use of scientific methods developed for their development, the academic qualifications modest and appropriate to the staff of public relations contributed to the inability of public relations department of media planning.
- There is no statistically significant differences among the study sample about the axes of the questionnaire due to the variables personal (Independent variables).

The study main recommendations: The most important recommends are as follow :-

- It's necessary to attract academic qualifications specialized higher training in the field of public relations and media for use in planning media for public relations activities, and raise awareness among workers of the importance of media planning for public relations activities, through training courses, seminars, lectures and publications.
- It's necessary to focus on stimulation of both types financial and moral stimulation.
- It's necessary to provide an adequate budget to fund public relations programs of the Ministry of Culture and Information in Makkah provide branch.