

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس
قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص علاقات عامة



تحت عنوان:

أهمية العلاقات العامة في الإذاعة المحلية
- دراسة ميدانية بالإذاعة المحلية بمستغانم -

منكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال - علاقات عامة -

تحت إشراف الأستاذ:

العماري بوجمعة

من إعداد الطالبتين:

بن كرداغ فايزة

هدروق رشيدة

لجنة المناقشة

الصفة	اسم و اللقب	عن الجامعة
رئيسا	صفاح أمال	جامعة مستغانم
مقرر / مشرفا	العماري بوجمعة	جامعة مستغانم
مناقشا	دحو مصطفى الشيخ	جامعة مستغانم

السنة الجامعية: 2021-2022

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس
قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص علاقات عامة



تحت عنوان:

أهمية العلاقات العامة في الإذاعة المحلية
- دراسة ميدانية بالإذاعة المحلية بمستغانم -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال - علاقات عامة -

تحت إشراف الأستاذ :

العماري بوجمعة

من إعداد الطالبتين :

بن كرداغ فايذة

هدروق رشيدة

لجنة المناقشة

الصفة	اسم و اللقب	الرتبة	عن الجامعة
رئيسا			جامعة مستغانم
مقرر/ مشرفا			جامعة مستغانم
مناقشا			جامعة مستغانم

السنة الجامعية: 2021-2022

شكر وإهداء :

بعد جهدٍ وعناء جاء وقت الإهداء ، إذ أهذي هذا العمل

المتواضع إلى :

*من أوصاني بهما ربي برا وإحسانا .

* إلى من حملتني وهنا على وهن .

* إلى من يبعث في البيت روحا ويوقد فيه أنوارا .

* إلى من أمضيت معهم مر الحياة وحلوها إخوتي وأخواتي .

* إلى رفقاء الدراسة .

* فإننا نتقدم بجزيل الشكر إلى كل من ساهم معنا من قريب أو بعيد

في إتمام هذا البحث بالأخص إلى الأستاذ "العماري بوجمعة " الذي لم

يبخل علينا بتوجيهاته طوال كل الفترة

ملخص :

* هدفت دراستنا إلى معرفة أهمية العلاقات العامة في الإذاعة المحلية لمستغانم ، حيث تطرقنا في دراستنا إلى التعرف على العلاقات العامة و الإذاعة فكانت إشكالية دراستنا كالتالي :

" فيما تكمن أهمية العلاقات العامة في الإذاعة الجهوية ؟ " .

واعتمدنا في الدراسة على المنهج الوصفي والمقابلة كأداة لجمع المعطيات والبيانات ، حيث شملت العينة 11 موظف . وتوصلنا من خلال دراستنا إلى النتائج التالية :

- للعلاقات العامة أهمية ومكانة كبيرة تحظى بها ، إلا أنهم لا يملكون فرع خاص بها .
- أن المكلفون بنشاط العلاقات العامة هم موظفون في مصالح أخرى .
- تعتمد المؤسسة على كل الوسائل التكنولوجية الحديثة .

الكلمات المفتاحية :

العلاقات العامة- الإذاعة المحلية- الإذاعة الجهوية

Summary:

Our study was aimed at knowing the importance of public relations in Westganem's local radio, where in our study we addressed the identification of public relations and radio. Our study was problematic as follows: "What is the importance of public relations in regional radio. " ?

In the study, we relied on the descriptive and interview curriculum as a data and data collection tool, with the sample comprising 11 staff members. Through our study, we have reached the following results:

-Public relations are of great importance and place, but they do not have their own branch.

-Those responsible for public relations activity are employees of other interests.

-The enterprise depends on all modern technological means.

Keywords:

Public Relations - Local Radio- Regional Radio

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	المحتويات
	الشكر و التقدير
	الإهداء
	ملخص باللغة العربية و الانجليزية
الإطار المنهجي	
أ	مقدمة
01	الإشكالية
03	فرضيات الدراسة
03	منهج الدراسة وأدواته
05	المصطلحات والكلمات المفتاحية
07	مجالات الدراسة
07	الدراسات السابقة
11	صعوبات الدراسة
الإطار النظري	
الفصل الأول: مدخل إلى العلاقات العامة	
14	تمهيد
15	تعريف العلاقات العامة
27	نشأة العلاقات العامة
30	أهمية العلاقات العامة
34	أهداف العلاقات العامة
38	خصائص العلاقات العامة
41	مبادئ العلاقات العامة
44	وظائف العلاقات العامة
47	المشتغلون بالعلاقات العامة

48	أخصائي العلاقات العامة
الفصل الثاني: مدخل إلى الإذاعة المحلية	
51	تمهيد
52	تعريف الإذاعة
53	تعريف الإذاعة المحلية
55	نشأة الإذاعة
55	الإذاعة في العالم العربي
57	الإذاعة في الجزائر
58	الإذاعة المحلية في الجزائر
59	أهمية الإذاعة
61	أهداف الإذاعة المحلية
63	خصائص الإذاعة المحلية
65	أنواع الإذاعات
67	وظائف الإذاعة المحلية
70	أهمية العلاقات العامة في الإذاعة المحلية
الجانب التطبيقي	
74	التعريف بالمؤسسة
74	الطابع القانوني
74	لمحة عن إذاعة مستغانم
77	الهيكل التنظيمي لإذاعة مستغانم
78	الدراسة التحليلية

83	نتائج المقابلة
84	نتائج الملاحظة
85	النتائج العامة
86	الاقتراحات والتوصيات
88	الخاتمة
	قائمة المصادر و المراجع
	الملاحق

الاطار المنهجي

تعتبر العلاقات العامة في وقتنا جزء لا يتجزأ من نشاط المؤسسة الإعلامية ، ونظرا لكافة الأدوار والمهام والوظائف التي تقوم بها أصبحت وظيفة حيوية ومهمة من وظائف المؤسسة الإذاعية تستلزم الإهتمام بها وإعطائها مكانة هامة داخلها ، وبالمقابل نجد أن ممارسة أنشطة العلاقات العامة تزيد في رسم سياسات وإستراتيجيات المؤسسة الإذاعية وإرتفاع مكانتها داخل الجمهور المحلي .

تعد الإذاعة واحدة من أبرز وسائل الإعلام الجماهيري وأكثرها تأثيرا رغم المنافسة الشديدة التي تعرضها عليها وسائل الإعلام الأخرى ، فلقد تربعت الإذاعة على عرش وسائل الإعلام الجماهيري بإعتبارها الوسيلة الأكثر تأثيرا وشعبية وإنتشارا ، لكن العديد من متغيرات العصر بدأت تنافسها وتهز مكانتها ، وكان من الممكن أن تختفي الإذاعة من حياتنا أمام ضغط متغيرات العصر الذي خلفها ذلك التقدم التكنولوجي المذهل في مختلف المجالات ، وعلى رأسها مجال الإتصال ، ومع ذلك فقد إستطاعت الإذاعة الصمود والتحدي الذي ترفعه دائما الإذاعة في وجه الوسائل الأخرى المنافسة .

فموضوع دراستنا هو أهمية العلاقات العامة في الإذاعة المحلية بمستغانم وتكمن أهمية دراستنا فيما يلي :

التعرف على مكانة العلاقات العامة في الإذاعة ومدى مساهمتها في صناعة القرار وتعزيز الثقة مع جماهيرها .

تعتبر العلاقات العامة الرابط القوي بين المؤسسة وجماهيرها بإعتبار أن العلاقات العامة مادة ووظيفة إتصالية وأساسية موجودة في كافة المؤسسات الأمر الذي يتطلب جهاز خاص بالعلاقات العامة لتنظيم كافة مهامها وتحسين صورتها وربطها بجماهيرها الداخلي مع أن العلاقات العامة لها دورا أساسيا في المؤسسات إلا أنها مهمشة .

وهناك عدة أهداف رئيسية لتحقيق دراستنا وهي كيفية استخدام العلاقات العامة في الإذاعة على الجمهور والكشف على مدى وعي الموظفين بجهاز العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة ولا بد أن تكون أسباب وجهتنا إلى الإذاعة المحلية واختيار هذا الموضوع فالسبب هو قربنا من منطقة الدراسة مما يسهل علينا الدراسة وأيضا الفضول لمعرفة أهمية العلاقات العامة في إذاعتنا المحلية لمستغانم والسبب الثاني هو توفر الكم الهائل من المراجع في مجال العلاقات العامة التي تمكننا من إنجاز دراستنا وقرب موضوعنا في مجال تخصصنا والسبب المهم والرئيسي هو معرفة المكانة التي تحتلها العلاقات العامة في الإذاعة المحلية بمستغانم وعليه فإن دراستنا تقسمت إلى ثلاث فصول :

الفصل الأول : الذي كان معنون بماهية العلاقات العامة وتفرع إلى أربعة مباحث ، المبحث الأول تعريف العلاقات العامة ونشأتها المبحث الثاني حول أهمية وأهداف العلاقات العامة ، والمبحث الثالث حول خصائص العلاقات العامة ومبادئها أما المبحث الرابع فقد كان يتكلم حول وظائف العلاقات العامة .

الفصل الثاني : بماهية الإذاعة المحلية وتفرع إلى أربعة مباحث أيضا ، المبحث الأول حول تعريف الإذاعة ونشأتها والمبحث الثاني حول أهمية وأهداف الإذاعة ، المبحث الثالث حول خصائص الإذاعة وأنواعها ، أما المبحث الرابع فكان حول وظائف الإذاعة .

الفصل الثالث : كان الفصل الثالث والأخير حول الجانب التطبيقي الذي كانت فيه الدراسة الميدانية في إذاعة مستغانم حيث تكلمنا فيه عن المؤسسة والمهام التي تعمل عليها وعنوانها وأنواع البرامج التي تبثها والطابع القانوني ، تحليل المقابلات ونتائجها .

الإشكالية :

تعتبر العلاقات العامة ظاهرة إجتماعية عرفها الإنسان منذ أن عرف الحياة داخل المجتمع الإنساني ، ألا وهي حب الإلتقاء بالآخرين والتعرف بهم والتعايش معهم ثم يحاول التأثير على الجماعة ويغير من سلوكها بالقدر الذي يخدم مصالحه حيث تعتبر أيضا علم وفن إتصال يهدف إلى تحقيق التفاهم المتبادل بين الناس عن طريق تعميق الفهم والمعرفة والتوعية لبناء المستقبل ، ولقد إستخدمت العلاقات العامة بمعناها الحديث و اعتبرت سمات المجتمعات المتقدمة والمتحضرة وأسلوبا للعمل المنظم البناء ومن هنا كان الفهم الصحيح والتطبيق العلمي لها هو مفتاح لأي بناء أو تنظيم إجتماعي كان ، أصبحت العلاقات العامة نشاطا تتزايد فعاليته في حياة المؤسسات و باتت أهميتها كمنشأ إداري وإعلامي يساهم في نجاح المؤسسات والمنظمات ، تركز إستراتيجية العلاقات العامة على كسب أكبر عدد من الجمهور ومن أجل إعطاء صورة للمؤسسة يجب على إدارة العلاقات العامة وضع إستراتيجية على المدى الطويل تراعي فيه مختلف التغيرات .

تعتبر العلاقات العامة وسيلة إتصالية جماهيرية فهي وسيلة تتمتع بالقدرة على التغطية الجغرافية الواسعة للإرسال الإذاعي ، وتتخطى حاجزي الفقر والامية حيث لا تشترط مستوى تعليميا معيناً في من يتابع برامجها كما أنها رخيصة الثمن مقارنة بوسائل الإتصال الأخرى ويمكن حمل جهاز الإستقبال الإذاعي إلى أي مكان يغادر إليه الإنسان ويتم توظيفها بشكل جيد لخدمة عمليتي التعليم والتنمية ، ومن خصائص الإذاعة منها السرعة الفائقة التي تنتقل بها من مصدر المادة الإذاعية إلى أذن المستمع متخطية حواجز المسافات والحدود الأمنية ، رغم أن منافسها قوي وهو التلفزيون . إلا أنها رسخت مكانتها في المجتمع والوسائل الإعلامية إذا لم يعد هنالك إمكانية إستغناء بعض الجماهير عنها وعن مختلف خدماتها التي تقدمها لهم ، وعليه فإن إذاعة مستغانم الجهوية لعبت دورا أساسيا على جمهورها ومعرفة مختلف رغباته والمواضيع التي يريد من الإذاعة بثها وطرحها عبر مختلف برامجها لإدراك المجتمع المحلي

للمشاكل التي تحيط به والحلول التي يمكن أن يقترحها بخصوصها ، وبهذا غيرت الإذاعة المحلية بمستغانم أساليبها وممارساتها الإدارية والإعلامية والاتصالية التي تهتم بتأثير على سلوكيات الجمهور .

لا تستطيع أي مؤسسة تحقيق النجاح والإستمرار واكتساب تأييد الجمهور إذا إكتفت بالعمل فقط على جودة الإنتاج ورفع مستوى الخدمات وخفض الأسعار ، ولم تسع في الوقت نفسه إلى العمل على توفير نوع من العلاقات العامة بنقل الصورة الصادقة والحقيقية عن المنشأة إلى الجماهير المتصلة بها حيث يتم من خلال تنظيم متخصص داخل المؤسسة نفسها تكون مهمته الأولى تخطيط العلاقات العامة مع الجمهور ، فلقد أثبتت الدراسات والبحوث أن الأموال التي تصرف على العلاقات العامة تعود بفائدة كبيرة تفوق مرات كثيرة ما أنفق على وسائل أخرى .

لذلك تلجأ المؤسسات إلى إنشاء أقسام وإدارات داخلها تتخصص في العلاقات العامة وتستخدم فيها الخبراء المتخصصين في العلاقات العامة ، وتوفر لهم الإمكانيات والأدوات والمعدات والرسائل والأموال التي تضمن لهذه الأقسام القيام بإدارة وظائفها وأداء دورها بكفاءة ونجاح . ومن هنا نطرح الإشكال التالي :

- فيما تكمن أهمية العلاقات العامة في إذاعة مستغانم الجهوية ؟

ومن هذا الإشكال يمكننا طرح بعض الأسئلة التالية :

* ماهي المكانة التي تحظى بها العلاقات العامة في الإذاعة .

* من هم المكلفون بنشاط العلاقات العامة في المؤسسة ومدى أهميتها .

* ما هي أهم وسائل الإتصال التي يستخدمها القائمون بالعلاقات العامة على مستوى

الإذاعة؟

فرضيات الدراسة :

تعقب الفرضيات دورا أساسيا في توجيه البحث وإبعاده عن العموميات . وفيما سبق ذكره إختارنا مجموعة من الفرضيات :

1. تحتل العلاقات العامة في الإذاعة مكانة هامة .
2. المكلف بنشاط العلاقات العامة هو المسؤول عن المؤسسة .
3. تتنوع الوسائل الإتصالية المستخدمة على مستوى إذاعة مستغانم

منهج البحث :

من أجل الوصول إلى فهم إي ظاهرة فلا بد من اللجوء إلى طرق متعددة وبالتالي منهجيات متعددة ، ولكن الموضوع لا يستلزم بالضرورة إستخدام كل مناهج البحث إنما يجب إختيار منهاجا واحدا فقط يسمح لنا بفهم أحسن الظاهرة المطروحة .

فالمنهج المطلوب هنا هو المنهج الوصفي لأنه يهتم بدراسة الظاهرة والأحداث ، كما هي من حيث خصائصها وأشكالها والعوامل المؤثرو في ذلك فهو يدرس حاضر الظواهر والأحداث عن طريق توصيفها ، والعلاقات التي أدت إلى هذه الظواهر والأحداث ، وكذلك تحديد العلاقات مع بعضها ، والعوامل الخارجية المؤثرة بها .¹

الأدوات المستخدمة في بحثنا هي :

الملاحظة : من أقدم وسائل جمع البيانات والمعلومات إستخدمت لتعرف الظواهر والأحداث بشكل عام، وفي العلوم الإجتماعية بشكل خاص .وتعد أحد الوسائل المتعلقة بجمع البيانات والمعلومات، عن السلوكيات العقلية والمشاعر والمواقف والإتجاهات بالنسبة للفرد ، ولها طبيعة خاصة لأنها تؤدي إلى معلومات لا يمكن للوسائل الأخرى الحصول عليها، مثل دراسة سلوك

¹ د.كمال دلشي ، منهجية البحث العلمي ، 2016 ، ص 61

أحد العمال ،ومراقبة إنتاجية الإنتاج، فالملاحظة عبارة عن تفاعل وتبادل بيانات بين الباحث والمبحوث بفرض جمع البيانات، المعلومات المحددة حول موضوع معين .

إستنادا لما سبق تعرف الملاحظة : بأنها عملية مراقبة لسلوك الظواهر والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية ومتابعة سيرها وإتجاهها ، وعلاقتها بأسلوب علمي منظم ومخطط وهادف بقصد تفسير العلاقة بين المكونات ، والتنبؤ بسلوك الظاهر أو الحدث وتوجيهها لخدمة أغراض الإنسان وتلبية متطلباته .¹

المقابلة: هي عبارة عن حوار يدور بين الباحث والشخص الذي تتم مقابله ، ولكي تحقق المقابلة الهدف المرجو منها يجب أن تقوم علاقة وئام وود بين الباحث والشخص الذي تتم مقابله ، وهذا المعنى تعتبر المقابلة إستبانة شفوية .إذا المقابلة هي لقاء بين الباحث الذي يقوم بطرح مجموعة من الأسئلة حول موضوع معين ، على أشخاص محددين وجها لوجه وبنفسه يقوم بتدوين الإجابات على الأسئلة .

وتهدف المقابلة بشكل أساسي إلة الحصول على البيانات والمعلومات التي يريد من الباحث الوصول إليها ، ومن أشخاص موضوع المقابلة والتعرف على ملامح وتصرفات الأشخاص .²

لدراسة ظاهرة ما لا بد من توافر البيانات والمعلومات الضرورية عن المشكلة المدروسة لتساعد الباحث في الوصول إلى نتائج علمية حقيقية ، لهذا يجب على الباحث حصر بحثه على عينة مميزة وتمثل مجتمع المشكلة المدروسة ، وأسلوب إختيارها من مجتمع الدراسة والإجراءات الخاصة بإختيارها والمنطق الذي يكمن وراء كل منها والعوامل التي تحدد الوحدات التجريبية المشمولة في الدراسة وبعض الأمور التي يجب أن تؤخذ بالإعتبار عند إختيار العينات سيساعد في في تحديد الأسلوب العلمي الأمثل لدراسة مجتمع الدراسة .

¹ المرجع نفسه ، ص 89

² د.كمال دلشي ، منهجية البحث العلمي ، نفس المرجع السابق ، ص 93

العينة : هي طريقة لجمع البيانات والمعلومات من وعي عناصر وحالات محددة يتم إختيارها بأسلوب معين من جميع عناصر المشكلة المدروسة رأي مجتمع الدراسة بما يخدم الوصول على النتائج العلمية .¹

إعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية فهي تعتبر أحد أنواع البحث العلمي فهي طريقة مغايرة غير العينات الأخرى تعتمد على إختيار الباحث غير العينة العشوائية ، ويتم تنفيذها عن طريق الملاحظة .

المصطلحات والكلمات المفتاحية للبحث :

يعتبر تحديد المفاهيم من الخطوات الضرورية لنجاح أي بحث علمي وخاصة في العلوم الإنسانية والإجتماعية .

أهمية : عنصر الأهمية في الخبر هو ناتج عم إتحاد مجموعة من العناصر الأخرى ، فاتحاد عنصر الشهرة مع عنصر الضخامة قد يؤدي إلى خلق عنصر جديد هو عنصر الأهمية ، كذلك فإن إتحاد عنصر المصلحة مع عنصر التوقع أو النتائج مع عنصر الصراع قد يؤدي إلى خلق عنصر رابع هو عنصر الأهمية .

علاقة : هي عملية إتصال أو رغبة من شخص مرسل تتلقى الإستجابة من الشخص المستقبل .²
عامة : وتعني الجمهور الناس ، وتشمل العلاقات هنا كل عمليات التفاعل مع الجمهور في المجتمع .³

علاقات عامة : توجد داخل كل مؤسسة مصلحة متخصصة مكلفة بوضع سياسة إتصال دائمة تقوم على أساس الإتصال الاشخصي بكل الأفراد العاملين بها ، لكسب ثقتهم والحصول

³ المرجع نفسه ، ص 129 - 130

² د.محمد جمال الفار ، المعجم الإعلامي ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط 1 ، 2010 ، ص 40 - 226

³ حاج أحمد كريمة ، العلاقات العامة داخل المؤسسة دراسة حالة مؤسسة الصناعات النسيجية ، شهادة ماجستير في الإعلام والإتصال ، جامعة وهران ، 2009 - 2010 ، ص 15

على تأييدهم . كما تقوم مصلحة العلاقات العامة بالإتصال بوسائل الإعلام ونشر معلومات صحيحة عن المؤسسة حتى يتحقق التفاهم والتوافق بين تلك المؤسسة والرأي العام .

إذاعة : هي تقنية الإتصال عن بعد تمكن من بث الإشارات عن طريق محطات أرضية هرتزية ، ويمكن أن تحمل هذه الإشارات رسائل صوتية (إذاعة مسموعة) أو صور متحركة ناطقة (إذاعة مرئية) . يمكن البث عن بعد للبرامج الإذاعية والتلفزيونية عن طريق أقمار البث التلفزيوني المباشر *satellites de television directe* ¹.

وهي مصطلح يعني البث المنظم للأخبار والبرامج والأغاني والتمثيلات والموسيقى ، وأي مواد إعلامي أخرى موجهة إلى الجمهور العام، وإستقبال ذلك جماهيريا وعاما بواسطة أجهزة إستقبال راديو ².

الإذاعة المحلية : الإذاعة المحلية هي جهاز إعلامي ، موجه إلى مجتمع محلي محدود العدد ، متناسق من الناحية الإجتماعية والثقافية ، فالإذاعة المحلية هي وسيلة إعلام تستخدم لأغراض إجتماعية مختلفة ، بهدف خدمة الفرد المحلي وتلبية حاجاته المختلفة .

الإذاعة المحلية جهازا إعلامي ، موجه بالدرجة الاولى على جمهور المجتمع المحلي وتكون ملتزمة بطابع ونوعية ذلك المجتمع إلى جانب واجبها العام في التعليم، والتثقيف، والترفيه ³.

التعريف الإجرائي :

العلاقات العامة : هي أفعال وجهود تقدمها المؤسسة من خدمات للجمهور الخارجي والداخلي وتفسير ونشر المعلومات اللازمة مشروحة ومفسرة إلى الجمهور . فنتمكن أهميتها في كسب ثقة الجماهير والحصول على رضاه .

¹ د محمد إبراهيم ،المبرق قاموس موضوعي للعلاقات العامة ،فرنسي ، عربي ، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية ، 2004 ص 292 - 574

² د.محمد جمال الفار ، المعجم الإعلامي ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط 1 ن، 2010 ، ص 16

³ بن عزة فاطمة الزهراء ، الإذاعة المحلية ودورها في تحديد توجهات الرأي العام ، شهادة دكتوراه في علم إجتماع الإتصال ، جامعة تلمسان ، 2016 - 2017 ، ص 27 - 28

الإذاعة المحلية : هي وسيلة من وسائل الإتصال الجماهيري، تخص المجتمع المحلي والثقافة المحلية ، تعمل على نشر الأخبار والمعلومات والمعارف لكافة أفراد المجتمع .

مجالات الدراسة :

تتمثل مجالات الدراسة في ثلاث عوامل رئيسية : العامل الزمني والمكاني والبشري

المجال المكاني : كانت دراستنا في إذاعة مستغانم الجهوية التي تقع في بلدية مستغانم تبعد عن مقر الولاية ب 3 كيلومتر .

المجال الزمني : كانت مدة دراستنا الميدانية إستغرقت حوالي بدأت من اليوم 29 مارس 2021 إلى غاية 10 أبريل 2021 .

المجال البشري : أجرينا بحثانا مع مقابلة ل 11 صحفي مختلفي العمل والمهام تمثلت في (صحفيين ومنتشطين وتخصص السمي البصري وقسم الإنتاج وقسم الأخبار).

الدراسات السابقة :

*الدراسة الأولى : لإسلام أحمد البرايصة ، رسالة مقدمة لإستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير ، كلية الإعلام جامعة البترا 2014 – 2015 ، بعنوان دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية للشركات – شركة الشرق العربي للتأمين نموذجا .

* هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الإستراتيجيات والجهود التي تتبعها دائرة العلاقات العامة لتكوين الصورة الذهنية عن المنظمة في شركة الشرق العربي للتأمين ومعرفة أبرز المهام التي يقوم بها موظف العلاقات العامة .وماهي وسائل الإتصال المستخدمة وما مدى تأهيل موظف العلاقات العامة للمساهمة في بناء الصورة الذهنية والتعرف على مدى التعاون والتنسيق بين إدارة العلاقات العامة والأقسام الأخرى .

حيث كانت إشكالية الدراسة كما يلي :

- كيف تساهم العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية أو تحسينها للشركات ؟ بشركة الشرق العربي للتأمين .

و اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ، و استخدمت إستمارة الإستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات عن الشركة ، وتكونت عينة الدراسة من 100 مفردة من العاملين في شركة الشرق العربي للتأمين في الدوائر المختلفة للشركة .

النتائج المتوصل إليها في الدراسة :

1 - أظهرت نتائج الدراسة أن إستراتيجيات التي تتبعها دائرة العلاقات العامة لتحسين الصورة الذهنية للشركة ، جاءت بتقديم مرتفع في حين جاءت الفقرة التي تنص على أن تكون دائرة العلاقات العامة قريبة من صنع القرار بالمنظمة جاءت بتقدير متوسط .

2 - أهم وسائل الإتصال التي يتم إستخدامها في الشركة هي : التقارير السنوية والدورية وخدمة الرسائل النصية والمجالات الخاصة بالشركة والإجتماعات .

3 - إلتزام موظف العلاقات العامة بإعطاء صورة إيجابية عن الشركة حيث إحتلت المرتبة الأولى ، كما أن هناك صفات لا بد أن يتميز بها موظف العلاقات العامة أهمها الثقافة العالية وسرعة البديهة .

*الدراسة الثانية : كانت الدراسة لطاهري لخضر بعنوان واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها للمشكلات الإجتماعية ، إذاعة الجلفة المحلية نموذجا ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الإجتماع تخصص علم الإجتماع والإتصال والعلاقات العامة .

للإذاعة والإذاعات المحلية خاصة وظيفة إجتماعية هامة في المجتمعات التي لا يخلو أي مجتمع منها من قضايا ومشكلات إجتماعية صاحبت التغير الإجتماعي ، ومن خلال هذا البحث الذي بحث في الوظيفة الإجتماعية للإذاعة المتعلقة بالمشكلات الإجتماعية عامة

والطلاق والبطالة والأمية ، وهو بحث يبحث في علاقة الإذاعة المحلية بالمجتمع وإهتمامته الإجتماعية، وقد تبين أن علاقة المجتمع بالإذاعة علاقة وطيدة لم تقلل منها الوسائل الإعلامية الأخرى كالتلفزيون والفضائيات، فالإهتمام بالمشكلات الإجتماعية هو الإهتمام بالمجتمع تلبية لحاجة من أهم إحتياجاته .

ولقد تمت هذه الدراسة بطرح الإشكال التالي : كيف تهتم إذاعة الجلفة المحلية ب

معالجة مشكلات : الطلاق والبطالة والأمية ؟ وكيف تلبى حاجات المستمعين في ذلك ؟

ومن هذا الإشكال تطرق الباحث إلى عدة أسئلة نذكر منها :

1. كيف تلبى إذاعة الجلفة إحتياجات المستمعين من البرامج المختلفة في شبكتها البرمجية ؟
2. كيف تلبى إحتياجات المستمعين من حيث البرامج ، ودوريتها ، وزمنها ، وفترات بثها ؟
3. ما هي أهم المشكلات الإجتماعية التي إهتمت بها إذاعة الجلفة المحلية في البرامج الإجتماعية ؟

وللإكمال هذه الدراسة إعتد الباحث على المنهج الوصفي ، هو منهج علمي يقوم أساسا على وصف الظاهرة أو الموضوع محل البحث والدراسة ومحاولة الوقوف على أدق جزئياته وتفاصيله .

والمنهج الثاني هو تحليل المضمون حيث يسعى عن طريق المقارنة الكمية المنهجية للمضمون الظاهر للمواد الإتصالية في الحصول على إستدلالات كيفية أما التقنيات المستعملة هي إستمارة تحليل المضمون وقد تم إختيار العينة بطريقة عشوائية .

النتائج المتوصل إليها :

- 1 - إذاعة الجلفة قد وزعت برامجها توزيعا متناسقا حسب الفترات وعلى أيام الأسبوع .
- 2 - إهتمام إذاعة الجلفة بالمشكلات الإجتماعية منبعه بإهتمام المستمعين ، حيث أن الإتصالات الهاتفية خلال الحصص الإجتماعية المعنية بالمشكلات الإجتماعية تنطلق في إهتمامها ومعالجتها للمشكلات من تساؤلات المستمعين المتصلين .

3 - اللغة المستعملة في إذاعة الجلفة لمعالجة المشكلات الإجتماعية هي اللغة العربية مزيج بين الفصحى والعامية .

*أما الدراسة الثالثة فكانت ل : بن عزة فاطمة الزهراء ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه L M D في علم إجتماع الإتصال ، جامعة أبي بكر بلقايد ، وهران ، 2016-2017 ، بعنوان الإذاعة المحلية ودورها في تحديد توجهات الرأي العام.

تناولت هذه الدراسة محاولة الكشف عن دور الإذاعة المحلية كجهاز إعلامي مؤثر في توجهات الرأي العام المحلي من خلال لعبها الدور الإيجابي عن طريق إيداع معلومات ذات مصداقية إعلامية من شأنها تنوير الرأي العام المحلي وخلق نوع من التفاعل الإجتماعي بين الأفراد لتنميطك ثقافة الحوار والنقاش وإتاحة الفرصة للفرد المحلي في المشاركة وإتخاذ المواقف والقرارات على أسس صحيحة أو سليمة .

وكانت إشكالية الدراسة على النحو التالي : هل للإذاعة المحلية دور في تحديد توجهات الرأي العام ؟

وتفرعت إشكالية هذه الدراسة إلى بعض التساؤلات نذكر بعض منها :

1. هل تؤثر الإذاعة المحلية على توجهات الرأي العام ؟ ما طبيعة هذا التأثير؟ هل فعلا تساهم الإذاعة في تكوين رأي عام ، وما طبيعة هذا الرأي ؟
2. ما هو إنطباع المستمع المحلي لمضامين إذاعته المحلية ؟
3. ما طبيعة المعلومات المذاعة على أثر الإذاعة المحلية من وجهة نظر المستمع؟

إعتمدت الباحثة في تحليل دراستها على البحث الوظيفي الذي ينظر إلى المجتمع ككل يضم مجموعة من الأجزاء تربطها علاقات تفاعل فيما بينها فالمنهج الوظيفي هو الوظيفي هو الأقرب لفهم وظيفة الإذاعة المحلية في المجتمع أما عينة الدراسة فقد تم إختيارالعينة النمطية وهي إنتقاء عناصر مثالية من مجتمع البحث حيث يتم إختيار عينة الدراسة بشكل غير عشوائي . وبالتالي فعينة الدراسة هي المستمعين للإذاعة المحلية لمدينة تلمسان ومستغانم ،

وكان السبب وجود بعض العناصر من مجتمع الدراسة لا تتوفر لديهم المعلومات المطلوبة والكافية فيما إذا تم إختيار عينة البحث عشوائية .

لخصت الدراسة في النتائج التالية :

1 - تسعى الإذاعة المحلية إلى تقديم النصائح والإرشادات والمساهمة في عرض إهتمامات وإِشغالات الأفراد من خلال البرامج المعتمدة والمضامين المتنوعة .

2 - أصبحت الإذاعة المحلية اليوم تشكل قوة إعلامية لا يستهان بها في بلورة وخلق الآراء والإِتجاهات .

3 - للإذاعة دور هام في التنقيف والتعليم إلا أن هذا لا يلغي لعبها السلبي ، إذ تعتمد في كثير من المعالجة السطحية ةالتغطية الغير الموضوعية .

صعوبات البحث :

كأي بحث مثل ما لديه الأهمية والأهداف لديه أيضا صعوبات سواء منهجية أو ميدانية أو معرفية فكانت من بين هذ الصعوبات التي واجهتنا هي :

1. عدم وجود مكلف بالعلاقات العامة في المؤسسة الإذاعية مما جعلنا نلقى صعوبة في إجابة بعض الأسئلة .

2. عدم وجود بعض المراجع حول الإذاعة .

3. نقص الدراسات السابقة في المكتبة العامة للجامعة .

4. كانت فترة الدراسة الميدانية قصيرة حيث لم يكن يوجد كل الموظفين ومن بينهم المديرية .

الإطار النظري

الفصل الأول : مدخل عام للعلاقات العامة

تمهيد

- 1- تعريف العلاقات العامة
- 2- نشأة العلاقات العامة
- 3- أهمية العلاقات العامة
- 4- أهداف العلاقات العامة
- 5- خصائص العلاقات العامة
- 6- مبادئ العلاقات العامة
- 7- وظائف العلاقات العامة
- 8- المشتغلون بالعلاقات العامة
- 9- أخصائي العلاقات العامة

تمهيد :

لم تعد العلاقات العامة علما وفنا من علوم وفنون العلوم الحديثة فحسب ، بل انها أحد فنون الإتصال الحديثة تسعى إلى أن ترضي كل شخص سواء داخل المؤسسة أو خارجها عن طريق الإقناع ، فالعلاقات العامة تهدف إلى تحقيقي مجموعة من الصلات التبادلية مع جماهيرها وتعتبر أيضا نشاط إتصالي يهدف إلى توثيق صلة بين المؤسسة والجمهور ، ومن أجل تحقيق ذلك يجب عليها أن تعمل لكي تبرز صورتها في المجتمع .

1- تعريف العلاقات العامة :

تعرفها جمعية العلاقات الأمريكية بأنها نشاط أي صناعة أو إتخاذ أو مهنة أو أي منشأة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور كالعملاء أو الموظفين أو المساهمين أو الجمهور بوجه عام لكي تحول سياستها حسب الظروف المحيطة بها ، وشرح هذه السياسات للمجتمع.

وتعرفها مجلة العلاقات العامة بأن وظيفة الإدارة التي تقوم بتقييم إتجاهات الجمهور وربط سياسات وأعمال فرد أو منشأة بالصالح العام ، وبتقديربرنامجا لكسب تأييد الجمهور وتفهمه. يعرفها معهد العلاقات العامة البريطاني بأنها الجهود الإدارية المرسومة المستمرة التي تهدف إلى إقامة وتدعيم تفاهم متبادل بين أي هيئة وجمهورها .¹

ويرى الباحثون في علم الأنثروبولوجيا أن العلاقات العامة علم متأصل في الجماعات الإنسانية القديمة تأصلا عميقا من خلال رغبة قيادات هذه الجماعات في التأثير على الآخرين واستمالتهم إليها ، ومن خلال حرصها على تدوين تعاليمها وقوانينها وأخبارها على أحجار وألواح وورق البردي .

وكلمة Public Relation تعني :

1- فن أو علم إنشاء وتعزيز العلاقات الودية مع العامة .

2- الطرق والوسائل التي بها إنشاء مثل هذه العلاقات .

3- درجة النجاح المحرزة في تحقيق مثل هذه العلاقات .

*وعرفت العلاقات العامة بمفهومها الحديث في أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين ،حيث كانت نتيجة التقدم الصناعي في المجتمعات الغربية وظهور الثورة الصناعية الضخمة التي تعتمد على الإنتاج الكبير،كما تضاعفت أعداد الجماهير التي تتعامل معها هذه المؤسسات الأمر الذي شكل صعوبة على كسب الجماهير العديدة ، حيث حرصوا على كسب

¹ دعلي بن فايز الجحني ، مدخل إلى العلاقات العامة وا لإنسانية ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، ط 1 ، عمان ، 2014،

الجماهير والحصول على رضاهم .واول من يرجع إليه الفضل في ذلك في تلك الفترة هو "إيفي لي" الذي دعا إلى معاملة العاملين معاملة أخلاقية إنسانية منبها إلى ضرورة رعاية مصالح الجماهير الخارجية .¹

- تعريف العلاقات العامة في قاموس أكسفورد: العلاقات العامة هي الفن القائم على أسس علمية أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الإجتماعية والقوانين والأخلاق العامة بالمجتمع .

- الجمعية الدولية للعلاقات العامة : هي وظيفة دائمة ومنظمة تحاول المؤسسة العامة أو الخاصة عن طريقها أن تحقق مع من تتعامل أو يمكن أن تتعامل معهم التفاهم والتأييد والمشاركة ، وفي سبيل هذه الغاية على المؤسسة أن تستقصي إزاءها وأن تكيف معه بقدر الإمكان سياستها وتصرفاتها وأن تصل عن طريق تطبيقها لبرامج الإعلام الشامل إلى تعاون فعال يؤدي إلى تحقيق جميع المصالح المشتركة .²

- أما الشركة المهنية لمستشاري العلاقات العامة فقد تم تعريفها بانها الجهود التي يبذلها فريق ما لإقامة العلاقات الطيبة واستمرارها بين اعضاءه ، وبين مختلف قطاعات الرأي العام ، ويمكن تحديد عناصر هذا التعريف وفقا لمل يأتي :

1-وجود فريق : ويقصد بالفريق المؤسسات والشركات والإدارات على مختلف أنواعها وإختصاصاتها .

2-الجهود المبذولة :ويقصد بالجهود النشاطات التي يبذلها الفريق لإقامة العلاقات الطيبة واستمرارها .

¹ د.نصر الدين عبد القادر عثمان ،المدخل إلى العلاقات العامة والإعلان ،دار الثقافة للنشر والتوزيع ،ط 1 ، عمان ، 2011، ص 38 - 39

² د.عبد الرزاق محمد الدليمي ، المدخل إلى العلاقات العامة ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ،ط 1 ، عمان ، 2011 ، ص 56

3- إقامة العلاقات الطيبة واستمرارها :وهي العلاقات التي يمكن ان تنشأ بين الإدارة والمؤسسة من جهة وبين الجمهور من جهة أخرى، بوجود الروابط التي تنظم وتحكم نشاط وتصرف كل منها .

4- أطراف العلاقات العامة: إن العلاقات الطيبة تكون بين الإدارة أو المؤسسة وبين موظفيها ومستخدميها من جهة اخرى وبين الإدارة أو المؤسسة وبين سائر المتعاملين والمنتفعين من خدماتها من جهة ثانية .¹

• يعرف نظام الجمعية الفرنسية للعلاقات العامة: بأنها الجهود التي يبذلها فريق ما لإقامة علاقات الثقة واستمرارها بين أعضائه ، وبين الفريق وبين الجماهير المختلفة التي تنتفع بصورة مباشرة أو غيرمباشرة من الخدمات الإقتصادية والإجتماعية التي تحققها المؤسسة .²

يعرف قاموس وبستر الدولي (Webster's New Collegist Dictioneryl) العلاقات العامة بأنها مجموعة من النشاطات من أجل خلق علاقات جيدة وطيبة وسليمة مع الجماهير المختلفة التي تتعامل معها، كجمهور المستهلكين والمستخدمين ، وكذلك الجمهور بوجه عام وذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكتسب رضاه .

ومن التعريفات ما اعتبرت العلاقات العامة جهودا تبذل لكسب الجمهور فقد عرفها "كريستيان " بأنها الجهود التي تبذل للتأثير على الجمهور عن طريق وسائل الإعلام المختلفة، حتى تكون لديها فكرة صحيحة عن المؤسسة فيساندونها في أزماتها ويشجعونها في نشاطها .³

وهي وظيفة ذات صبغة إنسانية تقوم بها الإدارة لتعديل الإتجاهات وتحديد خطط وسياسات المؤسسة وتنفيذ البرامج الهادفة إلى : تحقيق رضا الجمهور الداخلي والخارجي .

هي كافة الجهود الإدارية المخططة والمستمرة لبناء وإدامة وتدعيم التفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها .

¹ د.عبد القادر محمد الدليمي ، المرجع نفسه ، ص 57

² عبد القادر محمد الدليمي ، المدخل إلى العلاقات العامة ، نفس المرجع السابق ، ص58

³ د.فهمي محمد العدوي ، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط 1 ، الأردن ، 2011، ص 17

هي جهد مخطط للتأثير بشكل إيجابي في الرأي العام من خلال الأداء الناضج والسمعة الطيبة والإتصالات التفاعلية ذات الإتجاهين .

هي فن معاملة الناس والفوز بثقتهم ومحبتهم وتأييدهم وذلك لكسب رضاهم من خلال حسن المعاملة الصادرة عن صدق وإيمان بقيمة الإنسان في المجتمع .

هي علم إجتماعي وسلوكي تطبيقي يستهدف بالدرجة الأساس تعزيز وترسيخ ولاء الجمهور للمنظمة¹.

تعرفها دائرة المعارف البريطانية بأنها : عبارة عن مظاهر النشاط المتصلة بتفسير وتحسين الصلة أو العلاقات بين هيئة ما سواء كانت هذه الهيئة ذات شخصية إعتبارية أو ذات صفة فردية أو يملكها فرد واحد وبين جمهور له ارتباط أو إتصال بهذه المؤسسة .

العلاقات العامة هي الجهود التي تبذل للتأثير على الجمهور عن طريق وسائل الإعلام المختلفة حتى يكون لديها فكرة صحيحة عن المؤسسة فيساندوها في أزماتها ، ويشجعونها في نشاطها، ويقال هي العمل على إيجاد وإقامة علاقة طيبة وحسنة بين المنظمة وكل من جماهيرها الداخلية والخارجية تلك العلاقة قائمة على الثقة المتبادلة².

وتعرف في الأجهزة الأمنية بأنها تلك الجهود المخططة والمنظمة المبذولة لتدعيم استمرارية العلاقات الطيبة والحسنة بينها وبين الجماهير الداخلية والخارجية تحقيقاً لرفع مستوى العمل فيها وتلبية أهداف وغايات تخدم المصلحة العامة .

أما عن تعريف العلاقات العامة في الشرطة فتعرف بانها فن إبراز الجهود الصادقة التي تؤديها الشرطة للمجتمع لإقناع الجماهير بمدى أهمية هذه الجهود لحمايتهم وأمنهم جميعاً ولكسب ثقتهم وتعاونهم مع رجال الشرطة .

¹ د. بشير العلاق ، العلاقات العامة في الأزمات ، دار اليازوري للنشر والتوزيع ، الطبعة العربية ، الأردن ، 2009 ، ص

15-14

² د.علي بن فايز الجحني ،مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، ط 1 ، عمان ، 2014 ، ص

20-19

أما جون مارستون هو أستاذ في العلاقات العامة وله محاولات عديدة في بلورة مفهوم العلاقات العامة، فيرى أن العلاقات العامة هي النشاط الإداري الذي يزن تصرفات الجمهور ويحدد السياسات والأعمال التي تتواءم مع رغباته ومصالحه ثم وضع البرامج والأعمال التي تؤدي إلى قبول الجمهور وتفهمه للمؤسسة .

وقد عرفها ميلتون بأنها: الأداء الصادق والإعلام عنه .

وفي تعريف آخر عرفت جمعية العلاقات الدولية (IPRA) بأنها : فن وعلم وتحليل الظواهر والتنبؤ بنتائجها لإرشاد قادة ومديري المؤسسات إلى ما يجب عمله طبقاً لبرامج وأعمال مخططة تساعد على تحقيق مصلحة المؤسسة والجمهور معا .¹

إن محاولة البحث عن أول من استخدم مفهوم العلاقات العامة يعتبر من الوسائل للجدل حيث يرى " Hagi Cook " رئيس المعهد اللندني للعلاقات العامة أن " Thomas Jefferson " ثالث رئيس للولايات المتحدة الأمريكية هو أول من استعمل هذه العبارة سنة 1802م أمام الكونغرس الأمريكي . أما "Verdi" يرى أول من استعمل هذه العبارة هو المحامي " Dorman Eaton " أثناء محاضرة ألقاها في كلية الحقوق بجامعة يال " Yale " سنة 1882م حيث اختار عنواناً لمحاضراته "العلاقات العامة وواجبات المهنة القانونية" .

وذهبت جمعية العلاقات العامة الفرنسية إلى أن العلاقات العامة هي طريقة للسلوك وأسلوب للإعلام والاتصال تهدف إلى إقامة علاقات مفعمة بالثقة والمحافظة عليها بين المنظمة والهيئات المختلفة من الجماهير داخل المؤسسة وخارجها ، التي تتأثر بنشاط تلك المؤسسة .

وعرفها " Ivy Lee " بأنها نقل اتجاهات الرأي العام لإدارة المؤسسة ، ونقل سياستها وأخبارها للرأي العام بصدق وأمانة من أجل كسب ثقة وتأييد الجمهور .²

¹ د. علي بن فايز الجعني ، المرجع نفسه ، ص 20 - 21

² د. نصر الدين عبد القادر عثمان ، المدخل إلى العلاقات العامة والإعلان ، دار الآفاق المشرقة للنشر والتوزيع ، ط 1 ، عمان ، ص 45 - 46

ويرى المعهد البريطاني للعلاقات العامة بأنها إيجاد التفاهم المتبادل بين المؤسسة وأفرادها وأي مجموعة من المجموعات أو الأفراد أو المؤسسات وما ينتج عن هذا التفاهم من إقامة سمعة طيبة وعلاقة مستمرة .

أما جمعية العلاقات العامة الأمريكية فقد عرفت بانها نشاط أي صناعة أو اتحاد أو هيئة أو حكومة أو أي منشأة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور بوجه عام ، لكي تدور من سياستها حسب الظروف المحيطة بها ، وشرح هذه السياسة للمجتمع .

ومن التعريفات الأجنبية يعرفها قاموس " Webster " :

-The deliberate planned and sustained effort to establish and maintain mutual understanding between an organization and its public .

- أنها الجهود الإدارية المرسومة والمستمرة من قبل المنشآت والتي تهدف إلى إقامة وتدعيم التفاهم المتبادل بين المنشأة و جماهيرها .

يبرز في هذا التعريف معنى التخطيط في العلاقات العامة والجهود المرسومة وليس العشوائية ، واستمرار عملية العلاقات العامة ¹ .

عرف إبراهيم إمام العلاقات العامة بأنها العلم الذي يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة علمية موضوعية بغية تنظيم العلاقات الإنسانية على أسس من التعاون والمحبة والوعي . ومن هذا التعريف نرى أن هدف العلاقات العامة هو رعاية العلاقات الإنسانية السليمة في المجتمع وكسب ود الجمهور وضمنن التفاهم بين المؤسسات الإقتصادية والإجتماعية والجماهير من جهة أخرى .

ويعرف القاموس العالمي الجديد " لويستر " العلاقات العامة على النحو التالي :

¹ د.نصر الدين عبد القادر عثمان ، المرجع نفسه ، ص 46 - 47

- 1 - ترويج الإتصال والثقة بين شخص أو مشروع أو هيئة وأشخاص آخرين أو جمهور خاص أو المجتمع بأكمله وذلك من خلال توزيع المعلومات التي تشرح وتفسر وتوضح وإنشاء نوع من العلاقة المتبادلة وتقييم رد الفعل.¹
 - 2- أ- درجة الفهم التي تحقق بين فرد ومنظمة أوهيئة والجمهور .
ب- تطبيق الأساليب والوسائل التي تؤدي إلى تحقيق هذه العلاقة .
 - 3- أ- الفن أو العلم الذي يخلق الفهم المتبادل والثقة .
ب- الافراد الإستشاريين المحترفين الذي توكل إليهم هذه المهمة .
- ويلاحظ أن هذا المفهوم يحدد الأبعاد الرئيسية لوظيفة أخصائي العلاقات العامة ويعبر عن فن أو فلسفة عملية ترشد أو توجه المديرين بدرجة كبيرة أو صغيرة .
- عرفت جمعية العلاقات العامة الأمريكية بأنها نشاط اي صناعة أو إتحاد أو هيئة أو مهنة أو حكومة أوأي منشأة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور كالعلاء أو الموظفين أو المساهمين أو الجمهور بوجه عام لكي تحور من سيايتها حسب الظروف المحيطة بها وشرح هذه السياسة للمجتمع .
- وهذا التعريف كما يلاحظ حدد أن العلاقات العامة لا تقوم بمجرد بناء علاقات سليمة بين الجمهور والمنظمات فقط وإنما تحرص على تدعيم هذه العلاقة واستمرارها ، كما أوضح أن العلاقات العامة تهتم بالجمهور بصفة عامة ، وليس بفئة معينة منه وبين ديمقراطية الإدارة في تحرير سياسة المؤسسة حسب الظروف المحيطة بها وشرح سياسة المؤسسة للمجتمع إنطلاقا من أن المجتمع هو الذي أعطى للمشروع موطنا لنشاطه وبالتالي كان لزاما على الإدارة أن تعمل على مراعاة رغبات أفراد هذا المجتمع وتعمل على تقدمهم ورفاهيتهم.²

¹ د.محمد منير حجاب ، د.سحر محمد وهبي ، المداخل الأساسية للعلاقات العامة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط 1 ، القاهرة، 1995، ص 31

² د.محمد منير حجاب ، د.سحر محمد وهبي ، المرجع نفسه ، ص 31 - 32

وهناك تعريف قدمه إجتماع المكسيك عام 1978م شارك فيه العديد من الجمعيات والمنظمات المختصة بالعلاقات العامة وجاء فيه " العلاقات العامة في ممارستها تعد فنا وعلما إجتماعيا يهدف إلى تحليل الإتجاهات والميول والتنبؤ بنتائجها ، وتقديم المشورة لرؤساء المؤسسات ، وإعداد البرامج وفقا للخطط الموضوعة وتنفيذها خدمة لمصالح المؤسسة والجمهور .

أما معهد العلاقات العامة البريطاني فقد عرفها بأنها : جهود مقصودة ومخططة ودائمة تهدف إلى بناء حالة من الفهم المشترك بين المؤسسة وجمهورها ، والمحافظة عليها .¹
العلاقات العامة هي فلسفة إجتماعية للإدارة تصاغ في شكل سياسات وأفعال تهدف إلى ضمان تحقيق الثقة والفهم المتبادل بين المؤسسة والجمهور المعني من خلال عملية إتصالية متبادلة .²

تعريف بيرنيز " E.L. Bernays " : عرفها من خلال ذكر مهماتها كالتالي :

- 1 - إعلام يعطى للجمهور .
- 2 - إقناع يوجه للجمهور ، حتى يعدل سلوكه وإتجاهاته .
- 3 - مجهود لخلق تكامل بين إتجاهات المنظمة وتصرفاتها من جهة وتصرفات الجمهور وإتجاهاته من جهة أخرى .

تعريف القاموس العالمي الجديد "وبستر" للعلاقات العامة :

يعرفها كما يلي:

- 1 - ترويج الإتصال والثقة بين شخص أو مشروع أو هيئة وأشخاص آخرين ، أو جمهور خاص ، أو المجتمع بأكمله ، وذلك من خلال توزيع المعلومات التي تشرح وتوضح وتنشئ نوعا من العلاقات المتبادلة ، وتقييم رد الفعل.
- 2 - درجة الفهم التي تتحقق بين مؤسسة أو منظمة أو هيئة وبين الجمهور .

¹ د صلاح عبد الرزاق ، مقدمة في العلاقات العامة والإعلام الإسلامي ، ط 1 ، بيروت ، 2010 ، ص 34

² د صلاح عبد الرزاق ، المرجع نفسه ، ص 35

3 - تطبيق الأساليب والوسائل التي تؤدي إلى تحقيق العلاقة بين هيئة أو منظمة وبين الجمهور .

4 - الفن أو العلم المتعلق بخلق الفهم المتبادل والثقة .¹

ويميل الباحث إلى التعريف الذي يرى أن العلاقات العامة ما هي إلا أي جهد تبذله المؤسسة وأي قرار تتخذه وأي سياسة تتبناها وأي رسالة تصدرها أو تستقبلها مادامت تهدف إلى تعزيز التفاهم بين المؤسسة وكل أو بعض جماهيرها .

حيث أنها تؤثر في أفعال وتصرفات وقرارات ورسائل المؤسسة لكي يتحقق لها التكيف مع بيئتها الجماهيرية والمؤسسية والاجتماعية ويؤكد على انها وظيفة إتصالية تربط المؤسسة بالجماهير فتنتقل الرسائل في الإتجاهين بما يحقق تعزيز التفاهم والتعاون بينهما .²

وبعد أن قام د.ريكس هارلو Rex Harlow بدراسة مسحية لتعريفات العلاقات العامة فإنه يشتق منها التعريف الشامل التالي :

هي وظيفة مميزة للإدارة تساعد وتحافظ على خطوط إتصال متبادل وفهم وتعاون بين المؤسسة وجماهيرها وتشمل إدارة المشاكل أو القضايا وتساعد الإدارة في أن تظل على علم بالرأي العام وتستجيب له ، وتحدد وتؤكد مسؤولية العلاقة لخدمة مصلحة الجمهور وتساعد الإدارة في البقاء يقظة للتغيير ، تخدم كنظام تحذير مبكر للمساعدة في توقيع الإتجاهات وتستخدم البحث والصوت وتكنيكات الإتصال الأخلاقية كأدوات رئيسية .

يعرف أرنوف وباسكن " Arnof & Baskan " العلاقات العامة بالتعريف التالي :

هي وظيفة إدارية تساعد في تحديد أهداف المنظمة ، وتسهل التغيير فيها ، ويقوم ممارسوا العلاقات العامة بالإتصال مع الجمهور الداخلي والخارجي لهم صلة ، وذلك لخلق تماسك بين

¹ د.نعيم الطاهر ، د.عبد الجابر تيم ، وسائل الإتصال السياحي ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، ط 1 ، عمان ، 2001 ، ص 15 - 16

² د.علي بن فايز الجحني ، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية ، نفس المرجع السابق ، ص 21 - 22

أهداف المنظمة والتوقعات المجتمعية ويطور ممارسوا العلاقات العامة وينفذون ويقيمون برامج المؤسسات والجماهير.¹

ويعرفها إبراهيم إمام بقوله : نشر المعلومات والافكار والحقائق مشروحة ومفسرة لجماهير المؤسسة وذلك بغية الوصول إلى الإنسجام أو التكيف الإجتماعي بين المؤسسة والجماهير . ويقدم "جيمس شوارتز" تعريفا مختصرا للعلاقات العامة بقوله أنها عملية مستمرة تسعى الإدارة من خلالها المحافظة وتعزيز الفهم والثقة بين الزبائن والمساهمين والمستخدمين وجيران المؤسسة والحكومة والجمهور بشكل عام ، وذلك من خلال التحليل الذاتي والتصويب داخليا و خلال جمع أساليب التعبير خارجيا .²

- 1 - وظيفة إتصالية تعتمد على الإتصال في إتجاهين ، وعملية إدارية مستمرة ومخططة .
- 2 - تعتمد على المعلومات والحقائق وتقوم على الصراحة ولا مجال فيها للخداع أو الكذب أو التضليل .
- 3- نشاط إنساني يرمي إلى تحقيق الرضا والتفاهم والمنفعة المتبادلة بين المؤسسة وجمهورها³ .
- 4 -نشاط إنساني واجتماعي يرمي إلى تحقيق الرضا والتفاهم والمنفعة المتبادلة بين المؤسسة
- 5 - عملية استشرافية مستقبلية ، مردود مستقبلي وليس بالضرورة يكون أني فهي تتجه للغد .
- 6 - تعتمد في ممارسة نشاطها على الأسلوب على الأسلوب العلمي لتحقيق أهدافها عن طريق متخصصين على مستويات مختلفة من المعرفة .
- 7 - إن غاية العلاقات العامة إيجاد التفاهم والثقة بين المؤسسة وجماهيرها للوصول غلى بناء جيدة المؤسسة وهنا يمكننا وصف العلاقات العامة بالمترجم بين المؤسسة والجمهور⁴ .

¹ د.صالح ابو أصبع، العلاقات العامة والإتصال الإنساني، دار الشروق للنشر والتوزيع ، ط 1، الأردن، 2004 ، ص83 - 85

² د.صالح أبو أصبع ، العلاقات العامة والإتصال الإنساني ، نفس المرجع السابق ، ص 84

³ د.حسين محمود هنتيمي ،العلاقات العامة وشبكات التواصل الإجتماعي ،دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط 1 ،الأردن ، 2015

، ص 13 - 14

⁴ د.حسين محمود هنتيمي ، المرجع نفسه ، ص 14

يعرف أحمد كمال وعدلي في كتاب الخدمة الإجتماعية والمجتمع ،العلاقات العامة بأنها عملية لقياس وتحليل الرأي العام لتوصيل رأي الجمهور للمؤسسات من ناحية أو لتوصيل رأي المسؤولين إلى الجمهور من ناحية أخرى ، وهي عملية مستمرة في نشاط المؤسسة .

1 -أن العلاقات العامة عملية لقياس وتوصيل ونشر بيانات ومعلومات من وإلى الجماهير والتنظيمات في مجالات العمل المتعددة .

2 - أن العلاقات العامة عمليات تطبيقية للعلوم والمهن الإجتماعية والتي من بينها مهنة الخدمة الإجتماعية .

3 - أنها تحتاج إلى مختصين على مستويات من التدريب والمهارة المهنية والتطبيقية لتحقيق أهدافها بصورة إيجابية .

4 -أنها وسيلة هامة لتدريب وإعداد الجماهير لتقبل أفكار وآراء جديدة أو للقيام بمسؤوليات مطلوبة في إطار طبيعة وأهداف المهن المختلفة ومن بينها مهنة الخدمة الإجتماعية .

5 - العلاقات العامة في المجتمع المعاصر أصبحت أحد الأنشطة الضرورية في كافة المؤسسات الإنتاجية والخدمية التي تمارس فيها مهنة الخدمة الإجتماعية .¹

وقدم " Nicolas " تعريفا للعلاقات العامة من زاوية تسويقية بقوله : العلاقات العامة هي نشاط تسويقي يدرك المسؤولية الإجتماعية للمؤسسة ويساعدها على تنمية برامج وإنشاء طرق إتصال مزدوجة مع جماهير المؤسسة ، لكي تضمن أن يكون كل منهم راضيا عن سياستها وإجراءاتها .

وقد عرف " Canfield " العلاقات العامة بأنها فلسفة الإدارة ووظيفتها معبرا عنها بالسياسات والأعمال التي تخدم مصالح الجمهور والإتصال به لضمان الفهم والسمعة الحسنة .

¹ د.أنعام حسن أيوب ، د.زاهر عبد القادر جميل ، د.فارس محمد مقداد ، د.مصطفى يوسف ، العلاقات العامة والإتصال في الخدمة الإجتماعية Public Relation In Service Sociability ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، ط 1 ، 2016 ، ص 14-

*العلاقات العامة بهذه التعاريف والمفاهيم تضم كافة الأنشطة الإتصالية الرسمية وغير الرسمية ، التي تمارسها الأجهزة والوسائل عبر القنوات ذات الصبغة الرسمية التي توجهها دولة ما أو يمارسها أفراد الشعب عبر الإتصال المواجهي في علاقاتهم الإجتماعية والثقافية والإقتصادية مع الشعوب الأخرى من خلال الهجرة والتجارة والوفد والزيارات في إطار السياحة والأسفار المختلفة الأغراض .¹

- هي نشاط إتصالي ذو بعد إداري تنظيمي ، يراد به من خلال نقل الأفكار والمشاعر تكوين إنطباعات حسنة إزاء مجموعة أو جماعة أو تنظيم أو شركة من خلال ممارسة جانبي نشاط إتصالي هما :

- التركيز على منتسبي التنظيم بحيث يتكون لديهم كيان من المعلومات عن التنظيم مع نظرة إيجابية .

- توجيه النشاط الإتصالي من قبل التنظيم إلى المجتمع خارج إطار ذلك التنظيم بقصد رسم الإنطباعات الإيجابية .

أو هي نشر المعلومات والآراء والأفكار والحقائق مشروحة ومفسرة إلى جماهير المؤسسة ، وهي جهود مدبرة وصادقة ومستمرة على خطط تهدف إلى تحقيق التفاهم المتبادل بين المؤسسة وجماهيرها ويطلق عليها (الهندسة البشرية) أي تصميم كيفية التعامل مع البشر .

-أو هي إحدى وظائف المؤسسة لتعريف جمهورها الداخلي (الموظفين) وجمهورها الخارجي (الزبائن ، والعملاء) بسياستها وخدماتها من أجل زيادة الفهم والقبول والتعاون بينهما جميعا ، فهي تهدف إلى تقوية الإتصال بين الإدارة والموظفين داخل المؤسسة من جهة وبين المؤسسة والمستفيدين من خدماتها من جهة أخرى .²

* وعلى ضوء التعريفات السابقة يمكننا تعريف العلاقات العامة بأنها :

¹ د.نصر الدين عبد القادر عثمان ، المدخل إلى العلاقات العامة والإعلان ، دار الآفاق المشرقة ، ط 1 ، عمان ، 2011 ، ص 49

² د.محمد جمال الفار ، المعجم الإعلامي ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، ط 1 ، 2010 ، ص 224 - 225

- الجهود الإدارية الخلافة المخططة والمدروسة والمستمرة والهادفة والموجهة لبناء علاقات سليمة ومجدية قائمة على أساس التفاعل والإقناع والإتصال المتبادل بين مؤسسة ما وجمهورها لتحقيق أهداف ومصالح الأطراف المعنية ولتحقيق الإنسجام الإجتماعي والبيئي بينهما عن طريق النشاط الداخلي القائم على النقد الذاتي لتصحيح الأوضاع ، والنشاط الخارجي الذي يشغل جميع وسائل النشر المتاحة لنشر الحقائق والمعلومات والأفكار وشرحها وتفسيرها وتطبيق كافة الأساليب المؤدية لذلك بواسطة أفراد مؤهلين لممارسة أنشطتها المختلفة .¹

2- نشأة العلاقات العامة :

بالرغم من أن العلاقات العامة الحديثة لم تظهر إلا في القرن العشرين إلا أن الباحث في جذور التاريخ يجد أن العلاقات العامة عرفت منذ قديم الزمان ، ففي العصور الأولى لحياة الإنسان إحتاجت القبائل البدائية الإعلام من أجل رعاية مصالحها والحفاظ على بقائها ، وقد كان رئيس القبيلة مناط به حشد الرأي العام عند الحاجة إلى ذلك .

وذلك لأن الإنسان كائن إجتماعي لا يمكن عزله عن الآخرين ، فقد نشأت بينه وبين أفراد المجتمع علاقات مختلفة ومتبادلة ، حيث تبدأ علاقة الفرد بأسرته ثم المجتمع الذي يحيط به ثم نطاق القبيلة وكل ما إتسع نطاق المجتمع تنوعت وزادت علاقاته الإجتماعية .

❖ **العلاقات العامة عند البدائيين :** إذا نظرنا إلى القبائل البدائية وجدنا أنها تحاول دائما إن تتماسك وتتعاون عن طريق التفاهم المشترك والمعروف أن رئيس القبيلة ينتهز مناسبات معينة لإعلام أفراد القبيلة بما يريد أن يعلموه من أخبار الصيد والدفاع والقتال حيث يستعين رئيس القبيلة بالطبيب أو الساحر ، أو يوكل مهام الإعلام إلى رجل زلق اللسان ، أو امرأة قوية البيان أمر الإعلام والشرح والتفسير ، وهكذا يمكن القول بأن وظيفة العلاقات العامة ظهرت في نشاط رؤساء القبائل في بادئ الأمر ثم إتخذت شكلا تخصصيا

¹ د.محمد منير حجاب ، د.سحر محمد وهبي ، المداخل الأساسية للعلاقات العامة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط 1 ،

بعد ذلك ، عندما إستعان رؤساء القبائل بالسحرة والأطباء ومن يجيدون فنون التعبير البدائية من إنشاء وقرع الطبول وغيرها من طرق التواصل .

ولعل الفرق بين العلاقات العامة البدائية والحديثة هو في طريقة إستخدام أدوات العلاقات العامة ، فبينما يستشعر البدائي إتجاهات الرأي العام بالإحساس المبهم ، نجد أن ممارس العلاقات العامة الحديثة يستعمل طرق قياس الرأي العام والإحصاء وإذا كان البدائي يستعمل السحر وقرع الطبول كوسائل الإعلام ، فإن ممارس العلاقات العامة الحديثة يستعمل الصحف والقنوات الفضائية و مواقع الإنترنت و غيرها .

❖ **العلاقات العامة عند قدماء المصريين** : إذا كانت العلاقات العامة هي فن التأثير في نفوس الجماهير بوسائل الإعلام المختلفة بغية تعبئة الشعور وكسب التأييد لصالح شخصية أو قضية أو مؤسسة ، فإن هذا النشاط قد عرفته الحضارة المصرية منذ أقدم عصورها ، فملوك مصر الفرعونية كانوا لا يألون جهدا في وصف المواقع الحربية وعرض الإنتصارات الكبرى وشرح الإصلاحات الكبرى وبيان المواقف المختلفة التي تثير إعجاب الناس وتضمن كسب تأييدهم¹

❖ **العلاقات العامة عند بابل وآشور** : كان لملوك بابل صحف تسجل فيها الحوادث اليومية وتوجه عن طريقها التعليمات وقد كان الملك " حمو رابي " يدعو عماله وموظفين في الأقاليم للحضور إلى بابل في الأعياد والمناسبات وخاصة في عيد حصاد القمح وبيدع أوامره وتعليماته في كافة أنحاء المملكة .

وإستخدم الآشوريون اللوحات الطينية التي تتضمن النشرات المصورة التي تروي حوادث إنتصاراتهم وما فعلته جيوشهم بالأعداء ويعرضونها في قاعاتهم وشوارعهم ، وللآشوريون في هذه النشرات الحجرية أوالطينية سيق آخر ، فهم أول من إبتدع النشرات المصورة ، فكانوا يرقمون إنتصاراتهم وبجانب الرقم يصورون بالألوان صور الأسرى من ملوك ورعايا ، ولا شك أنها تعمل عمل الملصقات واللوحات الإعلانية في يومنا هذا .

¹ د.نصر الدين عبد القادر عثمان ، المدخل إلى العلاقات العامة والإعلان ، دار الآفاق المشرقة للنشر والتوزيع ، ط 1 ، عمان

❖ **العلاقات العامة عند اليونان والرومان** : إمتازت العلاقات العامة في الحضارتين الإغريقية والرومانية بأنها كانت أكثر إنتصارا بالجماهير من العلاقات العامة في الحضارة الشرقية القديمة ، ففي مصر وبابل وآشور وفارس كانت الأضواء تسلط على أعمال الملوك والأمراء والكهنة دون سواهم من أفراد الشعب ، الذي كان لا وزن له في تلك الحضارات الموعلة في التاريخ وكانت الأضواء تسلط عند اليونان والرومان على القادة وأعضاء مجلس الشيوخ والشعراء والفنانين ، وبعد ظهور بعض المبادئ الديمقراطية في المدن اليونانية أخذت العلاقات العامة تتسع شيئاً فشيئاً وخاصة بعد الإهتمام بالإتجاهات السائدة أو ميول الناس وتقاليدهم .

ونجد في العصر الروماني نوعاً جديداً من أنواع الإعلام وهو رسالة المبشرين المسيحيين الأوائل ، وكان يتمثل نشاطهم في الخروج للتبشير بالإنجيل وكانت خطوات متطورة لهل أهمية في تاريخ الإعلام وهو إعلام ديني ، وأيضاً لديهم أساليب أخرى للإعلام وهي القصائد و انتقال الحضارات بين الأقطار المختلفة .

وهكذا كانت العلاقات العامة عند اليونان والرومان تقوم أيضاً بالإتصال بأفراد الشعب حيث توسعوا في أنشطة العلاقات العامة نظراً لإرتفاع ثقافة الشعب ، وكانوا يستخدمون العديد من الوسائل منها القصائد الشعرية مثل أشعارهوميروس والنشرات اليومية عن أعمال مجلس الأشراف لتعريف الشعب بالأحداث اليومية¹ .

❖ **العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية** : إستطاعت الحضارة الإسلامية تطوير العلاقات العامة بفضل الشعراء والكتاب ، إذ عادة ما يصحب الإرشاد الديني في المسجد توجيه إجتماعي وسياسي وكان الفاطميون والشيعة من أشد الناس إتقاناً لفنون الدعوة لمذهبهم ، وابتدع بذلك الفاطمين إقامة الموالد للدعوة لحكمهم ، وكانت المساجد من أفضل الأماكن التي ظهرت فيها العلاقات العامة والإتصالات الطيبة والدعوة إلى الدين الإسلامي .

❖ **العلاقات العامة في العصور الحديثة** : ظهرت العلاقات العامة بإعتبارها نشاطاً مستقلاً مع بداية الثورة الصناعية وما صاحبها من توسع ضخم في العمل والتجارة ، ولكن لم تعرف

¹ د.نصر الدين عبد القادر عثمان ، المدخل إلى العلاقات العامة والإعلان ، نفس المرجع السابق ، ص 19 - 20

العلاقات العامة بمفهومها الحديث إلا في أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين فقد نتج عن هذا التقدم الصناعي في المجتمعات الغربية ظهور المؤسسات الصناعية الضخمة التي تعتمد على الإنتاج الوفير باستخدام آلاف العمال ، وكان أصحاب الشركات المحتكرين ينظرون إلى العمال على أنهم آلات تعمل للإنتاج دون توقف ، وكانوا يتطلعون دائما إلى البحث عن أسلوب جديد لكسب ثقة الجماهير والحصول على رضاها وتأييدها واستخدمت أخصائين للقيام بهذه المهمة وذلك عن طريق استخدام وسائل الإتصال والعلام المختلفة التي تؤثر بطريقة إيجابية في المجتمع وفعالة والتأثير على عقولهم في وقت قصير.¹

❖ **العلاقات العامة في العصور الوسطى :** تسمى هذه الفترة من عمر العلاقات العامة بفترة العصور المظلمة حيث تردت فيها المجتمعات نتيجة الجهل والفساد ، حيث إتصفت بالإنحلال الإقتصادي والإجتماعي وكانت تعاني المجتمعات الأوروبية من ظلم الملوك ، أما العلاقات بين الملوك والعمال والأجراء فتقوم على النظام الإقطاعي البغيض في أبشع صورة .

❖ وبعد الثورة البروسانتنتية التي قام بها "مارتن لوتر" وتحديه لسلطان الكنيسة الكاثوليكية عملت الكنيسة الجديدة على تخريج متعلمين ومتخصصين في الدين والنشر وذلك عن طريق الكتاب والمسؤولين وغيرهم ممن ساهموا في النشر والإعلام.²

¹ حاج أحمد كريمة ، العلاقات العامة داخل المؤسسة دراسة حالة مؤسسة الصناعات النسيجية ، شهادة الماجستير علوم الإعلام والإتصال ، جامعة وهران ، 2009 - 2010 ، ص 24 - 25

² دنصر الدين عبد القادر عثمان ، المدخل إلى العلاقات العامة والإعلان ، دارالآفاق المشرقة للنشر والتوزيع ، ط 1 ، عمان ، 2011 ، ص 22 - 23

3- أهمية العلاقات العامة :

شهدت العلاقات العامة إهتماما كبيرا من قبل الكثير من الدول سواء على مستوى الحكومات ومؤسساتها وقطاعاتها أو على مستوى القطاع الخاص نظرا للتطور الإقتصادي والإجتماعي المتسارع مما أدى إلى إلى إيجاد إدارات خاصة للعلاقات العامة جهزت بالوسائل المادية والبشرية اللازمة ، كما رصدت لها الأموال و تم وضع الخطط والبرامج اللازمة لإنجاحها لكونها وظيفة ونشاط على خارطة القطاع الحكومي والقطاع الخاص وحتى القطاع التطوعي .¹ وترجع أهمية العلاقات العامة إلى الأسباب التالية :

- 1 - تزايد تدخل الدول في الحياة الإقتصادية والإجتماعية مما يتطلب ضرورة تبني جمهورها للخطط التي تضعها القرارات التي تتخذها والتي تمس حياة مواطنيها .
- 2 - إتساع السوق وزيادة حجم الإنتاج وتعاضم النفقات مع وجود منافسة حادة تهدف إلى جذب أكبر عدد من المستهلكين .
- 3 - تعاضم قوة الرأي العام إتساع المشاركة السياسية وزياد ثقافة الجماهير مما يتطلب إتصال الدولة ومؤسسات الأعمال بالجماهير .
- 4 - التوعية بأهداف المنظمة والعمل على إيضاح خططها للجمهور .
- 5 - تنمية وتدعيم تفاهم مستمر مع وسائل الإعلام .
- 6 - مواجهة الأزمات أو الطوارئ التي قد تتعرض بها المنشأة ، وهذا لا يتعارض مع ما تردده أدبيات العلاقات العامة من أن وظائفها تدور في ذلك خمس وظائف وهي : البحث والتخطيط والإتصال والتنسيق والتقييم .

7 - توفر وسائل الإتصال الحديثة ساعد على إيجاد الكثير من منافذ الوصول إلى الجمهور .² دور العلاقات العامة لا يقتصر على التعريف بأنشطة الجهاز بل يمتد لإستقبال المعلومات من الجمهور ليعمل من هذه المعلومات على تطوير الجهاز، كما أن لها دورا في تلبية رغبات

¹ د.علي بن فايز الجحني ، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، ط 1 ، عمان ، 2014 ، ص 23

² د.علي بن فايز الجحني ، المرجع نفسه ، ص 24

وحاجات الجمهور الداخلي من نواح مختلفة ، وخلق صورة ذهنية إيجابية للمؤسسة لدى الجمهور الخارجي¹.

_ العلاقات العامة علم يستعين بالأسلوب العلمي ، ويستند إلى النظريات العلمية والخبرات المقننة والتجارب المدروسة .

_ العلاقات العامة فن ، بمعنى انها تعتمد تطبيقات العلوم الإجتماعية ، وتعتمد على مهارات خاصة في تطبيق النظريات المختلفة وإستعدادات فردية تختلف من متخصص إلى آخر .

_ تحتاج العلاقات العامة إلى متخصصين على مستويات مختلفة ، يتخرجون من خلال معاهد وكليات متخصصة ، فهم يقومون بتحديد وتقييم الرأي العام من الزاوية التي تهتم المنظمة وتتعلق بها ، كما أنهم يقدمون النصح والمشورة إلى المديرين بالنسبة لطرق التعامل مع الرأي العام .

_ تعد العلاقات العامة وسيلة لتدريب وإعداد الجماهير لتقبل أفكار وآراء جديدة ، أو للقيام بمسؤوليات مطلوبة .

_ تتضمن العلاقات العامة التفاهم بين المسؤوليات وجماهيرها ، وتعمل على الترابط وتحقيق التعاون بينها .

_ أصبحت العلاقات العامة ضرورية ، ولا بد من وجودها في جميع المؤسسات على كل المستويات ، فهي تدخل في مجال التجارة والصناعة والإدارة والتعليم والصحة وغيرها ، كما توجد في المجتمعات المتقدمة والنامية على السواء ، وبين الجماهير في مختلف المجتمعات².

_ دراسة سلوك الأفراد والجماعات للتعرف على إتجاهاتهم ورغباتهم والعوامل المؤثرة في هذا السلوك .

_ توجيه سياسات ونشاطات المنظمة بما ينسجم مع رغبات وتطلعات الجمهور الداخلي والخارجي للمنظمة .

¹ د.عبد الرزاق محمد الدليمي ، المدخل إلى العلاقات العامة ، دارالثقافة للنشر والتوزيع ، ط 1 ، عمان ، 2011 ، ص 11

² د.عبد الرزاق محمد الدليمي ، المرجع نفسه ، ص 226 - 227

_ كونه العلاقات العامة وظيفة جوهرية من وظائف الإدارة وليس مجرد نشاط.¹
 من الجدير بالذكر أن العلاقات العامة يمكن أن تؤثر على العمل بشكل إيجابي أو سلبي فهي الحد الفاصل للمؤسسة فيما أن تزيد من ربحها وتضمن مستقبل أعمالها أو قد تسبب بإنهيارها لذلك هي الأداة الأكثر أهمية في التسويق إذا تم استخدامها بشكل صحيح يمكنها التغلب على أي عقبة في العمل تقريبا.²

إن حاجة المجتمع إلى نشاط العلاقات العامة في عالم اليوم أصبح ضروريا ، حيث أن هذا النشاط يدرس سلوك الأفراد والجماعات ويتعرف على الرغبات والمؤثرات والعوامل المحركة لهذا السلوك ويعمل على الإتصال الصادق السليم ذي الإتجاهين بهدف تنظيم العلاقات بين طرفين على أسس من الثقة والتفاهم المتبادل حتى يتم الإنسجام بين خلايا المجتمع مما يكون له دور التنمية والتطور .

وعلى نطاق المؤسسات العامة تبرز أهمية العلاقات العامة فيها من خلال عملها في مراجعة القرارات العامة للمؤسسة في مختلف النواحي الإدارية والتسويقية ، والتأكد من سلامتها من حيث أثرها على العاملين وجمهور المؤسسة والرأي العام ، وواجبها لفت نظر الإدارة العليا إلى السياسات والإجراءات التي لا تتفق مع مصلحة المؤسسة ، فهي تعمل على دراسة الإتجاهات العامة للبيئة المحيطة بالمؤسسة ومحاولة جعل سياسة المؤسسة وأهدافها تتفق مع تلك الإتجاهات.³

¹ دبشير العلق ، العلاقات العامة في الأزمات ، دار اليازوري للنشر والتوزيع ، ط 1 ، عمان ، 2009 ، ص 19 - 20

² د. إساعيل محمد عامر ، العلاقات العامة والتطور الرقمي ، 2009 ، ص 8

³ إسلام أحمد البرايصة ، دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية للشركات - شركة الشرق العربي للتأمين - نموذجا ، رسالة ماجستير ، جامعة البترا ، 2014 - 2015 ، ص 19 - 20 .

4- أهداف العلاقات العامة :

إن أهم الأهداف التي التي يجب أن تنطلق من خلالها إدارات العلاقات العامة هي :

- أ- بناء سمعة طيبة للمؤسسة في محيطها الداخلي والخارجي .
 - ب- المحافظة على حالة من الثقة والرضا بالمؤسسة لدى الجماهير .
 - ت- تكوين صورة إيجابية عن المؤسسة لدى الجماهير .
 - ث- تشكيل حالة من التوافق المصلي بين المؤسسة وجماهيرها .¹
- إن الهدف الأساسي الذي تدور حوله كافة أنشطة العلاقات العامة هو :
- بناء إسم وسمعة المؤسسة طيبة للمنشأة عند الجماهير التي تتعامل مع المنشأة .
 - ضمان توظيف أفضل العناصر البشرية في المنشأة وذلك لسعي أكبر الكفاءات من أجل الإلتحاق بالمنشأة إذا ما إشتهرت تلك المنشأة بسمعة جيدة .
 - الحصول على رضا المجتمع عتراق الرأي العام وكسب تأييده ومحاولة جعل جمهور المنشأة متفهماً لخططها وسياساتها وخلق الإنطباع المناسب عن المنشأة .
 - مواجهة الأزمات والطوارئ التي قد تتعرض لها الإدارة والمنشأة ومساعدتها على تجاوز تلك المواقف والأزمات بأقل خسارة ممكنة .²
- إن الهدف الأكبر والأسمى للعلاقات العامة والذي تلتقي حوله باقي أهدافها هو تحقيق الإنسجام والتوافق في المجتمع الحديث الذي تعتريه التغيرات السريعة في نظم الحكم والسياسة والمخترعات العلمية .
- تهدف العلاقات العامة إلى تنمية الشعور بالمسؤولية الإجتماعية والقومية لدى المواطنين ، ومساعدتهم على تحمل المسؤولية في رسم السياسة العامة للمنظمة ، وحل مشاكلها .
- * تهدف العلاقات العامة إلى إقامة علاقات طيبة ، وزيادة فرص التفاهم المتبادل والتوافق والإنسجام بين المنظمة والجماهير، سواء كان هذا الجمهور داخليا كالعاملين بالمنظمة حتى

¹ دصلاح عبد الرزاق ، مقدمة في العلاقات العامة والعلام الإسلامي ، ط 1 ، بيروت ، 2010 ، ص 37 - 38

² د صالح ليري ، مدخل إلى العلاقات العامة ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، ط 1 ، الكويت ، 2005 ، ص 21 - 22

يشعرون بالرضى والإرتياح وترتفع الروح المعنوية بينهم ، فيرتفع إنتاجهم وينمو إحساسهم بالإنتماء ، ويمثل الجمهور الخارجي في إتحادات العاملين والمستهلكين والموردين والموزعين والبنوك ومنافذ البيع والتصريف ، وكذلك أفراد المجتمع حيث من الممكن من إقامة المستشفيات والمدارس والمساجد ، ويمتد التوافق إلى علاقاتها بالمنظمات الأخرى ، حتى تعتمد بين المنظمات على المنافسة الشريفة وعدم هدم جهود المنظمات الأخرى.¹

يذكر رئيس مجلس إدارة شركة جنرال موتورز بعض أهداف العلاقات العامة وفوائدها على الإدارة بأنها :

- زيادة شهرة المؤسسة عن طريق إنماء فهم الجمهور وتنويره لما تقوم به من خدمات ونشاط .
 - بناء سمعة المؤسسة لأنشطة المؤسسة بين الجمهور الذي يتعامل مع المؤسسة .
 - خلق فهم واسع نحو المشاكل والصعوبات التي تواجه الإدارة .
- أما فيليب ليزلي " PHILIP LESLY " الذي يرأس واحدا من أكبر مكاتب العلاقات العامة بأمريكا فيذكر أهداف العلاقات العامة بأنها :

1. رفع مكانة المؤسسة وخدمات المؤسسة ومبيعاتها .
2. ترويج لسلع وخدمات المؤسسة ومبيعاتها .
3. الحصول على ثقة المواطنين والمساهمين .
4. التمتع بعلاقات حسنة مع المجتمع المحلي .
5. توطيد العلاقة الجيدة مع الموردين .
6. تجنب المشاكل العمالية والعمل على حلها² .

7. القدرة على إجتذاب أفضل العناصر للعمل بالمنشأة¹ .

¹ د.فهمي محمد العدوي ، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط 1 ، عمان ، 2011 ، ¹ د صالح ليبي ، مدخل إلى العلاقات العامة ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، ط 1 ، الكويت ، 2005 ، ص 21 - 22

² د.فهمي محمد العدوي ، المرجع نفسه، 2011 ، ص 62 - 67 - 65 - 66

- 1- دعم سياسات المؤسسة وتقبل الجمهور بها .
 - 2- تنمية التفاهم المشترك والمتبادل بين المؤسسة والجمهور .
 - 3- تعزيز ثقة الجمهور بالمؤسسة .
 - 4- تقييم اتجاهات الجمهور والتنبؤ بها والإستجابة لها .
 - 5- العمل كنظام تحذير مبكر يساعد الإدارة في إتخاذ القرارات .
 - 6- توسيع مجال خدماتها وأسواقها وتقبلها لدى جمهور أوسع .²
- ركزت الكتابات التي تناولت العلاقات العامة من زاوية مهنة الخدمة الإجتماعية على أنه من الممكن تحديد أهداف العلاقات العامة في ثلاث جوانب رئيسية هي :
- (1) الجانب الإجتماعي : حيث تهدف العلاقات العامة إلى مساعدة المواطنين على التكيف الإجتماعي مع الجماعة تبعاً لحاجاتها ومطالبها والإنطواء تحت حظيرة الرأي العام .
 - (2) الجانب الأخلاقي : ومنه تحاول العلاقات العامة إقامة مبادئ تستند على إحترام الكيان الإنساني وفردية الإنسان ، وتبعد الإنسان عن إستخدام أساليب الإرهاب وتعتمد في إستشارة الإنسان على التسويق والإقناع القائم على عمليات التوضيح النفسي والتبصير والمعاونة السليمة .
 - (3) الجانب السلوكي : فهو أهم جانب منها حيث يتعامل مع كائنات إنسانية حية ذات طباع مختلفة وتكوين نفسي متغاير من فرد لآخر ، بل أن الفرد يتغير في ذاته من حين لآخر ومن السهل التأثير على الأفراد وتوجيههم ، ولهذا يجب أن يقوم بتنفيذ برامج العلاقات العامة أفراداً لهم دراية بأساليب قيادة الرأي العام وأن يكونوا من المؤمنين بأهمية الرأي العام

¹ د.نعيم الطاهر ، د.عبد الجابر تيم ، وسائل الإتصال السياحي ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، ط 1 ، عمان ، 2001 ، ص 29 - 30

² د.صالح خليل أبو أصبع ، العلاقات العامة والإتصال الإنساني ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، ط 1 ، الأردن ، 2004 ، ص 97

وكيفية الوقوف على الطبيعة البشرية وطريقة إستخدام أساليب الإستشارة الفعالة على الجماهير¹

* أهداف تسعى العلاقات العامة إلى تحقيقها مع الجمهور الداخلي منها :

- إمداد العاملين بالنعومات والبيانات المتعلقة بالمنظمة وتاريخها وأهدافها وسياساتها .

- رفع الروح المعنوية للعاملين ، وتعريفهم بتقدمهم بصفة مستمرة وبأهمية العمل الذي يؤديه.²

- تنمية شعور الإنتماء والولاء والإعتزازوا رتباط العاملين بالمؤسسة .

* أهداف تسعى العلاقات الهعامة تحقيقها مع الجمهور الخارجي :

- إيجاد سمعة جيدة وصورة ذهنية طيبة ومركز متميز للمنظمة لدى الجماهير التي تتعامل معها

- الإعلام عن نشاط المنظمة وخدماتها وسياساتها وكافة جهودها المبذولة .

- الإتصال الدائم بأجهزة الإعلام المختلفة والمحافظة على علاقات حسنة ومستمرة معها .³

* إن العلاقات العامة بشكل عام مجموعة من الأهداف والتي تتصف ضمن مراحل محددة لتنظيم خاص يختلف عن مؤسسة لأخرى ومن أبرز هذه الأهداف :

أ- تأسيس هوية المؤسسة .

ب- تطوير إنتاج المؤسسة .

ت- معالجة الأزمات التي قد تطرأ على المؤسسة (الداخلية والخارجية) .

ث- تحقيق القبول الإجتماعي للمؤسسة (أي قبول كفكرة وما تقدمه من خدمات) .

ج- تحقيق سمعة طيبة للمؤسسة بعد قبولها كفكر إقناع بأنها أفضل من يقدم الخدمات أو أفضل من يقدمها .

¹ د.أنعام حسن أيوب ، د.زاهر عبد القادر جميل ، د.فارس محمد مقداد ، د.مصطفى يوسف ، العلاقات العامة والإتصال في الخدمة الإجتماعية Public Relation Service Sociability ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، ط 1 ، 2016 ، ص 29 -

30

² د.حسين محمود هتيمي ، العلاقات العامة وشبكات التواصل الإجتماعي ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط 1 ، الأردن ،

2015 ، ص 31

³ د.حسين محمود هتيمي ، المرجع نفسه ، ص 31

ح- الوصول للجمهور المعني وتحقيق التواصل المطلوب معه .¹

وهناك من أن هذه الأهداف تتبلور حول :

1. التعريف بنشاط المؤسسة : من خلال اللقاءات والندوات والمؤتمرات والأندية ومن أجل التواصل مع الجمهور الخارجي لنق رؤية المؤسسة وأهدافها .
2. البحث وجمع المعلومات : إجراء بحوث واستطلاع رأي وجمع معلومات عن الشركات العاملة في المجال نفسه وعن جماهيرها ونشاطاتها ومكانتها عندهم .
3. تخطيط برامج العلاقات العامة وتنفيذها : تضع خططا وقائية وعلاجية لتحسين صورة المنشأة الذهنية لدى الجماهير وتقسّم إلى خطط طويلة ومتوسطة وقصيرة المدى .
4. التقييم والتنسيق: تقوم بتقييم برامجها وخططها ، تقييم قبل التنفيذ وتقييم مرحلي أثناء التنفيذ وتقييم بعد التنفيذ وتنسيق بين المنشأة والجماهير .²

5- خصائص العلاقات العامة :

- أن العلاقات العامة تعتبر فلسفة للإدارة وهذه الفلسفة تفترض أن أي مؤسسة لا تنشأ لتحقيق الأهداف المالية التي ينص عليها قانونها فحسب إنما ينبغي أيضا أن تلعب دورا اجتماعيا ، ولهذا فعليها أن تضع صالح الجمهور في المقام الأول بالنسبة للموضوعات التي تتعلق بسلوك المنظمة
- أن العلاقات العامة وظيفة إدارية فهي نشاط تمارسه كل إدارة ويجب على الإدارة ان تستخدمه في كل ما تقوله أو تفعله والوصول إلى علاقات عامة طيبة .
- تركز العلاقات العامة على حقيقة علمية ، هي أن الإنسان إجتماعي بطبيعته ولا يمكن أن يعيش في عزلة عن المجتمع ، وكذلك الأمر بالنسبة للمؤسسات فهي الأخرى لا تستطيع أن تعيش في عزلة عن المجتمع الذي توجد فيه ، ولذلك يعتبر الإنسان هو محور إهتمام العلاقات العامة .

¹ د.عبد الرزاق محمد الدليمي ، المدخل إلى العلاقات العامة ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط 1 ، 2011 ، ص 94

² د.عبد الرزاق محمد الدليمي ، المرجع نفسه ، ص 94 - 95

- العلاقات العامة ليست نوعا من السحر يشفي العلل ويداوي العيوب وليست وظيفة للدفاع عن أخطاء المؤسسة وإنما السمعة الحسنة التي تبينها لا يمكن بنائها إلا مع مرور الزمن وعن طريق الأداء الطيب أولا والإعلام الجيد عنه بعد ذلك¹.

1. العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية قليلة الأهمية ، بل تشكل عنصرا أساسيا في أنشطة المنظمات ، فهي ضرورية في جميع المنشآت وعلى مختلف المستويات ، يفرضها المجتمع الحديث .

2. العلاقات العامة وظيفة إدارية أساسية من وظائف الإدارة ، وهي وظيفة مستمرة ومخططة لا يمكن إعتبارها وظيفة عرضية كردود أفعال آنية لمواجهة المشكلات والأزمات التي تواجه المنظمة .

3. العلاقات العامة وظيفة إستشارية لأنها تقدم للإدارة العليا مشورتها في كيفية التعامل مع الجماهير ، وتنفيذية لأنها تنفذ وتخطط للعلاقات العامة وبرامجها وحملاتها .

4. العلاقات العامة وظيفة إتصالية ذات تأثير متبادل ، حيث تعكس وجهة نظر الجماهير للإدارة العليا وتعكس وجهة نظر الإدارة لكافة الجماهير المعنية من خلال إستخدام كافة الوسائل والأشكال والقنوات والأساليب الإتصالية المتاحة للمنظمة².

*بالرغم من الإختلاف الذي حصل بين المهتمين بهذا العلم في وضع تعريف جامع للعلاقات العامة وذلك كما أسلفنا على ضوء التطور التاريخي الذي مرت به العلاقات العامة ، أو على ضوء الخلفية العلمية والعملية لمن تناولوا هذا الموضوع سواء كانوا من علماء الإجتماع أو الإدارة أو الإعلام أو السياسة ، إلا أنه يمكن إستخلاص مجموعة من الخصائص العامة التي تميز هذا العلم عن غيره على النحو التالي :

¹ د.محمد منير حجاب ، د.سحر محمد وهبي ، المداخل الأساسية للعلاقات العامة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ، ط 1 ، القاهرة ، 1995 ، ص 35 - 36

² د.فهمي محمد العدوي ، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط 1 ، 2011 ، ص 29

1. العلاقات العامة وظيفة بالغة الأهمية وتؤمن بأن مصالح الجماهير إحدى مسؤوليات لا'دارة والعاملين في المنشأة ، كما أنها ترجمة لسياسات وتصرفات المنشأة .
2. تستخدم العلاقات العامة وسائل الإتصال أو الإعلام الشامل لتحسين الصورة الذهنية لدى جماهير المنظمة وإيجاد نوع من العلاقات الطيبة .
3. توفر بعض الصفات في من يؤدي وظيفة العلاقات العامة منها : العلم ، الفن ، المهارة ، الخبرة .
4. العلاقات العامة مسؤولية إجتماعية فلا بد من أن تتغرز لدى المنشأة بأنه وجودها من أجل المجتمع، وأن نجاحها وفشلها يمكن أن تؤثر فيها علاقتها بذلك المجتمع الذي تعيش فيه .¹
5. تتصف العلاقات العامة بالشمولية ، فنشاطها لا يقتصر على ميدان دون آخر بل يمتد ليشمل كافة الميادين السياسية والإقتصادية والإجتماعية .
6. القصدية فالعلاقات العامة نشاط مخطط مرسوم لإحداث تأثير مرغوب في وقت محدد.
7. العلاقات العامة هي همزة الوصل بين فلسفة المنظمة والجمهور .
8. تركز العلاقات العامة على مبادئ أخلاقية لتدعيم وبناء الثقة بين المؤسسة وجماهيرها ، ولهذا فهي تبتعد عن كافة أساليب الغش والتضليل والخداع والدعاية المزيفة ، وتقدم الحقائق والوقائع للجماهير لكسب ثقتها وتأييدها .²

¹ د.علي بن فايز الجحني ، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، ط 1 ، عمان ، 2014 ، ص

² إسلام أحمد البرابسة ، دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية للشركات - شركة الشرق العربي للتأمين - نموذجاً ، رسالة ماجستير ، جامعة البترا ، 2014 - 2015 ، ص 16 - 17

6- مبادئ العلاقات العامة :

إن العلاقات العامة كغيرها من العلوم تستند في ممارستها وتطبيقها على العديد من الأسس والمرتكزات التي يمكن أن تشملها فيما يأتي :

1. إنطلاق نشاطها في أي منظمة من داخل هذه المنظمة .
2. الديمومة والإستمرارية .
3. التعاون المتبادل مع المؤسسة .
4. شمولية العلاقات العامة .
5. ديناميكية العلاقات العامة .
6. إنسانية العلاقات العامة .
7. أخلاقية العلاقات العامة .
8. إجتماعية العلاقات العامة .
9. تناسب العلاقات العامة مع الظروف والمستجدات .¹

- العلاقات العامة تبدأ من داخل المنشأة : من المبادئ المقررة أن العلاقات العامة الجيدة يجب أن تبدأ من داخل المنشأة ، أي أن يكون هناك تفاهم متبادل بين المنشأة وجميع الأفراد الذين يعملون في خدمتها .

- مراعاة الصدق والأمانة عند ممارسة أنشطتها : يجب أن تتسم اعمال المنشأة بالصدق والأمانة ، وأن تمارس العدل والإنصاف في جميع تصرفاتها .

- إتباع سياسة الإفشاء (المصارحة) : الأساس السليم للعلاقات العامة هو الإفشاء وليس إخفاء الحقائق .

¹ د.أنعام حسن أيوب ، دزاهر عبد القادر جميل ، د.فارس محمد مقداد ، د.مصطفى يوسف ، العلاقات العامة والإتصال في الخدمة الإجتماعية Public Relation Service Sociability ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، ط 1 ، 2016 ، ص 39 -

- إتباع سياسة البحث العلمي : من المبادئ الأساسية للعلاقات العامة إتباع سياسة البحث العلمي في حل أي مشكلة من مشكلاتها ، فطريقة البحث العلمي طريقة مبنية على المنطق وتحاول الوصول إلى مبادئ عامة عن طريق التحليل الدقيق البعيد عن كل تحيز .

- مساهمة المنشأة في رفاية المجتمع : لما كان المجتمع يعطي المشروع موطناً لنشاطه ، كان لزاماً على الإدارة أن تعمل على أن يكون هذا المشروع عضواً نافعا في المجتمع يعمل على تقدم أفرادهم ورفاهيتهم ، وقد كان الرأي السائد في الماضي أن هدف أي مشروع هو تحقيق أكبر كسب مادي لصاحبه¹ .

- نشر الوعي الإقتصادي بين الجمهور : أصبح على عاتق المشتغلين بالعلاقات العامة اليوم شرح النظام الإقتصادي للدولة والسياسة التي تدير عليها الحكومة وشرح النظام وفوائده وما يعود على المجتمع وعلى كل فرد فيه من منافع .

- كسب ثقة الجمهور : لا يمكن أن تدوم أي منشأة طويلاً دون أن تتمتع بثقة الجمهور الداخلي والخارجي .

- تعاون المؤسسات مع بعضها البعض : من المسلم به أن التعاون هو أحد أسس النجاح ، ومن ثم يجب على الهيئات والمنشآت على إختلاف أنواعها أن تتعاون بعضها مع بعض في محيط العلاقات العامة² .

تمثل العلاقات العامة الفلسفة الإجتماعية للإدارة ، وهي بهذه المكانة فإن هناك مجموعة من المبادئ التي تلتزم بها تنفيذ أعمالها، وتحديد إطارها ، وفيما يلي أهم هذه المبادئ التي تعتمد عليها الممارسة الرشيدة للعلاقات العامة :

1. الإستناد إلى أداء حقيقيها إنجازات ملموسة .

2. المبادرة والمبادرة .

¹ د.صالح ليري ، مدخل إلى العلاقات العامة ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، ط 1 ، الكويت ، 2005 ، ص 26 - 27 -

² د.صالح ليري ، المرجع نفسه ، ص 28 - 29

3. الإعلام الصادق (الإبتعاد عن التكتلوا تباع سياسة كشف الحقائق) .
 4. العلاقات العامة مهمة لجميع العاملين بالمؤسسة .
 5. العمل وفقا لمنهج علمي (البحث ، التخطيط ، التنفيذ ، المتابعة) .
 6. الرأي العام أساس عمل العلاقات العامة (إحترام رأي الفرد والإيمان بقوة الرأي العام) .
 7. كل الأنشطة تخدم بناء سمعة المؤسسة .
 8. العلاقات العامة وظيفة من وظائف الإدارة .
 9. العلاقات العامة عملية ديناميكية ومسؤولية الإجتماعية .¹
- إن العلاقات العامة هي وظيفة إدارية مستمرة ومخططة ، تحتاج إلى تخطيط وتنظيم وتنسيق ورقابة شأنها شأن الوظائف الأخرى .
- تقوم العلاقات العامة الصحيحة والفعالة بين طرفين مؤثر ومتأثر في الوقت نفسه .
- تعتمد العلاقات العامة على الإتصالات التفاعلية من جانب كل من الطرفين المنظمة وجمهورها ، فالإتصال فيها ذو إتجاهين ليس إتجاه واحد .²
- إنها لا تقتصر على مؤسسات معينة ، أو قطاعات محددة بل أنها تشمل على جميع المؤسسات الحكومية والخاصة التجارية والصناعية والإجتماعية ، الربحية وغير الربحية .
- تحتاج العلاقات العامة إلى دعم ومؤازرة الإدارة العليا لإلا فقدت قيمتها وهيبته .
- تتطلب العلاقات العامة تفهما متعمقا لطبيعة السلوك البشري ووسائل التعامل مع هذا السلوك.³

¹ د.فهمي محمد العدوي ، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط 1 ، عمان ، 2011 ، ص 136

² دبشير العلق ، العلاقات العامة في الأزمت ، دار اليازوري للنشر والتوزيع ، الطبعة العربية ، عمان ، 2009 ، ص 15 - 16

³ دبشير العلق ، المرجع نفسه ، ص 16

7- وظائف العلاقات العامة :

* إختلف الباحثون المتخصصون في العلاقات العامة في تقسيم وظائف العلاقات العامة فقد حدد كل من كاتليب " CATLIP " وسنتر " CENTER " وبروم " BROOM " وظائف العلاقات العامة كما يلي :

- تسهيل وتأمين وتدفق الآراء الممثلة للجمهور إلى المؤسسة .
- إطلاع المسؤولين في المؤسسة على الطرق والوسائل المثلى لتنفيذ البرامج العلمية التنفيذية والإتصالية .

- تقديم المشورة وتنفيذ البرامج المعدة وذلك لتوسيع دائرة التفاعل .

* وذهب ناكلس " NICKELS " إلى أن وظائف العلاقات العامة هي :

1. فتح قنوات إتصال بين المؤسسة والجمهور .

2. معرفة وجهات نظر الجمهور .

3. القيام بالدراسات والبحوث .

4. تقديم المساعدة لإدارة المؤسسة .

5. إرسال متحدثين إلى المدارس والنوادي .

6. خلق الحوافز للعاملين .

* ويرى آخرون أن وظائف العلاقات العامة هي :

1. البحث العلمي .

2. التخطيط .

3. الإتصال .

4. التقديم .¹

وهناكمن يضيف لها :

¹ د.حسين محمود هنيمي ، العلاقات العامة وشبكات التواصل الإجتماعي ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط 1، الأردن، 2015

1. الإنتاج .

2. التنسيق .

3. الإدارة .

* وذكر الدكتور علي الشمري في كتابه "العلاقات العامة رؤية سرنديبية" إن البحث ، والتخطيط ، والتنظيم والقيادة والتنسيق والإتصال التنظيمي والمتابعة والتقديم والتدريب هي أساليب علمية لممارسة نشاط العلاقات العامة .¹

- إعلام يعطى للجمهور .

- إقناع يوجه إلى الجمهور ليعدل من مشاعره وتصرفاته .

- جهود لخلق تكامل بين المشاعر والأفعال عند هيئة ما وبين مشاعر وأفعال جمهورها .²

* يرى بيرناس "BERNAYS" بأن العلاقات العامة ثلاث وظائف تاريخية :

- إعلام الناس وإقناعهم ، دماج بعضهم البعض ووظيفة الإنتاج ووظيفة هامة للعلاقات العامة التي تسعى إلى تكيف الناس إلى أن يقوموا بالتفسير إلى إندماج الأفراد والجماعات والمجتمع ، وفهم الناس أساسية في ظل المجتمع التنافسي ، والمعرفة هامة لكل فرد للتعامل مع الجمهور ، ومن خلال العلاقات العامة يمكن للفرد أو الجماعة أن يضمن القرارات العامة مستندة إلى المعرفة والفهم .

* ويرى بلين وهاورولس "BLAKE & HAROLDSEN" أن تعقيدات المجتمع الحديث جعلت من العلاقات العامة اليوم وظيفة من وظائف أية إدارة سواء كانت مؤسسة تجارية أو منظمة حكومية أو إتحاد عمال ، أو جامعة أو أية وكالة أخرى ، والهدف من العلاقات العامة هو الحصول على

¹ د.حسين محمود هتيمي ، المرجع نفسه ، ص 17 - 18

² د.محمد جمال الفار ، المعجم الإعلامي ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، دار المشرق الثقافي ، ط 1 ، 2010 ، 225

- الدعم وتعاون الناس الذين تسعى المنظمة التأثير فيهم ، ومن خلال العلاقات العامة يمكن للفرد أو الجماعة أن يضمن القرارات العامة مستندة إلى المعرفة والفهم.¹
- العناية الفائقة بتصوير الأسس العامة التي تقوم عليها المؤسسة التي تعمل فيها .
 - دعم الإتصال بين المؤسسة وغيرها من المؤسسات الأخرى .
 - مساعدة القيادات المهنية التي تعمل معها لكي يكونوا قادرين على مسايرة التطور .
 - تشجيع المؤسسة لخدمة المجتمع .
 - التنسيق بين مختلف الإدارات التي تضمها المؤسسة لتحقيق الإنسجام بينها وبين البيئة الخارجية .

- تحسين صورة المؤسسة لدى الجماهير الخارجية.²

حددت الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة ثمانية وظائف أساسية للعلاقات العامة هي :

أولاً : كتابة التقارير والبيانات الصحفية والكتيبات ونصوص برامج الإذاعة والتلفاز والخطب والأفلام ومجلاتنا ونتاج المواد السمعية والبصرية الإعلامية التي تتحدث عن منجزات المؤسسة .

ثانياً : الإتصال بوسائل الإعلام الجماهيري بهدف إثارة إهتمامهم لنشر الأخبار والموضوعات المتعلقة بالمؤسسة .

ثالثاً : تحرير النشرات الإعلامية والصحفية وتقارير المساهمين ، وسائر الخطابات الموجهة من الإدارة إلى كل من أفراد المؤسسة وجمهورها الخارجي .

رابعاً : تحسين صورة المؤسسة من خلال الإحداث الخاصة ، كالحفلات التي تقام لرجال الصحافة ، وتنظيم المعارض والزيارات وتقديم التسهيلات .

¹ د.صالح خليل أبو أصعب ، العلاقات العامة والإتصال الإنساني ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، ط 1 ،الأردن ، 2004 ، ص 99

² د.أنعام حسن أيوب ، نزار عبد القادر جميل ، د.فارس محمد مقداد ، د.مصطفى يوسف ،العلاقات العامة والإتصال في الخدمة الإجتماعية Public Relation Service Sociability ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، ط 1 ، 2016 ، ص 38

خامسا : مواجهة الجماعات المختلفة والتحدث إليها من خلال لقاءات طبيعية أو إعداد خطاب للغير ، وتخصيص متحدث بإسم المؤسسة وتقديمهم في الحفلات والأجتماعات العامة .¹

سادسا : إنتاج النشرات والكتيبات وإخراجها على نحو فني يتفق مع الذوق العام وهذه الوظيفة غير الوظيفة الثانية ، فهناك تحرير ، وهنا إنتاج .

سابعا : تحديد الإحتياجات والأهداف والخطوات اللازمة لتنفيذ المشروع ، وهذا يحتاج إلى خبرة رفيعة في العلاقات العامة ، ومقدرة خاصة في توجيه النصح والمشورة إلى رجال الأعمال .

ثامنا : إستخدام الإعلانات الإعلامية في إعلاء إسم المؤسسة والتنسيق المستمر مع قسم الإعلان في المؤسسة غالبا ما تكون مسؤولية قسم الإعلان والعلاقات العامة مزدوجة .²

8- المشتغلون بالعلاقات العامة :

إزاء التعاضم المستمر في أهمية نشاط العلاقات العامة بشكل جعل من هذا النشاط نشاطا لا يمكن الإستغناء عنه في المنشأة الحديثة فقد تطورت العلاقات العامة كعلم وفن لتصبح أيضا مهمة أو وظيفة إدارية في المنشأة ومهنة تحتاج إلى التخصص شأنها في ذلك شأن المهن الأخرى المتعارف عليها كالطب والهندسة والمحتماة وغيرها .

وقد تطلب ذلك وجود كوادر بشرية لديها الإستعداد وتملك الخبرة والعلم الازمان لممارسة تلك الأنشطة بأعلى كفاءة ممكنة ، وتتوفر فيها الشروط والمواصفات التي تجعلها صالحة للإتجاهات والتطورات التي تحدث في الرأي العام كما أنه لكي يصبح الخبير صالحا لأداء عمله يجب أن يكون على علم تام بسياسات الإدارة ومشكلاتها وأن يؤمن بعمله ورسالته التي يؤديها متيقضا بما يدور حوله داخل المؤسسة وخارجها من أحداث تتيح له الإستفادة من كل فرصة لخدمة الجمهور وتحقيق مصالحه سواء بنقل المعلومات إليه أو بالرد على ما يعني له من أسئلة أو بالإستجابة لملاحظاته المعقولة أو بأداء خدمة واقعية له .

¹ د.نعيم الطاهر ، د.عبد الجادر تيم ، وسائلالإتصال السياحي ، دار اليازوري للنشر والتوزيع ، ط 1 ، عمان ، 2001 ، ص 20

² د.نعيم الطاهر ، د.عبد الجادر تيم ، نفس المرجع السابق ، ص 20

9- أخصائي العلاقات العامة :

يعد المتخصص الذي عينته المنشأة وتعتمد عليه في إعداد وتنفيذ برامج وخطط العلاقات العامة ومتابعة نتائجها، اقترح ما يتعلق بالعلاقات العامة على الإدارة العليا . ويعمل أخصائي العلاقات العامة بالشكل الذي تنظمه المؤسسة مع فريق عمل في إطار الأهداف التي تحددها الإدارة العليا في وحدة تنظيمية مستقلة أو في إطار وحدة تنظيمية أخرى داخل المنشأة¹ .

إيجابيات وسلبيات الأخصائي :

يمتاز أداء الأخصائي للعلاقات العامة بما يلي :

1. يعرف الخلفيات الخاصة بمشكلات المنشأة ويعرف طبيعة التنظيمات غير الرسمية التي قد تربط بعض الأفراد بغض النظر عن المستوى الإداري لكل منهم مما يجعل الحلول التي يفترضها الأخصائي واقعية .
2. طول خبرته داخل المنشأة ومعالجته المستمرة لمشكلاتها يجعله يكتسب خبرة متخصصة في علاج نوع من المشكلات .
3. حظى باحترام وتقدير العاملين بالمنشأة مما يجعله قادرا على الإلمام بالتفاصيل المتعلقة بحقائق الموقف ولا يلقي الحرج الذي قد يواجهه الباحث الخارجي عند الإتصال بهؤلاء الأفراد .
4. يحافظ على أسرار المنشأة التي قد يطلع عليها خلال بحثه للمشكلات أو تطبيقه لبرنامج أو خطة العلاقات العامة .

¹ د.محمد منير حجاب ، د.سحر محمد وهبي ، المداخل الأساسية للعلاقات العامة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، د.ط ،

القاهرة ، 2008 ، ص 81 - ص 71 ، ص 73

وتوجد عيوب للأخصائي ناتجة عن طبيعة عمله منها :

1. معاشته لمشكلات المنشأة قد يفقده نقطة القدرة على تصور حلول إبتكارية وغير تقليدية .
2. العلاقات الوظيفية التي تربطه ببعض الأفراد في المنشأة تجعله في حرج عندما يضطر لإسداد النصح بشأن تعديل بعض طرق أداء هذه القيادات الإدارية كجزء من التوصيات بتحسين العلاقة مع الجمهور .
3. لما كانت خبرته محصورة ببعض النوعيات من المشكلات المتكررة تقل قدرته على مواجهة مشكلات جديدة أو إعداد خطط من طراز مختلف¹.

¹ د.محمد منير حجاب ، د.سحر محمد وهبي ، المداخل الأساسية للعلاقات العامة ، نفس المرجع السابق ، ص 73

الفصل الثاني : الإذاعة المحلية

تمهيد

1- تعريف الإذاعة

2- تعريف الإذاعة المحلية

3- نشأة الإذاعة

4- نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر

5- أهمية الإذاعة

6- أهداف الإذاعة المحلية

7- خصائص الإذاعة المحلية

8- أنواع الإذاعات

9- وظائف الإذاعة

10- أهمية العلاقات العامة في الإذاعة المحلية

تمهيد :

تعد الإذاعة من أهم وسائل الإتصال الجماهيري ، والأكثر تأثيرا وشعبية والأكثر إنتشارا حيث كان من الممكن أن تخنفي الإذاعة من حياتنا بعد التقدم التكنولوجي في جميع المجالات ولكن لم تهتز مكانتها وأبقت من أهم وسائل الإتصال والإعلام الجماهيري .

وفي السنوات الأخيرة كان الإهتمام بالإذاعة المحلية خاص حيث أن الإذاعة المركزية غير قادرة على تلبية كافة حاجات المجتمع المحلي ، ولذلك فالإذاعة المحلية مهمة وتعني بآراء وانشغالات ورغبات وحاجات جمهورها المحلي ومناقشة مشكلاته وتقديم له الحلول المناسبة وذلك من خلال الوظائف التي تقوم بها والنشاطات التي تمارسها .

1- تعريف الإذاعة :

يعرفها " فضيل دليو " على أنها ما يبث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية وربط مستمعيها برباط مباشر وسريع ، ومن ثم فقد إشتربت وسائل الإتصال الأخرى في تقريب الثقافات وتكوين رأي عام عالمي تحاول دول الشمال السيطرة عليه من جهتنا . فهي ذلك الجهاز الذي يتخذ للوصول إلى جماهيرها أشكالاً إتصالية مختلفة ، وتعد التوعية بالثقافة والتراث الثقافي وترسيخه واحدة من ضمن الرسائل التي تقوم بها الإذاعة المحلية .

- فالإذاعة هو مصطلح يعني البث المنظم والنشر للأخبار والبرامج والأغاني والتمثيلات والموسيقى ، وأي مواد إعلامية أخرى موجهة إلى الجمهور العام ، واستقبال ذلك جماهيرياً وعماماً بواسطة أجهزة إستقبال الراديو ، وبذلك أصبح هذا المصطلح معبر عن خصائص فن قائم بذاته له مقوماته المادية وجمهوره ونتيجة جهود وأبحاث متواصلة ثم توصل الإذاعة لمفهومها الحالي .

وتعتبر الإذاعة من أخطر وسائل الإعلام الحديث ، وأبلغها أثراً بل هي نقطة بداية لمرحلة هامة من تاريخ الإعلام ، هي مرحلة الإعلام الجماهيري ، فهي أسرع وأسير وسيلة لربط الإنسان في أي مكان على وجه الأرض ببقاع الدنيا الأخرى دون ما عائق أو حاجز ، فتصل إليه في بيته وفي عمله¹ .

الراديو هو وسيلة من وسائل الإتصال الجماهيري توصف بأنها وسيلة إتصال ساخنة بمعنى أنها وسيلة تتحقق فيها فورية التدفق الإعلامي وهو وسيلة من وسائل الإتصال الجماهيري توصف بأنها وسيلة إنفعالية ذهنية ديمقراطية لتداول الأخبار والأفكار والآراء و المعلومات عن طريق المشاركة فالمستمع يتلقى الرسائل الإعلامية عن طريق الإذاعة ، يتلقاها من خلال الأذن كأصوات هو يتأثر بالأداء الصوتي و ما سيتم به من ذلك تلقائية فريدة هي تلقائية الحياة

¹ ماجي الحلواني ،مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي عالم الكتب ، 2002 ، ص 21،22

ذاتها ، وهكذا يصبح التأثير إنفعاليا ذهنيا ، أي دون أن ينحي الفرد الفكر والعقل جانبا ، وهو وسيلة ديمقراطية لأنه الوسيلة الأرخص والأكثر شعبية والوسيلة التي أسقطت حواجز المكان والزمان والثقافة والقدرة الشرائية و المهنية فنحن نستطيع سماع الراديو في أي مكان.¹

الإذاعة هي بناء لنشر الأفكار العامة ، وامتداد للحاجيات الإنسانية تسعى للكشف عن المشكلات التي تحدث في المجتمع من خلال تحليل الأوضاع فيه ، وقيامها بالتعبئة الإجتماعية للفت أنظار الناس إلى ما يهدد التماسك الإجتماعي من مشكلات إجتماعية لها أثارها المتعدية ، والمساهمة من خلال البرامج وتوعية الناس ، وهي الإنتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج ، ليلتقطها في وقت واحد المستمعون المنتشرون في شتى أنحاء العالم باستخدام أجهزة الإستقبال المناسبة.²

2- تعريف الإذاعة المحلية :

- هي إذاعة تخدم مجتمعا محليا " LOCAL SOCIETY " بمعنى أن الإذاعة المحلية تبتث برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة ، وتخاطب مجتمعا متجانسا من الناحية الإقتصادية والناحية الثقافية والإجتماعية ، بحيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة بالرغم من وجود الفروق الفردية التي توجد بالضرورة بين أفراد المجتمع الواحد ، فهي تتفاعل مع هذا المجتمع تأخذ منه وتقدم له الخدمات المختلفة فجميع أبناء المجتمع المحلي قد جمعهم ما نسميه بالمصالح الإستيطانية التي أصبحت مصالح شخصية لكل فرد من أفراد المجتمع المحلي كأن يكونوا سكان قرية واحدة أو مع قرى متقاربة لا متجانسة وقد تكون مدينة كبيرة.³

¹د، عبد المجيد شكري ، الفن الإذاعي وتحديات تكنولوجيا فرن جديد أسس نظرية وتطبيقية ، العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 1999 ، ص12

² طاهري لخضر ، واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الإجتماعية -إذاعة الجلفة المحلية نموذجا -شهادة ماجستير في علم الإجتماع ، جامعة بسكرة ، 2011 - 2012 ، ص51

³ د.صالح محمد حميد ، دور الإذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية ، دار عياد للنشر والتوزيع ، ط 1 ، 2012 ، ص94 ،

هي الإذاعة التي تخاطب مستمعا محددًا له مصالحها ورتباطاته الاجتماعية المعروفة وله تقاليده وعاداته وتراثه الفكري الخاص .

وهي تبث برامجها مخاطبة مجتمعًا خاصًا محدود العدد ، يعيش فوق أرض محدودة المساحة مجتمعًا له خصائص البيئة الاقتصادية والثقافية المتميزة وقد يكون هذا المجتمع مدينة أو قرية أو مدنا صغيرة متقاربة .¹

الإذاعة المحلية أحد روافد الإعلام المحلي الذي ينبثق من بيئة معينة ويوجه إلى جماعات بحيث يصبح الإعلام مرتبطًا ارتباطًا وثيقًا بحاجة هؤلاء الناس أو متصلًا بثقافة البيئة المحلية وظروفها الواقعية ، مما يجعله إنعكاسًا للتراث الثقافي القيمي في هذه البيئة يعتمد اعتمادًا كليًا على كل ما فيها من أفكار ، بحيث تكون هناك الأفكار السائدة بين الجمهور المستهدف وتصبح القيم الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والعادات والتقاليد هي التي تكون في النهاية أسلوب شكل ومضمون الإعلام المحلي .²

الإذاعة المحلية هي جهاز إعلامي يخدم مجتمعًا محليًا ، بمعنى أن الإذاعة المحلية تبث برامجها مخاطبة مجتمعًا خاصًا محدود العدد .

الإذاعة المحلية تلبي الإحتياجات التي لا تستطيع الإذاعة المركزية أن تلبّيها بالنسبة للمجتمع المحلي إن كل إذاعة محلية إن كان واجبها عموماً هو الإعلام والتنقيف والترفيه ، فإن عليها إلتزاماً خاصاً يربطها بنوعية الحياة في مجتمعها المحلي .³

يعرفها الباحث " كلود كولان " في كتابه أوقد دو شوك : على أن هذا المفهوم يحدد الإذاعة حسب مساحة البث ويناقض هذا إذاعة وطنية أو إذاعة جهوية إنه يفسرها بما يراه نقيضاً .

أما " سعد لبيب " فيعرفها على أنها : تلك التي تقوم بخدمة مجتمع محدود ومتناسق من الناحية الجغرافية والاجتماعية والثقافية المتميزة على أن لا تحد حدود جغرافية حتى تشمله رقعة

¹ د. طارق الشاري ، الإعلام الإذاعي ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط 1 ، عمان ، 2010 ، ص 180

² د. ماجي الحلواني ، مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي عالم الكتب ، د. ط ، 2002 ، ص 66

³ دريم عبود ، مدخل إلى الإذاعة والتلفزيون ، الجامعة الافتراضية السورية ، 2020 ، ص 16

الغرسال المحلي ، أي أن هذه الإذاعة لا شأن لها بالنقسيماا الإدارية وَاَلتخطيطية التي قد تصلح عليها الحكومة في فترة زمنية معينة وَاِنما هي ترتبط أساسا بمجتمع يضم أفرادا لهم خصائصهم في المجال الإاقتصادى وَاَلاجتماعى وَاَلتجمعهم وحدة فكرية تراثية وثقافية خاصة وَاَلتعرض هذه الإذاعة تراثهم وَاَلفكارهم بل وَاَلحتى لهجتهم المحلية ، من هنا يتضح أن الإذاعة لها سماتها الخاصة التي تميزها عن غيرها من الأنماط الإذاعية الأخرى .¹

3- نشأة الإذاعة :

الإذاعة في العالم العربي :

عرف العالم العربي المحطات الإذاعية في عام 1925م ، حيث دخلت الإذاعة (الجزائر) في ذلك الوقت المبكر وفي نفس ذلك العام أدخل بعض الأفراد في العاصمة المصرية (القاهرة) ومحطات إذاعية صغيرة كانت تبث بعض البرامج القصيرة والغناء . ولكن سرعان ما تدخلت الحكومة المصرية وأوقفت نشاط المحطات مفسحة بذلك المجال لأول محطة إذاعية رسمية تتبع للدولة في عام 1934م ، وبعفتر ة قصيرة كان تأثير تلك الإذاعة ملحوظا على قطاعات كبيرة من المواطنين حيث شجع ذلك على تكرار التجربة حتى إنتشرت العدوى في معظم الدول العربية²

في بداية 10 ماي 1925م ، صدر مرسوم ملكى يحدد الشروط الواجب إستخدامها لإستخراج التراخيص الخاصة بإستخدام الأجهزة اللاسلكية طبقا للاتفاقيات الدولية وبدأت هذه المحطات تذيع باللغة الغربية والإنجليزية الفرنسية والإيطالية للأجانب في مصر .

وأم إيقاف هذه المحطات عن البث في 29 ماي 1934م ، لضعف إمكانياتها .³ وَاَلستبدالها بالحكومة المصرية تبث إرسالها من 31 ماي 1934م إلى 1947م ، وَاَلتتميز هذه المرحلة بأن الإذاعات أنشئت كمحطة تابعة للحكومة المصرية ، وَاَلكانت الإذاعة المصرية في ذلك الحين

¹ د.ماجى الحلوانى ، مدخل إلى الفن الإذاعى وَاَلتلفزيونى الفضائى ، نفس المرجع السابق ، ص 67

² دعوض إبراهيم عوض ، لغة الإذاعة دراسة تحليلية ، دار جامعة الخرطوم للنشر وَاَلتوزيع ، ط 1 ، 2001 ، ص 26

³ دنوال محمد عمر ، الإذاعات الإقليمية دراسة نظرية تطبيقية مقارنة ، دار الفكر العربى للنشر وَاَلطبوع ، القاهرة ، 1993 ،

تذيع من خلال خدمتين إذاعيتين فقط هما البرنامج العام والبرنامج الأوروبي ثم ركن السودان فيما بعد حتى 1952م ومنذ ذلك العام والإهتمام بالإذاعة كواحدة من أدوات السياسة المصرية المتعاقبة في الداخل والخارج ، وفي إنشاء المزيد من الخدمات الإذاعية التي خضعت للعديد من مظاهر التنظيم والتطور .

ثم تتابع ظهور الإذاعة في جميع أنحاء الوطن العربي سواء المشرق العربي أو المغرب العربي والخليج العربي¹.

حيث وصلت فيه الإذاعة إلى إمكانات متعظمة سواء بالنسبة للكوادر البشرية أو للإمكانات التقنية الكبيرة التي ساهمت في تطوير البث الإذاعي ، ليس فقط في داخل الدول ولكن إلى خارج حدود الدول من خلال الإذاعات الموجهة .

وقد برزت العديد من التطورات المجتمعية في العالم العربي عجلت بتطور الإذاعة من خلال هذه التطورات حركات التحرر الوطني ، ومستلزمات التنمية بما في ذلك ضرورة مشاركة الإذاعة في جهودها المتعددة ، هذا بالإضافة إلى التطور السريع لتكنولوجيا الإتصال في حد ذاتها خاصة الجانب المادي ويطلق عليه HARD WIRE بمعنى أجهزة الراديو والتلفزيون والأقمار الصناعية والحاسبات الآلية وما شابه ذلك من منتجات هذا التطور في الجانب المادي لتكنولوجيا الإتصال صاحبه إنتشار ملحوظ لإستخدامات هذه التكنولوجيا و إذا كان مفهوم التكنولوجيا قد إرتبط بالتطور في مجال الإلكترونيات بوجه خاص ، فإن الإذاعة أوضح مثل على ذلك ، فقد شهدت الإذاعة تطورات متلاحقة زادت إنتشارا عندما ظهر الترانزستور كثورة

¹ د.حسن علي محمد ، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية البصرية ، دار العربية للنشر والتوزيع ، ط 1 ، القاهرة ، 2009 ، ص 27¹ دعوض إبراهيم عوض ، لغة الإذاعة دراسة تحليلية ، دار جامعة الخرطوم للنشر والتوزيع ، ط 1 ، 2001 ، ص 26

¹ دنوال محمد عمر ، الإذاعات الإقليمية دراسة نظرية تطبيقية مقارنة ، دار الفكر العربي للنشر والطبع ، القاهرة ، 1993 ، ص 33

¹ د.حسن علي محمد ، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية البصرية ، دار العربية للنشر والتوزيع ، ط 1 ، القاهرة ، 2009 ، ص

حقيقية في مجال الإتصال وما إرتبط بذلك من الإعتماد على الدوائر بدلا من الصمامات فأصبح جهاز إستقبال الراديو رخيص الثمن في متناول الملايين .

إن هذا التزايد والإنتشار لأجهزة إستقبال الراديو في العالم العربي سواء من حيث العدد إنطلق أو المتاح لكل ألف من السكان ، كما أنه تأكيد لفكرة أن الراديو هو أكثر وسائل الإتصال إنتشارا في كل وقت ومكان ¹.

بدأ الإرسال الإذاعي في المغرب عام 1928 م ، وتونس عام 1935 م ، والعراق عام 1936 م ، والسودان عام 1940 م ، وسوريا عام 1941 م ، الأردن عام 1948 م ، والسعودية عام 1949 م ، والكويت عام 1951 م ، وقطر عام 1968 م ، أبو ظبي عام 1969 م ، وعمان عام 1970 م . وبعد أن إنتشرت الإذاعات في كل بقاع الدنيا سارت هناك محطات إذاعية تتبع للحكومات ومحطات مستقلة ومحطات للهواة ².

الإذاعة في الجزائر :

عرفت الجزائر الراديو سنة 1925 م عندما قام أحد الفرنسيين بإنشاء محطة إرسال على الموجة المتوسطة لم تتعد قوتها المائة وات ، ثم إرتفعت في سنة 1928 م إلى ستمائة وات . وبمناسبة مرور مائة سنة على إحتلال الجزائر إفتتح في سنة 1929 م ، أو محطة إرسال حقيقية بقوة 12 كيلوات على الموجة المتوسطة ³.

وفي سنة 1940 م أقيمت في مدينة قسنطينة محطات للإرسال باللغة الفرنسية والعربية كما أقيم في مدينة وهران محطة إرسال وفي سنة 1942 م إفتتحت محطة إرسال ثانية في مدينة الجزائر وفي 1943 م أقيمت محطة وهران وكان الغرض من هاتين المحطتين تمكين هاتين المدينتين والمناطق المحيطة بهما في الإستماع إلى برنامجين ، أحدهما بالفرنسية والأخر بالعربية .

¹ د.حسن عماد مكاي ، د.عادل عبد الغفار ، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين ، الدار المصرية اللبنانية ، ط 1 ، القاهرة ، 2008 ، ص 35 - 36

² دعوض إبراهيم عوض ، لغة الإذاعة دراسة تحليلية ، دار جامعة الخرطوم للنشر والتأليف ، ط 1 ، 2001 ، ص 26

³ د.محمد عبد البديع السيد محمد ، الإذاعات العربية والدولية ، 2020 ، ص 97 - 98

وقد عملت السلطات الفرنسية بعد ذلك على تطوير البث الإذاعي فيها. وتواصل مد الشبكة الإذاعية في الجزائر ، ففي سنة 1945 أقيمت محطة إرسال في بون ، وفي نهاية الحرب العالمية الثانية بدلت السلطات الفرنسية جهدا كبيرا من أجل تغطية الجزائر كلها أو الجزء الأكبر منها.¹

4- نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر :

لم تعرف الجزائر قبل 90م ما يعرف بالإعلام المحلي ، فوسائل الإعلام كانت وطنية المحتوى مركزية الإصدار أو البث في معظمه .

إن تجربة الإعلام المحلي الجزائري التي إنطلقت سنة 90م يمكننا صدها فيما يلي :

- 1- إذاعة الساوره بولاية "بشار" : تأسست بتاريخ 20 أبريل 1991 ، وتبث على الموجة المتوسطة بتردد 576 كيلوهيرتز ويوجد بها جهاز إرسال بقوة 400 وات ، وتغطي مساحة تمتد إلى 300 كم ، وتغطي فعليا ولاية بشار ، كما يصل بثها إلى ولاية النعامة وجنوب المغرب ، و تستعمل اللغة العربية الفصحى بنسبة 40 بالمئة في تقديم برامجها ، يعمل بها 52 موظفا ،
- 2- إذاعة متيجة " ولاية الجزائر العاصمة : تأسست في 8 ماي 1991 على مستوى الجزائر العاصمة ، لتغطي منطقة المتيجة تضم ولايات (الجزائر العاصمة ،البليدة ،بومرداس، تيبازة) تبث برامجها على الموجة المتوسطة بتردد 1428 كيلوهيرتز ، ويؤمن هذا البث جهاز إرسال بقوة 10 كيلو وات ، وتبث لفترة أربعة ساعات في اليوم فقط ، وتتقاسم بثها مع إذاعات أخرى (الإذاعة الثقافية ، إذاعة القرآن الكريم ، إذاعة جامعة التكوين المتواصل) عدد العاملين بها 43 موظف.²

- 3- إذاعة الواحات (بولاية ورقلة) : تأسست في 9 ماي 1991م ، تبث برامجها لمدة 8 ساعات يوميا على الموجة المتوسطة على تردد 1098 كيلوهيرتز لعاصمة الولاية و 1017

¹ د.محمد عبد البديع السيد محمد ، المرجع نفسه ، ص 98

² د.صالح محمد حميد ، دور الإذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية ، دار عياد للنشر والتوزيع ، ط 1 ، 2012 ، ص 98 - 99

كيلوهرتز لمنطقة توقرت ، وبتردد 1026 كيلوهرتز لمنطقة حاسي مسعود ويصل بثها إلى أكثر من 2000 كم في جميع الإتجاهات .

4- إذاعة السهو (ولاية الأغواط) : تأسست 16 أبريل 1992م تبث على الموجة المتوسطة بتردد 1161 كيلو هرتز بجهاز إرسال قوته 5 كيلو وات ، ويصل إرسالها شعاع 170 كم ، تصل نسبة البرامج المباشرة بها إلى 70 بالمائة فتستخدم إلى جانب اللغة العربية الفصحى 50 بالمائة في تقديم برامجها اللهجة المحلية (تارقية) بنسبة 30 بالمائة بها 44 موظف .

5- إذاعة تلمسان : تأسست على الحدود مع المملكة المغربية وهذا أحد أهم أسباب إنشائها بتاريخ 17 أكتوبر 1992 تبث على الموجة ذات التعديل الترددي (FM.1004) بجهاز إرسال قوته 10 كيلو وات ، يوفر إرسالاً بحدود 200 كم في جميع الإتجاهات ، وتبث برامجها المباشرة بنسبة 60 بالمائة وتقدم باللغة العربية الفصحى 80 بالمائة ، يعمل بها 40 موظفاً .

6- إذاعة الهضاب (ولاية سطيف) : تأسست بتاريخ 10 أكتوبر 1992 ، تبث على الموجة ذات التعديل الترددي (FM.1003) بواسطة جهاز إرسال بقوة 100 واط نظرياً تغطي الشعاع 50 كم في كل الإتجاهات ، وفعلياً يصل بثها إلى ولاية البرج غرباً ، عين جاسر جنوباً ، وشلفوم الصيد شرقاً ، تتوفر فيها الخبرة المحلية الجزائرية بنسبة 100 بالمائة ، وبها 45 موظف¹

5- أهمية الإذاعة :

إحتلت الإذاعة مكانة هامة ومرموقة منذ بداية القرن العشرين 1920م ، فقد دخلت جميع أوساط المجتمع بغض النظر عن مستواهم الثقافي ، وأخذت تؤثر في عادات وسلوكات جميع الطبقات ، ويعود التغيير الحاصل في أنماط حياة البشر ، وإليها يعود التواصل الثقافي بين الأمم ، وإليها يعود التعلين عن بعد ، فهي تتجاوز الحدود السياسية والجغرافية ، وخير مثال

¹ د.صالح محمد حميد ، المرجع نفسه ، ص 99 - 100

ما كانت تبثه الإذاعة الأردنية والسورية لأبنائنا في الوطن المحتل : فلسطين والجولان، ولا زالتا حتى يومنا هذا ¹.

تعد الإذاعة من أكثر وسائل الإتصال الجماهيري قدرة على الإنتشار والتأثير بعد التلغز وأهم ما تتميز به الإذاعة إمكانية وصولها إلى الريف والمدينة في آن واحد بإمكان الموجات الإذاعية أن تتخطى الحدود السياسية والحواجر الطبيعية والصناعية لتصل إلى جمهورها بشكل يفهم بوضوح ، فضلا عن إنها وسيلة إتصال جماهيرية شعبية ، يمكن وصفها بأنها جامعة شعبية على الهواء .

لذلك وظفت هذه التقنية المعاصرة في خطط وبرامج التنمية في العديد من بلدان العالم وهناك العديد من التجارب الواقعية التي تؤكد التغيرات الإجتماعية والثقافية والإقتصادية ، في العديد من المجتمعات وأنها أسهمت في التحولات الكبيرة التي حصلت حتى في البلدان الصناعية المتقدمة وأنها جسدت الديمقراطية وأضحت الإذاعة أكثر قدرة على الإنتشار والتأثير بعد دخول التقنيات الفضائية ، أكد أهمية الإذاعة الصوتية الخبيرشؤون الإتصال الجماهيري (ميندلسون) مشيرا إلى أن الإذاعة تساهم في رسم الإطار النفسي للمتلقى ، من خلال البرامج الصباحية التي تهيء الناس لليقظة والعمل والتفأول ، في حين تقوم برامج السهرة الترفيهية بتحقيق أفضل حالات الإمتاع والتسلية ، وفي النهاية تخلق جوا من الإسترخاء والإستسلام للنوم براحة وهدوء ومن ثم تهيء جوا إيقاعيا لإستقبال يوم جديد بنشاط وتفاؤل وتوديعه بإرتياح وهدوء ².

تشير أغلب الدراسات الإعلامية بأن : الإذاعة المحلية تلعب دورا هاما في عملية التنمية المحلية من خلال مختلف البرامج كما تلعب دورا هاما في نشر التوعية الإجتماعية كمحو الأمية ، وتعليم البنات و الصحة العامة .

¹ د.نعيم الطاهر ، د.عبد الجابر تيم ، وسائل الإتصال السياحي ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، ط 1 ، عمان ، 2001 ، ص 61

² د. مصطفى حميد كاظم الطائي ، التفشيات الإذاعية والتلفازية وأهميتها التطبيقية في التعليم والتعلم ، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر ، ط 1 ، 2007 ، ص 43 - 44

وأوصت نتائج تلك الدراسات الإعلامية بأنه لا بد للقائمين على الإذاعات المحلية أن يهتموا برغبات و اهتمامات المتلقي ، لأنه هو الهدف الأساسي للعملية الإعلامية والتواصلية ، وذلك بإتاحة فرص التواصل والحوار والمشاركة ضمن البرامج الإذاعية إذ لا يمكن تجاهل أهمية تفعيل مشاركة المتلقي في إثراء المضامين الإذاعية من هنا تظهر الحاجة لزيادة حجم المواضيع والبرامج الإذاعية التي تعطي فرصة للجمهور للمشاركة والتعبير عن وجهة نظره ، ومن ذلك مثلا : البرامج الحوارية والبرامج المباشرة الخ.¹

6- أهداف الإذاعة المحلية :

من خلال الغطلاع على خطة التنمية الثالثة 2006 - 2010 الصادرة عن المؤسسة اليمنية للإذاعة والتلفزيون لقد اتضح أن من أولويات اتساع الإذاعات المحلية الأمور التالية :

1- تعزيز فضاءات حرية التعبير للرأي والرأي الآخر كمرتكز أساسي لحق الإنسان في التعبير عن آراءه وأفكاره .

2- تنمية الرأي بحقوق الإنسان والحريات المدنية والسياسية العامة والخاصة .

3- الإسهام الفاعل بتنمية الوعي الهادف بتعديل النظرة المتحيزة ضد المرأة .

4- الإهتمام بقضايا الشباب و إبداعاتهم ومواهبهم الاجتماعية والثقافية والتعليمية وخلق وعي لديهم بأهمية التعليم المهني والتقني في سوق العمل واستقرار الحياة للشباب .

5- مناقشة قضايا المجتمع المحلي في جميع المجالات الاجتماعية والإقتصادية و الثقافية والتنمية و إبراز دور السلطة المحلية .

6- رفع الوعي لدى المواطن بأهمية الحفاظ على المنجزات التي تحققت له في مختلف المجالات وكذا الأمن والإستقرار والإصطفاف الوطني خلف توجيهات الدولة.²

7- تقديم برنامج إذاعي لتطوير وتنمية المجتمع .

¹ د.صالح محمد حميد ، دور الإذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الحدة الوطنية ، دار عياد للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2012 ، ص 90

² د.صالح محمد حميد ، المرجع نفسه ، ص 115 - 116

- 8- تشجيع المشاركة في التطور الإجتماعي .
 - 9- زيادة المشاركة النشطة للمجموعات التي لا تتميز بامتيازات في المجتمع .
 - 10- تكثيف تبادل المعلومات داخل المجتمع .
 - 11- تقديم برنامج إذاعي للتعبير عن الثقافة المحلية .
 - 12- زيادة إمكانية وصول الأفراد إلى المعلومات باللغات المحلية .¹
- * تقدم الإذاعة المحلية كل ألوان الإنتاج الإذاعي من برامج ترفيهية ودينية وثقافية وإعلامية .
* الهدف منها خدمة الثقافة الوطنية وتعمق جذورها عن طريق من يقدم من برامج وأبحاث حفاظا على الإرث الحضاري والثقافي لكل منطقة .
- * إبراز الثقافة الشعبية المحلية خوفا من إضمحلالها ، كونها أساس من أسس الشخصية الوطنية والتعريف بتقاليد المنطقة وخصوصيات سكانها .
- * توسيع المستوى الديمقراطي والحق في الإعلام وتحقيق النهوض بكل جهات الوطن ومواجهة مشكلاته والبحث عن حلول لها .
- * تحقيق التنمية الفكرية عن طريق نقل ما يريده الجمهور المحلي ، مستندين في ذلك إلى خبرة الناس وشعورهم ونظرتهم إلى الحياة والإقتراب منهم .
- * الإهتمام بالبحوث ورغبات الجمهور والتعرف على مشكلاتهم ومعنى ذلك أن الإذاعة تأخذ في إعتبارها رغبات المستمعين وإقتراحاتهم وما يتوقعون منها .
- * الإعلام المحلي تظهر أهميته الإعلامية في توصيل وتبسيط وحسن تنفيذ ومتابعة الأهداف المحلية والتنمية العليا ، وتغطية الأخبار والأحداث المحلية التي لا تغطي وطنيا .
- * تحسين فرصة الإتصال الجماهيري (الإتصال المستمر بالجمهور المحلي) وحرية التعبير، ومنبر حر بالنسبة للأشخاص والأعضاء الراغبين في تبليغ السكان بالمواضيع ذات المصلحة المشتركة .

¹ طاهري لخصر ، واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الإجتماعية " إذاعة الجلفة المحلية نموذجا " ، شهادة الماجستير في علم الإجتماع ، جامعة بسكرة ، 2011-2012 ، ص 88

* وتهدف أيضا إلى المشاركة بالإنتاج لصالح القناة المركزية الوطنية.¹

7- خصائص الإذاعة المحلية:

1- التغطية الجغرافية الواسعة: وصف لينين المذيع بأنه جريدة بلا ورق ، ولا تعرف شيئا اسمه المحدود حيث كان لا يمكن لأي وسيلة إعلامية أخرى أن تتنافس الإذاعة المسموعة فيما يتعلق بنطاق التغطية الجغرافية الشاسع الذي يمكن أن يصل إليه فهي تتخطى الحواجز والموانع الطبيعية والمصطنعة مثل البحار والصحارى والجبال ومحطات التشويش ولكن أصبحت الآن تتنافسها الأقمار الصناعية وإن كانت الإذاعة دائما أسبق من الأحداث نظرا لسهولة إرسالها .

2- السرعة والفورية : نظرا لزيادة الكساد الإقتصادي بعد أكتوبر 1929 أصبح الجمهور أكثر إهتماما بالأخبار الإذاعية مما أدى إلى نشوب حرب مريرة بين الصحف والإذاعة وفرضت وكالات الأنباء والصحف الكثير من القيود وهي :

- أن يكون الخبر الإذاعي موجزا بحيث يتضمن لب الحدث فقط .

- ألا يزيد أطول خبر عن ثلاثين كلمة . وأن لا تزيد عن عشر دقائق .

- أن لا تذيع محطة الراديو أكثر من ثلاث نشرات أخبار يوميا .

- وقد ساهمت هذه القيود في بلورة نشرات الأخبار بالإذاعة إلى حد كبير وفيما عدا القيد

الأخير، فإن القيود السابقة تثبت أنها في مصلحة إذاعة المستمع ، كذلك فإن نسبة المستمعين

تشعر بالملل في نهاية العشر دقائق.²

3- خدمة العملية التعليمية : إستغلت الغذاعة المسموعة كوسيلة إتصال تعليمية منذ الحرب

العالمية الأولى وتطور هذا الإستخدام حتى أصبحت برامج الإذاعة التعليمية تكاد تثبت من

¹ حسانين دواجي وردة ، الإذاعة المحلية والقيم الأسرية ، شهادة دكتوراه في وسائل الإعلام والمجتمع ، جامعة مستغانم ،

2017-2018 ، ص 69 - 70

² دريم عبود ، مدخل إلى الإذاعة والتلفزيون ، الجامعة الإفتراضية السورية ، 2020 ، ص 33 - 35

جميع محطات الإذاعة في العالم كله ، وهناك من يدرس ويتابعون برنامجهم من شعوب كثيرة في العالم ¹.

3- وسيلة إعلامية هامة : يرجع استخدام الإذاعة كوسيلة إعلانية إلى إنشاء أول محطة تجارية في الولايات المتحدة الأمريكية ، ومما جعل الإذاعة وسيلة إعلانية هامة :

- القدرة على الإقناع باستخدام الصوت في النص الإعلاني إذ يشعر المستمع أن الرسالة الإعلانية قد أعدت له بصفة شخصية .

- تتصل بتنوع المحطات والبرامج إذ يمكن تقديم الرسائل الإعلانية قبل أو بعد البرامج المناسبة لمخاطبة قطاع الجمهور .

- تتصل بوقت الإذاعة حيث يداع الإعلان في الفترة الزمنية المحددة له دون مزاحمة أي مادة إذاعية أخرى ².

ومن خصائصها أيضا :

* المحطات المحلية مشروع من المشاريع التوسعية للإذاعة الوطنية ، وبالتالي فهي إمتداد للمؤسسة الوطنية للإذاعة .

* الإذاعة المحلية قطاع عمومي يسمح بتحرير الموجات وإطلاق المشاريع الخاصة .

* سبقت المحطات المحلية الهياكل المديرة لها من حيث النشأة ، فكان إنشاء مديرية تنمية الإذاعات المحلية والتي مهمتها تسيير هذه المحطات وتنسيق مهامها وتوجيه برامجها في سبتمبر 1993 ، في حين أن عدد المحطات في هذا التاريخ كان خمس محطات .

* الإطلاق السريع والمفاجئ للمحطات كان يغير عن مسابرة الوضع العام أكثر منه عن الحاجة إلى الإذاعة .

¹ دطارق الشاري، الإعلام الإذاعي ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، ط 1 ، الأردن ، 2010 ، ص 76

² دريم عبود ، مدخل إلى الإذاعة والتلفزيون ، نفس المرجع السابق ، ص 36 - 37

* بعض الإذاعات تتجاوز الحدود المحلية لتغطي أكثر من ولاية ، مما يجعلها جهوية أكثر منها محلية .¹

* قدرتها على تخطي الحواجز : فهي تتحدى الحواجز السياسية والجغرافية والوصول إلى أماكن بعيدة جدا ، فتصل البادية والمدينة والقرية وهذه ميزة هامة تجعل من الإذاعة عاملا مؤثرا عاما ، حتى لو تعرض هذا البث الإذاعي إلى تشويش متعمد في بعض الأحيان من الدول المعادية ، فهذه إذاعة العراق الشقيق يصل مداها إلى بقاع واسعة رغم ما تقوم به الإدارة الأمريكية الإستعمارية المعادية لكل الإنسانية من تشويش متعمد ضدها .

* التأثير القوي على الوجدان : إن البرامج التي تبثها الإذاعة في جميع الأوقات تهين النفسية البشرية للقيام بالعمل المطلوب ، فالصباح مثلا له برامجه الخاصة التي تهين الموظف والعامل المرأة والرجل والطالب بالقيام بعمله بشكل فعال .

* قلة التكلفة المادية مع التقدم التقني أصبح بمقدور كل فرد شراء جهاز الراديو إضافة إلى توفر الطاقة بأشكال سهلة ومتعددة ، وسهولة تشغيل هذه الأجهزة فهي لا تحتاج إلى هوائيات²

8- أنواع الإذاعات :

1- الإذاعة الدولية : ويقصد بها الإذاعات التي لعبت دورا إعلاميا بارزا على المستوى العالمي ، وذلك من أجل تحقيق أغراض سياسية وفنية و ثقافية عامة ، وخاصة خارج حدود دولتهم السياسية ، وغطت إرسالها تقريبا جميع مناطق العالم مثل الإذاعة البريطانية تبث برامجها ب 38 لغة عالمية ، عدد العاملين بها 22 ألف عامل .

2- الإذاعة الوطنية : هي التي تبث برامجها لجميع أنحاء الوطن وبثها يغطي الوطن كله ، وعادة ما يكون مركزها في عاصمة الدولة ، وتهتم برامجها بما يتعلق بالوطن كله من

¹ حساين دواجي وردة ، الإذاعة المحلية والقيم الاسرية ، شهادة دكتوراه في وسائل الإعلام والمجتمع ، جامعة مستغانم ، 2017 ،

- 2018 ، ص 71 - 72

² د.نعيم الطاهر ، د.عبد الجابر تيم ، وسائل الإتصال السياحي ، دار اليازوري للنشر والتوزيع ، ط 1 ، عمان ، 2001 ،

أمور سياسية و إجتماعية و إقتصادية و ثقافية ورياضية ، ولا تهتم بالتفاصيل المحلية كثيرا ، لأنها تخاطب مستمعين تختلف إهتماماتهم ، و انشغالاتهم ، وثقافتهم ، ومخاطبتها للمستمعين عن طريق طرح قواسم مشتركة بين الأطياف التي يتشكل منها الوطن دون التخصيص ، أو التحيز لمنطقة أو ثقافة أو فئة .¹

3-الإذاعة المحلية : يمكن اشتقاق مفهوم الإذاعة المحلية من مفهوم المجتمع المحلي ، فالإذاعة المحلية هي جهاز إعلامي يخدم ويوجه إلى مجتمع إعلامي إذ تبت برامجها إلى جمهور محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة ، وهي تخاطب جمهورا متقاربا ومتناسقا من الناحية الإجتماعية والثقافية ، أي أنها تتفاعل مع الجمهور تأخذ منه وتعطيه وتقدم له الخدمات الكثيرة المختلفة ، ويمكن أن يكون أفراد المجتمع المحلي من قرية واحدة أو مجموعة قرى متقاربة أو مدينة صغيرة .

4-الإذاعة الإقليمية : هناك الكثير ممن لا يفرق بين الإذاعة المحلية والإقليمية ، وعلى حد رأي عبد الحميد شطري فإن هذا أدى إلى الخطأ في اسم بعض الإذاعات ، بحيث يعرفها في كتابه " الإذاعة المحلية لغة العصر " بأنها إذاعة تخاطب جماهير مجتمعات تعيش داخل إقليم محدد طبقا للتقسيم الإداري للدولة فقد يفصل بين هذه الأقاليم حاجز أو أكثر مثل حواجز اللغة والدّين وحواجز جغرافية مما يجعل كل إقليم مستقل بحد ذاته ، فالإذاعة الإقليمية تبت برامجها من عاصمة الإقليم ، وتقدم برامج وخدمات تهم أبناء الإقليم بأسره وفي نفس الوقت نجد بالضرورة في كل إقليم مجتمعات محلية متناسقة ويمكن أن تنشأ بينها إذاعات محلية صغيرة .²

¹ طاهري لخضر ، واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الإجتماعية ، "إذاعة الجلفة المحلية نموذجا " ، شهادة ماجستير في علم الاجتماع ، جامعة بسكرة ، 2011-2012 ، ص 85

² حساين دواحي وردة ، الإذاعة المحلية والقيم الأسرية ، شهادة دكتوراه في وسائل الإعلام والمجتمع ، جامعة مستغانم ،

9- وظائف الإذاعة المحلية :

مكاتب التحرير في الإذاعة ليست منظمة على غرار المكاتب في الجرائد و معظم الصحفيين في الإذاعة لا يتخصصون بتغطية نوع محدد من القصص الإخبارية ، ولكنهم قد يكلفون ببرامج إخبارية معينة كمنشرة أخبار الصباح الباكر أو نشرة أخبار المساء في الساعات المتأخرة ويتم جمع كل هذه البرامج من قبل مخرج يقرر القصص الإخبارية التي تبتث على الهواء وطولها وترتيبها ، ويشرف مخرج تنفيذي في أقسام الأخبار الأكبر على عمل المخرجين .

ويعمل في قسم الأخبار في الإذاعة بالإضافة إلى المرسلين الصحفيين مقدموا الأخبار أو "كبير المذيعين" الذين يظهرون على الهواء ويقدمون القصص الإخبارية التي غطاها الصحفيون في ذلك اليوم ويظهر مقدموا البرامج في الراديو عادة في أكثر من برنامج أخبار واحد في اليوم.¹

ويمكن تناول الجوانب التي يمكن أن تقوم بها الإذاعة المحلية وفقا للتحديد التالي :

أولا: الإذاعة ودورها في تنمية المجتمع المحلي في إطار المدخل الإقتصادي ، ويأتي في مقدمة المشكلات :

* نذرة رأس المال وقلة الدخل .

* ضعف الإنتاج وزيادة الإستهلاك .

* تزايد معدلات البطالة وفرص العمل المحدودة .

* قلة الإهتمام بنشر الصناعات الريفية والمنزلية وتركيز النشاط في القطاع الزراعي .

ثانيا: الإذاعة ودورها في تنمية المجتمع المحلي في إطار المدخل السياسي :

فوسائل الإعلام وفي مقدمتها الإذاعة تعتبر قنوات قومية هامة بإمكانها القيام بدور فعال في التنشئة السياسية للأفراد كما تستطيع خلق الإهتمامات الواعية لديهم بما فيها من مشاركة في

¹ د. طارق الشاري ، الإعلام الديني ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط 1 ، الأردن ، 2010م ، ص 167-168

صنع القرارات السياسية ، وقد أثبتت التجارب الإذاعية قدرة برامج الإذاعة على إستمالة الجماهير الريفية وقوتها المؤثرة في توجيه هذه الجماهير وتعديل سلوكها .

ثالثا : الإذاعة المحلية ودورها في تنمية المجتمع المحلي في إطار المدخل الإجتماعي والثقافي :

تبدو المشكلات الإجتماعية والثقافية بصورة جليّة في الدول النامية أكثر من غيرها في الدول الأخرى ويمكن تناول قضيتين هامتين هما المشكلة السكانية ، والأمية ¹.

- المعالجة الموضوعية للقضايا المجتمعية و القومية بما يحفز كل الطاقات للمساهمة في إيجاد الحلول الكفيلة بحل هذه القضايا .

- إتاحة الفرصة الكافية لكافة الآراء ووجهات النظر للتعبير عن نفسها فيما يتعلق بمعالجة مشكلات المجتمع وقضاياها الملحة .

- التوعية المستمرة بخطورة القضايا والمشاكل التي تواجه المجتمع والإعلان عن كافة الجهود التي تبذل ، والنجاحات التي تحقق في هذا الإطار .

- تأكيد دور كل مواطن في التصدي لمشكلات المجتمع وقضاياها الملحة مع تكثيف برامج وسلوكيات لتصحيح السلبي منها ، والدعم الإيجابي .

- محاربة كافة أشكال السلبية واللامبالاة والتي تشكل العائق الرئيسي أمام المشاركة الإيجابية للمواطن في معالجة و مواجهة المشكلات التي تواجه المجتمع ².

- ومن وظائفها الأساسية هي :

* **الإعلام :** نقصد بالإعلام معنى "الأخبار" أي نقل الأخبار التي تشمل حقائق المعلومات من الأحداث الجارية ، وعن الأفكار والآراء والإعتماد الكامل هنا يكون قائما دائما على أساس الحق والحقيقة .

¹ د.ريم عود ، مدخل إلى الإذاعة والتلفزيون ، الجامعة الإفتراضية السورية ، 2020 ، ص 20-21

² طاهري لخضر ، واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الإجتماعية ، شهادة ماجستير في علم الإجتماع ، جامعة بسكرة ، 2011 - 2012 ، ص 97 ،

* **التثقيف** : يقوم الراديو بدور أساسي وحيوي في تثقيف الشعب فإذا كانت الثقافة عبارة عن مجموعة من المعلومات ، التي تتناول شتى المعارف الإنسانية من علم وفن وثقافة وأدب بما في ذلك اللغة ، ومجمل الموروثات والتقاليد والعادات وأسلوب الحياة والسلوك العام والقيم المختلفة المتوارثة والقيم المستحدثة التي تفرضها متغيرات العصر ، والتحويلات المتنوعة لدى الشعب .

* **الترفيه** : الترفيه ضرورة من ضروريات الحياة ، والمقصود بالترفيه في الإذاعة هو كل مادة إذاعية تساعد الناس على أن يمضوا وقتا باسما ممتعا من خلال إستماعهم الراديو ، وتجعلهم يشعرون بالراحة والسعادة مما ينسيهم بعض متاعب الحياة وتساعدهم على مواصلة حياتهم بصورة أفضل وأكثر أملا ، وكانت بداية برامج الترفيه في الراديو مجردة إذاعة فترات موسيقية ، موسيقى وغناء ، وهناك من البرامج الغنائية و الموسيقية مالا تكاد تخلوا منه خريطة أي إذاعة بالعالم باستثناء بعض الإذاعات الدينية ومنها ما يذيع أغاني وموسيقى دينية .¹

* **التعليم** : يلعب الراديو دورا أساسيا في التعليم عن بعد والراديو هو وسيلة الإتصال الجماهيرية الأكثر رخصا ، والأشد خصوصية وهو الوسيلة الأوسع إنتشارا وهذا ما يجعل التعليم عن بعد عن طريق الراديو تعليما جماعيا بمعنى أن يستفيد منه أعداد كبيرة من الأفراد وإن كان المقصود بالتعليم عن بعد عن طريق الراديو ليس بالضرورة هو محو الأمية ، أو شرح المناهج الدراسية ، لأن الراديو يؤدي وظيفة تعليمية أكثر شمولاً ، إنه وسيلة يستطيع المستمع من خلالها تلقي مختلف المعارف والأفكار المستحدثة .

* **التنمية** : وظيفة من أهم وظائف الراديو واستخداماته ، والتنمية بمعنى التطور إلى الأفضل وتكونو التنمية دائما من أجل مستقبل أفضل ، وحياة أفضل للإنسان ، وهي لا تتم إلا بواسطة الإنسان نفسه فهو الهدف والغاية والوسيلة .

¹ د.عبد المجيد شكري ، الفن الإذاعي وتحديات التكنولوجيا ، دار العربي للنشر والتوزيع ، د.ط ، القاهرة ، 1999 ، ص 27

* **الخدمة** : تأكدت الخدمة كأحد أهم وظائف الراديو وكخطوة دفاعية يواجه بها الراديو التهديد المستمر والذي قد يصل إلى حد توقفه وإخفائه أو حصاره والحد منه دوره وتأثيره ، ويكاد الراديو اليوم أن يكون جهازا لتقديم مجموعة كبيرة من الخدمات الإعلامية ذات خصوصية فريدة بالنسبة للجماهير المستمعين كأفراد وجماعات ، إن قيام الإذاعيين بتطوير فعاليات الراديو وتركيز على الخدمة هو أحد زوايا الرؤية الواضحة لمتغيرات العصر ، وأهمية التعايش مع تلك المتغيرات والتأقلم معها ، وبلغ ذلك التعايش والتأقلم حد التركيز على التحول إلى المحلية حيث إنتشرت الإذاعات المحلية وإذاعات الجوار . والبدائية في الإذاعات المحلية دائما تقديم خدمة إخبارية محلية بصفة أساسية بحيث يعرف المجتمع بيئته ومجتمعه المحلي وتفاصيل الأحداث .

* **الإعلان** : يعتبر وظيفة من وظائف الراديو أو الإذاعة حيث الإعلان في حقيقته دعوة لترويج سلعة أو سلع معينة عن طريق إبداء محاسنها لكي يقبل الآخرون على شرائها ، والدعوة للشراء خدمات محددة ومايتبع ذلك من تعريف الأشخاص والمؤسسات والأفكار أيضا ، والراديو هنا يمثل أداة لترويج السلع لا أداة للإتصال الإعلامي¹.

10- أهمية العلاقات العامة في الإذاعة المحلية :

من الإستراتيجيات الهامة التي تعتمد عليها الإذاعات عموما والإذاعة المحلية خصوصا هي نشاطات العلاقات العامة التي تعطي للمؤسسة طابعا تواصليا فعالا للوصول إلى جمهورها أشكالا اتصالية مختلفة مثل الروبوتاج الإذاعي ، والإعلان وذلك بإستعمال الموسيقى والمؤثرات الصوتية لتهيئة ذهن الجمهور ليتلقى الرسالة الإعلامية والإقتناع بها . لا يجب أن يغيب عن الذهن لأن فترات اليوم تختلف من حيث مناسبتها للموضوعات المختلفة ، لما يصح إذاعته في الصباح لا يصح في المساء ، وتمتاز إلى جانب ذلك

¹ المرجع نفسه ، ص 32 - 36 - 37 - 41 - 50

بالتأثير وهذا ما يجعلها أكثر الوسائل قادرة على الإستهواء ، بالإضافة إلى الإحساس الجماعي الذي يتوفر لجمهورها في أي مكان .
فالإذاعة في ضوء ممارسة العلاقات العامة لا تغني عن الإجتماعات والمطبوعات الخ ،
فهي الوسيلة لزيادة مفعول هذه الوسائل ¹.

¹ د.محمد منير حجاب ، الإتصال الفعال للعلاقات العامة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، د.ط ، القاهرة ، 2007 ، ص 507

الجانب التطبيقي

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية في الإذاعة المحلية بمستغانم

- 1- التعريف بالمؤسسة
- 2- طابعها القانوني
- 3- لمحة عن إذاعة مستغانم
- 4- الهيكل التنظيمي لإذاعة مستغانم
- 5- الدراسة التحليلية
 - ✓ نتائج المقابلة
 - ✓ نتائج الملاحظة
 - ✓ النتائج العامة
- 6- الإقتراحات والتوصيات
- 7- خاتمة
- 8- قائمة المراجع
- 9- الملاحق

التعريف بالمؤسسة :

هي جهاز إعلامي يخدم المجتمع المحلي لولاية مستغانم أي برامجها محاطة وخاصة بمجتمع محدود تحكمه عادات وقيم تجعله يختلف عن المدن الأخرى .

طابعها القانوني :

هي مؤسسة عمومية تابعة لوزارة الإتصال وهي تحت وصاية مؤسسة الدولة حيث لا يوجد عندنا في الجزائر إذاعات خاصة والأمر يختلف في مجال السمعى البصري حيث توجد قنوات خاصة ، فالإذاعة الجزائرية هي عمومية سواء كانت محلية أو وطنية .

لمحة عن إذاعة مستغانم :**التسمية : إذاعة مستغانم الجهوية**

تاريخ الإنشاء : بتاريخ 10 فبراير 2004 ، تم تأسيس إذاعة مستغانم الجهوية من طرف فخامة رئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة ، حيث تم بثها بأربع ساعات من التاسعة صباحا إلى الثالثة زوالا ثم إلى ثماني ساعات سنة 2005م ، ثم إلى إثنا عشر ساعة سنة 2006م ، وفي 27 سبتمبر 2021م تم إختيارها ضمن مجموعة قليلة جدا من الإذاعات الجهوية لتمديد البث وتواصل العمل 24 ساعة على 24 ، وهو التحدي الذي رفعه طاقم بنفس العدة وبارادة أكبر ، وقد كان موقها يبعد عن مقر الولاية بأربعة كيلومتر في حي المطمر الشعبي وهي عبارة عن بناية قديما كانت في السابق مدرسة ابتدائية وتم إعادة تهيئتها ، وكانت تحتوي على تسع مكاتب وإستديوهات 2 ، قاعة إجتماعات وقاعة إستقبال ، حضيرة السيارات .

وفي يوم 16 ديسمبر 2020م ، تم إستلام المقر الجديد لإذاعة مستغانم وتدشينه بصفة رسمية بمناسبة ذكرى صوت الإذاعة الحرة المكافحة ، فهي تقع في بلدية مستغانم وتبعد عن مقر الولاية ب 3 كيلومتر .

وتحتوي على طابقين :

الطابق السفلي / الإستقبال / على اليسار : مكتب المديرية والسكرتارية ومكتب رئيسة مصلحة الإدارة ، قاعة الإجتماعات .

على اليمين : مكتب السمعي البصري ، مكتب الإشهار ، مكتب الأرشيف ، مخزن ومكتب نقابة المؤسسة .

الطابق العلوي / على اليمين : مكتب رئيس مصلحة الأخبار ، مكتب رئيسة مصلحة الإنتاج ، قاعة الإنتاج ، قاعة التحرير .

على اليسار : إستديو البث ، إستديو الإنتاج ، كابين CDM

البريد الإلكتروني : radiodemostaganemyahoo.fr

الموقع الإلكتروني : WWW.radiomostaganem.net

الصفحة على الفايسبوك : Radio Mostaganem

عدد العمال بإذاعة مستغانم :

يبلغ عدد عمالها 46 عامل من بينهم : 03 إداريين ، 09 صحفيين ، 10 تقنيين ، قسم الإخراج والتنشيط 16 ، 03 سائقين ، 05 أعوان أمن ، 01 عون نظافة .

مجال التغطية:

EMETTEUR	جهاز	المنطقة ZONE
	- جهاز البث FM : عدة إتجاهات - القوة : 2.5 كيلواط - الدببة : 104.0	مستغانم الولاية
	- جهاز البث FM : إتجاه واحد - القوة : 50 واط - الدببة : 104.7	مقر مستغانم الإذاعة
	- جهاز البث FM : إتجاه واحد - القوة : 93.3 واط - الدببة : 101.1	بلدية سيدي علي (الشواشي)

<p>- جهاز البث FM : إتجاه واحد - القوة : 100 واط - الدببة : 101.01</p>	<p>بلدية بوقيرات (القرابس)</p>
<p>- جهاز البث FM : إتجاه واحد - القوة : 50 واط - الدببة : 101.1</p>	<p>بلدية سيدي لخضر</p>
<p>- جهاز البث FM : ذو إتجاهين - القوة : 100 واط - الدببة : 96.8</p>	<p>طريق وهران (جبل الأسد)</p>

ملاحظة :

تبت إذاعة مستغانم الجهوية برامجها عبر السائل alcom.sat على التردد 12509 / 12250 mhz .

النسب المئوية للشبكة البرمجية :

- البرامج الإخبارية : 30 %
- البرامج الإجتماعية الثقافية : 45 %
- البرامج الترفيهية الفنية : 25 %

وضعية التجهيزات التقنية :

تجهيزات رقمية حديثة (أستوديوهات + نظام سمعي رقمي)

الربط مع القناة الأولى :

07:00 النشرة الإخبارية الأولى

13:00 النشرة الإخبارية الثانية

17:00 النشرة الجهوية

19:00 النشرة الإخبارية الثالثة

23:00 النشرة الإخبارية الرابعة

مكتسبات :

حصلت إذاعة مستغانم على أربعة ميكروفونات ذهبية ضمن الجائزة الوطنية الميكرفون الذهبي .

1- أحسن حصة ثقافية (المداحات) العام 2006

2- أحسن تحقيق صحفي لمرتين : 2008 حول موضوع (المنشطات في عالم الرياضة)

2009 حول أحسن تحقيق صحفي حول سوء التكفل (أخطر من المرض) .

1- أحسن حصة حوارية العام 2009 ، الموضوع (الإعجاز الرياضي في القرآن الكريم) .

الهيكل التنظيمي لإذاعة مستغانم :

تضم إذاعة مستغانم عدة مصالح :

مصلحة الأخبار : مكونة من رئيس المصلحة وصحفيون ومراسلون مهمتهم تغطية الأحداث والوقائع على المستوى المحلي وتقديمها على شكل مواجيز ونشرات الأخبار .

مصلحة الإنتاج : تضم منشطين ومخرجيين ومنتجون مهمتهم تقديم الفترات التنشيطية ، إنتاج الحصص والبرامج الإذاعية مسجلة ومباشرة إلى جانب إختيار الوصلات الغنائية حسب أذواق المستمعين .

المصلحة التقنية : ويضم رئيس المصلحة وتقنيون مختصون في الهندسة الصوتية ، يسهرون على وصول الصوت إلى المستمع بشكل جيد ويعتبر التقني عمود الإذاعة لأنه يهتم بكل الأمور التقنية من أجل ضمان البث .

الإدارة والمالية : متكونة من رئيس المصلحة والإشهار وعمال الإدارة يتكفلون بالأمور الإدارية والتنسيق بين الأقسام وأيضا السائقون .

الدراسة التحليلية :

المقابلة :

اعتمدنا في دراستنا على المقابلة و الملاحظة ، حيث أجرينا مقابلة مع 11 صحفي من قسم الإنتاج وقسم الأخبار .

حيث تتكون المقابلة من محورين كل محور يتكون من 6 أسئلة :

المقابلة الأولى: كانت مع الصحفية " زكية " مخرجة في قسم الإنتاج والبرمجة

المحور الأول : مكانة العلاقات العامة داخل إذاعة مستغانم

س1 : هل لديك مصلحة خاصة بالعلاقات العامة داخل الإذاعة ؟

ج1 : للأسف ، لا توجد مصلحة خاصة بالعلاقات العامة بالإذاعة المحلية .

تعليق 1 : يمكن القول بأنه يجب توفير فرع خاص بالعلاقات العامة في أي مؤسسة .

س2 : من هو المكلف بالعلاقات العامة في مؤسستكم ؟

ج2 : ليس لدينا أي مكلف خاص بالعلاقات العامة

تعليق 2 : يستحسن وجود منسقا ومشرفا وموجها أكثر من مجرد منفذ برنامج معين .

س3 : هل تعاملكم مع الجمهور يتم عبر الأثير الصوتي ؟

ج3 : طبعا يتم عبر الاثير من خلال الحصص التفاعلية خارج الأثير عبر الخطوط

المفتوحة للإذاعة مثلا خط قسم الأخبار يستقبل إنشغالات المواطنين واقتراحاتهم وهناك

الصفحة الإلكترونية الخاصة بالإذاعة .

تعليق 3 : تطور طرق التعامل مع الجمهور من خلال إستخدام التكنولوجيا ، ولم تعد

الإذاعة مخفية مثل السابق .

س4 : هل تفضلون الإتصال الرسمي أم الغير الرسمي ؟

ج4 : الإذاعة الجهوية تعتمد على الإتصال الغير الرسمي لأن العمل الإذاعي إذا لم يكن

أسرة ولم يوجد تكامل بين المنشط والمخرج والتقني لا يوجد فيه التقديم والانجح والأفضل

للمستمع الكريم ، لأن الإتصال الغير الرسمي مثال في بعض الأحيان من خلال التواصل

المنشط مع المخرج أو التقني تكون إضافات ربما المنشط ينسى أشياء فيذكره المخرج أو التقني ، وذلك لإنجاح البرامج الإذاعي .

تعليق 4 : تبين أنه إذا لم يكن هناك تكامل بين الموظفين لا يتم إنجاز صورة المؤسسة .

س5 : هل تعتقد أن العلاقات العامة بمؤسستكم إيجابية وتساهم في نجاح البرامج والنشاطات؟

ج5 : للأسف لا توجد مصلحة خاصة بالعلاقات العامة وإن كانت فيمكن لها أثر إيجابي على العلاقات العامة بالإذاعة وأكد على التواصل الأفضل والفعال بيننا وبين الزملاء ومختلف المصالح بالإذاعة .

تعليق 5 : حاولت المبحوثة أن يبين لنا عدم وجود فرع خاص بالعلاقات العامة يؤثر على الإتصال والتواصل .

س6 : هل لديكم مكلف بالإعلام والإتصال ؟

ج6 : بطبيعة الحال يوجد في كل مؤسسة مكلف بالإعلام والإتصال وفيه خلية إتصال بالمؤسسة .

تعليق 6 : بما أن الإذاعة مؤسسة إعلامية لا بد من وجود خلية إتصال وهي مبنية عليه .

المحور الثاني : أهمية العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة .

س1 : هل ترون أن العلاقات العامة لها أهمية في مؤسستكم ؟

ج1 : نعم .

تعليق 1 : كانت إجابتها مغلقة وغير مقنعة .

س2 : ما هي المصالح التي تتوفر عليها الإذاعة ؟

ج2 : للإذاعة أربعة مصالح تعتمد عليها وهي : مصلحة الأخبار ، مصلحة الإنتاج ، المصلحة التقنية ، مصلحة الإدارة والمالية .

تعليق 2 : نرى أن لديها كل هذه المصالح ولكن مصلحة خاصة بالعلاقات العامة مهمشة .

س3 : ما نوع البرامج المفضلة لدى الجمهور الخارجي ؟

ج3 : كل البرامج لديها جمهورها الخاص أما البرامج التي يأتيها عليها الطلب بكثرة هي البرامج التفاعلية .

تعليق 3 : كل جمهور وله طلبته الخاصة .

س4 : هل يتم أخذ رأي الجمهور بعين الاعتبار ؟

ج4 : أكيد ، فهو المصدر الأساسي للإذاعة .

تعليق 4 : أكدت بأنه لا بد ومن أخذ رأيه وتلبية حاجياته والعمل على خدمته .

س5 : ما الهدف الذي تسعى إليه الإذاعة من خلال ممارستها لأنشطة العلاقات العامة ؟

ج5 : كل مؤسسة ولها هدفها الخاص ونحن لنا عدة أهداف فالهدف الرئيسي هو إظهار صورة المؤسسة لكل الجماهير وخاصة الشباب وتحسين علاقاتها به .

تعليق 5 : من خلال إجابة المبحوثة تبين لنا بأن هدفه الرئيسي هم مس الشباب بالأكثر .

س6 : ما هي إقتراحاتكم لتحسين العلاقات العامة في المؤسسة ؟

ج6 : نقترح أن يكون فيه مكتب خاص أو مصلحة خاصة بالعلاقات العامة .

تعليق 6 : لا بد من توفير فرع خاص بالعلاقات العامة .

المقابلة الثانية : كانت مع الصحفي " مدني " صحفي كبير المحققين بقسم الأخبار .

المحور الأول : مكانة العلاقات العامة داخل إذاعة مستغانم

س1 : هل لديكم مصلحة خاصة بالعلاقات العامة داخل الإذاعة ؟

ج1 : للتوضيح ، إذاعة مستغانم الجهوية هي من بين مختلف الإذاعات الوطنية والجهوية وكل ما يتعلق بالعلاقات العامة فهو متمركز بالجزائر العاصمة .

تعليق 1 : نرى بأنه لا يوجد فرع خاص بالعلاقات العامة بإذاعة مستغانم وإنما يوجد بالإذاعة المركزية .

س2 : من هو المكلف بالعلاقات العامة في مؤسستكم ؟

ج2 : لا يوجد مكلف بالعلاقات العامة وإنما نحن نمارسها فيما بيننا .

تعليق 2 نرى من خلال إجابة المبحوث بأنه لا يوجد مكلف بنشاط العلاقات العامة وإنما يستخدمونها بطريقة مباشرة مع بعضهم .

س3 : هل تعاملكم مع الجمهور يتم عبر الأثير الصوتي ؟

ج3 : هناك تعامل مع الجمهور من خلال المباشر من مختلف البرامج التفاعلية ، الترفيهية ، الإجتماعية ، الأسرية مع إختلاف نوعية البرامج نحاول أن نمس مختلف شرائح المجتمع بالإضافة إلى التعامل المباشر مع مختلف المواطنين والمستمعين الذين ينتقلون إلى مقر الإذاعة ، وبالإضافة إلى تنقل الصحفي إلى خارج الإذاعة لمختلف التغطيات أو التظاهرات أو المناسبات .

تعليق 3 : من خلال إجابة المبحوث تبين لنا بأن تعاملهم يكون من خلال الأثير الصوتي وهناك من يتقدمون للإذاعة لتقديم شكاوهم واحتياجاتهم وتنقل الصحفي إلى مختلف الأماكن .

س4 : هل تفضلون الإتصال الرسمي أم الغير الرسمي ؟

ج4 : نحن نفضل الإتصال بنوعيه الرسمي والغير الرسمي ، الرسمي فيما يتعلق بالنشاطات التي تكون مسؤولية على عاتق الجهة الرسمية أما الغير الرسمي فيما يتعلق بالتحريات والبحث في الحقيقة والمصادقية للأخبار التي ننشرها .

تعليق 4 : تبين لنا بأن المبحوث في إجابته أنهم يستخدمون الإتصال بنوعيه الرسمي في أمور خاصة والغير الرسمي في أمور عامة .

س5 : هل تعتقد أن العلاقات العامة بمؤسستكم إيجابية وتساهم في نجاح البرامج والنشاطات؟

ج5 : أكيد العلاقات العامة هي إيجابية ، لا بد أن تكون مختلف المصالح متكاملة مثل مصلحة الأخبار و البرمجة مع المصلحة التقنية كذلك الإدارة التي هي همزة وصل بين إذاعة مستغانم والإذاعة المركزية .

تعليق 5 : يؤكد لنا المبحوث بأنه لو لم تكن العلاقات العامة إيجابية لما ساهمت في نجاح برامج ونشاطات المؤسسة .

س6 : هل لديكم مكلف بالإعلام والاتصال ؟

ج6 : لا يوجد مكلف بالإعلام والاتصال .

تعليق 6 : نرى بأنه لا يوجد خلية خاصة بالإعلام والاتصال وإنما لديهم خلية خاصة بالسمعي البصري .

المحور الثاني : أهمية العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة

س1 : هل ترون أن العلاقات العامة لها أهمية في مؤسستكم ؟

ج1 : نعم بالطبع لها أهمية كبيرة في نجاح صورة المؤسسة لدى الجمهور الخارجي ولكنها غير موجودة .

تعليق 1 : نرى بأنها مهمة لديهم ولكنها لا تحظى بفرع خاص بها وهي مهمشة .

س2 : ما هي المصالح التي تتوفر عليها للإذاعة ؟

ج2 : الإذاعة بحد ذاتها مؤسسة إعلامية ولديها مصالح مكلفة بالإدارة والوسائل العامة ووسائل مكلفة بالمالية والمحاسبة ومصالح مكلفة بالتقنية .

تعليق 2 : تستعمل الإذاعة كل المصالح التي تحتاج إليها بمختلف أنواعها .

س3 : ما نوع البرامج المفضلة لدى الجمهور الخارجي ؟

ج3 : البرامج التفاعلية ، الثقافية ، الدينية ، الترفيهية والرياضية .

تعليق 3 : نرى بأنه أجابنا عن أغلبية الناس تفضل البرامج التفاعلية خاصة النساء والرياضية خاصة بالشباب .

س4 : هل يتم أخذ رأي الجمهور بعين الاعتبار ؟

ج4 : نعم بطبيعة الحال .

تعليق 4 : يعتبر الجمهور أهم مبدأ تتمحور عليه الإذاعة .

س5 : ما الهدف الذي تسعى إليه الإذاعة من خلال ممارستها لأنشطة العلاقات العامة ؟

ج5 : تحسين العمل الإعلامي للمؤسسة من خلال خلق جو للعمل بين موظفي المؤسسة فيما بينهم .

تعليق 5 : رأينا أن الهدف الأساسي هو خلق جو مناسب بين العمال .

س6 : ما هي إقتراحاتكم لتحسين العلاقات العامة في المؤسسة ؟

ج6 : لحد الآ، ليس لدينا أي عراقيل بين الإتصال والتواصل .

تعليق 6 : إجابتها لم تكن مقنعة .

نتائج المقابلة :

من خلال إجابة المبحوثين على الأسئلة التي طرحناها عليهم توصلنا إلى النتائج التالية :

1 - أكدت إجابة المبحوثين كلها أنه لا يوجد فرع أو مصلحة خاصة بالعلاقات العامة إلا أنهم يمارسونها فيما بينهم .

2 - تبين لنا من خلال الدراسة أنه لا يوجد مكلف بالعلاقات العامة حيث لا يوجد فرع خاص بها في الإذاعة المحلية وإنما يوجد في الإذاعة المركزية .

3 - اتفق جميع الموظفين بأن التعامل مع الجمهور يتم عبر الأثير الصوتي من خلال البرامج التفاعلية لأنه أصبح الإتصال مؤخرا بالإذاعة عادي وعبر الهاتف وحتى أصبح يحضر الجمهور شخصيا لأن الإذاعة لم تعد مخفية مثل السابق يصدر صوتها فقط وإنما أصبحت صوت وصورة .

4 - تشير الدراسة إلى أن أغلبية الإجابات كان إختيارها حول الإتصال الغير الرسمي لأجل التقديم الأفضل وخلق جو مناسب إلا أن البعض كان إختياره الإتصال بنوعية الإتصال الرسمي والغير الرسمي .

5 - أكدت الدراسة أن العلاقات العامة إيجابية في المؤسسة حيث أنها دور فعال وتساهم في نجاح البرامج والنشاطات بكل أنواعها ورسم صورة حسنة للمؤسسة .

6 - تشير أغلبية إجابة المبحوثين بأنه لا يوجد مكتب خاص بالإعلام والإتصال وإنما توجد خلية خاصة بالسمعي البصري لأنها مؤسسة إعلامية بينما كانت إجابة بعض المبحوثين بأنه يوجد خلية خاصة .

- 7 - اتفق جميع المبحوثين بأنه لا يوجد مصلحة خاصة بأنشطة العلاقات العامة وإن كانت كانت فيكن لها أثر إيجابي في نجاح صورة المؤسسة .
- 8 - تعتمد الإذاعة على كل المصالح التي تحتاج إليها كل إذاعة ، إلا أن المصلحة الخاصة بالعلاقات العامة ، لا توجد رغم أهميتها والحاجة إليها .
- 9 - أثبتت نتائج دراستنا أن كل البرامج مهمة ولها جمهورها الخاص إلا أن هناك برامج تتلقى أكثر طلبا وهي البرامج التفاعلية والرياضية والدينية .
- 10 - أكدت نتائج دراستنا أن الإذاعة المحلية لمستغانم تهتم برأي الجمهور المحلي وبإهتماماته وانشغالاته وذلك من خلال المساهمة في تقرب المواطن المحلي إلى المؤسسة أو إنتقال الصحفي إليهم .
- 11 - تبين دراستنا أن الهدف الأساسي الذي تسعى إليه الإذاعة المحلية بمستغانم من خلال ممارستها لنشاط العلاقات العامة هو خلق صورة حسنة عن المؤسسة وتحسين العلاقات الإجتماعية وخلق جو مناسب بين العمال والقضاء على كافة الأزمات والمشاكل التي تواجه المؤسسة .
- 12 - من خلال إجابة المبحوثين توصلنا إلى الإقتراحات التالية : وجود مكتب خاص بالعلاقات العامة ، والحاجة إلى الإتصال الفعال والحوار الإيجابي بين مختلف المصالح .
- نتائج الملاحظة :**
- من خلال دراستنا في إذاعة مستغانم الجهوية التي إمتدت فترتها لمدة 10 أيام ، إعتدنا فيها على الملاحظة وتوصلنا إلى مجموعة من النتائج نذكر منها :
1. الإذاعة المحلية لمستغانم مع الأسف ليس لديها مصلحة خاصة بالعلاقات العامة ولا مكلف بها بالرغم من أهميتها في المؤسسات .
 2. لاحظنا بأنه رغم عدم وجود مكتب أو فرع خاص بالعلاقات العامة إلا أنهم يمارسون نشاط العلاقات العامة فيما بينهم .

3. العلاقة التي بين الموظفين الحارس إلى المدير علاقة حميمية ويسوبها الإحترام والتقدير وكأنهم أسرة واحدة .
4. لاحظنا أن كل الصحفيين يبذلون جهدا كبيرا لإرضاء غاية الجمهور .
5. لاحظنا أن كل موظف في المؤسسة يؤدي مهامه الموكلة له ، وفي بعض الأحيان يساعدون بعضهم البعض .
6. إحترام الأوقات ضرورية عندهم .
7. كل العاملين في المؤسسة تفوق خبرتهم 15 سنة .
8. لاحظنا أنه لا يتم إستقبال الجمهور الخارجي في الإذاعة في أي وقت وبدون موعد .
9. كل الأفراد العاملين بإذاعة مستغانم ذوي شهادات عليا من ليسانس ودكتوراه من تخصصات مختلفة .
10. لاحظنا بأن المؤسسة تهتم بالعادات والتقاليد ، وبإحياء المناسبات التاريخية .
11. نظرا لغياب المديرية عن المؤسسة إلا أن العمل يؤدي على أكمل وجه .

النتائج العامة :

إنطلاقا من الدراسة التي قمنا بها تطرقنا إلى مجموعة من النتائج والتي تعتبر إجابة على الفرضيات وهي كالتالي :

1. الفرضية الأولى : " تحتل العلاقات العامة في الإذاعة مكانة هامة "

* أظهرت الدراسة من إجابة المبحوثين بأن العلاقات العامة تحظى بمكانة هامة في الإذاعة المحلية ، ورغم أهميتها والحاجة إليها إلا أن الإذاعة لا تملك مصلحة خاصة بها ، ولكنها موجودة على مستوى المركزية ، فالمؤسسة تقوم بوظائف العلاقات العامة التي تسعى إلى تحقيق التفاهم والإنسجام بين المؤسسة وجمهورها المحلي .

2. الفرضية الثانية : "المكلف بنشاط العلاقات العامة هو المسؤول عن المؤسسة "

* من خلال إجابة المبحوثين تبين لنا بما أنه لا يوجد مكتب خاص بالعلاقات العامة بطبيعة لا يوجد مكلف خاص بها ، وبالتالي الذي يتكلف بنشاط العلاقات العامة في المؤسسة هو مدير قسم الأخبار ، القسم التقني .

3. الفرضية الثالثة : " تتنوع الوسائل الإتصالية المستخدمة للعلاقات العامة على مستوى الإذاعة المحلية بمستغانم "

كشفت لنا الدراسة بأن الفرضية صحيحة حيث أن الوسائل الإتصالية التي تستخدمها الإذاعة المحلية متنوعة وهي إستعمال كل وسائل الإتصال المتمثلة في الموقع الإلكتروني والصفحة الرسمية للإذاعة والهاتف .

الاقتراحات والتوصيات :

1. ضرورة وضع مكتب أو مصلحة خاصة بالعلاقات العامة ، وإبراز دورها الفعال ووضعا في الهيكل التنظيمي للمؤسسة .

2. نقتراح إعطاء فرصة للشباب المؤهل بالعمل في المؤسسة الإذاعية وزيادة عدد العمال بها حيث نرى أن كل الموظفين بها لديهم خبرة لمدة طويلة .

3. تنظيم دورات تدريبية للمكلفين بالعلاقات العامة لحاملي شهادات الإتصال والعلاقات العامة .

4. تحتاج المؤسسة لمكلف بالعلاقات العامة من أجل التنسيق بين المصالح والموظفين .



الخاتمة

إن الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو معرفة مدى أهمية ومكانة العلاقات العامة في الإذاعة المحلية لمستغانم .

حيث تعتبر العلاقات العامة من أهم وظائف الإدارة الحديثة في أي مؤسسة سواء إعلامية أو خدمتية ، وتعتبر همزة وصل بين الإذاعة وجمهورها المحلي وتكون علاقات جيدة وكسب ثقة جمهورها ، وبالرغم من إهتمام المؤسسات في الدول المتقدمة بنشاط العلاقات العامة إلا أن المؤسسات الجزائرية معظمها ومن بينها إذاعاتنا المحلية تفتقر هذه المصلحة ولا تهتم بها .

ومن النتائج العامة لدراستنا تبين أن الإذاعة المحلية لم تهتم بممارسة العلاقات العامة بشكل منظم ، ورغم غياب المصلحة الخاصة بهذا النشاط لا يؤثر ذلك على المؤسسة لأن لديها ثقة لدى جمهورها المحلي ومصداقية التعامل معها ، وذلك من خلال الوسائل التي تستخدمها في العلاقات العامة مما يزيد من فعاليتها .

ونرجو في الأخير أن تكون دراستنا قد أعطت صورة عن أهمية العلاقات العامة في الإذاعة المحلية .

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

- 1 - إسماعيل محمد عامر ، العلاقات العامة والتطور الرقمي ، 2009
- 2 - بشير العلق ، العلاقات العامة في الأزمات ، دار اليازوري للنشر والتوزيع ، الطبعة العربية ، الأردن ، 2009
- 3 - حسين عماد مكاي ، عادل عبد الغفار ، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين ، الدار المصرية اللبنانية ، ط1 ، القاهرة ، 2008
- 4 - حسين علي محمد ، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية ، دار العربية للنشر والتوزيع ، ط1 ، القاهرة ، 2009
- 5 - صلاح عبد الرزاق ، مقدمة في العلاقات العامة والإعلام الإسلامي ، ط1 ، بيروت ، 2010
- 6 - صالح ليبي ، مدخل إلى العلاقات العامة ، مكتبة الفلاح للنشر ، ط1 ، الكويت ، 2005
- 7 - صالح خليل أبو أصبع ، العلاقات العامة والإتصال الإنساني ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، ط1 ، الأردن ، 2004
- 8 - صالح محمد حميد ، دور الإذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية ، دار عياد للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2012
- 9 - طارق الشاري ، الإعلام الإذاعي ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط1 ، عمان ، 2010
- 10 - عبد المجيد شكري ، الفن الإذاعي وتحديات تكنولوجيا قرن جديد أسس نظرية وتطبيقية ، العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 1999
- 11 - علي بن فايز الجحني ، مدخل إلى العلاقات العامة ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، ط1 ، عمان ، 2014
- 12 - عبد الرزاق محمد الدليمي ، مدخل إلى العلاقات العامة ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، ط1 ، عمان ، 2011

- 13 - فهمي محمد العدوي ، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط1 ، الأردن ، 2011
- 14 - كمال دلشي ، منهجية البحث العلمي ، 2016
- 15 - محمد منير حجاب ، سحر محمد وهبي ، المداخل الأساسية للعلاقات العامة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط1 ، القاهرة ، 1995
- 16 - محمد منير حجاب ، الإتصال الفعال للعلاقات العامة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2007
- 17 - مصطفى حميد كاظم الطائي ، التفشيات الإذاعية والتلفزيونية وأهميتها التطبيقية في التعليم والتعلم ، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر ، ط1 ، 2007
- 18 - ماجي الحلواني ، مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي ، عالم الكتب ، 2002
- 19 - نوال محمد عمر ، الإذاعات الإقليمية دراسة نظرية تطبيقية مقارنة ، دار الفكر العربي للنشر والطبع ، القاهرة ، 1993
- 20 - نعيم الطاهر ، عبد الجابر تيم ، وسائل الإتصال السياحي ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، ط1 ، عمان ، 2011
- 21 - نصر الدين عبد القادر عثمان ، المدخل إلى العلاقات العامة والإعلان ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، ط1 ، عمان ، 2011
- المراجع الإلكترونية :**
- 22 - أنعام حسن أيوب ، زاهر عبد القادر جميل ، فارس محمد مقداد ، مصطفى يوسف ، العلاقات العامة والإتصال في الخدمة الإجتماعية ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2016
- 23 - عبود ريم ، مدخل إلى الإذاعة والتلفزيون ، الجامعة الافتراضية السورية ، 2020
- 24 - عوض إبراهيم عوض ، لغة الإذاعة دراسة تحليلية ، دار جامعة الخرطوم للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2001
- 25 - محمد عبد البديع السيد محمد ، الإذاعات العربية والدولية ، 2020

26 - هتمي حسين محمود ، العلاقات العامة وشبكات التواصل الإجتماعي ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط1 ، الأردن ، 2015

المذكرات :

27 - إسلام أحمد البرايسة ، دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية للشركات - شركة الشرق العربي للتأمين - أنموذجا ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام جامعة البترا ، 2014 - 2015

28 - بن عزة فاطمة الزهراء ، الإذاعة المحلية ودورها في تحديد توجهات الرأي العام - إذاعات الغرب الجزائري أنموذجا - ، شهادة الدكتوراه في علم إجتماع الإتصال ، جامعة تلمسان ، 2016 - 2017

29 - حساين دواجي وردة ، الإذاعة المحلية والقيم الاسرية ، دراسة تحليلية لمضامين برامج الغذاعة المحلية (بغليزان) من منظور نظرية الحتمية القيمية للمفكر عزي عبد الرحمان ، شهادة دكتوراه في وسائل الإعلام والمجتمع ، جامعة مستغانم ، 2017 ، 2018

30 - حاج أحمد كريمة ، العلاقات العامة داخل المؤسسة دراسة حالة مؤسسة الصناعات النسيجية Denitex ، شهادة ماجستير في علوم الإعلام والإتصال ، جامعة وهران ، 2009 - 2010

31 - طاهري لخضر ، واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الإجتماعية - إذاعة الجلفة المحلية نموذجا - شهادة ماجستير في علم الإجتماع الإتصال والعلاقات العامة ، جامعة بسكرة ، 2011 - 2012 ،

القواميس والمعاجم :

32 - محمود إبراقرن ، المبرق قاموس موسوعي للإعلام والإتصال فرنسي - عربي ، المجلس

الأعلى للغة العربية ،الجزائر ، 2004

33 - محمد جمال الفار ، المعجم الإعلامي - أول معجم شامل بكل المصطلحات الإعلامية

المتداولة في العالم وتعريفاتها ، دار أسامة للنشر والتوزيع ،دار المشرق الثقافي ، عمان ،

2010

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس
قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص علاقات عامة

إستمارة مقابلة

أهمية العلاقات العامة في الإذاعة المحلية
- دراسة ميدانية بالإذاعة المحلية لمستغانم -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال - علاقات عامة -

تحت إشراف الأستاذ :

* العماري بوجمعة

من إعداد الطالبتين :

* بن كرداغ فايزة

* هدروك رشيدة

السنة الجامعية : 2021 - 2022

البيانات الشخصية :

- الجنس : ذكر () - أنثى () .

- العمر :

✓ من 25 إلى 30 سنة ()

✓ من 30 إلى 40 سنة ()

✓ من 40 سنة فما فوق ()

- المستوى التعليمي :

✓ ثانوي ()

✓ جامعي ()

- سنوات العمل في الإذاعة :

✓ من 05 إلى 10 سنوات ()

✓ من 10 إلى 15 سنة ()

✓ من 15 سنة فما فوق ()

- القسم الذي تعمل فيه :

✓ قسم الأخبار ()

✓ قسم الإنتاج ()

✓ قسم التقني ()

✓ قسم الإدارة والمالية () .

دليل المقابلة :

المحور الأول : مكانة العلاقات العامة داخل
إذاعة مستغانم

س1 : هل لديكم مصلحة خاصة بالعلاقات العامة داخل الإذاعة ؟

ج1 :

س2 : من هو المكلف بالعلاقات العامة في مؤسستكم ؟

ج2 :

س3 : هل تعاملكم مع الجمهور يتم عبر الأثير الصوتي ؟

ج3 :

س4 : هل تفضلون الإتصال الرسمي أم الغير الرسمي ؟

ج4 :

س5 : هل تعتقد أن العلاقات العامة بمؤسستكم إيجابية وتساهم في نجاح البرامج والنشاطات؟

ج5 :

س6 : هل لديكم مكلف بالإعلام والإتصال ؟

ج6 :

المحور الثاني : أهمية العلاقات العامة في
تحسين صورة المؤسسة

س7 : هل ترون أن العلاقات العامة لها أهمية في مؤسستكم ؟

ج7 :

س8 : ما هي المصالح التي تتوفر عليها الإذاعة ؟

ج8 :

س9 : ما نوع البرامج المفضلة لدى الجمهور الخارجي ؟

ج9 :

س10 : هل يتم أخذ رأي الجمهور بعين الإعتبار ؟

ج10 :

س11 : ما الهدف التي تسعى إليه الإذاعة من خلال ممارستها لأنشطة العلاقات العامة ؟

ج11 :

س12 : ما هي إقتراحاتكم لتحسين العلاقات العامة في المؤسسة ؟

ج12 :

