



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم



كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة الإعلام والاتصال

التخصص: الاتصال والعلاقات العامة

واقع العلاقات العامة في الإذاعة المحلية تحت ظروف جائحة كورونا إذاعة - مستغانم -



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذة:

- د. صحراوي أسماء

أعداد الطالبة:

- زين رحيمة

الاسم واللقب	الصفة
د. صحراوي أسماء	المؤطر
د. بن سعدية مليكة	المناقش
د. فلاق شيرة	المناقش

قابلية للإيداع

السنة الجامعية:

2022/2021



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة عبد الحميد بن باديس _ مستغانم _

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة الإعلام والاتصال

التخصص: الاتصال والعلاقات العامة

واقع العلاقات العامة في الإذاعة المحلية تحت ظروف جائحة كورونا إذاعة _ مستغانم _

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

إشراف الأستاذة:

- د. صحراوي أسماء

إعداد الطالبة:

- زين رحيمة

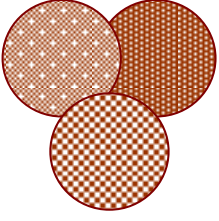
الاسم واللقب	الصفة
د. صحراوي أسماء	المؤطر
د. بن سعدية مليكة	المناقش
د. فلاق شيرة	المناقش

السنة الجامعية:
2022/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

إلى كل من علمني حرفاً في هذه الدنيا الفانية
 وإلى روح الوالدين الغاليين وعائتي العزيزة
 وإلى جميع الأصدقاء والأحباب
 ستنتهي تلك اللحظات الجميلة سترحل ضحكاتها
 معها إلى عالم كبير غير ذلك الصغير الذي
 احتوانا 17 سنة قضينا فيها أروع أيامنا
 وأجملها ستبقى الأقسام التي كانت شاهدة على
 أروع أيامنا كل زاوية في تلك الفصول كانت
 شاهدة على جميع أحداثنا واليوم نرحل نتركها
 في ساحة الجامعة ستنتهي أجمل آهاتنا قبل ذلك
 سأفتقد إلى الأساتذة وإلى أروع صديقاتي
 وإلى أسرتي ثانياً الإقامة الجامعية دفعة 2022



شكر و عرفان



من اجتهد وأصاب فله اجران ومن اجتهد وأخطأ فله اجر واحد
الحمد لله الذي وهبنا نعمة العقل سبحانه و الشكر له على كل نعمة و فضله
وكرمه.

تبارك الله ذو الجلال و الاكرام .

نشكر كل من قدم لنا يد العون و المساعدة في انجاز هذا التقرير .
ونخص بالذكر عمال إذاعة مستغانم المحلية من الحارس الى المدير
وكذلك نقدم الشكر لمشرف الإذاعة "مولود بعلي " من خلال اشرافه على عملنا
خطوة بخطوة وبكل جدية و تفاني .

الاستاذة المؤطر في فترة التربص "صحراوي اسماء"

ونشكر كذلك كافة الاساتذة الكرام الذين تلقينا على ايديهم مختلف مستويات
العلم و المعرفة ونخص بالذكر اساتذة قسم علوم الاعلام و الاتصال
والى كل من ساهم في انجاز هذا العمل من قريب او بعيد.

الى كل من حمل لواء العلم امانة على

عائقه لينير به درب الاجيال.



ملخص الدراسة:

نستخلص من هذه الدراسة تحت عنوان واقع العلاقات العامة في الاذاعة تحت ظروف جائحة كورونا.دراسة ميدانية اذاعة مستغانم المحلية من أجل تحقيق هذه الدراسة تمت صياغة بعض الفرضيات وتم الاعتماد على المنهج الوصفي اما العينة الدراسة استخدمنا العينة المتاحة في جمع المعلومات على المقابلة والملاحظة من أجل بروز دراستنا أكثر للخروج بنتائج بحثنا هذا ان للعلاقات العامة دور كبير في تفعيل الاذاعة المحلية برغم من أزمة الوباء الذي تسبب في إعاقة المؤسسة وعرقلتها.

Abstract:

We conclude from this study under the title The reality of public relations in radio under the conditions of the Corona pandemic.

A field study of the local radio station Mostaganem

In order to achieve this study, some hypotheses were formulated and the descriptive approach was relied upon. As for the study sample, we used the available sample in collecting information on the interview and observation in order to make our study more visible.

In order to come out with the results of our research, public relations have a major role in activating local radio, despite the epidemic crisis that has hindered and impeded the institution.



قائمة

المحتويات

قائمة المحتويات:

I.	الإهداء
II.	الشكر
III.	الملخص
IV.	قائمة المحتويات
أب	المقدمة

الإطار المنهجي

02	تمهيد
----	-------------

المبحث الأول: تحديد الإشكالية وموضوع دراستها

04	تحديد الإشكالية
05	التساؤلات الفرعية
05	الفرضيات
06	أسباب اختيار الموضوع
07-06	أهداف وأهمية الدراسة

المبحث الثاني: الاجراءات المنهجية وتحديد المفاهيم

08	أولاً: مفهوم العلاقات العامة
09	ثانياً: مفهوم الإذاعة
10-09	ثالثاً: مفهوم كورونا
16-10	دراسات سابقة
16	عينة الدراسة
18-17	مجال الدراسة
18	منهج الدراسة
19	أدوات جمع الدراسة

الفصل الأول: العلاقات العامة

24	تمهيد
----	-------------

المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة

25	أ- مفهوم العلاقات العامة
25	1 - المعاجم والقواميس
26	2 - تعريف الباحثين العرب
27	3- تعريف الباحثين الأجانب
27	ب-نشأة وتطور العلاقات العامة
27	1- العلاقات العامة في العصور القديمة
28	2- العلاقات العامة في الحضارات الإسلامية
29	3- العلاقات العامة في العصر الحديث

المبحث الثاني: وظائف وخصائص ومبادئ وأسس العلاقات العامة

31	أ- وظائف العلاقات العامة
33	ب- خصائص العلاقات العامة
35	ج- مبادئ وأسس العلاقات العامة
35	1- المبادئ الأساسية للعلاقات العامة
35	2- أسس العلاقات العامة
37	خلاصة الفصل

الفصل الثاني: العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلة

39	تمهيد
	المبحث الأول: ماهية الإذاعة المحلية
40	أ- التعريف بالإذاعة المحلية
41	ب-نشأة وتطور الإذاعة في العالم
41	1- نشأة الإذاعة في العالم العربي
44	2- نشأة الإذاعة في الوطن العربي
46	3- نشأة وتطور الإذاعة في الجزائر

- أولاً: الإذاعة الجزائرية في الفترة الاستعمارية ما قبل 1962 47
- ثانياً: الإذاعة الجزائرية أثناء الثورة التحريرية 1954-1962 49
- ثالثاً: الإذاعة الجزائرية بعد الاستقلال 51
- ج- أساسيات الإذاعة المحلية 56
- 1- أسباب انتشار الإذاعة المحلية 56
- 2- العناصر الأساسية للجهاز الإذاعي 58

المبحث الثاني: وظائف وأهداف وخصائص الإذاعة المحلية

- أ- وظائف الإذاعة المحلية 63
- ب- أهداف الإذاعة المحلية 66
- ج- خصائص الإذاعة المحلية 67
- 68 خلاصة الفصل

الفصل الثالث: ممارسة العلاقات العامة في الإذاعة تحت ظروف جائحي كورونا

- 1- العلاقات العامة في الإذاعة 69
- 2- استراتيجية العلاقات العامة داخل الإذاعة الوطنية (م _ إ) 71
- 3- ممارسة العلاقات العامة في الإذاعة تحت ظروف جائحي كورونا 73

76 خلاصة الفصل

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

- 1- بطاقة فنية عن الإذاعة 80
- 1- تعريف إذاعة مستغانم 80
- 2- العمل الإذاعي والتنمية المحلية 80
- 3- معلومات عن الشبكة البرمجية 81
- 2- استمارة المقابلة 90-85
- 3- نتائج المقابلة 93-91

93	4-نتائج الملاحظة
94	5-النتائج العامة
94	6-الاقتراحات والتوصيات
96	خاتمة
101-98	المصادر والمراجع



قائمة
الجداول

قائمة الجداول:

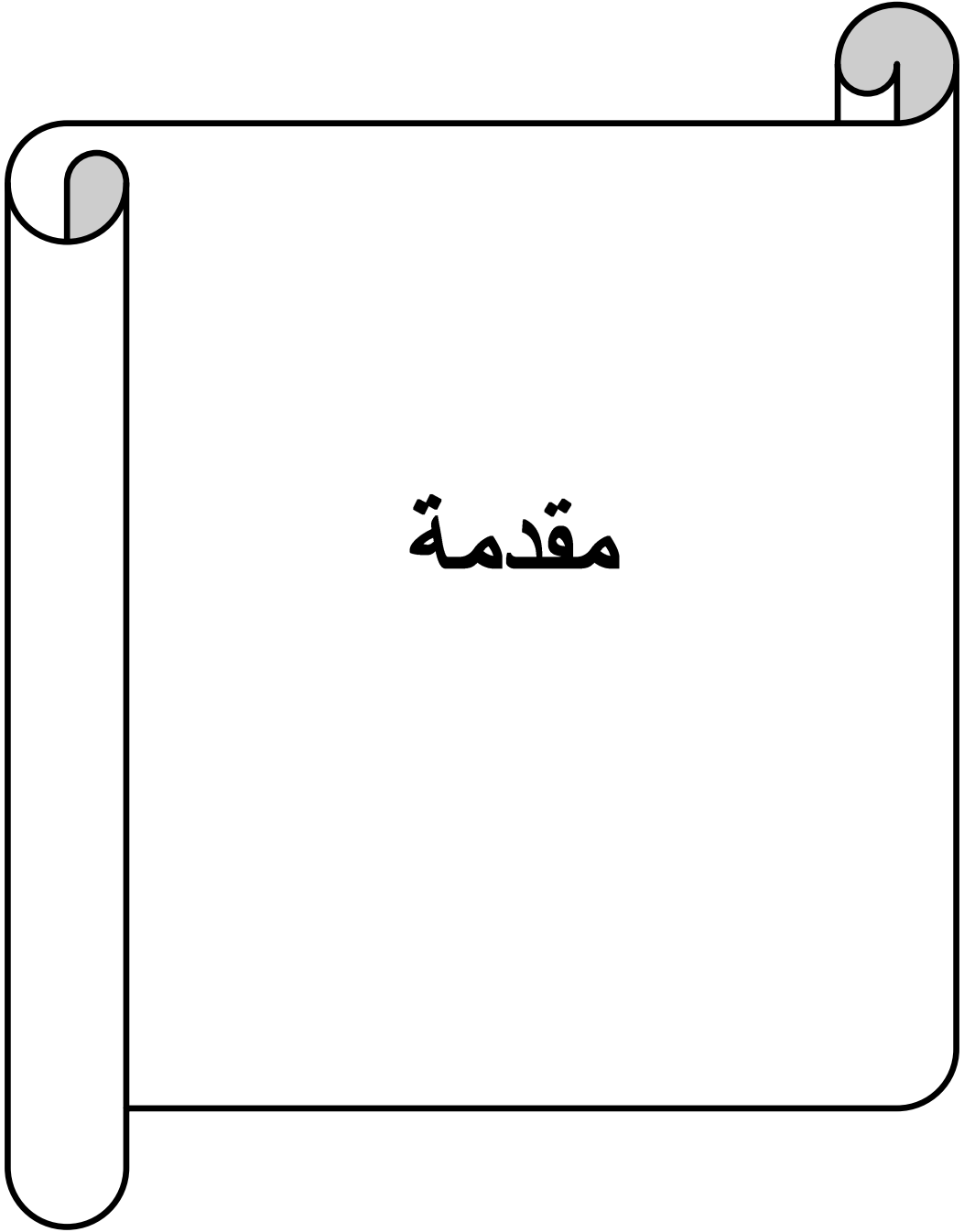
رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
46	يوضح تواريخ بدء إرسال الإذاعة في الدول العربية	(1-2)
55	يوضح قائمة الإذاعات المحلية في الجزائر	(2-2)
82	يوضح مجال تغطية إذاعة مستغانم	(2-3)
84	يوضح السمات الخاصة لموظفي إذاعة مستغانم	(3-3)



قائمة

الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
60	يوضح الهيكل التنظيمي للعنصر البشري في الجهاز الإعلامي	(1-2)
82	يوضح النسب الووية للشبكة البرمجية لإذاعة مستغانم	(1-3)
83	يوضح الهيكل التنظيمي لإذاعة مستغانم	(2-3)



مقدمة

مقدمة:

في ظل التحديات الأخيرة التي يعيشها العالم المتسارع أصبح الاتصال يلعب دور مهما في حياة المجتمعات الحديثة بكونه حلقة وصل بين الأفراد والمجتمعات ولم تعد جماعاته ومؤسساته تكفي بالتبرير بل أصبحت العمليات الاتصالية تتم بصفة جد متداخلة في ظل واقع التسارع والتعقيد.

ولأن العلاقات العامة من أهم الآليات الاتصالية الحديثة التي تمتلك مميزات خاصة تجعلها دائما ما تمرر الرسالة الاتصالية بشكل سلس وواضح والتي برزت بشكل ظاهر بعد الحرب العالمية الثانية حيث كانت تسعى بالدرجة الأولى لتحقيق التفاهم المتبادل بين الناس عن طريق تعميق الفهم ومنذ ذلك الوقت أخذت ممارساتها عدة أشكال وفق نشوء وتطور المؤسسات.

ولهذا كان السبب المباشر وراء ظهور العلاقات العامة كمهنة متخصصة هي تلك الظروف الاقتصادية والاجتماعية التي أفرزت أجواء نفسية مضغوطة.

ولأن الأزمات أضحت بشكل واضح في هذا العصر الحديث وغطت الساحة الدولية بتأثيراتها المختلفة والمفاجئة كان لا بد للعلاقات العامة أن ترتدي رداء جديد وحديث مسايرتا بذلك هاته التغييرات الطارئة لأن مثل هاته الأوضاع الصعبة هي من تطور من استراتيجيات العلاقات العامة في العمل الاتصالي لأنها وبكل بساطة علم يتصل اتصالا مباشرا بالظروف والأوضاع الغير عادية فهذا هو الوقت المناسب لظهور أهمية العلاقات العامة في المؤسسات لدورها الهام في تسيير الازمات.

ومن أكبر المشكلات التي حلت بالعالم مؤخرا كانت أزمة صحية تمثلت في الوباء العالمي كورونا الذي أضحى في الأفق مخلفا خسائر مادية وبشرية ومؤثرا بشكل كبير على الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية العالمية لشدة خطورته وسرعة انتشاره.

فالخطر الوبائي شمل الجميع حتى المؤسسات والتي بدورها وجدت نفسها تحت تهديد خطر الخسارة أو الفشل ومن ثم الزوال وكان لزاما على العلاقات العامة لعب دور المتقد والمخطط دائما لمسايرة الوضع الصعب نظرا لأهميتها البالغة في هذا. فبطبيعة الحال الأزمة غير محببة للنفس كونها تخلق جو من الارباك والخوف والهلع والغموض والقلق الشديد وصعوبة في اتخاذ القرار المناسب وهذا ما تعمل على إصلاحه بالعادة العلاقات العامة.

ومن هذا المنطلق سنحاول في دراستنا معالجة الموضوع وذلك بتناول الإطار المنهجي ثم الإطار النظري الذي تطرقنا فيه إلى ثلاث فصول و كل فصل يتضمن بحثين حيث تناولنا في الفصل الأول العلاقات العامة تحتوي في المبحث الأول على ماهية العلاقات العامة وفي الثاني وظائف وخصائص و أهداف العلاقات العامة. أما في الفصل الثاني فتحدثنا عن الإذاعة المحلية تعريفها والنشأة والتطور في المبحث الأول أما في الثاني فتطرقنا الى خصائص ووظائف وأهداف الإذاعة. أما في الفصل الثالث والأخير في الجانب النظري فتناولنا ممارسة العلاقات العامة في الإذاعة تحت ظروف جائحة كورونا.

إضافة إلى الجانب التطبيقي الذي يعد أهم عنصر في المذكرة حيث أجريناها داخل أسوار إذاعة مستغانم المحلية فتطرقنا فيه إلى التعريف بالإذاعة وبطاقة فنية عنها وهيكلها التنظيمي إضافة إلى اجراء المقابلة مع عينة من المبحوثين بهدف جمع المعلومات وتحليلها وتوصلنا إلى مجموعة من النتائج لنختم الموضوع بخاتمة وعرض قائمة المصادر والمراجع ثم الملاحق.

الإطار المنهجي

المبحث الأول: تحديد الاشكالية
المبحث الثاني: الاجراءات المنهجية وتحديد المفاهيم

تمهيد:

في هذا الجانب نوضح الخلفيات النظرية أو اللغوية ويتضمن هذا الجانب عرض الخلفية النظرية، والإشكالية العامة للدراسة وما تفرغ عنها من تساؤلات وفرضيات توضحها وتفسرها كما انطلق هذا الفصل بتبيان أسباب اختيار الموضوع و الفكرة الأولية التي انطلق منها واستخلاص أهمية البحث و الأهداف التي يسعى الباحث إلى تحقيقها من خلاله كما يتضمن هذا الفصل الدراسات السابقة والتي كان موضوعها يشترك مع موضوع البحث في أحد المتغيرات أو السمات العامة من خلال عرض موجز يتضمن إشكالياتها وبعض نتائجها التي تتقارب مع النتائج التي يسعى الباحث للوصول إليها.

كما لم يغيب عن هذا الفصل خطوة مهمة تتمثل تحديد المفاهيم الأساسية المرتبطة بموضوع البحث و الصعوبات التي كانت أمام الباحث من عدة جوانب.

المبحث الأول: تحديد الاشكالية وموضوع دراستها

1- طرح التساؤلات

2-التساؤلات الفرعية

3-فرضيات الدراسة

4-أسباب اختيار موضوع الدراسة

5-أهداف وأهمية الدراسة

المبحث الثاني: الاجراءات المنهجية وتحديد المفاهيم

1-مفاهيم الدراسة

2-دراسات السابقة

3-مجال الدراسة

4-عينة الدراسة

5-منهج الدراسة

6-أدوات جمع الدراسة

المبحث الأول: تحديد الإشكالية وموضوع دراستها

الإشكالية:

العلاقات العامة ساهمت في زيادة قدرة المؤسسة وتعزيز التواصل مع العملاء وربط طبيعة عمل المنشأة مع الآراء العامة وتعرف أيضا النشاط الذي تقوم به إدارة المؤسسة من أجل التعريف بطبيعة عملها للناس التي تتطلب وجود علاقات عامة اتصالية من أصل فعال تجمع بينها وبين جمهورها الخارجي حيث لا يمكن لأي مؤسسة تحقيق أهدافها دون وجود أشكال من الاتصال تنتقل من خلال عمالها وموظفيها معلومات داخل المؤسسة أو خارجها.

ومن هنا اتضح تعزيز قدرتها وكفاءتها على مواجهة ومناقشة كما تشكل همزة وصل بينها وبين جمهورها ولذلك أصبحت العلاقات العامة كوظيفة جوهرية و حساسة في مختلف جوانب الحياة المهنية في المؤسسات لخلق علاقات ممتازة مع جماهيرها التي تتعامل معها المؤسسة من أجل بلوغ الأهداف الرئيسية لإدارة العلاقات العامة.

وذلك بضرورة مراعاة متطلبات جمهورها من الموظفين والسعي الدائم لكسب رضا ومعرفة آراء لما لها من دور فعال في نجاح أي مؤسسة كانت. كما تربعت لإذاعة على عرش وسائل الاعلام الجماهيري وباعتبارها الوسيلة الأكثر تأثيرا و شعبية وانتشارا.

لكن طرأت متغيرات في العصر بذات تواجها وتهز مكانتها وكان من الممكن أن تختفي ولكن استطاعت الصمود إلى حد الآن.

كما اعتبرت الجزائر من الدول النامية التي أولت أهمية كبيرة للجهاز الإعلامي تسعى إلى تحسين أدائها وتطويرها كما أحدثت جائحة كورونا موجات من الصدمات التي اجتاحت العالم وتسببت في أزمة وعائق كبير أمام كل المؤسسات.

والإذاعة من بينها التي تضررت اتجاه هذا الفيروس التي تمثلت فيها العلاقات العامة بدورها الفعال في تحسين الاتصال مع الجمهور الداخلي من خلال الأنشطة المتنوعة والمختلفة مع أسرة إذاعة مستغانم المحلية.

وحيث تؤدي العلاقات العامة الدور الجيد بها في المؤسسة الإذاعة والقائمة على صدق ومصداقية والاهتمام وتحسن في تنمية البرامج والحصص وجعل المستمع في صدارة. وبناء على ما سبق يظهر لنا أن العلاقات العامة تلعب دورا هاما في أي مؤسسة من خلال تحسين صورتها لدى الجمهور على مستوى الخارجي وتحديد ضبط العلاقات العامة على المستوى الداخلي.

وكذلك دور هذه الوظيفة في المؤسسة الاعلامية ومساهمتها في تطويرها ونجاحها.

ومن هنا تتبلور إشكالية البحث المتمثلة في طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما واقع العلاقات العامة في الإذاعة تحت ظل جائحة كورونا؟

ومن خلال التساؤل الرئيسي نطرح جملة من التساؤلات:

- 1- هل أثرت جائحة كورونا على العلاقات العامة في الإذاعة؟
- 2- هل تعمل العلاقات العامة على تحسين الأداء الوظيفي للإذاعة؟
- 3- ما هي المكانة التي تحظى بها العلاقات العامة داخل الإذاعة؟
- 4- ما هي المعوقات التي واجهت العلاقات العامة في الإذاعة تحت ظروف جائحة كورونا؟

فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: احتفظت ممارسة نشاطات العلاقات العامة المعتمدة من طرف إذاعة مستغانم المحلية بمكانتها أثناء جائحة كورونا.

الفرضية الثانية: اعتمدت إذاعة مستغانم المحلية على التكنولوجيات الحديثة لتفعيل العلاقات العامة للمحافظة على الأداء الوظيفي داخل المؤسسة.

أسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب دفعتنا بالباحث على اختيار هذا الموضوع وصياغة الإشكالية ومن أهم هذه الأسباب:

الأسباب الموضوعية:

- موضوع بحثنا من مجال تخصصنا.
- توفر مصادر ومراجع في مجال علاقات العامة.
- نقص الدراسات السابقة التي تناولت العلاقات العامة في الإذاعة.
- محاولة تسليط الضوء حول نظرة المؤسسات الاعلامية والاتصالية والإذاعة المحلية خاصة لأهمية نشاط العلاقات العامة بداخلها.

الأسباب الذاتية:

- الميل الشخصي لمؤسسة إذاعة مستغانم.
- الفضول هو أحد الأسباب التي دفعتنا إلى محاولة معرفة مدى أثر علاقات العامة على الإذاعة محلية وجمهورها.
- الرغبة في تقديم دراسة عن واقع علاقات العامة في الإذاعة تحت ظل ظروف جائحة كورونا.
- محاولة الوصول الى نوع من الاحترافية في مجال العلاقات العامة وتطبيقها في الميدان المؤسسات الجزائرية التي تحتاج حقا للخبراء في هذا المجال لتحسين صورتها.
- قربنا من المنطقة الدراسة مما سهل علينا الدراسة والتعامل مع مجتمع دراسة.

أهداف و أهمية الدراسة: تبرز أهمية الدراسة في النقاط التالية:

- تقديم تفسيرات منطقية وواقعية لإشكالية البحث المطروحة.
- تعتبر هذه الدراسة كمؤشر موجه للباحثين والدارسين والمهتمين بهذا الجانب.

- الأهمية تتمثل في استمرار البحث لمعرفة واقع العلاقات العامة في إذاعة المحلية تحت ظروف الكوفيد عدم وعي معظم المؤسسات بالدور المهم الذي تجسده العلاقات العامة و اعطائها أدوار مهمشة.

أما عن أهداف الدراسة تتدرج في:

- تهدف إلى إبراز التحديات التي تواجهها الإذاعة المحلية في ظل ظهور كورونا؛

- تقييم دور و فعالية علاقات العامة لاسيما الإذاعة المحلية في ظل كورونا؛

- الكشف عن مدى وعي الموظفين (الجمهور الداخلي) بدور جهاز العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة في الإذاعة المحلية بمستغانم؛

- إمكانية مساهمة دراستنا في إكمال جهود الباحثين والدارسين في البحث حول هذا الموضوع.

المبحث الثاني: الاجراءات المنهجية وتحديد المفاهيم

مفاهيم الدراسة:

أولاً: مفهوم العلاقات العامة:

لكل علم مفاهيمه ومصطلحاته الخاصة به التي يسعى من خلالها إلى توضيحها وفهمها لدى القراء والباحثين والدارسين ومن أهم التعاريف وأبرزها العلاقات العامة التي تتعدد تعاريفها و تتنوع لدى مختلف المدارس العربية و الأجنبية و مختلف المفكرين و الدارسين الأجانب و العرب وقد تمثلت التعاريف في ما يلي:
أ- لغة:

وهو مصطلح يتكون من جزئيين العلاقات وهي جمع علاقة وتعني التواصل الذي يبني على التفاعل بين فردين أو أكثر والعامة تعني الجمهور أو الناس وهذا المفهوم يشير بوضوح لنطاق شمولية العلاقات العامة أن العلاقات العامة تشمل عمليات التفاعل مع الجمهور أو الناس بتعدد أبعادها وأهدافها وحسب حاجات الأفراد و الجماعات وتنوع مصالحهم واتساعها.

ب- اصطلاحاً:

يذكر أيضاً مصطلح public relation يعني به with public relations أي العلاقات مع الجمهور أكثر دقة في تسمية (من العلاقات العامة) فالمهمة الأولى في العمل العلاقات العامة تتركز على الاتصال بالجمهور النوعي.

ج- التعريف الإجرائي:

هي الجهود الإدارية الخلافة المخططة والمدروسة المستمرة والهادفة والموجهة لبناء علاقات سليمة ومجدية قائمة على أساس التفاعل والإقناع والاتصال المتبادل بين المؤسسة وجمهورها لتحقيق أهداف ومصالح الأطراف المعنية لتحقيق الانسجام الداخلي القائم على النقد الذاتي لتصحيح الأوضاع والنشاط الخارجي الذي يستعمل جميع وسائل الاعلام والنشر المتاحة لنشر الحقائق والمعلومات والأفكار وشرحها

وتفسيرها وتطبيق كافة الأسس المؤدية لذلك بواسطة أفراد مؤهلين لممارسة أنشطتها المختلفة.

ثانياً: مفهوم الإذاعة:

أ- لغة:

من "ذاع" الشي ذبوعه و "ذيعاً" محركة: فشا وانتشر والمذيع بالكسر ومن لا يكتم السر أو من لا يستطيع كتم خبره والجمع المذاييع ويقال: "قلان للأسرار مذيع ولأسباب مضياع وأذاع سره وبه أفشاه واطهرها ونادى به في الناس.

ب- اصطلاحاً:

يعرفها عبد الحافظ سلامة بأنها الانتشار المنظم المقصود بواسطة المذيع لمواد إخبارية يؤكد على أن المادة المذاعة تكون من نفس المجتمع الإذاعة بمختلف النظم الاجتماعية والثقافية والدينية والنشرات الاخبارية الخاصة بذلك المجتمع يكون هناك تأثير بين أفراد المجتمع والبرامج المذاعة والتي تبث في آن واحد وتلتقط من طرف المستمعين.

ج- تعريف الإجرائي:

هي وسيلة اتصالية اعلامية تقوم ببث مجموعة من البرامج المختلفة والهادفة ويكون هناك تأثير وتأثير بينها وبين افراد المجتمع المحلي وذلك من خلال البرامج التي تثبتها والتي تتلقى من طرف المستمعين.

ثالثاً: مفهوم فيروس كورونا

هو من عائلة الفيروسات التي يمكنها أن تسبب أمراضاً مثل: الزكام والالتهاب التنفسي الحاد الوخيم (السارس) ومتلازمة الشرق الأوسط التنفسية (ميرس)، حيث أكتشف هذا الفيروس في عام 2019 في مدينة ووهان الصينية.

يعرف الفيروس باسم فيروس المتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة كورونا 2 (سارس-كوف-2) ويسمى المرض الناتج عنه مرض فيروس كورونا المستجد

2019 (كوفيد19) في مارس 2020 أعلنت منظمة الصحة العالمية أن فيروس كورونا (كوفيد 19) قد أصبح جائحة عالمية .

وقد تظهر مؤشرات مرض فيروس كورونا المستجد 2019 (كوفيد 19) وأعراضه بعد يومين إلى 14 يوما من التعرض له وتسمى هذه الفترة التي تلي التعرض للفيروس وتسبق ظهور الأعراض بفترة الحضانة ويظل بإمكان المصاب نشر عدوى فيروس كوفيد 19 قبل أن تظهر عليه الأعراض وقد تشتمل مؤشرات المرض والأعراض الشائعة الحمى، السعال الشعور بالتعب وقد تتضمن الأعراض المبكرة لفيروس كوفيد 19 فقدان حاسة التذوق أو الشم ومن الأعراض الأخرى ما يلي : صعوبة في التنفس، آلام في العضلات، التهاب الحلق، ألم الصدر، الصداع، سيلان الأنف، الإسهال، الغثيان.....إلخ ومن الممكن أن تتراوح حدة أعراض كوفيد 19 من خفيفة جدا إلى حادة تؤدي إلى موت المريض.

الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة المنطلق الرئيسي الذي يعتمد عليه الطالب في انجاز بحثه من خلال عدد الخطوات الخاصة بالمنهجية منها.

حيث يوضح كثير من كتاب العلمي الى الدراسات السابقة تعبر تراثا هاما ومصدرا غنيا لا بد من الاطلاع عليه فهيا تزويد الباحث بالكثير من الأفكار والأدوات والإجراءات التي يمكن الاستفادة منها في حل المشكلة وتعني ايضا البحوث والدراسات التي يجبرها باحثون اخرون في موضوعات مشابهة وماهية هذه الدراسات والأهداف التي ليتمكن الباحث فيما بعد من تمييز دراسته الحالية عن تلك الدراسات وصنفت هذه الدراسات السابقة على الشكل التالي:

1-الدراسة الأولى:

عنوان الدراسة "واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري (مجلس الأمة)"

لبصير

فطيمة رسالة ماجستير في الاتصال والعلاقات العامة: جامعة منتوري قسنطينة، 2007-2008.

تعتبر هذه الدراسة تكملة لدراسات سابقة من خلال اعتماد الباحثة على أن العلاقات العامة جزءاً لا يتجزأ من نشاط المؤسسة بمختلف أنواعها وتزايد الاهتمام بإدخال هذه الوظيفة كنتيجة لما أثبتته الدراسات الحديثة في الإدارة السياسية والاجتماع والاتصال لأهميتها كوظيفة تهدف إلى تحقيق التوافق والتكيف مع أفراد المجتمع كما أثبتت الدراسات في مجال العلاقات العامة أهمية الجهود التي تبذل في تكوين الصورة الطيبة لأي مؤسسة لدى جمهورها سواء الداخلي أو الخارجي، فأصبحت بذلك عنصراً من أهم العناصر التي تقوم عليها نجاح المؤسسة أيّاً كان نوعها.

تمحورت إشكالية الدراسة على التساؤل التالي: "ما هو واقع ممارسة العلاقات العامة في مجلس الأمة؟" والذي على أساسه حددت الباحثة فرضية عامة انبثقت منها مجموعة من الفرضيات الفرعية وهي كالتالي:

الفرضية العامة: لا تولي إدارة مجلس الأمة أهمية كبيرة للعلاقات العامة (من حيث موقعها في الهيكل ومن حيث الوظائف).

الفرضيات الفرعية:

- لا يتوفر مجلس الأمة على جهاز خاص بالعلاقات العامة.
- لا تسند وظائف العلاقات العامة في مجلس الأمة لغير المتخصصين في مجال العلاقات العامة.
- يتخذ مجال سير المعلومات داخل مجلس الأمة اتجاهها واحداً (من الإدارة إلى الجمهور الداخلي).

وقد اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي للإجابة عن فرضيات الدراسة بالإضافة إلى مختلف المراجع التي تناولت موضوع واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري.

أما فيما يخص الجانب التطبيقي فقد تم الاعتماد على منهج المسح بالعينة التي تمكنت الباحثة من خلال التعرف على العناصر المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها، كما هي في الحيز الطبيعي الواقعي، وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك.

نتائج الدراسة:

- أكدت نتائج الدراسة أنه لا يوجد جهاز العلاقات العامة في مجلس الأمة يحمل هذا الاسم غير أن مهامها موجودة تنقسمها مجموعة من المكاتب والمصالح.
 - تؤكد إجابة المبحوثين أن مهام ووظائف العلاقات العامة لم تعد عملية التنسيق مع وسائل الاعلام والقيام ببعض المهام التشريعية كاستقبال الضيوف والإعداد للمحاضرات والمؤتمرات.
 - كشفت النتائج أن مشاركة الجمهور في مهام العلاقات العامة نوعية وتتمثل في تقديم التقارير والدراسات والاقتراحات وآراء وأن مسار المعلومات يكون في اتجاهين وهو ما يحقق الاتجاه المزدوج.
- وقد قيّمت هذه الدراسة بأن الباحثة تطرقت إلى جل عناصر العلاقات العامة من خلال تسليط الضوء على واقع البرلمان الجزائري بحيث ركزت على أن نشاط العلاقات العامة هو نشاط اتصالي إنساني قديم، ومن خلال تطرق الباحثة إلى واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري استفدنا أن العلاقات العامة في الوقت الراهن قد اكتسحت جميع الميادين دون استثناء لتضع لنفسها مكانة مميزة مرموقة أنواعها والبرلمان بصفته من المؤسسات الحكومية لم يغفل عن هذه الوظيفة واستغلها لتحسين صورة المجتمع المدني.

2- الدراسة الثانية:

عنوان الدراسة: "الإعلام الأمني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تكويره (الأمن المروري نموذجاً)" لأمنية حمراني رسالة ماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، جامعة الحاج لخضر، باتنة 2008-2009.

تمحورت الإشكالية الرئيسية في الدراسة للباحثة أمينة حمراني عن "دور العلاقات العامة في تطوير الاعلام الأمني بالجزائر؟" تتفرع منها الأسئلة التالية:

- أين يكمن دور العلاقات العامة بين الشرطة والجمهور في تطوير الاعلام الأمني بالجزائر؟

- هل تساهم العلاقات العامة بالشرطة في التوعية؟

- هل تؤدي العلاقات العامة بالشرطة فعلا في التخفيض من الحوادث المرورية؟
ولتحليل موضوع الدراسة انتهجت الباحثة منهج المسح بالعينة الذي رأته من أنسب المناهج العلمية الملائمة للدراسة الوصفية وتلك التي تستهدف وصف بناء وتركيب جمهور وسائل الإعلام و أنماط سلوكه.

لذلك اعتمدته لدراسة السلوك المروري لعينة من السائقين ومعرفة رأيهم في دور العلاقات العامة بالشرطة في الإعلام الأمني الصادر عنها ومدى تأثيرهم بالرسائل وقد اعتمدت في على العينة الحصصية حيث قدرت عدد مفردات العينة 200 مفردة من مجتمع البحث موزعة بالتساوي بين السائقين المقيمين داخل المدينة والسائقين المقيمين خارجها.

نتائج الدراسة:

- العلاقات العامة بالشرطة تساهم في التوعية المرورية وذلك من خلال نجاحها في تعديل السلوك المروري للسائقين حيث نجحت بفضل دورها التوعوي في إقناع الأفراد بتجنب الإفراط في الشركة مع الإقناع باستخدام حزام الأمن وذلك بنسبة قدرها 56%.

- العلاقات العامة لا تؤدي دورا في تخفيض حوادث المرور بسبب عدم احترام الأفراد لقوانين المرور مما تسبب في وقوع العديد من الحوادث المرورية مما يحول دون مقدرة العلاقات العامة بالشرطة على تحسين مستوى الأمن المروري .

وقد قيمت هذه الدراسة على أن الباحثة لم تتطرق إلى وضع أهداف الدراسة والتي تعتبر هذه الأخيرة بمثابة الفرضيات التي تقوم عليها الدراسة كذلك لم تفصل بشكل أكبر في العلاقات العامة وذلك لتركيزها أكثر على الشرطة والخطأ المروري، وكذلك ركزت على الجانب السلبي للعلاقات العامة في الإعلام الأمني (الشرطة) غير أننا استفدنا من خلال دراستها على أن العلاقات بالشرطة فن يبرر الجهود الصادقة التي تؤديها الشرطة لإقناع الجماهير بمدى أهمية هذه الجهود لحمايتهم وأمنهم من تفاقم حوادث المرور بالجزائر وبالتالي يقع على عاتق العلاقات العامة واجب تطوير هذا الإعلام الأمني.

3- الدراسة الثالثة:

عنوان الدراسة "دور العلاقات الدولية العامة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية في تدريب العاملين بإدارتي الأخبار و البرامج" لجيهان حمد طمعه الفقهاء رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط 2016.

اعتمدت الباحثة جيهان حمد على خبرتها التي دامت ما يقارب 14 سنة في هذه الدراسة وبهدف التعريف بدور دائرة العلاقات العامة الدولية في المؤسسة في تدريب العاملين وتأهيلهم وبما أن دائرة التدريب تتبع في الهيكل التنظيمي لمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية لإدارة الموارد البشرية والشؤون الإدارية ولكن على أرض الواقع فإن القائم على عملية التدريب الداخلي والخارجي على حد سواء هي من اختصاص دائرة العلاقات الأولية العامة وبما أن هناك تدخلا في المهمات والاختصاصات من هنا نبعت الأهمية والحاجة لإجراء هذه الدراسة.

وقد انحصرت إشكالية الدراسة في التساؤل التالي: "ما هو دور دائرة العلاقات الدولية والعامّة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنيّة في تدريب العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج؟"

ويتفرع عن السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

1- ما هي الاحتياجات التدريبية التي تضطلع بها دائرة العلاقات الدولية والعامّة للعاملين بإدارتي الأخبار والبرامج؟

2- ما الدورات التدريبية التي تعدها دائرة العلاقات الدولية والعامّة للعاملين بإدارتي الأخبار و البرامج؟

3- ما تقييم أفراد عينة الدراسة للدورات التدريبية التي عقدتها دائرة العلاقات الدولية والعامّة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنيّة؟

4- ما رضا العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج في الدورات التدريبية التي عقدتها دائرة العلاقات الدولية والعامّة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنيّة؟

5- هل وجد فروق في مجالات تدريبية (الحاجة للدورات تقييم الدورات والرضا الوظيفي) من وجهة نظر العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج تعزى لمتغيرات مكان العمل، الدوائر النوع الاجتماعي، العمر، الخبرة المؤهل العلمي والوظيفة؟

ولتحليل موضوع هذه الدراسة، استخدمت الباحثة أنسب منهج وهو منهج المسح بالعينة الملائم للمنهج الوصفي والذي يرتبط بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة إما لتصحيح هذا الواقع، أو استكمالها أو تطويره تمثل هذه الاستنتاجات فهما للحاضر يستهدف توجيه المستقبل.

وقد اعتمدت الباحثة في ذلك على العينة العشوائية قدر عدد مفرداتها ب 263 مفردة من مجتمع البحث موزعة بين موظفي دائرتي الأخبار والبرامج داخل مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنيّة.

نتائج الدراسة:

1- دائرة العلاقات الدولية العامة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون تعقد برامج كانت مهمة في وجهة نظر العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج وقد تركزت هذه النتائج في مجالات كتابة الأخبار واستخدام الحاسوب وإعداد التقارير الإخبارية وتكنولوجيا الاتصال والإعلام والبرامج الحوارية.

2- إن الاحتياجات من وجهة نظر أفراد العينة تشير إلى الحاجة البارزة إلى عقد دورات في المجال الإعلامي وتنفق مع دراسة المجلس الأعلى للإعلام حول الاحتياجات التدريبية في القطاع الإعلامي وتركزت أولويات الدورات المطلوبة في تحرير الأخبار واللغات ومهارات الحاسوب والصحافة المتخصصة الانترنت كالاحتياجات المشتركة في المجالات الإعلامية المختلفة.

3- أظهرت النتائج أن تقييم الدورات قد جاءت سلبية بدرجة كبيرة جدا، وهذا يعني أن جميع فترات هذا المجال تؤكد سوء تقييم الدورات وأن الدورات المعطاة لم تكن مشبعة لاحتياجات العينة.

وقد قيمت الدراسة بالنقاط التالية:

- لم تفصل الباحثة في إشكالية الدراسة.
 - فصل العلاقات العامة كان مختصرا.
 - ركزت الباحثة على تدريب العاملين وأهملت إمكانيات كل موظف.
- وقد استفيد من الدراسة من ناحية تطرق الباحثة إلى دور العلاقات الدولية والعامة بمؤسسة الإذاعة والبرامج فإن استخدام العلاقات العامة لها دور كبير ومهم في المؤسسات الإعلامية خاصة المعاصرة ولها مكانة مهمة في كل مهمة كانت.

عينة الدراسة:

مما لا شك فيه ان لكل بحث او دراسة مجتمع تدور حوله الدراسة و عادة ما يواجه الباحثون مشكلة الاعداد الكبيرة لمجتمع بحث محل الدراسة وهو ما يصعب

دراسته خاصة من ناحية الجهد و المال و الوقت إضافة الى الصعوبات التي تواجه الباحث اثناء جمع البيانات مع جميع افراد مجتمع الدراسة و هذا ما يجعل الباحث يقلص في مجتمع بحثه الى عدد صغير يسهل عليه جمع البيانات القدرة على التحكم فيها و هذا ما يطلق عليه بعينة الدراسة.

حيث استخدمنا في دراستنا العينة المتاحة التي تعتبر الأكثر الأساليب المعاينة غير احتمالية انتشارا وشيوعا تعتمد على مبدأ كل ما هو متاح بحيث يختار الباحث المفردات المتاحة والمتوفرة.

وتمتاز كون مفرداتها يمكن الوصول إليها بسهولة وذلك لوفرة الوقت والجهد كما أنها تقدم للباحث من خلال المراحل المختلفة لأجراء دراسته.

وتم اختيار هذا النوع من العينة لاعتبارها تتناسب مع موضوع الدراسة ولها علاقة مباشرة مع إشكالية البحث و عليه فقد اخترنا عينة من موظفين بإذاعة مستغانم المحلية.

مجال الدراسة:

المجال المكاني: تعتبر المؤسسة الإذاعية في الجزائر مؤسسة عمومية تجارية وهي بمثابة المرفق الذي يكون موضوع نشاطها تجاريا وصناعيا حيث تتخذها الدولة كوسيلة لإدارة مرافقها ذات الطابع الاقتصادي والتجاري.

ومن بين هذه المؤسسات الإذاعية إذاعة مستغانم المحلية التي أنشأت في 10 فيفري 2004 الموافق لـ 18 ذو الحجة 1424 هجري.

الموقع: تقع إذاعة مستغانم الجهوية في بلدية مستغانم، تبعد عن مقر الولاية ب 04 كيلومتر.

المقر: عبارة عن بناية قديمة كانت في السابق مدرسة ابتدائية تم اعادت تهيئتها.

المساحة: 1086.40م².

تفاصيل المقر: 09 مكاتب + أستديوهان (20) + قاعة الاجتماعات + قاعة الاستقبال + حظيرة السيارات + مولد كهربائي يقع المقر في حي المطمر الشعبي يحده شمالا مباني الجيران، جنوبا سكنات الجيران + حي ضريح الولي الصالح سيدي عبد الله، شرقا مسلك يؤدي إلى وسط المدينة وغربا طريق مسدود.

البريد الإلكتروني: radiodemostaganem@yahoo.fr

الموقع الإلكتروني: www.radiomostaganem.net

المجال الزمني: ويقصد بها المدة الزمنية المستغرقة في اجراء الدراسة الاستطلاعية إلى نهاية البحث العلمي وعليه فقد استغرقت دراستنا الميدانية لموضوع بحثنا أسبوعين حيث دامت من 8 ماي إلى 19 ماي 2022 وقسمت هذه الفترة إلى مرحلتين:

المرحلة الأولى:

أين تمت الزيارة الاستطلاعية لمقر الإذاعة المحلية بمستغانم حيث تم اعطاء لمحة وجيزة عن العمل الصحفي وطريقة بث البرامج الإذاعية وكيفية التعامل مع الأخبار والمعلومات وقد استغرقت أسبوع من 8 ماي إلى 12 ماي 2022.

المرحلة الثانية:

تم فيها اجراء مقابلة مع الصحفيين في قسمي الأخبار والإنتاج.

المجال البشري:

باعتبار أن موظفي إذاعة مستغانم مجتمع متجانس ومتاح بالإضافة إلى تناسبه بموضوع دراستنا والمتمثل في: "ما واقع العلاقات العامة في الإذاعة تحت ظل جائحة كورونا" سهولة الوصول إليه ووفرت الوقت والجهد.

حيث يتكون مجتمع دراستنا من موظفي إذاعة مستغانم المحلية والبالغ عددهم 48+

:01

04 إداريين + 07 صحفيين + 10 تقنيين + قسم الإخراج والتنشيط 17 + 03 سائقين
+ 05 أعوان أمن ووقاية + 02 أعوان نظافة.

المتقسمين على أقسام المؤسسة كما يلي:

1- قسم الإنتاج.

2- قسم الأخبار.

3- قسم التقني.

4- قسم إداري.

5- قسم السائقين.

أعوان الأمن: اعتمدنا من بينهم 03 موظفين أجرينا معهم المقابلة.

منهج الدراسة:

عادة ما يتوقف تحديد منهج الدراسة على الدراسة على الهدف الذي يسعى للوصول إليه و طبيعة الدراسة في حد ذاتها يعرف المنهج بأنه: هو الطريق المؤدي الي كشف الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة و تمهين على سير العقل وتحدد عملياته حتى تصل إلى النتيجة معلومة.

ويعرفه هويتني: هو محاولة ضبط لقرير و تحليل و تفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي او جماعة بيئة معينة و هو ينص على الوقت الحاضر كما أنه يهدف إلى الوصول الى بيانات يمكن تصنيفها و تفسيرها و تعميمها و ذلك للاستفادة منها مستقبلا.

إلا أن إرتباط البحث العلمي بأبعاد زمنية و مكانية متعددة وسعيه لتحقيق أهداف مختلفة يتطلب تعددا في أساليب تطبيقه و لهذا اصبح هناك ما يسمى فيها بعد بمنهج البحث حيث يعد بحثنا ضمن البحوث الوصفية التي تستهدف الحصول على معلومات و البيانات الدقيقة و الواضحة حول واقع العلاقات العامة داخل اذاعة مستغانم المحلية وذلك من خلال محاولة القيام بعملية المسح المتعلقة بموضوعنا ووصف كافة مفردات

عينة (موظفين الإذاعة) الدراسة بالإذاعة و من ثم القيام بعملية تحليل البيانات في جداول احصائية للوصول الى نتائج.

-أدوات جمع الدراسة:

اولا :

الملاحظة هي أسلوب من الأساليب الجيدة لكشف وحل المشاكل وهذا يتطلب لموضوعية و الدقة وأن يكون الباحث بعيدا عن التحيز و الأهواء الشخصية وقد تكون مباشرة بالأشياء المادية و النماذج المهمة وهذا شيء سهل لأنها تعتمد على العدد والقياس وتعرف أيضا على أنها اقدم و اكثر وسائل جمع البيانات شيوعا حيث استخدمها الإنسان الأول في التعرف على الظواهر ثم انتقل استخدامها إلى العلوم بشكل عام إلى العلوم الاجتماعية و الانسانية بشكل خاص وتعني الملاحظة الاهتمام أو الانتباه الى شيء أو حدث أو ظاهرة بشكل منظم عن طريق الحواس حيث نجمع خبراتنا من خلال ما نشاهده أو نسمع عنه و الملاحظة العلمية تعني الانتباه للظواهر و الحوادث نقصد تفسيرها و اكتشاف أسبابها و الوصول إلى القوانين التي تحكمها.

انواع الملاحظة:

- 1.الملاحظة البسيطة: هي عبارة عن ملاحظة يستخدمها الباحث عشوائيا ولا تخضع للضبط العلمي الدقيق لان الباحث يقوم بها دون تخطيط مسبق.
- 2.الملاحظة المنتظمة: وهي تلك الملاحظة التي يقوم بها الباحث يكون قد خطط وحدد نوع السلوك المراد ملاحظته بصورة اجرائية وأعد الأداء المناسبة للملاحظة طبقا لهدف يسعى إلى تحقيقه.
- 3.الملاحظة المباشرة: قد يلجأ الباحث إلى المشاهدة التي تتم عن طريق الاتصال المباشر بالظاهرة المطلوب ملاحظتها ومراقبة سلوكها بكل دقة والتعايش معها بغرض المعلومات المتعلقة بها.

4.الملاحظة بالمشاركة: هنا يقوم الباحث بدور ايجابي كواحد من أفراد العينة المبحوثة فيعيش معهم حياتهم بكل جوانبها ومن المهم في هذا النوع من الملاحظة ألا يكشف الباحث عن هويته حتى يبقى سلوك عينة البحث طبيعيا و عفويا بدون تكلف أو خجل حيث تتيح للباحث ملاحظة السلوك بصورة عفوية و طبيعية دون تكلف أو تصنع.

5.الملاحظة بدون مشاركة: ويقوم الباحث هنا دور المراقب للعينة المبحوثة دون أن ينخرط مع المبحوثين ولكن المعلومات التي تجمع بهذه الطريقة قد يعثرها التشويه الذي يتكلف ويتصنع أو من قبل الباحث نتيجة للذاتية والتحيز.

ثانيا: مفهوم المقابلة

في اللغة: المواجهة والتقابل

الاصطلاح:علاقة دينامكية وتبادل لفظي بين شخصين أو أكثر.

المقابلة محادثة موجهة بين الباحث والشخص او اشخاص اخرين بهدف الوصول إلى الحقيقة أو موقف معين يسعى الباحث للتعرف عليه من أجل تحقيق أهداف الدراسة.

وسيلة شفوية (مباشرة أو هاتفية أو تقنية لجمع البيانات يتم خلالها سؤال فرد أو خبير عن معلومات لا تتوفر عادة في الكتب او المصادر الأخرى.

من هذه التعريفات وغيرها نستنتج أن المقابلة هي: لقاء بين شخصين فأكثر لتحقيق هدف ما من خلال طرح الأسئلة الهادفة من قبل المقابل على شخص تجري معه المقابلة و التي يصاحبها عدة الكثير من الانفعالات الناجمة عن سؤال ورد فعل على هذا السؤال وكل هذه العملية تهدف الى جمع أكبر قدر من معلومات و البيانات المقصودة من الباحث ليستفيد منها في تحقيق هدفه من المقابلة.

أما التعريف (ماكوبي) للمقابلة تفاعل لفظي يتم بين شخصين في موقف مواجهة حيث يحاول أحدهما وهو القائم بالمقابلة أن يستشير بعض المعلومات أو التعبيرات لدى المبحوث و التي تدور حول آرائه و معتقداته.

وكما هو واضح تماما أن هذه التعريفات كلها وإن اختلفت في ألفاظها فهي تتركز حول هدف واحد وهو أن المقابلة هنا تختلف عن المحادثة الشخصية التي تتم بين الناس في حياتهم الاجتماعية نتيجة لتفاعلهم مع متغيراتها هذا ما تعنيه المقابلة بصفة عامة.

أما المقابلة العلمية التي نحن بصدد الحديث عنها فهي أداة من أدوات البحث يتم بموجبها جمع البيانات و المعلومات التي تمكن الباحث من إجابة تساؤلات البحث أو اختيار فروضة وتعتمد على مقابلة الباحث للمبحوث وجها لوجه بغرض طرح عدد من الأسئلة من قبل الباحث و الإجابة عليها من قبل المبحوث.

الفصل الأول: العلاقات العامة

• المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة

- أ/- مفهوم العلاقات العامة
- ب/- نشأة وتطور العلاقات العامة

• المبحث الثاني: وظائف خصائص وأهداف العلاقات العامة

- أ/- وظائف العلاقات العامة
- ب/- خصائص العلاقات العامة
- ج/- : مبادئ وأسس العلاقات العامة

تمهيد:

أصبحت العلاقات العامة حتمية في جميع الهيئات والمؤسسات والمنظمات في مختلف أنواعها ونشاطاتها، وهي اللون الجديد من الفكر الإنساني الذي كان في عقول المفكرين الأوروبيين والأمريكان في الآونة الأخيرة والحديثة، لذلك لا يمكن الاستغناء عنها في أي مؤسسة أو منظمة وهذا نظرا لأهميتها في تحقيق أهداف المؤسسة وتلعب العلاقات العامة دورا هاما في تحسين صورة المؤسسة وسمعتها أمام الرأي العام، وكذا تثمين العلاقة بينهما وبين جمهورها الداخلي والخارجي على أساس التفاهم والود من خلال الاتصال المستمر معه لكسب تعاطفه، مما يعزز القدرة التنافسية للمؤسسة ويحقق نجاحها.

ومنه نتناول في هذا الفصل:

مفهوم العلاقات العامة، نشأتها وتطورها، الخصائص والوظائف، ثم تطرقنا إلى

مبادئ وأسس بالعلاقات العامة.

المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة

أ/- مفهوم العلاقات العامة:

لقد اختلفت وتعددت التعاريف حول مفهوم العلاقات العامة لما لها من دور كبير في الآونة الأخيرة كونها من المفاهيم المعاصرة وارتباطها بالمجال العلمي في المؤسسات الحالية.

هي وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنظمات إلى كسب تفاعل وتعاطف وتأييد الجماهير الداخلية والخارجية والحفاظ على استمراره، وذلك بدراسة الرأي العام وقياسه للتأكيد من توافقه مع سياسة المؤسسة وأوجه نشاط وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال والمصالح المشتركة بين المؤسسة وجماهير باستخدام المعلومات المخططة ونشرها¹.

1-تعريف المعاجم والقواميس:

يعرف قاموس العالمي الجديد لويستلر: العلاقات العامة على أنها ترويج الاتصال والثقة بين شخص أو مشروع أو هيئة أو أشخاص أو جمهور خاص أو المجتمع بأكمله وذلك من خلال المعلومات التي تشرح وتفسر وتوضح².

كما يعرف معجم مصطلحات الإعلام: على أنها تقوم العلاقات العامة بعملية الاتصال بين المنظمات والجمهور وتفسير وتشرح كل منها لآخر، حتى لا يمكن لهذه المنظمات النجاح في كسب ثقة الجمهور وفهمه وتأييده بهذا تعمل على إيجاد صلة ودية تقوم على أساس الفهم المتبادل³.

¹ - علي برغوث، العلاقات العامة أسس النظرية والمفاهيم عصرية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، 2007، ص 11.

² - فؤاد بكري، العلاقات العامة بين تخطيط والاتصال، الاسكندرية، دار المعرفة، 1996، ص 111.

³ - حسن الحلبي، مبادئ في العلاقات العامة، دار المنشورات عويدات، بيروت، ص 11.

تعرفها الجمعية الدولية لرجال العلاقات العامة: على أنها الوظيفة إدارية ذات طابع تنظيمي، تسعى من خلالها مؤسسة أو منظمة عامة كانت أو خاصة إلى النيل والحفاظ على تفاهم وتعاطف المتعاملون معها¹.

ويمكن إعطاء مفهوم اجرائي للعلاقات العامة: باعتبارها جميع الجهود المبذولة والأنشطة التي تستعمل سواء في المؤسسة وخارجيتها بغرض كسب ثقة الجماهير بنوعيتها وبهذا فهي وسيلة هامة لتدريب وإعداد الجماهير لتقبل أفكار وأراء جديد لقيام بالمسؤوليات المطلوبة، وعلى هذا الأساس فهي تختلف من مؤسسة إلى أخرى.

2- تعريف بعض الباحثين العرب:

تعريف علي عجوة العلاقات العامة بأنها: هي التي تقوم بأداء رسالتها التي تسعى من خلالها إلى تحقيق التفاهم بين المؤسسة والجماهير بنوعيتها من خلال البرامج الإعلامية والتأثيرية والتنقيفية الترفيهية إضافة الى البرامج والخدمات التي تهدف إلى تدليل العقبات المساهمة في حل المشكلات التي تواجه الجمهور².

وعرفها إبراهيم إمام: بأنها فن معاملة الناس والفوز بثقتهم ومحبتهم وتأييدهم، ومعنى ذلك كسب رضا الناس بحسن المعاملة الصادرة عن الصدق وإيمان بقيمة الإنسان في المجتمع³.

كما عرفها محمد ناصر جودت: هي وظيفة الإدارة التي تحدد وتكون وتؤسس وتدعم علاقات مفيدة ومتبادلة بين المنظمة والجماهير المختلفة التي تعتمد عليها في نجاحها أو فشلها⁴.

¹ - سليمان فخري، العلاقات العامة، دار الكتاب وطباعة للنشر، جامعة الموصل، العراق، 1981، ص3.

² - علي برغوث، مرجع سبق ذكره، ص10.

³ - إبراهيم إمام، فن العلاقات العامة والإعلام، ط2، المكتبة الانجلو مصرية، 1976، ص16.

⁴ - محمد ناصر جودت، الدعاية والإعلام والعلاقات العامة، ط1، عمان، دار مجدلاوي، 1998، ص175.

3-تعريف بعض الباحثين الأجانب:

يعرف مارستون فيري: العلاقات العامة بأنها الوظيفة الإدارية التي تعمل على تقييم اتجاهات الجمهور وتحاول التوفيق بين سياسة المنظمة مع صالح العام وتنفيذ برامج من شأنها أن تؤدي إلى كسب تأييد الجمهور¹.

يعرفها كريسان: بأنها المجهود المبذولة للتأثير على الجمهور عن طريق وسائل الإعلام، حتى يكون لديها فكرة صحيحة عن المؤسسة فيساندونها في أزماتها، ويقصدونها في أهدافها ويشجعونها في نشاطها².

كما يعرف جريزويلد: يعترف أن العلاقات العامة بأنها ترتبط بالبحث والتخطيط والاتصال في تحقيق التفاهم بين المؤسسة و جماهير، ومراعات مصالح الجمهور ويقول أنها الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتقويم الاتجاهات وتحديد سياسات الفرد أو المنظمة بما يتفق مع مصلحة الجمهور وتفاهمه³.

ب- نشأة وتطور العلاقات العامة:

تعتبر العلاقات من بين المفاهيم التي يصعب تحديد نشأتها وميلادها بشكل دقيق لأنها من العلوم النسبية التي لا يستطيع أحد أن يجزم بمقر ولادتها أو مكان تأسيسها، وهذا كونها قديمة قدم المجتمعات الانسانية، ولهذا لا بد من الوقوف عند كل محطة من محطات تطور هذا المفهوم الحديث من فترة ما قبل التاريخ أي أبان وجود المجتمعات البدائية إلى العصر الحديث والاعتراف بها كعالم قائم على جملة من المبادئ والأسس.

1- العلاقات العامة في العصور القديمة:

عرفت العلاقات العامة منذ قديم الزمان خاصة في العصور الأولى عند وجود المجتمعات البدائية.

¹ - علي برغوث، مرجع سابق، نفس الصفحة.

² - عادل حسن، العلاقات العامة، ط3، دار النهضة، بيروت، 1984، ص08.

³ - علي عجوة، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، جامعة القاهرة، مصر، 2001، ص15.

بحيث كانت العلاقات موجودة بين الأسرة الواحدة، واتسعت فيما بعد لترتقي إلى العشيرة التي تنتسب إلى أصل واحد، وكان القرار دئماً يرجع إلى زعماء وشيوخ القبائل الذين يحاولون إقناع الآخرين بحقوقهم وإرساء التفاهم بين محاولين في ذلك إقامة علاقات ودية خاصة وقت النزاعات والحروب.

كما أن هذه القبائل كانت بحاجة لإعلام يحفظ بقائها ويرعى مصالحها وفي بعض الحالات نجد أن زعيم القبيلة يستعين بالسحرة والأطباء ممن يجدون فنون التأثير والتعبير. ومن جانب آخر نجد أن رئيس القبيلة كان يتولى مهمات أخرى كالإعلام بين أعضاء وعشيرته وإبلاغهم بالخروج للصيد والقنص وإعلامهم بحفلات الزواج ويحرص على تدعيم العلاقات الداخلية بين أعضاء القبيلة ويحل مشاكلهم.

2-العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية:

استطاعت الحضارة الإسلامية أن تظهر مفهوم العلاقات العامة من خلال اعتمادها في الدعوة للإسلام على عدة أساليب اتصالية مختلفة اهتم الرسول (ص) وصحابته بممارسة العلاقات العامة بشكل فعال ومؤثر لإقناع الناس، توضيح فضائل الدين الجديد لهم من خلال اتصال بهم والتحدث إليهم عن طريق الخطابة والاجتماعات والشورى. كما تضمنت الشريعة الإسلامية جميع الأصول الأخلاقية السلمية التي تستند عليها فن العلاقات العامة ونجد كذلك أن الخلفاء المسلمون كانوا يسمعون للناس في المساجد ويحلون مشاكلهم¹.

وبعد اتساع رقعة الدولة الإسلامية أصبح الاعتماد على الرسائل خير دليل على الاهتمام بالخلافة الإسلامية، كما كان الفاطميون والشيعة من أشد الناس اتقاناً لفنون الدعوة لمذاهبهم وابتدعوا إقامة المواليده والحفلات للدعوة لحكمهم، استخدم المسلمون الشعارات

¹ - عبد الرزاق الدليمي، العلاقات العامة في التطبيق، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص19.

للتأثير عن الرأي العام ويحث الناس عن الجهاد وكانت شعاراتهم مستنبطة من القرآن الكريم وأحاديث المصطفى¹.

3-العلاقات العامة في العصر الحديث:

ارتبط ظهور العلاقات العامة في العصر الحديث بظهور الثورة الصناعية وازدياد النشاط التجاري وإذا لا تعرف العلاقات العامة ومفهومها العصري إلا في أواخر القرن 19 وبداية القرن 20 وكذلك في محاضرة القاها درمان استون في قاعة بكلية الحقوق بجامعة بيل عام 1882م وكان موضوعها العلاقات العامة والواجبات المهنية والقانونية. أما المؤسس الفعلي للعلاقات العامة في الولايات المتحدة الأمريكية هو نيودرنفايل الرئيس العام لشركة التليفون والتلغراف الأهلية حيث أسس عام 1907 مكتب العلاقات العامة. كما نجد في عام 1913 استعمل مصطلح العلاقات العامة في الأحاديث التي تلقاها مدير شركة السكة الحديدية وتحديث من جانب آخر عن مشاكل التي تصب بالعمل من دونها وأصبح المصطلح شائعاً في العشرينيات عندما ابتدع بيرينيز عبارة مستشار العلاقات العامة واستمدت فكرة من فرويد واشتهر بقوله اذا استطعتم فهم الآلية التي تحكم الجماهير فإن امكاننا السيطرة على سلوكهم.

وقبل الحرب العالمية الثانية أصبح المصطلح راسخاً في لغة الأعمال الأمريكية كما سجلته مجلة فتورتن التي أثبتت مفهوم العلاقات العامة في عقول رجال الأعمال، ويذهب بعض المؤرخين إلى أن العلاقات العامة في أمريكا انشرت بعد الحرب الأهلية وكسبت نفوذاً نتيجة للهجومات التي شنت على المشروعات التجارية².

¹ - محمد منير حجاب وسحر محمد وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، دار الفجر، القاهرة، 1995، ص19-20.

² - غريب عبد السميع، الاتصالات والعلاقات الإنسانية في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1996، ص37

وأما بالنسبة لأوروبا ظهرت أول صحيفة عصرية للعلاقات العامة بعد الحرب العالمية الثانية، حيث اعتمدت عليها الحكومة البريطانية لتشرح سياستها حيال الضمان الاجتماعي وبرامج الصحة والاسكان وتوسيع دورها حتى أصبح جزء هاماً في العلاقات العامة. أما في فرنسا فقد سجلت ظهور بطيء نوعاً ما ابتداءً سنة 1946 وتلتها إيطاليا ثم بلجيكا ثم السويد حيث تأسست وكالة العلاقات العامة سنة 1950 ولم تؤسس ألمانيا شركتها الرسمية للعلاقات العامة إلا عام 1958 ونجد أن مصطلح العلاقات العامة مزال ولا يزال يعرف عناية وأهمية بالغة على الساحة الإعلامية والعلمية¹.

¹ - عبد الرزاق الدليمي، مرجع سبق ذكره، نفس الصفحة.

المبحث الثاني: وظائف وخصائص وأسس ومبادئ العلاقات العامة أ- وظائف العلاقات العامة:

ليست العبرة أن تجد تنظيماً للعلاقات العامة بل العبرة بنتائج عملها ومدى قيامها بمسؤولياتها في إطار ذلك التنظيم، إضافة إلى كيفية تأدية العلاقات العامة أو تنظيم العلاقات العامة لعمله، ويحقق أهدافه المقصودة لإيجاد علاقات متينة بين المؤسسة وجمهورها، ولن يتم ذلك إلا من خلال الوظائف والمهام التي يؤديها هذا الجهاز ويحدد الباحثون عدة مهام أو وظائف رئيسية للعلاقات العامة تتمثل في¹:

1- البحث:

فالبحث هو التفكير العلمي الموضوعي الذي يتناول ظاهرة معينة أو موضوع معيناً أو مشكلة لدراستها وتحليلها وفق أسس عملية للوصول إلى نتائج تخدم الظاهرة (موضوع الدراسة)، وقد مرت العلاقات العامة بمرحلة تغلب فيها الطابع الارتجالي لمعرفة اتجاهات الجمهور ونتيجة للتقدم العلمي والتكنولوجي أصبحت هناك طرق واساليب عملية في دراسة اتجاهات الجماهير وجميع المعلومات والبيانات المختلفة لدراسة المشكل.

2- التخطيط:

وهي الوظيفة الأخرى من وظائف العلاقات العامة فهو النشاط العقلي الإداري الذي يوجه لاختيار أمثل استخدام لمجموعات الطاقات المتاحة لتحقيق أغراض معينة في فترة محددة. وإن من أهم مراحل التخطيط في العلاقات العامة هي المراحل المتمثلة في الدراسة اتجاهات الجمهور وبالتالي يساعد هذا على التنبؤ بالرغبات والاحتياجات المختلفة بما يجعل الخطط الموضوعية مستندة إلى أسس علمية ومعرفة شاملة بما يدور وتوقع أفضل النتائج.

¹ - عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل إلى وسائل الاعلام الجديد، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص144.

3-الاتصال:

الاتصال وسيلة لتنفيذ الخطة وهذا يتطلب ابتكار الإدارة وسائل الإدارة وسائل نقل الخطة للواقع والاتصال وهو العملية التي يتم من خلالها نقل المعلومات وقد تكون رسالة شفوية أو مكتوبة أو صورة أو حتى إشارة، والاتصالات ليست في اتجاه واحد أي أن العملية لا تقتصر على الرسالة واستلامها بل إدراك مستلمها لفحواها ومكوناتها، حيث اتصال بين إدارة العلاقات العامة مع الإدارات المختلفة وكذلك الاتصال بالمسؤولين وقادة الرأي لربط المؤسسة بالمجتمع وبرز صورتها الطيبة وموقعها وأهميتها في خدمة الجمهور.

4-التنسيق:

تعتبر وظيفة التنسيق من العناصر المهمة في العلاقات العامة حيث يتم التنسيق بين إدارة العلاقات والإدارات الأخرى داخل المؤسسة ولا بد من التنسيق المستمر مع هيئات المجتمع المحلي والهيئات التي تماثلها والمراكز الإعلامية وتقوم كذلك بتأمين الاتصال الإعلامي اللازم مع الهيئات والمؤسسات الإعلامية لنقل صورة المؤسسة ونشاطاتها المختلفة وظيفتها في خدمة المجتمع¹.

5-التقويم:

والتقويم يمثل المحطة النهائية في آلية عمل العلاقات العامة كما أن هناك علاقة بين هذه المرحلة والمراحل السابقة الأخرى، وظهر التقويم نتيجة للحاجة المستمرة إلى معرفة مدى كفاية خطط العلاقات العامة وبرامجها ومدى حاجات جماهيرها المستمرة، وكذلك فهي تمثل عملية التحري العلمي عن الأخطاء وأسباب القصور في البرامج المختلفة لتلاقيها في الخطط المستقبلية بما يساهم في نجاح المؤسسة.

¹ - عبد الكريم الراضي، العلاقات العامة في تطوير المؤسسة ونجاح الإدارة، ط9، دار البحار للنشر والتوزيع، بيروت، (د.س.ن)، ص36.

وهذا يؤكد على أن عملية التقويم هي عملية مستمرة تتزامن مع العمليات التحضيرية والتخطيطية والتغيرية¹.

ب- خصائص العلاقات العامة:

توجد العديد من الخصائص التي تميز العلاقات العامة عن باقي المفاهيم التي يمكن أن نذكرها كالآتي:

1- تعتبر العلاقات العامة من الأنظمة الأساس في تشكيل أنشطة المنظمة فهي ضرورية يفرضها المجتمع الحديث؛

2- تعد العلاقات العامة وظيفة إدارية فهي نشاط نمارسه كل إدارة ويجب عليها أن تستخدمه في كل خطوة من خطوات التي تعمل بها سياسة المؤسسة؛

3- القصد: فالعلاقات العامة نشاط مخطط مرسوم لأحداث تأثير مرغوب بأسلوب معين مختار؛

4- تعتمد العلاقات العامة في تحقيق أهدافها ونشاطاتها على الأسلوب العلمي الذي يشمل الدراسة وإجراء البحوث المستمرة؛

5- العلاقات العامة هي الوسيط الأساسي بين فلسفة المشروع والجمهور عن طريق الاتصال الذي يشرح ويفسر أنشطة المنظمة للمتعاملين معها²؛

6- تستهدف العلاقات العامة في تحقيق الرضا ونزاع موافقة الجماهير أنها تدير بمهارة الأسلوب التأثيري الصاعد والهابط لأحداث التوافق والتكيف وتركيز العلاقات العامة على

¹ - محي الدين محمود حسن وآخرون، العلاقات العامة والاتصال في الدول النامية، (د.ط)، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، (د.س.ن)، ص48.

² - علي بن فايز الجحني، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2006، ص32.

التخطيط القائم على الملاحظة العلمية، وطرق البحث العلمي التي تساعد على معرفة احتياجات الجماهير ودراسة الآراء والاتجاهات ونقلها بأمانة وصدق للمستويات الإدارية¹؛
7- تعمل العلاقات العامة كمستشار شخصي لأعضاء مجلس الإدارة ولجميع مديري الإدارة العليا للمنظمة واسداء النصح للمسؤولين عن اصدار القرارات وتعديل السياسات؛
8- تتصف العلاقات العامة بالشمولية فنشاطها لا يقتصر على ميدان آخر بل يمتد ليشمل كافة؛

9- تلميع الصورة وهي من بين الميزات التي تمتاز بها العلاقات العامة داخل المنظمة بواسطة الأداء الجيد واستخدامها لأعلام الذي من خلال تسويق وترويج لأفكارها وبرامجها؛

10- العلاقات العامة تعتبر فلسفة لإدارة وهذه الفلسفة ترفض على المؤسسة أن لا تعمل لأهداف مالية بل ينبغي أن تلعب دورا اجتماعيا وذلك من خلال احترام رأي الجمهور؛
11- تركز العلاقات العامة على مبادئ أخلاقية لتدعيم وبناء الثقة بين المؤسسة وجماهيرها؛

12- العلاقات العامة نشاط مرتبط بالزمن ومتغير الوقت أي يجب اختيار الوقت المناسب لتنفيذ البرنامج معين أمر حيوي وضروري لنجاح هذا البرنامج وبهذا فإن التقصير في توفير هذا الشرح قد يعني فشل البرنامج ككل².

¹ - المرجع السابق، ص32.

² - المرجع السابق، ص33.

ج- مبادئ وأسس العلاقات العامة:

1-المبادئ الأساسية للعلاقات العامة:

تستند العلاقات العامة المبادئ الآتية:

أ. إن العلاقات العامة هي علم وفن ووظيفة مستمرة ومخططة، تحتاج إلى ممارس الاتصال والعملية والإدارية والتخطيط والبحث العلمي والتنظيم والتقييم. شأنها وظائف المؤسسة الأخرى.

ب. تقوم بين طرفين كلاهما مؤثرة ومتأثر في نفس الوقت فهي تتصف بالديناميكية والحيوية وقوة الفاعلية، فالعلاقات العامة تقوم على أخذ والعطاء والفهم المتبادل والاستجابة المباشرة والإيجابية من جانب كل الطرفين وهي سياسة وأعمال ثم اتصال¹ واعلام، فهي تعكس وجهة نظر مئات من أفراد الجمهور للمؤسسة، وتعكس وجهة نظر المؤسسة لفئات الجمهور فهي بذلك اتصال اتجاهين.

ج. لا تقتصر على مؤسسات معينة، بل إنها تشمل جميع المؤسسات الحكومية سواء أكانت تجارية أم صناعية أم اجتماعية وحتى السياسية منها.

د.أهمية العنصر الأخلاقي في ممارسة نشاط العلاقات العامة، وهذا يتضمن احساسها بمسؤولياتها الاجتماعية والتزامها، فيما يتمثل عنها من معلومات وكذلك قيامها على تنمية الثقة والاحترام المتبادل بين طرفي (مؤسسة وجمهورها).

هـ. معرفتها بالأساليب والنظرية والعلمية لتشكيل الاتجاهات وتغيرها، وهذا تفهمها لطبيعة السلوك البشري.

2-أسس العلاقات العامة:

تعد أسس العلاقات العامة هي كل من شأنه تكوين علاقات جيدة ومليئة بالثقة بين المؤسسة وعمالها من خلال الحرص على تكوين صلات تفاعل تبادلية بين كلا الطرفين بما يسهم في تكوين صورة ايجابية عن المؤسسة بينها وبين عملائها بما يسمح بتحقيق

¹ - عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص 149.

مصالح لكلا الطرفين المؤسسة من خلال زيادة نسب المبيعات وتطوير الخطوط الجديدة للإنتاج والتعزيز من حصتها السوقية بل وحتى افتتاح أسواق جديدة وبالنسبة للعملاء تتمثل إيجابيات العلاقات العامة في تزويد العملاء بمعارف أساسية حول المنتجات الجديدة ومميزات التنافسية التي تحرص الشركة أو المؤسسة على تقديمها من خلال منتجاتها وبما يدعم بشكل كبير من مكانة المؤسسة لدى العملاء ويسهم في جذب المزيد من العملاء الجدد كذلك ومن بين المؤسسة وعملائها مع الحرص على تكوين علاقات متوازنة بين أهداف المؤسسات ومتطلبات العملاء وتصميم الفعاليات التواصلية المتنوعة التي تهدف لتعزيز التواصل الإيجابي الفعال بين المؤسسة وعملائها وبحيث تعمل كذلك إدارة العلاقات العامة كجهاز إنذار مبكر لتتبا المستقبلي بتغيرات الأسواق وتنوع حاجات العملاء من خلال الاستعانة بأدوات الرصد والقياس المختلفة لاتجاهات العملاء ومستويات المنافسة وغيرها من الفعاليات المرتبطة بحركة الأسواق وتغيرات أنواع ومستويات ومتطلبات العملاء على حد سواء ويتم كذلك الاستعانة بالوسائل التكنولوجية الحديثة. واتمام المتطلبات العمل في منظومة العلاقات العامة وتحسينها بما يمكنها من أداء وظيفتها على النحو الأمثل¹.

¹ - محمد ناجي الجوهر، العلاقات العامة المبادئ والتطبيق رؤية معاصرة، دار القلم للنشر والتوزيع، 2004، ص32.

خلاصة الفصل:

مما سبق ذكره يتضح أن العلاقات العامة في أي مؤسسة تجعل محور اهتمام نوعين من الجماهير، جمهور داخلي وجمهور خارجي حيث تعلمهم بسياساتها وبرامجها وتتضمن لهم مشاركة فعالة في أنشطة هذه المؤسسة من قبل جماهيرها.

الفصل الثاني:

العلاقات العامة داخل

الإذاعة المحلية

• المبحث الأول: ماهية الإذاعة المحلية

أ/- تعريف الإذاعة المحلية

ب/- نشأة وتطور الإذاعة في العالم

ج/- أساسيات الإذاعة المحلية

• المبحث الثاني: وظائف و أهداف وخصائص

الإذاعة المحلية

أ/- وظائف الإذاعة

ب/- أهداف الإذاعة

ج/- خصائص الإذاعة

تمهيد:

تعد الإذاعة من أهم وسائل الاتصال الجماهير التي يصل أثرها إلى كافة المجتمعات وذلك من خلال إتاحتها لفرصة الاتصال والاحتكاك به والتفاعل معه وذلك من أجل تلبية حاجاته ورغباته.

ولكن في السنوات الأخيرة لوحظ اهتمام خاص بالإعلام المحلي في الجزائر، إذ سخرت إمكانيات معتبرة أفضت إلى تجسيد مشاريع خاصة بالإذاعات المحلية، حيث لا تستطيع الإذاعة المركزية تلبية كافة حاجات ورغبات المجتمع المحلي وبالتالي فالإذاعة المحلية تعنى باهتمامات وانشغالات جماهيرها ومناقشة المشكلات المحلية ومحاولة إيجاد حلول لها من خلال الخصائص التي تتميز بها والوظائف التي تقوم بها بالإضافة إلى مختلف المهام والأنشطة التي تمارس.

المبحث الأول: ماهية الإذاعة المحلية:

أ/ تعريف الإذاعة المحلية:

الإذاعة المحلية إذاعة تخاطب مستمعا محددًا له مصالحه وارتباطاته الاجتماعية المعروفة وله تقاليده وعاداته وتراثه الفكري الخاص وهي تبث برامجها مخاطبة مجتمعنا خاصا محدود العدد، يعيش فوق أرض محدودة المساحة، ومجتمعنا له خصائص البنية الاقتصادية والثقافية المتميزة، بحيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة بالرغم من الفوارق الفردية التي توجد بالضرورة بين أفراد المجتمع الواحد، فهي تتفاعل مع هذا المجتمع تأخذ منه وتعطيه وتقدم له الخدمات المختلفة، فالجمهور المستهدف لكل إذاعة محلية من أفراد هذا المجتمع المحلي كانوا سكان قرية واحدة، أو مجموعة قرى متقاربة، أو مدينة صغيرة... الخ¹.

ويعرفها "عبد العزيز شرف": "عبارة عن تنظيم مهيكّل في شكل وظائف وأدوار، تقوم على بث مجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي والتثقيفي والإعلامي، وذلك لاستقبالها في آن واحد من طرف جمهور متناثر يتكون من أفراد وجماعات بأجهزة مناسبة"².

وهذا يعني أن الإذاعة عبارة عن مؤسسة تبث مجموعة من البرامج الإعلامية، والتعليمية، والترفيهية، عن طريق جهاز يسمح بإرسالها في آن واحد.

كما يعرفها "محمد منير حجاب" بأنها: "أوسع وسائل الاتصال انتشارا وأكثرها شعبية، وجمهور عام بجميع مستوياته، فتستطيع الوصول إليه مخترقة حواجز الأمية، والعقبات الجغرافية والقيود السياسية، التي تمنع بعض الرسائل الأخرى من الوصول إلى

¹ - منى سعد الحديدي، سلوى إمام علي، الإعلام والمجتمع، دار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 2004، ص161.

² - د.عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام = الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، سينما، المنتج، أقمار الاتصالات، ط2، دار الكتاب النصري، دار الكتاب اللبناني في الطباعة للنشر والتوزيع، 1989، ص403.

مجتمعاتها، يعني أن الإذاعة تخاطب جميع أفراد المجتمع ذلك أنها لا تعرف الحدود إذا قارنها ببعض الوسائل الأخرى¹.

كما يعرفها "فوضيل دليو" على أنها: "ما يبيث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرو مغناطسية بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية وربط مستمعيها برباط مباشر وسريع، ومن ثمة فقد شاركت مع التلفزيون خاصة وسائل الاتصال الأخرى في تقريب الثقافات وتكوين رأي عام عالمي تحاول دول الشمال السيطرة عليه"².

وتعرف كذلك أن الإذاعة مسموعة تعتمد على عنصر الصوت باعتباره المادة لبرامجها، ومهما تعددت وتنوعت أشكال البرامج، فإنها لا تخرج عن كونها صوت ينطلق عبر الأثير، ليصل إلى أذان المستمع، وقد يكون هذا الصوت كلمة منطوقة، أو لحنا مغنى، أو معزوفة موسيقية، أو مؤثرا صوتيا³.

ب/ نشأة وتطور الإذاعة في العالم:

1-نشأة الإذاعة في العالم الغربي:

لقد جاء ظهور الإذاعة كنتيجة لأبحاث العلماء المستمرة في الكهرباء والمغناطيسية كبداية لثورة الالكترونيات التي غيرت بل قضت على أنماط الاتصال التقليدية وأحدثت منعرجا كبيرا في حياة الإنسان.

ولقد كانت البدايات الأولى لهذا الاختراع عندما جاء "ماركوني" باكتشافه في القرن التاسع عشر (1849) واستطاع إرسال أو إشارة إلى مسافة أربعة أمتار، ثم توالت تجارته

¹ - منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص249.

² - مالك شعباني، دور الإذاعة المحلية في النشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي دراسة ميدانية بجامعتي قسنطينة ويسكرة، مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع والتنمية، جامعة منتوري قسنطينة، 2005-2006، ص22.

³ - د. محمد مصطفى كاظم الطائي، الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007، ص16.

لنظام الإرسال والاستقبال إلى أن تمكن في يوم 14 سبتمبر 1901 من النقاط الإشارة اللاسلكية عبر المحيط.

اعتمد ماركوني في إنشاء أعماله على ماتوصل إليه من سبقه من العلماء من ذلك أنه يستخدم نظام (سمويل موريس) لإرسال واستقبال الإشارة التي توصل إليه قبل 45 عاماً، كذلك اعتمد "ماركوني" على نظرية "جيمس ماكسويل" التي ذكر فيها أن موجات الضوء ما هي في الواقع إلا موجات لقوى كهربائية مغناطيسية¹.

وفي عام 1886، أثبتت أبحاث وتجارب العالم الألماني "ه. هرتز" صحة نظرية "ماكويل"، كما أنه استطاع الوصول لقياس الموجات وسرعتها وفي الوقت الذي كانت تجري فيه التجارب لإرسال الإشارات باللاسلكي كان علماء آخرون، يقومون بإجراء التجارب.

على استخدام اللاسلكي لنقل الصوت البشري بدلا من الإشارات اللاسلكية، ومنهم "فليمغ" والذي ابتكر الصمام الثلاثي.

في عام 1906 اخترع "ذي فورست" مصباح "الديود" فاسحا الجال لتطور التلغراف بسرعة وانتقالها إلى المرحلة الراديوفونية (مرحلة المذياع الهاتفي)، ثم استمرت الأبحاث في مجال اللاسلكي والبث الإذاعي لتحسين النوعي والمدى حتى بداية العشرينيات².

سنة 1920 ظهرت أول محطة إذاعية في موسكو، وأول برامج يومية مذاعة من محطة "ديترويت نيوز" في الو.م.أ، وكذا أول حملة انتخابية إعلامية عن طريق محطة KDKA، تبعتها في العالم الموالي أول محطة إذاعية تجارية WBZ في ماساشوستس.

انتقلت الإذاعة إلى أوروبا، أثر التطور الذي حدث في أجهزة الإرسال والاستقبال وكانت بريطاني أول دولة أوروبية تنشئ محطة إذاعة، حيث قامت جريدة الديلي ميل

¹ - عبد القادر قندوز، نشأة وتطور الإذاعة محاضرة 4، يوم الإثنين 9 نوفمبر/ 3:15 pm،

<http://30dz.gustgo.com/t2032-topic>، الجمعة 17 فيفري 2017، 20:36.

² - خالد زعمون، التفاعلية في الإذاعة أشكالها ورسائلها، سلسلة البحوث ودراسات إذاعية (61) تونس، 2007، ص28.

Daily Mail البريطانية، في 15 جوان 1920 بتنظيم برنامج إذاعي من تشلنسفورد، وفي ديسمبر عام 1922 تم إنشاء شركة الإذاعة البريطانية (لتبث برامجها من لندن يوميا، وسرعان ما انتشرت محطة الإرسال في كل أنحاء بريطانيا، مما دفع الحكومة للتدخل في وليناير) 1927م بإنشاء هيئة الإذاعة البريطانية BBC-British Broad casting Corporation وتم حل شركة الإذاعة البريطانية، وتعويض حملة أسهمها من الأفراد، وتحويل كل رأسمالها إلى الهيئة الجديدة¹.

وقد توافر لروسيا إمكانيات إرسال الصوت قبل الحرب العالمية الأولى بوقت قصير، وبدأت أولى المحطات تعمل في موسكو سنة 1914م، وبعد انتهاء الحرب بدأت في أغسطس 1922م إذاعة تجريبية، ولكن الإذاعة المنتظمة لم تبدأ في روسيا إلا في أكتوبر 1924، وإذا انتقلنا إلى فرنسا وجدنا أن القطاعين العام والخاص قد قاما بتطوير الإذاعة، وخاصة بعد الحرب العالمية الأولى، حيث قدم الكولونيل فرييه في عام 1921م، برامج إذاعية من برج ايفل في باريس والذي يبلغ ارتفاعه ألف وستة أقدام، ثم ظهرت في عام 1923م ثلاث خدمات إذاعية حكومية وخاصة...، وفي النصف الثاني من عام 1923 أصبح في ألمانيا محطة إذاعة تقدم برامج منتظمة من برلين، وفي السنة نفسها 1923م دخلت استراليا ميدان الإذاعة الصوتية، وما انتصفت سنة 1924م حتى كانت هناك محطة راديو على الأقل، في كل دولة من دول العالم المتقدمة، وفي السنة التالية 1925م أصبح في العالم حوالي ستمائة محطة إذاعة، وفي سنة 1925 ارتفع عدد المحطات إلى أكثر من الضعف بقليل، وفي سنة 1960 قفز عدد هذه المحطات إلى أكثر من سبع آلاف وخمس مائة محطة ولا تكاد توجد اليوم منطقة في العالم لا يغطيها برنامج إذاعي منتظم².

¹- د. راسم محمد الجمال، الاتصال والإعلام في الوطن العربي، ط3، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، 2001، ص359.

²- خالد زعمون، مرجع سبق ذكره، ص29.

2-نشأة الإذاعة في الوطن العربي:

ظهرت الإذاعة المسموعة في الوطن العربي في فترات مختلفة وفي ظروف وأوضاع متباينة ففي بعض الأقطار ظهرت الإذاعة بمبادرات فردية من بعض المهتمين بهندسة الراديو، وظهرت في بعض الأقطار على يد القوات المحتلة التي أوجدتها أساسا لتحقيق أهداف عسكرية، أو استراتيجية في حين لم تظهر في أقطار أخرى إلا غداة استقلالها.

وتعد الجزائر ومصر أولى الأقطار العربية التي عرفت الإذاعة المسموعة حوالي 1925 وظهرت في الحالتين على يد أفراد¹.

ففي مصر عرفت الإذاعة عندما استصدر هواة اللاسلكي في ذلك الوقت رخصة من وزارة المواصلات لإنشاء محطات إذاعية أهلية، وظهرت عدة محطات أهلية في كل من القاهرة والإسكندرية، ومن هذه المحطات راديو القاهرة، وراديو الأميرة فوزية، وراديو فؤاد، وراديو الجيش، وراديو مثر الجديدة، وكان بعضها يذيع باللغة العربية، والبعض الآخر باللغة الأجنبية، وثم إلغاء هذه الإذاعات عام 1932 لتترك مكانها للمحطة الحكومية التي بدأت إرسالها عام 1934، ومرت الإذاعة بعد ذلك بمراحل عديدة اتسمت بالتطور والنقدم شكلا ومضمونا، وظهرت عدة إذاعات محلية منها البرنامج العام، والبرنامج الأوروبي المحلي وإذاعة ركن السودان، وإذاعة الشرق الأوسط، وإذاعة القرآن الكريم، وإذاعة البرنامج والموسيقى وإذاعة الشباب.

أما في المغرب فقد ظهرت الإذاعة عام 1927م على يد الاحتلال الفرنسي وفي النصف الثاني من عقد الثلاثينات توالي ظهورها في عدد من الأقطار العربية².

¹ - د. محمد علي القوزي، نشأة وسائل الاتصال وتطورها، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2007، ص 178.

² - عبد المجيد شكري، الإعلام المحلي في ضوء متغيرات العصر، دار البردي، القاهرة، 2007، ص 122.

فظهرت في تونس عام 1935، وفي العراق عام 1936، وفي لبنان عام 1937، وفي ليبيا عام 1939، وفي عقد الأربعينات انتشرت الإذاعة في كل من السودان عام 1940، وسوريا عام 1941، والصومال عام 1943، واليمن الشمالية آنذاك عام 1946. حيث تأسس النظام الإذاعي في السعودية عام 1949، واقتصر البث الإذاعي على استوديوهات إذاعة جدة في عام 1965 إذ بدأ البث الإذاعي من إذاعة الرياض في 1979، وتم توحيد البث الإذاعي بين إذعتي جدة والرياض، ولسعودية عدة إذاعات منها إذاعة البرنامج العام.

وفي الخمسينات ظهرت الإذاعة في كل من الكويت عام 1951 واليمن الديمقراطية عام 1954 وموريتانيا عام 1956، وفي قطر عام 1968، والإمارات العربية عام 1969 وسلطنة عمان 1970، أما في فلسطين فقد انطلق صوت فلسطين ولأول مرة من القاهرة عام 1955 كبرنامج يذاع من إذاعة صوت العرب¹.

¹ - د. محمد علي القوزي، مرجع سبق ذكره، ص ص 179-180.

يمكن استعراض تواريخ بدء إرسال الإذاعة في الدول العربية في الجدول التالي:

جدول رقم (1-2) يوضح تواريخ بدء إرسال الإذاعة في الدول العربية

الدولة	سنة الإرسال الإذاعي	الدولة	سنة الإرسال الإذاعي
مصر والجزائر	1925	البحرين	1942
المغرب	1928	الصومال	1943
تونس	1935	اليمن	1947
العراق	1936	الأردن	1948
لبنان	1938	السعودية	1949
ليبيا	1939	الكويت	1951
السودان	1940	فلسطين (من مصر)	1955
موريتاني	1961	قطر	1968
الإمارات إذاعة دبي من الشارقة	1966	الإمارات العربية المتحدة	1969
		سلطنة عمان	1970

المصدر: من إعداد الطالبة باعتماد.....

3-نشأة وتطور الإذاعة في الجزائر:

وللبدء في الخوض في تاريخ تطور الإذاعة في الجزائر بإمكاننا أن نقول أن الإذاعة عرفت ثلاث محطات كبرى من حيث الظهور والتنوع البرامجي واختلاف الأهداف من مرحلة إلى أخرى، أولها هي الفترة الاستعمارية في 1924 إلى ما قبل ثورة التحرير، ثانيها هي فترة الثورة التحريرية أي من 1954 إلى 1962 ثالثها هي فترة 1962 إلى يومنا هذا.

أولاً: الإذاعة الجزائرية في الفترة الاستعمارية ما قبل 1962:

إن أول إذاعة عرفت الجزائر هي فرنسية، أدخلها الفرنسيون إلى الجزائر عام 1924، إذاعة كانت ناطقة باللغة الفرنسية، وهذا شيء منطقي، لأنها كانت موجهة إلى الأقلية الأوروبية من المعمرين المتواجدين بالثورة التحريرية، وهذا بعد الإعلان عن وجود "إذاعة الجزائر الحرة" منعرج حاسم بالنسبة للإذاعة لأنها جزائرية تجهيزاً ومضموناً وبالنسبة للثورة لأنها أداة فعالة لإعلام الجزائريين بالثورة والتعريف بها، لقد كانت إذاعة "صوت الجزائر" تمثل صوت المجاهدين اللذين يشرعون به المعركة ويقصون عليه حكاية التحرير والاستماع إلى هذا الصوت، حيث أصبح الجزائري يحس بالضرورة الحيوية لتلقى الرسالة وفهمها¹.

لقد بدأت هذه الإذاعة عملها بجهاز إرسال منقول عبر شاحنة، وكانت تقدر المدة الزمنية للبث بساعتين يومياً على الموجات القصيرة، وكانت تبث باللغات الثلاث: العربية، القبائلية والفرنسية وفق التقسيم التالي:

أ: ساعة كاملة باللغة العربية تشتمل على أخبار عسكرية، سياسية، تعليق بالفصحى، وتعليق آخر بالعامية.

ب: نصف ساعة بالقبائلية.

ج: نصف ساعة بالفرنسية.

وبعد توقف لمدة سنة 1957-1958 يعود البث مستقراً في الناظور بالمغرب الأقصى، وازدادت مدة الإرسال لتصل ست ساعات يومياً، ولقد أرجع الأمين العام بشيشي هذا التوقف إلى أسباب تقنية بحثية، ترجعها عدم قدرة الجهاز المتنقل على مواجهة الاحتياجات اللازمة نظراً لأن ما كانت تبثه هذه الإذاعة من رسائل أثناء الثورة يهم الجزائريين بصفة مباشرة، فإن درجة الاهتمام بالإذاعة ازدادت بزيادة درجة الاستماع

¹ - زهرة بلحاجي، الحق الإعلامي - نموذج القناة الأولى والثانية، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2006-2007 ص 71.

وأيضاً بزيادة الطلب على أجهزة الاستقبال مقارنة بما كانت عليه قبل الثورة وعلى هذا فإن فرنسا شددت من رقابتها عليه (الإذاعة) بتقديمها إلى الجزائريين برامج عبر هذه الوسيلة الاتصالية الجماهيرية والشيء الأهم هو أنها كانت تقدم أغلب برامجها بنسبة كبيرة باللغة الفرنسية، وهذا رغم البرامج المقدمة بالعربية والقبائلية¹.

ففي الخمسينات من القرن الماضي، عرف عدد المستمعين الجزائريين للراديو ارتفاعاً مذهلاً في حين أنه عام 1948 لم تكن عدد أجهزة الاستقبال تتعدى الـ 140 ألف جهاز وهو ما يعادل جهاز واحد لكل 100 جزائري.

وخلال سنوات الحرب فإن ارتفاع لوحظ في عدد الأجهزة المستقبلية، وهو رقم مضاعف ثلاث مرات كما كان عليه قبلاً، وهو ما يعادل جهاز واحد لكل 04 أوروبيين وجهاز واحد لكل 50 جزائري، وكل هذه الأرقام تمثلها بالنسبة التالية: ثلثي المستمعين للإذاعة يمثلهم الأوروبيون اللذين كان عددهم المليون أوروبي مقابل 9 ملايين جزائري.

إذاً، لقد كان راديو الجزائر (Radio Alger) يتوجه بالدرجة الأولى للأوروبيين لذلك كان الجزائريون لا يهتمون بهذه الوسيلة، ولا بما يقدم بها. ولكن عشية اندلاع الثورة كان الجزائريون يستمعون إلى إذاعات عربية كان يوصل صداها إلى الجزائريين منها إذاعات: (صوت العرب، إذاعة القاهرة، راديو داماس، إذاعة ططوان، إذاعة تونس).

وكل هذه المحطات العربية، كانت تنادي إلى الثورة فإنها كانت حافزاً في تغيير مجرى التاريخ الجزائري، والتي أوصلت مهمتها حتى أثناء الثورة².

وباندلاع الثورة التحريرية عام 1954، فإنه أصبحت الحاجة إلى الإذاعة أكثر للجزائريين من ذي قبل، لأنها كانت عينهم الأساسية على الثورة.

وحوالي عام 1956 عرفت الجزائر منعرجاً حاسماً وهذا سواء بالنسبة للإذاعة والثورة، حيث أصبحت تحت سلطة مدير يتبع في نفس الوقت لسلطة المدير الجهوي

¹ - محمد شلوش، الإذاعة الجزائرية النشأة ومسارها، الإذاعة الجزائرية، العدد 16، 2014، ص 2-3.

² - المرجع نفسه، ص ص 3-4.

الفرنسي بالجزائر، والحكومة العامة، هذه الأخيرة التي تهتم أكثر بالجانب الإخباري ولهذا فإن رقابة السلطة الفرنسية كانت شديدة على هاتين القناتين أي على البرامج الموجهة للأهالي، خوفا منها من أن تفلت من بين يديها زمان التحكم في البرامج التي تبثها. وبناء على هذا كله فإنه يمكننا القول بأن البداية الحقيقية للإذاعة الجزائرية والانطلاق الشامل لها هو بداية من أواخر الأربعينيات، فزيادة على إنشاء القنوات الجديدة، فإن السلطات الفرنسية ضاعفت من استديوهات إعداد البرامج في مختلف المدن الجزائرية مثل: قسنطينة ووهران، وبجاية، كما أدخلت إصلاحات تقنية على محطات الإرسال والإكثار من محطات الربط في عدة مدن جزائرية ففي سنة 1946 كانت قوة الإرسال الإجمالية تقدر بـ 25 كيلوواتر. أما عن الحجم الزمني للإرسال لهذه القنوات الثلاث فإنه كان يقدر سنة 1949 بمائة وست وأربعين (146) ساعة أسبوعياً¹.

ثانياً: الإذاعة الجزائرية أثناء الثورة التحريرية 1954-1962:

الثورة التحريرية الكبرى هي المحطة الثانية التي عرفت فيها الإذاعة الجزائرية تطورا هاما سواء في مجال الجمهور المستقبل (المتمثل في المستمعين الجزائريين)، وفيما يتعلق بالمحطات الإذاعية ولهجة التخاطب بها وكما نقول هنا لهجة التخاطب نقصد بها ما كان عندما بدأت اللغة العربية، فلم تكن تبث من قبل، إلا باللغة الفرنسية ولم يكن يسمعها إلا العدد القليل من الفرنسيين الذين كانت تتجه إليهم ومعهم عدد قليل من المسلمين الجزائريين الذين كانوا يفهمون اللغة الفرنسية.

إذ دفع السلطة الفرنسية التصدي للدعاية الألمانية النازية أثناء الحرب العالمية الثانية في إفريقيا الفرنسية وخصوصا الجزائر، وكذا قناعتهم بأهمية التأثير، في نشر المعلومات الخاصة بالنشاط السياسي للحكومة الفرنسية في الجزائر فإن السلطات الفرنسية بذلت جهدا

¹ - محمد شلوش، الإذاعة الجزائرية النشأة ومسارها، الإذاعة الجزائرية، العدد 16، 2014، ص5.

كبيراً للاتصال بالجزائريين اللذين لا يفهمون اللغة الفرنسية، فبعد إنشائها للقناة الأولى الناطقة باللغة العربية فإنها أنشئت بعد ذلك قناة أخرى في سنة 1948 بدأت تبث باللهجة القبائلية وجهزت لها أستوديو خاص بها وعلى أمواج تبث منفصلة عن القناة العربية بعد ما كانتا في البداية تبثان برامجهما في أمواج إذاعية واحدة، وكانت حصة البث بالأمازيغية في البداية، ساعة في الصبيحة وساعة واحدة بعد الظهر، أما بالنسبة للقناة الناطقة بالعربية، كانت حصتها من البث من السادسة وثلاثون دقيقة صباحاً إلى غاية الواحدة بعد الزوال ومن الخامسة مساءً إلى الحادية عشر ليلاً¹.

والشيء الجد الهام والذي يجب الإشارة إليه هو أن الملاحظ على البرامج القناتين العربية والقبائلية، أنهما أبعد ما تكون على أن تعبر على السياق الاجتماعي المتواجد فيه بحيث أنهما لا تتعدى كونها لساناً مترجماً لتوجه القناة الفرنسية نفسها، بالإضافة إلى هذا الطابع الفرنسي لبرامج القناتين الناطقتين بالعربية والقبائلية، فإنه من جانب التسيير لهذه البرامج نفسها، فإنه من جانب التسيير لهذه البرامج نفسها، فإنه كان موضوعاً بالجزائري لكي لا تجعلهم منعزلين عن العام المتقدم والذي تمثل الإذاعة أحد أوجه هذا التقدم، وأيضاً للتعرف على ما يجري في العالم الغربي، لذلك كان مضمون هذه الإذاعة أيضاً فرنسياً، حتى أنها كانت تابعة للحكومة الفرنسية مباشرة تحت الإشراف الفني لوزارة البريد².

وبتالي تعتبر الإذاعة في هذه الفترة وسيلة نخبوية من حيث كونها من ناحية البث متمركزة في المدن، وحين نقول المدينة فنحن نعني مراكز الأقلية الأوروبية، فمن ناحية التطور التاريخي للإذاعة الجزائرية في جانب تسيير، فبعد إن كانت تحت إشراف وزارة البريد والمواصلات الفرنسية أي من السلطة الفرنسية أي من السلطة الفرنسية مباشرة فإنها وجدت لنفسها أثناء الحرب العالمية الثانية أمام مسؤوليات كبيرة في التصدي للدعاية الألمانية، فكان إن دخلت السلطة عن طريق قانون 1940، والذي يضع شبكة الإذاعة

¹ - محمد شلوش، الإذاعة الجزائرية النشأة ومسارها، الإذاعة الجزائرية، العدد 16، 2014، ص5

² - المرجع نفسه، ص6.

الإفريقية تحت السلطة المباشرة للحاكم العام ثم بعده قانون 1942، والذي يضع الإذاعة تحت سلطة مديرية جهوية ولكنه لم يعرف التطبيق حتى سنة 1946 لأنها كانت فترة استثنائية (أي الحرب العالمية الثانية) هذه الفترة أيضا هي التي غيرت مجرى التاريخ في المسار التطوري للإذاعة الجزائرية.

وعليه فإن الإذاعة الجزائرية لم تكن لها رواج كبير إلا بعد سنة 1943، وذلك بمراقبة الحصص المقدمة، وحتى البطاريات التي تشغل المذياع مراقبة لذلك، فإن الاستماع للراديو أصبح في أغلب الأحيان يتم بصفة سرية من طرف الجزائريين¹. إذا الثورة التحريرية لعبت دورا في تغيير وجهة نظر الجزائري تجاه الإذاعة نظرا لتغيير مضمون رسائلها الذي أصبح يهيمه أكثر فأكثر.

ثالثا: الإذاعة الجزائرية بعد الاستقلال:

*الموروث التقني:

غداة الاستقلال عام 1962 ورثت الجزائر شبكة الراديو، وذلك في مدن الكبرى والمتوسطة مثل الجزائر العامة، قسنطينة، وهران إن كانت تتسم هذه الشبكة بنوع من الجهوية في التغطية، ويعود السبب إلى أنها موروثا من فترة التواجد الفرنسي الأوروبي التي كان هدفها الأساسي والوحيد هو تغطية المناطق التي تتواجد فيها المعمرون فقط وليس تطوير البث الإذاعي بالجزائر، وهذا ما يفسر أن أغلب الموجات التي كانت تعمل على بث برامج القنوات الموجات الصغيرة والمتوسطة فقط².

¹ - المرجع السابق، ص:6.

² - الأمين بشيشي، دار الإعلام في معركة التحرير، مجلة الثقافة، 1994، ص55.

ولقد ظلت هذه الشبكة كما هي إلى غاية 1966 والتي كانت على الشاكلة التالية:

1-شبكة البرامج الناطقة بالعربية:

فوجد في الجزائر لعاصمة جهازي بث بقوة 100 كيلواط بأولاد فايت وفي وهران نجد جهاز بث بقوة 40 كيلواط، في حين إن جهاز بث واحد بقوة 20 كيلواط في قسنطينة، وهذه الأجهزة كلها تعمل على الموجات المتوسط، وهناك جهاز آخر بالموجات القصيرة دائما في إطار هذه الشبكة بقوة 50 كيلواط¹.

2-شبكة البرامج الناطقة بالقبائلية:

وهي شبكة تعمل في الجزائر العاصمة بجهازي بث بقوة 40 كيلواط بأولاد فايت، وأخر بعين الحمام بجهاز بث بقوة 1 كيلواط أما عن الموجات القصيرة لهذه الشبكة فإنه تعمل بجهاز قوته 50 كيلواط

3-شبكة البرامج الناطقة بالفرنسية:

فوجد جهازي بث قوتهما 100 كيلواط، وفي وهران جهاز بث بنفس القوة ودائما في إطار نفس الشبكة نجد جهازي بث بقوة 205 كيلواط في عنابة وآخر في بجاية بقوة 1 كيلواط أما عن الموجات القصيرة التي تبث بها هذه الشبكة فيتواجد جهازي بالجزائر العاصمة وبقوة 500 كيلواط.

إذا بعد الاستقلال بقي البث بنفس اللغات التي كانت تبث بها البرامج في الفترة الاستعمارية، حيث عملت الدولة الجزائرية أيضا على توفير أجهزة الاستقبال، حين وصل عد أجهزة الراديو سنة 1978 ثلاث ملايين جهاز ليرتفع سنة 1982 إلى 5 ملايين جهاز².

¹ - Pige(François), Radiodiffusion et télévision au Maghreb, In étude Maghrébines, Série,

G.N° 06 janvier 1996. P42

² - Ibid, P43.

*إعادة الهيكلة:

في سنة 1986 شهدت مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الجزائري إعادة هيكلة تمخضت عنها أربع مؤسسات مستقلة، وهي المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة، المؤسسة الوطنية، المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي والتلفزيوني والمؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري¹.

بموجب ذلك حظيت المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة باستقلالية تنظيمية مالية، وتقنية مما مكنها تطوير إمكانياتها وتحسين أدائها في مجال الخدمة العمومية بتحويلها إلى مؤسسة عمومية وفق م نص عليه مرسوم 20 أبريل 1991، أصبحت الإذاعة الجزائرية تتمتع بطابع صناعي وتجاري وتمارس مهمة الخدمة العمومية في مجال البث الإذاعي المسموع طبقا لأحكام دفتر الأعباء بحث على ضرورة إعلام المواطن بكل ما يتعلق بالحياة الوطنية، الجهوية، المحلية، الدولية وتعزيز الاتصال الاجتماعي وكذا حماية وترقية الهوية الوطنية بكل مكوناتها.

وقد واكبت الإذاعة الجزائرية التحولات السياسية، الاقتصادية، والإعلامية التي شهدتها الجزائر منذ دستور 1989، وكما تجاوزت مع التعددية السياسية والإعلامية وهذا يفتح فضاءات هامة لنقاش والتعبير الحر والمتنوع من خلال برامج سياسية، اقتصادية، ثقافية وترفيهية، مكنتها من المساهمة في ترقية ثقافة الديمقراطية والتسامح، ومن ثمة تعزيز مصداقياتها واحتلال موقع متقدم لدى الرأي العام².

حيث شرعت الإذاعة الجزائرية منذ 1991 في تنويع عرضها البرامجي وتوسيع انتشار الأثير، وهذا بإقامة شبكة الإذاعات الجهوية والمحلية و الموضوعاتية لتشكيل تدريجيا منظومة الإذاعة الجزائرية وتكتمل كما هي عليه الآن 48 إذاعة جهوية³.

¹ - القياضي نصر الدين، مساهمة الإعلام، المؤسسة الجزائرية للطباعة، الجزائر، 1991، ص190.

² - المرجع نفسه.

³ - الأمين بشيشي، مرجع سبق ذكره، ص70.

4- إذاعات موضوعاتية:

* إذاعة الشباب (جيل FM)

* إذاعة القرآن

* الإذاعة الثقافية

* إذاعة الجزائر الدولية

بالإضافة إلى القنوات الوطنية الثلاث الناطقة باللغات العربية، والأمازيغية، والفرنسية، والإذاعة الإلكترونية "الإذاعة الجزائرية متعددة الوسائط"¹.

وفي يوم 26 نوفمبر 2001 خضعت الإذاعة الجزائرية لتنظيم داخلي يعتمد على

12 مديرية مركزية هي:

-مديرية القناة الأولى

-مديرية القناة الثانية

-مديرية القناة الثالثة

-مديرية إذاعة الجزائر الدولية

-مديرية الإذاعات الموضوعاتية

-مديرية تنسيقية للإذاعات الجهوية

-مديرية الأرشيف ومكتبة الأغاني

-مديرية المصالح التقنية

-مديرية الدراسات والتطوير

-مديرية المواد البشرية

-مديرية الوسائل العامة

¹ - عزيز لعبان، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال "التعريف بوسائل الاتصال الجماهيري"، الوسيط في الدراسات الإعلامية، الجزء الثالث، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003، ص44.

-مديرية المالية والمحاسبة¹

جدول رقم (2-2) يوضح قائمة الإذاعات المحلية في الجزائر

الإذاعة	المقر	تاريخ التأسيس	الإذاعة	المقر	تاريخ التأسيس
الساورة	بشار	1991/04/20	بلعباس	سيدي بلعباس	2004/02/17
متيجة	الجزائر العاصمة	1991/05/08	سوق أهراس	سوق أهراس	2005/02/23
الوحدات	ورقلة	1991/05/09	الجلفة	الجلفة	2007/09/09
السهوب	الأغواط	1991/11/05	جيجل	جيجل	2007/11/01
الأهقار	تمنراست	1992/04/16	سعيدة	سعيدة	2008/02/24
البهجة	الجزائر العاصمة	1992/10/01	أم البواقي	أم البواقي	2008/03/19
العالية	تلمسان	1992/10/07	عين تموشنت	عين تموشنت	2003/03/26
الهضاب	سطيف	1992/10/10	تيسمسيلت	تيسمسيلت	2008/04/06
الأوراس	باتنة	1994/12/26	برج بوعريريج	برج بوعريريج	2008/04/23
الباهية	وهران	1995/01/26	عين الدفلى	عين الدفلى	2008/05/01
تبسة	تبسة	1995/04/04	تبيازة	تبيازة	2009/07/01
توات	أدرار	1995/06/04	البليدة	البليدة	2011/07/04
الصومام	بجاية	1996/08/19	النعامة	النعامة	1999/04/25
واد سوف	الوادي	1996/11/21	الزبان	بسكرة	1999/05/15
عنابة	عنابة	1997/01/13	ميزاب	غرداية	2001/02/24
الطاسلي	إيليزي	1997/01/27	بني شقرون	معسكر	2003/07/24
تيارت	تيارت	1998/10/25	البيض	البيض	2003/09/08
تندوف	تندوف	1999/03/12	الفضنة	المسيلة	2003/10/07
سكيكدة	سكيكدة	2003/11/15	الظهرة	مستغانم	2004/02/10
الشلف	الشلف	2004/01/26	المدية	المدية	2008/03/22
الطارف	الطارف	2010/05/30	قالمة	قالمة	2008/12/27

¹ - محمد شلوش، المرجع سبق ذكره، ص 11.

ج/ أساسيات الإذاعة المحلية:

1-أسباب انتشار الإذاعة المحلية:

1- العامل الجغرافي:

يعد العامل الجغرافي من أهم العوامل التي تؤثر على النظام الإذاعي في أي دولة، فكل مساحة الدولة يعوق مقدرة الإذاعة المركزية على تغطية كل أجزائها كما لا يمكن تلبية كل احتياجات المواطن.

2- عامل اللغة:

إذ تعددت اللغات واللهجات داخل دولة واحدة قد يتشكل عائقا أمام الإذاعة في بعض الأحيان وهذا يؤكد حاجة إلى الإذاعات المحلية لمخاطبة التركيبات السكانية المختلفة بلغتهم.

3- عامل التكنولوجيا:

عززت تكنولوجيا التوزيع المقدمة كالأليات البصرية والأقمار الصناعية الزيادة المثيرة في الخدمات الإذاعية المحلية¹.

4- العامل الاجتماعي والسياسي:

وهو عامل لا يقل أهمية عن العوامل الأخرى فقد كان الدافع المعاصر لمعظم المبادرات في الراديو المحلي في أوروبا، سواء تلك التي اتخذت شكل الإذاعات غير المصرح بها مثلا إذاعة الحرية والقرصنة، أو التي اتحدت شكل نشاطها جماعات الضغط لتسبب في نشر قانون يعترف بقطاع جديد في الإذاعة إلى أنه يتجه لنمو الوعي في البلدان العالم المتقدمة ووجود العديد من الجماهير المهتمة بحركات الضغط والحركات الاجتماعية، والثقافية المختلفة، كان ثمة مطالب عديدة لا بتنوع والتعدد في وسائل الإعلام القائمة على مضامينها فقط، بل بإنشاء قنوات ووسائل أخرى بديلة، تفي أكثر بحاجات تلك

¹ - هدى حمدوش، الإذاعة المحلية ودورها في التنمية -دراسة ميدانية بإذاعة الأوراس بباتنة-، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار، عنابة، 2010-2011، ص ص149-150.

الجماعات، أما في الدول النامية فقد اهتمت الحكومة بالإذاعة المحلية وحرصت أن تتبع كلها من العاصمة تجنباً للاتجاهات والنزاعات الانفصالية فضلاً عن أن بعض أنظمة الحكم لا تشجع الإذاعات المحلية حتى لا يستولي عليها الانفصاليون.

5- عامل التحفيز للمشاركة في عملية التنمية:

تشكل التنمية بكافة أبعادها أحد الدوافع الأساسية لإنشاء الإذاعات المحلية من أجل تفعيل المشاركة في التنمية، حيث أن دول النامية لا تستطيع أن تولي اهتمامها لإفرادها في مجتمعاتهم المحلية، وفي ضوء احتياجات ومكونات تلك المجتمعات، فقد أدركت دول عديدة أن أفضل أساليب الإعلام لتحقيق مشاركة فعالة من جانب الجماهير في بيئتها المحلية من خلال وسائل الإعلام المحلية من بينها الإذاعة المحلية، وذلك بتوفر شروط إقامتها نذكر منها:

✓ الكثافة السكانية؛

✓ الخصوصية الثقافية؛

✓ إدارة السلطات المحلية؛

✓ عدم وصول بث الإذاعة المحلية المركزية؛

✓ إقرار إداري للإذاعة المركزية؛

✓ إرادة سياسة للسلطات المركزية؛

✓ تواجد مقر الإذاعة مسبقاً؛

✓ رغبة السكان المحليين¹.

¹ - المرجع السابق.

2-العناصر الأساسية للجهاز الإذاعي:

لننتقل الآن إلى مناقشة العناصر الأساسية لجهاز الإذاعة باعتبارها المحرك الرئيسي

لنشاطهم وتشمل التالية:

أ-العناصر البشرية

ب-البرامج والمواد الإذاعية

ج-الأجهزة والمعدات

لعل أهم ما يجب الإشارة إليه هو أن التداخل بين هذه العناصر وارد، فإن العنصر البشري هو الذي سوف يتولى إعداد البرامج وإنتاجها وتقويمها بل واستهلاكها، كما أن البرامج بحاجة إلى الأجهزة والمعدات وأن الأجهزة بحاجة إلى البرامج، وهكذا نلاحظ أن التخطيط والتنسيق بين هذه العناصر يعد مطلباً مهماً وأساسياً.

أ-العناصر البشرية:

يتألف الجهاز الإذاعي من عناصر بشرية ذات تخصصات مختلفة أهمها:

✓عناصر إدارية:

وتتاطبها مسؤولية كافة الأعمال الإدارية كعلاقات المواطنين والعلاقات العامة خارج نطاق الإذاعة وأيضا التنسيق بين الوحدات المختلفة إلى جانب عمليات الاتصال الإداري، والأعمال المالية والروتينية، وتختلف خصائص هذه العناصر تبعاً لطبيعة الأعمال التي يتولونها، كما تلعب المؤهلات العلمية والخبرة العملية دوراً كبيراً في كفاءة العنصر الإداري.

✓عناصر فنية:

وهي التي تستحوذ على الجانب الأكبر من عملية الجهاز الإذاعي وتمثل تشغيل صيانة المعدات والاستوديوهات، وتبذل الإذاعة جهودها لتأمين عناصر فنية متخصصة ذات مؤهلات علمية عالية مثل المؤهلات الجامعية والفنية المتخصصة، وفي جميع

الأحوال يعتبر التدريب مطلباً جوهرياً في سبيل تنمية كفاءة العناصر الفنية سواء قبل الخدمة أو أثنائها.

✓ عناصر عملية:

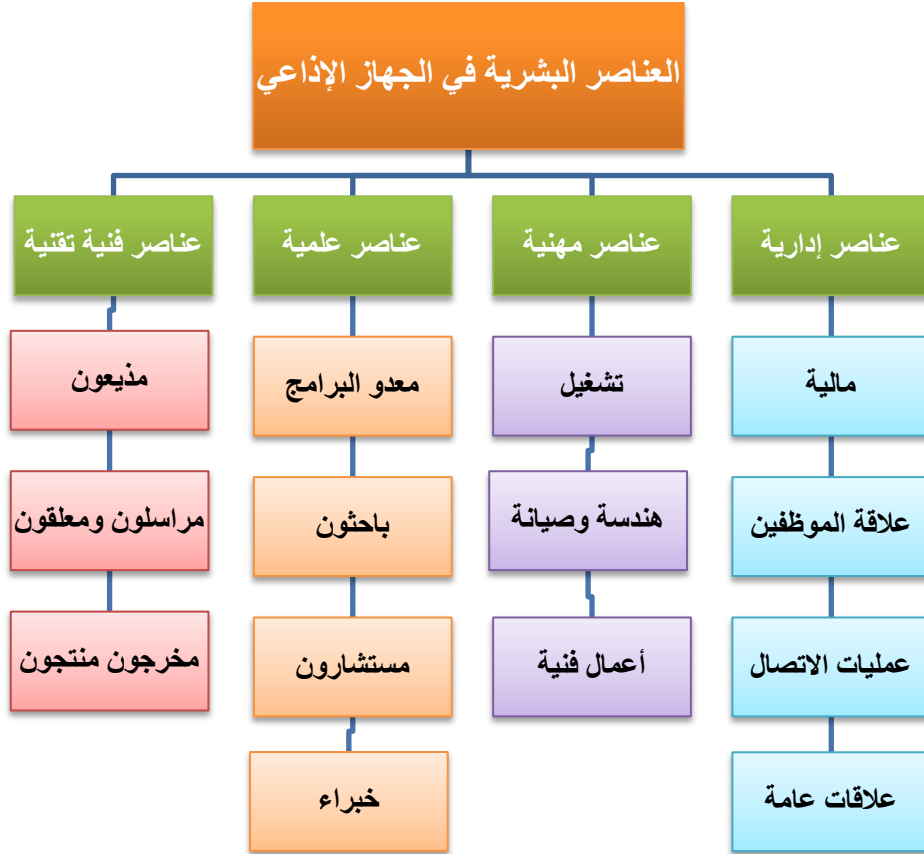
وهي التي تتولى إعداد النصوص الفنية والمواد العلمية وكذلك تقديم المشورة العلمية وإجراء دراسات والقيام بأعمال التقويم والأختبار، ويجب أن يتوفر في هذه العناصر عمق التخصص وطول الخبرة وغازارة الإنتاج.

✓ عناصر مهنية:

وهم المذيعون المحترفون والمعلقون المختصون في مختلف المجالات، ويعتمدون في عملهم على المؤهلات العلمية وبرمجة أساسية على كفاءتهم المتميزة ومواهبهم الخاصة، وقد يتم النظر إلى العناصر البشرية وتخصصاتها وكما هو واضح في رقم (1-3) وينقسم العنصر البشري إلى أربعة حقول (أ) إدارية، (ب) مهنية، (ج) علمية، (د) فنية¹.

¹ - هدى حمدوش، المرجع السابق، ص129.

الشكل رقم (1-2) يوضح الهيكل التنظيمي للعنصر البشري في الجهاز الإعلامي¹



ب- البرامج والمواد الإذاعية:

يشمل البرنامج الإذاعي مجموعة من المعلومات المتداخلة التي أعدت لخدمة أهداف محددة وتختلف المعلومات السمعية وتتعدد تبعاً لطبيعة البرنامج، ففي برنامج (أوائل الطلبة مثلاً) قد تشمل هذه المعلومات أسئلة في الجغرافيا، أو في الرياضيات أو في التربية الفنية، وقد يضم البرنامج فقرات موسيقية، أو مؤتمرات، والبرامج الإذاعية قد تكون يومياً أو

¹ - هدى حمدوش، مرجع سابق، ص: 129

أسبوعياً، وقد تبقى لدورة إذاعية أو أكثر، تختلف مدة البرامج الإذاعية بين (10-30) دقيقة قد يكون متخصصاً لبرنامج المرأة أو الأطفال¹.

أما المادة أو الفقرة الإذاعية فهي وحدة المعلومات المتكاملة و المستقلة بدايتها قد تدخل ضمن محتويات البرامج، وتبذل الإذاعة جهداً لتطوير برامجها وموادها سعياً وراء الاحتفاظ بأكثر قدر ممكن من المستمعين، ولنا أن ننظر إلى برامج هيئة الإذاعة البريطانية BBC كمثال لما يقول، فهذه الإذاعة لا تحمل جنسية دولة عربية بل هي خدمة مصالح بريطانية بدرجة رئيسية، ومع ذلك أنها تبث برامجها باللغة العربية لمدة تسع ساعات يومياً التي يحضى بها العالم العربي في برامج متعددة، بالإضافة إلى تعليم اللغة الإنجليزية وبعض البرامج والمواد وال فقرات التي جرى التخطيط لها وإنتاجها بعناية، ولقد صب الاهتمام في تطوير البرامج بهدف تلبية حاجات المستمع إل أفاق جديدة حيث تخصصت موجات ومحطات إذاعية مستقلة من البرامج والمواد من ذلك:

*إذاعات متخصصة في الأخبار السياسية طول النهار والليل.

*إذاعات متخصصة في الأخبار الرياضية.

*إذاعات متخصصة في القرآن الكريم.

مهما يكن فالاهتمام بالبرامج من حيث تطورها وتنوعها يتماشى مع ما أشار إليه أيضاً من ضرورة التخطيط لما التفكير في تحديث الأجهزة الإذاعية.

ج-الأجهزة والمعدات

تنقسم الأجهزة والمعدات الإذاعية إلى:

- 1-الاستوديوهات وأجهزة غرفة المراقبة إلى جانب أجهزة التسجيلات الداخلية والخارجية ويضاف إليها أجهزة النسخ والمنتجات.
- 2-أجهزة محطات الإرسال اللاسلكي، إلى جانب أجهزة الاستقبال الأخبار والمعلومات وأجهزة الاتصال أخرى.

¹ - المرجع السابق، ص130.

-إن أهم ما يميز هذه العناصر هو أنها مكلفة وبالغة التعقيد وتتطلب تدريسا مستمرا، لذلك يجب التخطيط الجيد قبل تأمينها¹.

¹ - هدى حمدوش، المرجع السابق، ص129.

المبحث الثاني: وظائف وأهداف وخصائص الإذاعة المحلية:

أ- وظائف الإذاعة المحلية:

يقوم الإعلام بأدوار عديدة وفعالة في المجتمع، فالإذاعة لا تقل أهمية عن الوسائل الإعلامية الأخرى، والدراسات العديدة التي أنجزت في العديد من جهات العالم، تؤكد أن الراديو، لأسباب عديدة سبق التعرض لها مزال منافسا للتلفزيون، بل هناك بعض الوظائف التي يحققها الراديو للمستمعين والتي لا تستطيع وسائل إعلام أخرى تحقيقها. الراديو يرتبط بوظيفة هامة وهي أنه يحقق نغمة وإيقاعا معيناً للنشاط اليومي، فالأسلوب الإذاعي يناسب الفرد في الصباح، قبل أن يخرج للعالم الخارجي، كما أنه يساعد على خفض التوترات الناجمة عن روتين العمل اليومي من جهة والشعور بالعزلة من جهة أخرى هذا ويمكن إيراد أهم الوظائف التي تؤديها الإذاعة من خلال التعريف الذي وضعته اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الإعلام والاتصال المنبثقة عن اليونسكو، حول وظائف الإعلام الذي يقول "أن الإعلام أداة سياسية، وقوة اقتصادية".

ومورد تربوي كامن، ومحرك ثقافي وأداة تكنولوجية وبذلك يمكن إيجاز هذه

الوظائف كالتالية:

❖ الوظيفة السياسية:

توظف الإذاعة من طرف النخب الحاكمة في التنشئة السياسية لمجتمعاتها بهدف غرس قيم سياسية معنية ترود لها تلك النخب كما تواظب على توصيل الرسالة الإعلامية الهادفة إلى تعميق الولاء للنظام الحاكم القائم، والشخصية الوطنية والكيان السياسي، إلى جانب ترسيخ التماسك السياسي، والوحدة الوطنية داخل كل دولة.

وهي تلعب دور الوسيط بين الحكومة والشعب، وتبلغ صوت الدولة، وتنتشر أفكارها ومشاريعها وإيديولوجيتها إلى الأفراد في الداخل والخارج، كما تنقل مشاكلهم واهتماماتهم إلى السلطة لتصدر القرارات المناسبة، وانه لأدل مثال على فعالية الإذاعة في الساحة

السياسية هو الدور والمكانة التي تقلدها الإذاعة إبان الحرب العالميتين الأولى والثانية والحرب الباردة¹.

❖ الوظيفة الاقتصادية:

وهي وظيفة متصلة بمفهوم التنمية، ذلك أن البعد الاقتصادي في العملية التنموية هو الأكثر بروزا من الجوانب الأخرى لهذه العملية، إذ تقدم الإذاعة بين برامجها الإعلانات وفقرات اشهارية من أجل الترويج لسعلة أو خدمة ما، ويساهم في ذلك بطبيعة الحال رفع مدخلاتها².

كما تلعب الإذاعة دور الرقيب لمختلف المشاريع الاقتصادية، وتتطرق إلى إبراز أسباب تأخرها وتعطيلها، كما أنها تلعب دورا مهما في المناطق النائية، حيث تكسر عزلتها وتقدم لسكانها جملة من الإرشادات والنصائح التي يستعينون بها من أجل تحسين وضعيتهم، في مسؤولية عن التنمية الريفية وإنعاش الزراعة والفلاحة.

❖ الوظيفة التربوية والثقافية:

وهي وظيفة ليست أقل شأنًا من سابقتها من الوظائف حيث تشجع الإذاعة على التعليم، واكتساب المعارف، والمهارات والحصول على المعلومات وخبرات جديدة تساعد على اتخاذ القرارات والارتقاء بالسلوك الفردي والاجتماعي، إنها تقوم على تثقيف الجماهير وتلبية احتياجاتهم الفكرية والنفسية والارتقاء بمستوياتهم الثقافية والحضارية، وقد تجمع الإذاعة بين التثقيف والترفيه في آن واحد، فالمادة الترفيهية لا يقتصر أثرها على مجرد تسلية الجمهور، بل تؤثر عليه في إطار سياسة إعلامية محددة.

إن توظيف الإذاعة في المجال الثقافي خلق واقعا جديدا يتميز بالحيوية والنشاط، فهي على حد رأي عدلي محمد رضا " تساهم في تشكيل الملاح الحضارية للمجتمع،

¹ - عدلي سيد محمد رضا، مرجع سبق ذكره، ص 146.

² - رشيد فريخ، الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري، دراسة حالة القناة الأولى، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والإعلام، جامعة يوسف بن خدة، 2008-2009، ص43.

بالعمل عللا ملاحظة العالم الحديث ونقله في حدود ما يناسب الجماهير كمعلومات وأفكار، وبالشكل والأسلوب الذي يمكن من استيعابها والوصول بمن يتلقاها إلى مستوى واقع العصر الذي يعيشه فكرا وطموحا¹.

❖ الوظيفة الاجتماعية:

تلعب الإذاعة دورا هاما داخل المجتمع، حيث تجعل خدمة المجتمع من أهدافها الأساسية، فهي تسعى إلى ترسيخ قيم المجتمع وعقيدته وحضارته وكذا بعث تراثه وعاداته وتقاليده، كما تسعى الإذاعة إلى الارتقاء بالفكر والسلوك، لأن مهمة الجهاز الإعلامي بصفة عامة والإذاعة بصفة خاصة، ليست شغل الوقت فقط بأي برنامج، بل أن تهدف البرامج جميعا إلا ما كان منها للتسلية والمتعة إلى الوصول إلى الفكر السليم للأمة، والتأكيد على الأشياء الحسنة والتفجير من الأشياء الضارة.

هذا بالإضافة أن الإذاعة تعمل على بحث مشاكل المجتمع، ومحاولة إيجاد الحلول لها، لتكون الوساطة بين شكاوي المواطنين والمسؤولين.

إن المتتبع للوظائف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية التي أسندت للإذاعة يجد أنها مرتبطة بعملية التنمية كونها تعد من أبعادها، وبما أن الإذاعة تهدف في كل مجال من المجالات إلى تحسين الأوضاع فيه مركزة بصورة أساسية على الإنسان فإنها تهدف إلى التنمية الشاملة².

وبالتالي فآداء مختلف هذه الأدوار بعد صلب الخدمة العمومية، ويرى الخبراء وعلماء الاتصال والتنمية أن في الدول النامية ليست المشكلة هي استخدام الإذاعة كوسيلة من وسائل الإعلام والاتصال، ولكن المشكلة كيف تستخدم هذه الوسيلة، لأن الإذاعة تستطيع أن تفعل الكثير في مجال التنمية في هذه البلدان عن طريق

¹ - الهاشمي بوكريطة آمال، دور الإذاعة المحلية في تكوين وتعزيز الصورة الذهنية للهوية الثقافية والحفاظ عليها، دراسة مسحية لعينة من جامعة خميس مليانة، مرجع سابق، ص 43.

² - ليندة ضيف، دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية، رسالة ماجستير كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007، ص 74.

ما يلي:

- التعرف على احتياجات أفراد المجتمع.
- تكيف البرامج التي تنتجها وتبثها مع هذه الاحتياجات.
- تشجيع الجمهور على المشاركة في هذه البرامج.

ب- أهداف الإذاعة المحلية:

- هي عديدة الأسباب والدوافع التي تفاعلت ليتبلور عنها مشروع إنشاء محطات إذاعية جهوية ومن بين هذه الدوافع:
- تقديم الإذاعة الجهوية كل الألوان الإنتاج الإذاعي من برامج ترفيهية وبرامج دينية وثقافية وإعلامية وبرامج تعليمية وأخرى اقتصادية كما تعد بعض الخدمات الإعلامية والتجارية ضمن برامجها الإشهارية.
 - خدمة مستمعي المجتمع المحلي وتقديم المواد التي لا يتيسر تقديمها في البرامج العامة للإذاعة بالنظر للقاعدة الشعبية.
 - خدمة الثقافة الوطنية وتعمق جذورها عن طريق ما يقام من برامج وأبحاث تحافظ على الإرث الحضاري والثقافي لكل منطقة.
 - إبراز الثقافة الشعبية المحلية خوف من اضمحلالها، كونها أساس الشخصية الوطنية والتعريف بتقاليد المنطقة وخصوصيات سكانها.
 - تحقيق التنمية الفكرية عن طريق نقل ما يريده الجمهور المحلي¹.

¹- ربحي مصطفى العليان، محمد عبد الباسط، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعلم، دار الصفا للنشر والتوزيع، عمان، 1999، ص9.

ج- خصائص الإذاعة المحلية:

- إن الإذاعة المحلية تمثل الرقابة الشعبية بين أفراد المجتمع المحلي وتهتم بتلبية حاجاتهم وحل مشاكلهم.
- بساطة الأسلوب واللغة واستعمال اللهجات المحلية عامل هام في نشر الثقافة بين الأوساط الشعبية وإحياء التراث المحلي الأدبي والفني، كما تسعى إلى تقوية الشعور بالتعاون الاجتماعي وبث روح التضامن بين مختلف الأفراد وتعزيز التقاليد الصالحة¹.
- تقديم الأخبار والأنباء الداخلية والخارجية فالخبر في الإذاعة المحلية لا يقصد به مجرد خبر بل الخبر الذي يهم أفراد المجتمع المحلي سواء كان الخبر محليا أو قوميا أو عالميا.
- الإذاعة المحلية هي الأسبق في بث ونقل للأنباء المتعلقة بالمجتمع المحلي وتقديم الخدمات المتعلقة بتوفير الاحتياجات الأساسية للشعب وتحسين الخدمات والاستجابة السريعة لمشاكل المواطنين اليومية ومعاونتهم على حل المشاكل مثل الصيدليات الليلية، أحوال الطقس... الخ².
- يتأثرون بها بصفة جماعية أنها تمتاز بخفة وزنها وقلة ثمنها مما يساعد على الانتشار ووصولها إلى البيوت النائية في المداشر والمشاتي بالإضافة إلى دورها الكبير في ترسيخ القيم الاجتماعية والدينية في المجتمع.
- كما أثرت في خلق الاتجاهات وأسهمت في تعزيز الاتجاهات الإيجابية وجسدت الممارسات الديمقراطية وعمقت من مسارها واتجاهاتها في توسيع خيال الأفراد ورفع تطلعاتهم وأحاطتهم بكل ما يجري من حولهم من أحداث وتطورات³.

¹ - حسن عماد مكاوي، الأخبار في الراديو والتلفزيون، المكتبة الأنجلو مصرية، مصر، 1989، ص35.

² - محمد منير حجاب، الإعلام التتمية الشاملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1998، ص247.

³ - حسن عماد مكاوي، مرجع سبق ذكره، نفس الصفحة.

خلاصة الفصل:

ومن خلال هذا يمكن القول أن الإذاعة أصبحت تؤدي دورا مؤثرا في بناء وتشكيل الحضارات، إذ تساهم الإذاعة المحلية في التنشئة الاجتماعية وفي تشكيل الرأي العام لها دور استراتيجي هام في توعية المجتمع وإرشاده وتنقيفه.

إذ تعد الإذاعة من بين الوسائل الإعلامية الموجودة داخل كل بيت تخاطب كل الفئات وذلك لاستحواذ على أكبر عدد من المستمعين لمتابعة برامجها وتحسين صورتها ما بين الجمهور الداخلي والخارجي وذلك من خلال ممارسة مهام وأنشطة العلاقات العامة التي تعد بمثابة عنصر فعال يستلزم تسليط الضوء عليه من خلال أهم الممارسات والأنشطة الخاصة بالعلاقات العامة من أجل تحقيق أهدافها.

الفصل الثالث:

ممارسة العلاقات العامة في الإذاعة تحت ظروف جائحة كورونا

- 1- العلاقات العامة في الإذاعة
- 2- استراتيجية العلاقات العامة
داخل الإذاعة الوطنية (المؤسسة
الإعلامية)
- 3- ممارسة العلاقات العامة في
الإذاعة تحت ظروف جائحة
كورونا

1- العلاقات العامة في الإذاعة:

تعتبر الإذاعة المحلية أوسع وسائل الاعلام انتشارا وأكثرها شعبية، وجمهورها هو الجمهور العام بجميع مستوياته، فتستطيع الوصول اليها مختزقة حواجز الأمية والعقبات الجغرافية والقيود السياسية التي تمنع بعض الوسائل الأخرى من الوصول إلى مجتمعاتها كما أنها تحتاج إلى تفرغ تام.

وتتخذ في ذلك العلاقات العامة في الوصول الى جمهورها أشكال اتصالية مختلفة مثل التمثيلية والربورتاج الإذاعي، والإعلان والأغنية باستعمال الموسيقى والمؤثرات الصوتية حيث يمكن تهيئة ذهن الجمهور لتلقي الرسالة الإعلامية وخلق الجو النفسي المناسب لتقبل الفكرة والاقتراع بها.

لأنه لا يجب ألا يغيب عن الذهن ان فترات اليوم تختلف من حيث مناسباتها للموضوعات المختلفة، فما يصح إذاعته في الصباح لا يصح في المساء.

وتمتاز إلى جانب ذلك بدفئ الصوت البشري وتأثيره وهذا يجعلها أكثر الوسائل قدرة على الاستهواء، والايحاء خاصة مع قلبي الحظ من الثقافة، بالإضافة إلى الاحساس الجماعي الذي يتوفر لجمهورها مهما تباعدت أماكنهم، مع ذلك فالإذاعة في ضوء ممارسة العلاقات العامة لا تغني على الاجتماعات والمطبوعات والصحف والزيارات الشخصية، فهي الوسيلة لزيادة مفعول هذه الوسائل جميعا¹.

وتمتاز الكلمة المذاعة بإمكانية تسجيلها وإعادة إذاعتها أكثر من مرة فتكسب في كل مرة اضافة فضلا عن قدرتها على بث الاهتمام في المسائل العامة في سرعة تجميع الجماهير حول رأي معين وخاصة أوقات الشدائد والأزمات، لأن نطاق نشاطها أوسع وجمهورها غير محدود ويضم كل شرائح وفئات المجمع (محلي بالدرجة الأولى، جهوي وطني) وهذا من أجل تحقيق أهدافها التي تسعى إليها وذلك من خلال تحسين صورتها في ظل ممارسة أنشطة ومهام العلاقات العامة².

¹ - محمد منير حجاب، المداخل الأساسية في العلاقات العامة ، المدخل الاتصالي، ص: 79.

² - محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، المرجع السابق، ص: 508.

وموجز القول أن العلاقات العامة لها أهمية كبيرة ودورها لا يقتصر على التعريف بأنشطة الجهاز بل يمتد لاستقبال المعلومات من الجمهور ليعمل من خلالها على الاهتمام برغبات وحاجات الجمهور الداخلي، والعاملين في المؤسسة من الناحية الثقافية والصحية والترويجية ودفع الأجور المناسبة ووضع الأنظمة المتعلقة بالترفيه والأمن الوظيفي، وخلق صورة ذهنية طيبة، إيجابية للمؤسسة الإذاعية لدى الجمهور الداخلي والخارجي.

2- استراتيجية العلاقات العامة داخل الإذاعة الوطنية (المؤسسة الاعلامية):

الاستراتيجية في معناه العام هو التكتيك أو الأسلوب الواجب اتباعه في مواجهة موقف معين فهي بذلك تعتبر منهجا للتفكير يعتمد على التنسيق والتنظيم التسليم بغية الوصول إلى الهدف أو بانتقاء الوسيلة المناسبة. وبتعدد أنشطة العلاقات العامة وتنوعها، تعددت الاستراتيجيات وبحيث أصبح لكل ميدان استراتيجية خاصة تلائم وتحقق أهدافه ومن أهم الاستراتيجيات الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة داخل المؤسسة أو التي يختارها خبر العلاقات العامة داخل المؤسسة أو التي يختارها خير العلاقات لتحقيق الهدف هي:

أ- استراتيجية التوقيت: وتعتمد على اختيار الوقت المناسب في توجيه الوسائل الاعلامية لضمان الحصول على أكبر قدر ممكن من التأثير، ولتلبية حاجات الجمهور في الوقت المناسب.

ب- استراتيجية التركيز: تستخدم في أوقات الحروب والأزمات والمواقف الطارئة التي تتطلب تحركا سريعا من القائم بالعلاقات العامة لتوصيل الرسائل الاعلامية المتاحة ما يساعد على إيصال المعلومات إلى الجمهور وفهمهم للرسائل وهذا ما تفعله ادارة العلاقات العامة بوزارة الصحة الأخطار المواطنين وإمدادهم

بالإرشادات اللازمة عن تفشي أي مرض خطير وتستخدم أيضا هنا كافة الوسائل الإعلامية، وذلك أن الاقتصار على مجرد وسيلة اتصالية وإعلامية واحدة يجعل من المحتمل عدم وصول الرسالة لكل الأفراد¹.

ج- استراتيجية الصبر: تلجأ العلاقات العامة إلى هذه الاستراتيجية عندما تتعرض المؤسسة لهجوم من قبل مؤسسة أخرى ينبغي ألا يكون الرد سريعا في مواجهة الهجوم، بل يجب أن يكون ايجابيا فمثلا عندما يتعرض بنك ما إلى حملة انتقادية في الإذاعة وصحفية ما تتهمه بتجديد أموال المودعين فهذا الإعلان يمكن أن يكون حملة ادعائية سيئة حول النشاطات هذا بنك وبالتالي تتحتم عليه اتباع سياسة المغايرة والتي تتمثل في أعمال ايجابية للحفاظ على صورته أمام الجمهور كافتتاح مشروعات يشارك البنك في تأسيسها أو الإعلان عن المركز المالي للبنك وما حققه من أرباح².

د- استراتيجية المتابعة: تستخدمها العلاقات العامة عندما تكون هناك سلعة أو خدمة جديدة فتقوم بمفاجئة الجمهور بكم هائل من الاعلانات وفي جميع وسائل النشر تزامنا مع ظهور السلعة في السوق بالإضافة إلى حملات التعريف بالسلعة واستخداماتها ومزاياها في الصحف العامة المتخصصة وتنظيم الرحلات وزيارات المصانع التي تنتج هذه السلع، تنتجها العلاقات العامة في اقتران اسم سلع معينة باسم شخصية بارزة في المجتمع وبمقتضى هذه الاستراتيجية نتاح أن تعرض بضاعته كارتباط اسم عطر نسائي مغنية مشهورة مثلا.

ه- استراتيجية الاختفاء: وهي القاعدة الأساسية في عمل العلاقات العامة فلا يجب ظهور اسم ممارس العلاقات العامة على منشورات وإصدارات المؤسسة أو على

¹ - محمد منير حجاب، المداخل الأساسية في العلاقات العامة ، المدخل الاتصالي، ط4، دار الفجر للنشر والتوزيع، (د.م.ن)، ص: 78.

² - محمد منير حجاب، المرجع السابق، ص: 78.

تروية أوراقها على ادارة العلاقات العامة أن تتقصد دائما شخصية الجندي المجهول الذي يسهر على رعاية مصالح المؤسسة والجمهور دون أن يظهر على مراعاة الآتي: ضرورة دراسة الموقف قبل اختيار الأسلوب أو استراتيجية ما يصلح لموقف معين لا يصلح لموقف آخر (التركيز في حملات الانتخابات في الغرب عن الشرق) بعد تجديد الاستراتيجية المناسبة ننقل إلى تفعيل الخطة العامة باختيار الموضوعات والبرامج التي تساعد على تنفيذ الخطط.

و- استراتيجية التشخيص: وهي تقوم على الاعتقاد السائد بأن الناس يحبون الأشخاص أكثر مما يحبون الأشياء وتستخدم دائما في تنشيط المبيعات والإشهار وفي العلاقات العامة ومن الأمثلة على استخدام هذه الاستراتيجية مؤسسة " نجمة " الاتصالات التي قامت بنشر صورة نجم كرة قدم " زين الدين زيدان " تعبير منها من اهتمام هذا النجم بهذه المؤسسة، والمهم من كل هذه الاستراتيجيات هو أن يتخذ أو يختار القائم بالعلاقات العامة الاستراتيجية المناسبة في التقديم².

3- ممارسة العلاقات العامة داخل الإذاعة تحت ظروف جائحة كورونا:

تشارك دائرة العلاقات العامة والإعلام بالوزارة بدور رئيسي وفعال في مكافحة والحد من انتشار وباء فيروس كورونا (كوفيد 19) كونها النافذة الإعلامية وقناة الاتصال الفعال مع الجمهور حيث من خلالها تنشر الأخبار والبيانات وتبث مواد التوعية بعد الانتهاء من اعدادها من قبل دائرة التثقيف وبرامج التوعية الصحية بالوزارة . فضلا عن مركز الاتصال التابع لها والذي يعد قناة اتصال بين الوزارة ككل وفئات المجتمع المختلفة.

ومنذ تفشي فيروس كورونا كانت الإذاعة حاضرة من خلال دورها الإعلامي لنشر المواد الصحفية التي تنوعت وتوالت وتيرتها بعدها وفقا لتطورات الوضع عالميا وما

¹ - مرجع سابق، ص: 78.

² - مرجع سابق، ص: 79.

يقابله من اهتمام ومتابعة مستمرة على الصعيد المحلي وذلك بالعمل مع الخلية الإعلامية المنبثقة عن اللجنة العليا المكلفة ببحث آلية التعامل مع التطورات الناتجة عن انتشار فيروس كورونا (كوفيد 19) ومركز التواصل الحكومي حيث تزود وسائل الاعلام المرئية والمسموعة والمقروءة والمواقع الالكترونية المختلفة بمختلف المواد الإعلامية فضلا عن البوابة الصحية الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي التابعة للوزارة والاعلام على الشبكة العنكبوتية، حيث كانت ولا تزال دائرة العلاقات العامة والاعلام هي المصدر الاول للاخبار المنشورة.

فضلا عن ذلك للدائرة دور كبير في عملية التنسيق للتقارير والبرامج التليفزيونية والإذاعية على الإذاعات والقنوات الرسمية والخاصة والصحف من حيث توفير متحدثين رسميين معنيين بالجائحة ومتابعة مستجداتها والإجراءات الاحترازية الوقائية والعلاجية المتخذة بشأنها سواء في نشرات الأخبار أو التقارير والبرامج الإذاعية والتليفزيونية المختلفة أو الصحف وباللغتين العربية والفرنسية .

كما تساعد الدائرة و بالتنسيق مع دائرة التثقيف وبرامج التوعية الصحية بالوزارة معدي البرامج في انتاج تقاريرهم وبرامجهم الإذاعية والتليفزيونية من خلال تزويدهم بالبيانات والمعلومات المطلوبة وكذلك في انتاج الفواصل والبرامج التوعوية الإذاعية والتليفزيونية .

ويعتبر التعاون المثمر والبناء بين وزارة الصحة ممثلة في دائرة العلاقات العامة والإعلام ووسائل الإعلام المختلفة أداة فاعلة وناجحة في إيصال وإنجاح رسالتها إلى الرأي العام ، سواء من خلال الأخبار أو التقارير والبيانات الصادرة عن الجهات المعنية بالوزارة ، أو المساعدة في نشر وسائل التوعية والتثقيف المختلفة بالتنسيق مع دائرة التثقيف وبرامج التوعية الصحية بالوزارة.

ويتشارك في العمل مجموعة من الموظفين يتمثلون في صحفيي ومصوري ومترجمي الدائرة من أقسام الإعلام والترجمة يعاونهم زملاء آخريين بالدائرة معنيين بالتصميم والإعلام الالكتروني حيث يتم استلام أو اعداد المواد الخبرية والتثقيفية وتجهيزها ليتم نشرها بعد ذلك لوسائل الاعلام المختلفة ومنصات التواصل.

كما أن للإذاعة دور مهم في رصد الشائعات ونفيها خاصة على منصات التواصل الاجتماعي وذلك بالتعاون مع مركز التواصل الحكومي حيث يمثلان شراكة مهمة وأداة فاعلة في محاربة الشائعات والأخبار المضللة . علاوة إلى ذلك تعمل الدائرة ومركز التواصل الحكومي بشكل متناغم في توضيح المبهم لدى الجمهور وتصحيح بعض المفاهيم الخاطئة حول المرض وطرق الوقاية منه .

أما مركز الاتصال التابع للدائرة فيقوم هو الآخر بدور حيوي وفعال في أزمة فيروس كورونا (كوفيد19) منذ بدء اجراءات التعامل معها والحد من انتشار المرض وإلى الآن ، وبالإضافة إلى دوره الأساسي ورسالته في خدمة جميع المواطنين والمقيمين المستفيدين من خدمات وزارة الصحة في مجالات : التوعية الصحية ، الرد على الاستفسارات ، تلقي الشكاوي والبلاغات من أفراد المجتمع أو منتسبي الوزارة وتحويلها لجهة الاختصاص ومتابعتها ، استقبال المقترحات وتحويلها لجهة الاختصاص ؛ أضيفت إلى المركز مهمة التواصل مع المجتمع بخصوص جائحة كورونا حيث استمر في مهامه الاعتيادية بتلقي الشكاوي والبلاغات والمقترحات والاستفسارات ومراجعتها وتوثيقها والرد عليها أو تحويلها لجهة الاختصاص بوزارة الصحة للتعامل معها عن طريق الهاتف يوميا من الساعة السابعة والنصف صباحا وحتى الساعة التاسعة والنصف مساء باستثناء أيام الإجازات الرسمية حيث يباشر استقبال الاتصالات من الساعة التاسعة والنصف صباحا وحتى الساعة الرابعة والنصف عصرا .

ونظرا لتطور وضع الوباء وما استلزمه من متابعة وتركيز أكبر تم بتاريخ 25 فبراير من العام الحالي تفعيل مركز الاتصال ليكون على مدار الساعة . وانحصرت جميع خدماته المقدمة حول جائحة كورونا ، وبالتالي زاد معدل الاستجابة للمركز نتيجة للزيادة في معدل الاتصالات وكان للمركز دور ريادي في التوعية بفيروس كورونا 19 وسبل الوقاية منه .

كما أضيف للمركز خط اتصال مجاني وذلك للتيسير على المتصلين . ويعمل المركز الآن بتناغم وتنسيق منظم ليقدم خدمات على أعلى قدر من الجودة والمهنية.

تسعى العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية إلى خلق جو من المساهمة والتطويع في خدمة المجتمع وخاصة تحت ظل جائحة كورونا حيث استنتجنا من خلال هذا الفصل أن دور العلاقات العامة داخل يتمركز حول النقاط التالية:

- التواصل مع الجمهور.
- توعية الجمهور حول هذا الوباء.
- التواصل مع القطاعات والوزارات الأخرى بشأن جائحة كورونا.
- تنظيم وإدارة العلاقات الخارجية الخاصة بجائحة كورونا.
- التحديات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة في القيام بمهامها خلال جائحة كورونا.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

تمهيد

- 1- بطاقة فنية عن المؤسسة
- 2- استمارة المقابلة
- 3- نتائج المقابلة
- 4- نتائج الملاحظة
- 5- النتائج العامة
- 6- المقترحات والتوصيات

تمهيد:

لعل أبرز مشهد في تطور المسيرة الإعلامية والاتصالية بالجزائر منذ استرجاع السيادة على مؤسسة الإذاعة والتلفزيون في الثامن والعشرين أكتوبر 1962 م هو الارتقاء والانتقال بالخدمة الإعلامية من المستوى المركزي إلى الخدمة الإعلامية المحلية أو بالأحرى الجوارية وذلك في سياق الخطة العامة المعروفة بتقريب الإدارة والخدمات من المواطن فكانت تجربة إنشاء الإذاعات المحلية تجسيدا لهذا الهدف، والخطوة على حداثتها تواضعها حققت نسبة لا بأس بها من النجاحات على أصعدة مختلفة غير أن التجربة في حد ذاتها ما تزال في طور النشأ وتحتاج إلى دعم مادي من جهة ورؤية عصرية لمفهوم الخدمات الإعلامية من جهة ثانية.

العدد الحالي من الإذاعات المحلية رصيد مقبول جدا يكاد يستوعب مساحة جغرافية وبشرية معتبرة وطنيا ويحقق الأهداف المنتظرة على المديين المتوسط والبعيد إذا ما توفرت الوسائل الضرورية لذلك، وإذا ما تهيأت الظروف لتخطي الصعاب والعقبات بشيء من طول النفس و الرؤية المستقبلية الناضجة.

تعريف إذاعة مستغانم:

تأسست إذاعة مستغانم الجهوية في 10 فيفري 2004 الموافق لـ 18 ذو الحجة 1424 هـ وقد دشنها الرئيس السابق بوتفليقة، وهي من الإذاعات الجهوية الأوائل التي انطلقت ببث رقمي عبر وسائل رقمية بنسبة 100% وكبداية بدأ بثها على مدار 04 ساعات يوميا على الموجتين FM100.1، FM107.7 ليمدد البث بعدها بسنة إلى 08 ساعات من 09:00 إلى 17:00 إلى غاية السنة 2006 أين مدد البث إلى 12 ساعة من 07:00 إلى 19:00 مساء ثم في عام 2008 تواصل البث إلى غاية 17 ساعة ابتداء من يوم 10 فيفري 2008.

إذاعة مستغانم تضم 46 عامل إضافة إلى عدد متغير من المتعاونين بقسمي الإنتاج والأخبار.

إذاعة مستغانم يتواجد مقرها بوسط مدينة مستغانم بالحبي المسمى بالمطمر وأمام معلم معروف ضريح سيدي عبد الله الخطابي وزاوية سيدي محمد بن تكوك السنوسي.

1- موجات اذاعة مستغانم: FM100.1 / FM107.2

تبث اذاعة برنامج إذاعة مستغانم الجهوية عن طريق جهازين بث:

واحد بمدينة مستغانم بقوة 400 واط موجة FM107.2 و يغطي 06 بلديات:

بلدية مستغانم _ بلدية استدية _ بلدية مزگران _ بلدية حاسي ماماش _ بلدية صيادة _ بلدية خير الدين.

والثاني يتواجد ببلدية سيدي علي بقوة 100 واط.

موجة FM100.1 و يغطي 03 بلديات:

بلدية سيدي علي _ بلدية الحاج _ بلدية سيدي لخضر.

2- العمل الإذاعي والتنمية المحلية:

من بين المؤسسات العمومية التي تستهدف من وراء إذاعة الظهرة الجهوية _

مستغانم _ خدماتها الإعلامية تفعيل الجانب التنموي وترشيده عبر كافة بلديات الولاية

وذلك من خلال:

- أ- ترسيخ ثقافة اتصالية لدى المواطن أياً كان مستواه العلمي والثقافي.
- ب- التوعية والتحسيس في جميع مجالات الخدمات المتنوعة (الصحية، الثقافية، الاجتماعية التربوية، التعليمية، الاقتصادية، والرياضية..).
- ج- تقريب الإدارة العمومية من انشغالات واهتمامات المواطنين.
- د- فسح المجال وإعطاء الفرصة لمختلف الشرائح والفئات الاجتماعية للتعبير عن انشغالاتها وتقديم اقتراحاتها البناءة.
- هـ- التعريف بتقاليد وعادات المنطقة وإمطة اللثام عن التراث الثقافي والتاريخي، المكونات الأثرية والمخزون السياحي عبر تراب الولاية.
- و- الارتقاء بالمستمع تربوياً، علمياً و ثقافياً.
- ز- العمل على تقريب وجهات النظر في ما يخص كيفية تحقيق تنمية محلية شاملة ومتكاملة.

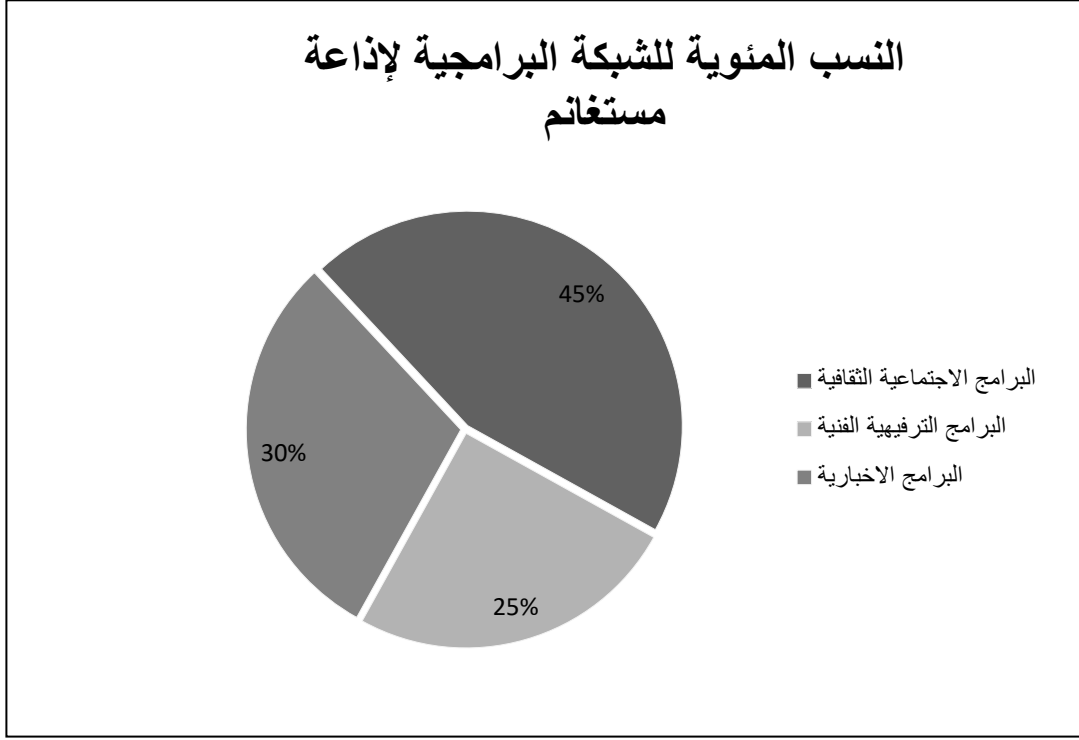
3- معلومات عن الشبكة البرمجية:

وعيا منها بأهمية الجمهور المستمع في حلقة إعداد الشبكة البرمجية لكل موسم من مواسم السنة، فإن المشرفين على إعداد هذه الشبكة يراعون الخصوصيات الجغرافية الثقافية والاجتماعية للمنطقة وسكانها على اختلاف مستوياتهم وفئاتهم العمرية وهو الاهتمام الذي يتجسد من خلال فقرات، حصص، وبرامج تبث على أمواج محطة مستغانم على مدار 17 ساعة يوميا.

هذه البرامج تعكس حياة المواطن وانشغالاته في مجالات مختلفة وتمتد جسور التواصل بينه و بين المسئول كما تنقل صوته الفني، الثقافي، الاقتصادي، الرياضي وإلى غير ذلك من الاهتمامات التي يطمح إليها أو يرغب في الاستماع إليها عبر أمواج إذاعية. وبما أن ولاية مستغانم تعرف باحتضانها لعدة مهرجانات ومناسبات فإن الإذاعة تسهر على ضمان التغطية الكاملة لكل الأحداث بحصص تتكيف وطبيعة المناسبة محلية كانت أو وطنية.

كما تعمل إذاعة مستغانم على تكريس الإعلام الجوّاري الحق وتحرص على توعية المواطن وتوجيهه ضمن ما تقدمه له خلال البرنامج اليومي المستوحى من محاور مختلفة

أهمها المحور الإخباري، التنموي، الاجتماعي، والتربوي، الثقافي، التاريخي التراثي، الديني، الفلاحي، الترفيهي.... بالإضافة إلى المنوعات التي تلبي كل الأذواق.

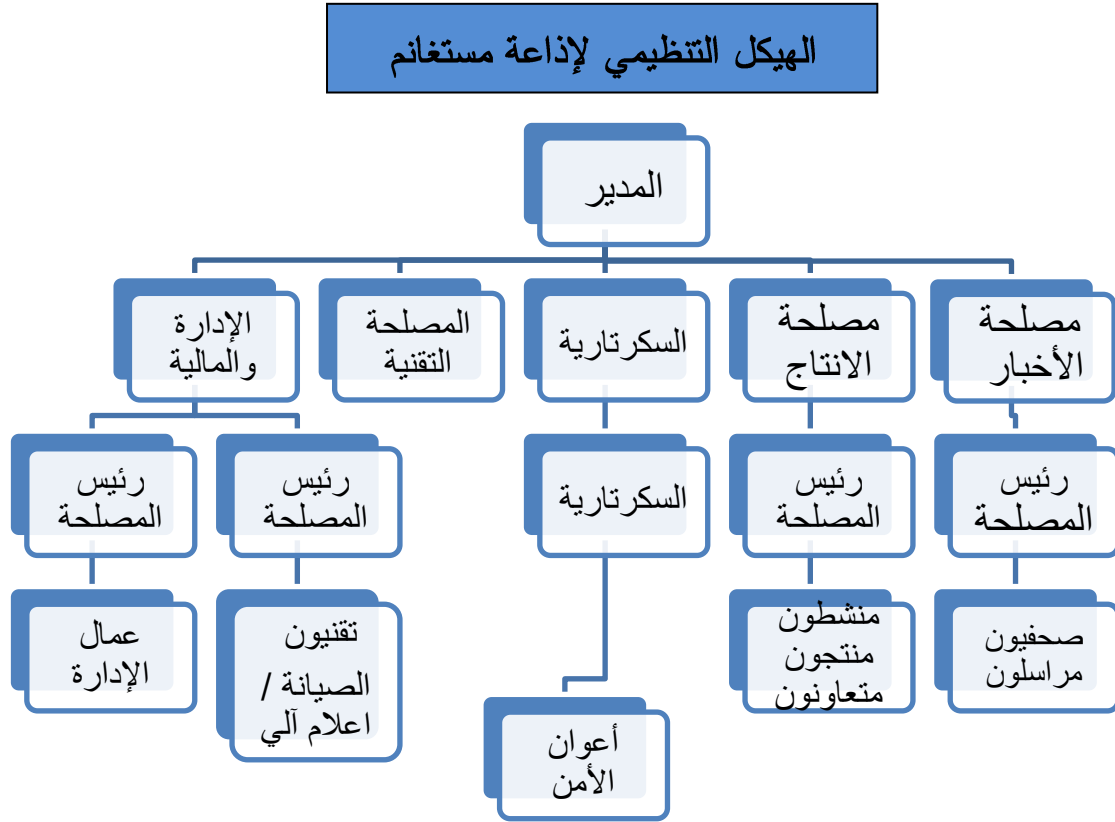


شكل (3_1) دائرة نسبية توضح النسب المئوية للشبكة البرمجية لإذاعة مستغانم

مجال التغطية: جدول (3_1)

EMETTEUR جهاز	ZONE المنطقة
- جهاز البث FM: عدة اتجاهات - القوة: 2-5 كيلواط - الدبديبة: 104.0	مستغانم الولاية
- جهاز البث FM: اتجاه واحد - القوة: 50 واط - الدبديبة: 104.7	مستغانم مقر الإذاعة
- جهاز البث FM: اتجاه واحد - القوة: 93.3 واط - الدبديبة: 101.1	بلدية سيدي علي (الشواشي)

شكل (3 _ 2)



جدول السمات الخاصة: (3 _ 3)

المبحوث	الجنس	السن	المستوى التعليمي	الوظيفة	سنوات الخبرة
1	ذكر	51	علوم تجارية	قسم الأخبار	28
2	أنثى	42	هندسة الكترولنيك	مهندسة صوت	16
3	أنثى	41	أدب عربي	منشطة منتجة البرامج والتقديم	16
4	ذكر	50	اعلام آلي	قسم الأخبار	18
5	أنثى	41	حقوق	قسم الأخبار	14
6	ذكر	44	علوم سياسية	رئيس مصلحة الأخبار	18
7	أنثى	53	علوم الاعلام والاتصال	محررة مقدمة قسم الأخبار	15
8	أنثى	42	اعلام آلي	رئيسة قسم الانتاج والترجمة	14
9	أنثى	54	علم النفس	مخرجة معدة برامج مهندسة صوت	18
10	أنثى	41	صحافة مكتوبة	قسم الأخبار	18
11	أنثى	37	صحافة الكترولنية	قسم الأخبار	14
12	أنثى	41	صحافة مكتوبة	قسم الأخبار	10
13	أنثى	42	سمعي بصري	مذيعة معدة برامج	16
14	ذكر	50	سمعي بصري	صحفي محقق	25

المصدر: من اعداد الطالبة استنادا على دليل المقابلة

_ يوضح الجدول البيانات الشخصية لموظفي إذاعة مستغانم المحلية حيث تم اجراء مقابلة معهم لمدة اسبوعين عددهم 13 مبحوث تم اختيارهم عن قصد 10 اناث و 3 ذكور ونلاحظ من خلال مستواهم التعليمي أن أغلبهم متحصلين على شهادات جامعية (ليسانس _ ماستر) تتراوح أعمارهم ما بين 37 و 53 سنة يشتغلون بالوكالة وبمختلف مصالحها وأقسامها بخبرة متفاوتة بينهم تتراوح بين عشر سنوات إلى أكثر من 28 سنة.

استمارة المقابلة:

1- مقابلة مع الصحفي بعلي مولود في قسم الأخبار:

ثانيا: احتفظت ممارسة نشاطات العلاقات العامة المعتمدة من طرف اذاعم مستغانم المحلية بمكانتها أثناء جائحة كورونا

أجرينا مقابلة مع بعض الصحفيين وقد طرحنا عليهم عدة أسئلة والمتمحورة في التالي:

س1: هل كنتم تستقبلون الزوار والضيوف خلال جائحة كورونا؟

ج1: غالب الأحيان إلا في الضرورة واحد لا أكثر أو تكون عبر الهاتف أو يكون بتسجيل مسبق عن بعد.

تعليق: باعتبار البروتوكول الصحي كان من الصعب استقبال الضيوف للإذاعة خوفا من الإصابة بالمرض.

س2: هل أثر بالسلب أو الايجاب؟

ج2: من الناحية الانسانية ليست جيدة.

ولكن من الناحية المهنية تجربة مميزة.

تعليق: خلق تجربة للعمال للتعامل مع نوع من أنواع الأزمات واكتشاف طريقة جديدة للتعاطي مع الأخبار بالأزمة الصحية.

س3: كيف كان التعامل مع هذا الأمر؟

ج3: كان التعامل مع الوباء بالوقاية والتباعد الصحي.

التعليق: كانت تسعى الإذاعة بنشر وإخبار المواطنين عن الإجراءات الوقائية وبالتحفظ وعدم الاحتكاك والتقيد بالأمن والسلامة والإخبار عن كل ما هو جديد وتوعية المواطن ليكون على علم بالصورة .

س4: هل أثرت جائحة كورونا على الإذاعة.

ج4: نعم، أثرت وقد نتج عن ذلك البعد عن الأهل خوفا من الإصابة والعمل طول اليوم وتقديم معلومات صحيحة وحية للجمهور .

تعليق: كان يحاول العامل الصحفي فيما يستطيع جعل المواطن في الصورة وتقديم أخبار بكونه في قلب الحدث لأنه كان في مصلحة الكوفيد وتقديم المادة للجمهور.

س5: ما هي المعوقات التي واجهت العلاقات العامة في الإذاعة تحت ظروف جائحة كورونا؟

ج5: بطبيعة المرض تقليص عدد العمال، مكوث النساء العاملات في البيت في فترة الجائحة بمدة طويلة وهناك من أصيب وتوفى بالمرض.

تعليق: نتج عن هذه الاعاقة صعوبات في الإذاعة مما جعل الصحفي الواحد يقوم بمهام الآخرين مما وولد ضغط و ارهاق كبير على العامل.

س6: هل توجد خلية أو جهاز خاص بالعلاقات العامة داخل الإذاعة؟

ج6: لا توجد خلية أو جهاز بالعلاقات العامة.

تعليق: من خلال اجابة المبحوث يستحسن أن تكون هناك خلية خاصة بالعلاقات العامة في مؤسسة الإذاعة.

س7: إذ في ظل غياب جهاز خاص بالعلاقات العامة حسب رأيكم من هي الجهة المكلفة بنشاط العلاقات في مؤسستكم.

ج7: لا يوجد مكلف خاص بالعلاقات العامة بل نمارسها ككل.

تعليق: من خلال اجابة المبحوث نرى بأنه لا يوجد حقيقة أي مكلف بنشاط العلاقات العامة داخل الإذاعة بالرغم من أن المؤسسة الاعلامية الاتصالية.

س8: هل هناك اتصال وتواصل مع الصحفيين داخل وخارج الإذاعة؟

ج8: نعم، يوجد اتصال وتواصل ولكن بالحيطه والحذر والتباعد التام.

تعليق: من خلال الاجابة فإنه صحيح لم يكن هناك انقطاع ما بين العمال، علاقة متواصلة

س9: هل أنتم راضون عن مهام ووظائف وأنشطة العلاقات العامة؟

ج9: نعم راضون لأن الإذاعة هي الوسيط بين المواطن والصحفي في معالجة انشغالات المواطن.

تعليق: اجابة المبحوث كانت على حق ومقنعة لأن الصحفي هو من يقدم الأخبار و المعلومات.

س10: هل تم الاهتمام بوظيفة العلاقات العامة والعمل على إبراز دورها الفعال في الإذاعة.

ج10: دور واضح لتسهيل ظروف العمل وتحسين صورة المؤسسة و الحفاظ عليها.
تعليق: يسعى عمال الإذاعة في اعطائها الأولوية وجعل لها قيمة داخل الإذاعة و تنوير العقول.

س11: ما مفهومك للعلاقات العامة؟

ج11: هي مهمة جدا في الإذاعة لأنها تخلق علاقات وتحل أزمات ومشاكل وكذلك مرافقة العمال والتضامن معهم.

تعليق: مفهوم المبحوث للعلاقات العامة كان واضح لأنها تقوم بالتواصل مع الآخرين وتعرف أيضا بأنها نشاط تقوم به المؤسسة.

س12: كيف تصفون علاقات العامل التي تربطكم بالمديرة أو المسئول الأول بالمؤسسة؟
ج12: جيدة وحسنة.

تعليق: من خلال ملاحظتنا في الإذاعة نرى بأن نوع العلاقة هي علاقة طيبة حقيقية لا يوجد فيها أي توتر أو مشاكل يسودها الاحترام و التقدير المتبادل.

س13: هل تشاركون في اجتماعات مع المديرة أو المسئول الأول؟
ج13: بالطبع.

تعليق: نعم يشاركون في الاجتماعات مع المديرة ولكن أحيانا تكون فقط بين الصحفيين، اتصال صاعد أحيانا والآخر اتصال نازل.

س14: حسب رأيكم ما هو انطباع الجمهور الخارجي حول الإذاعة؟
ج14: انطباع جيد.

تعليق: كانت اجابة صحيحة باعتبار مستمعي إذاعة مستغانم لديهم انطباع ممتاز ورائع حول برامجها من خلال التفاعل في مواقع التواصل الاجتماعي الخاص بالإذاعة.

س15: كيف تقيّمون تنظيم نشاط العلاقات العامة بالنظر إلى امكانياتكم؟
ج15: متوسط في ظل غياب جهاز العلاقات العامة.

تعليق: أكيد متوسط ويبقى هناك نقص في ظل عدم وجود جهاز خاص بالعلاقات العامة.

مقابلة مع الصحفية دايم أمينة:

اعتمدت إذاعة مستغانم المحلية على تكنولوجيا حديثة لتفعيل العلاقات العامة للمحافظة على الأداء الوظيفي داخل المؤسسة

س1: هل يتم استخدام أجهزة وتكنولوجيا جديدة في الإذاعة؟

ج1: نعم أكيد.

تعليق: يسعى عمال الإذاعة لمواكبة تطورات تكنولوجيا الحاصلة التقرب للمستمع وتكثيف في استعمالها ولقاءات ما بين مسئولين وتكوينية والتحاضر عن بعد.

س2: هل يوجد صفحة رسمية للتواصل؟

ج2: نعم يوجد مثل صفحة فيسبوك.

تعليق: تأمل إذاعة مستغانم المحلية للتواصل والتقرب أكثر من المواطن ومعرفة انشغالات الجمهور ومتطلباتهم.

س3: هل أصبح الأداء الوظيفي داخل المؤسسة في حالة نشاط؟

ج3: نعم

تعليق: من إجابة المبحوث فإن عمال الإذاعة لم يقصروا في عملهم ومؤسسة كانت في حالة نشاط دائم.

س4: هل هناك تفاعل على صفحات فيسبوك؟

ج4: نعم هناك تفاعل.

تعليق: من خلال ملاحظتنا يوجد الكثير من التفاعل من اعجاب وتعليق بالإضافة لمشاركة المنشورات مواقع التواصل الإجتماعي.

س5: ما هي نشاطات التي كنتم تقومون بها؟

تحسين وتوعية حصص موجهة للجمهور بصورة ومباشرة.

تعليق: اعطت فرصة جديدة لعمال الإذاعة وحاولت في الاجتهاد وبناء صورة جيدة.

س6: هل تعمل العلاقات العامة على تحسين الأداء الوظيفي للإذاعة؟

ج6: نعم تعمل في تحسين العمل الاعلامي للمؤسسة لخلق جو ملائم للموظفين.

تعليق: بالفعل كل مؤسسة تسعى إلى الحفاظ على رضى عمالها وهذا يساعدهم على النهوض بالمؤسسة من أجل الرقي.

س7: ما أثر ممارسة أنشطة العلاقات العامة على الأداء الوظيفي؟

ج7: أثر ايجابي.

تعليق: بالفعل لأنشطة العلاقات العامة أثر جد فعال و ايجابي في العمل الإذاعي حيث تسمح لكافة الموظفين في تكوين علاقات جيدة مع كافة المسؤولين واكتساب معارف والأراء والأفكار.

س8: هل قمتم بصبر الآراء على مدى معرفة أثر الإذاعة على جمهور الخارجي.

ج8: لا.

تعليق: باعتبار ان أحد مهام العلاقات العامة هي القيام بتقصي الآراء لمعرفة مدى تأثير الجمهور بالبرامج والحصص التي تبث على مستوى إذاعة مستغانم.

س9: حسب رأيكم ما نوع البرامج المفضلة لدى المتلقي؟

ج9: البرامج الاجتماعية والاقتصادية تنموية ودينية والتفاعلية.

تعليق: نرى أن البرامج التفاعلية هي الأكثر تفاعلا ومفضلة لدى الجمهور لأنها تفتح المجال بالتواصل وابداء رايه والتعبير عنه بكل شفافية.

س10: هل قمتم بنشاطات في وقت كورونا؟

ج10: نعم، ومضات حملات تحسيسية توعوية حصص موجهة لجمهور مثل تلاميذ

المدارس (حصص مصورة ومباشرة) اعلانات نشر الأخبار.

تعليق: بالرغم من الجوانب السلبية لكورونا إلا أنها خلقت جانبا ايجابيا يتمثل في التقرب بين وسائل الاعلام والجمهور.

س11: هل عدد الموظفين كافي للقيام بهذه الأنشطة داخل مؤسساتكم؟

ج11: نوعا ما كافي.

تعليق: من خلال فترة تربصنا في الإذاعة لاحظنا أن العنصر البشري في الإذاعة يعاني من نقص كبير.

س12: ما هي الأهداف التي تسعى إليها الإذاعة من خلال ممارستها لأنشطة العلاقات العامة؟

ج12: تحسين العمل الإعلامي للمؤسسة فقط من خلال خلق جو ملائم للعمل بين الموظفين.

تعليق: تسعى الإذاعة على تحسين صورتها.

نتائج المقابلة مع بعلي محمد:

- الأزمة منعت الاتصال الشخصي داخل الإذاعة
- الأزمة قد تؤثر نوع ما بالسلب من جانب النفسي و الإنساني ولكنها قد تكسب العمال تجربة جديدة وفرصة لخلق أفكار جديدة
- كانت تمارس الإذاعة توعية الصحية داخل وخارج أسوار المؤسسة
- على الإعلامي ان يلعب دور القيادي و يضحى بالكثير من أجل تقديم المعلومة الصحيحة أثناء الأزمة وحفاظ على صورة المؤسسة
- الأزمة تتطلب الكثير من التضحيات فبذل المجهود المضاعف أمر حتمي وضروري
- عدم توفر الإذاعة على إحدى أهم خلايا كخلية العلاقات العامة قد يؤثر بالسلب على المؤسسة
- نستنتج أن المؤسسات الإعلامية الاتصالية لا تعطي أهمية لخلية العلاقات العامة
- التواصل بين الصحفيين داخل وخارج الإذاعة أمر ضروري ولا بد منه حتى أثناء فترة الأزمة ولو بحذر وحيطة
- رغم عدم توفر خلية خاصة بالعلاقات العامة في الإذاعة الا ان الصحفيين راضون عن ما قدموه من خدمات إعلامية أثناء الأزمة
- دور العلاقات العامة أمر مهم لتسيير أزمة داخل المؤسسة
- العلاقات العامة تحل مشاكل الأزمة بتوطيد العلاقات داخل الإذاعة

- يسود الاذاعة أجواء جيدة وشى من المودة والأخوة بين عمال وهذا يساعد كثيرا المؤسسة التسيير ازمة.
- الاجتماعات و اللقاءات والاتصال النازل و الصاعد بين موظفي الاذاعة يساعد على ربط التواصل و ينتج نوع من السلامة في العمل.
- استطاعة الاذاعة ان تحافظ على صورة مؤسستها خلال وبعد فترة كورونا من خلال انطباع جيد لدى مستمعيها.
- غياب جهاز العلاقات العامة يؤثر بالسلب على تنظيم العلاقات و الاتصال الداخلي و الخارجي.

نتائج المقابلة مع أمينة دايم:

- الاعتماد بالصورة الاذاعي وحده لا يكفي في مواجهة الازمات من هذا النوع فضرورة استخدام الوسائل التكنولوجيا حديثة أمر ضروري للتقرب من المواطنين لحل الأزمة وتوعية المواطنين فضرورة البحث وسائل تواجد الجمهور بقوة كالفيسبوك.
- ضرورة تواصل سيرورة العمل أثناء الأزمة في المؤسسات الإعلامية كالاذاعة لتتوير الرأي العام بالأفكار ومعلومات جديدة عن فيروس
- تبحث الاذاعة عن التفاعل جماهيرها لدراسة في كل وسائل الاتصال الخاصة بها كصفحة الفيسبوك اين يتواجد جمهورها الاذاعة بشكل قوي
- اتباع إستراتيجية لحل الأزمة من خلال برامج خاصة في الاذاعة
- ضرورة البحث عن رضى العمال والأخذ بانشغلاتهم أمر مهم أثناء الأزمة ولا يجب التغافل عنه من خلال العلاقات العامة
- وجوب ممارسة العلاقات العامة أثناء الأزمة أمر لا بد منه وذلك الأثر الجيد التي

تتركه

- تتغافل الاذاعة المحلية بمستغانم بأمر مهم الا وهو صبر آراء جمهورها وذلك لأهميته الذي يعطي رأي الجمهور حول البرامج الإذاعية لتحسين ما يمكن لتحسين ما يمكن تحسينه وتفادي ما يمكن الاستفتاء عنه
- تحظى البرامج الاذاعة الاجتماعية و الاقتصادية و الدينية بقبول كبير لدى الجمهور الاذاعي حتى أثناء فترة ازمة كورونا حسب رأي صحفي الاذاعة
- ضرورة الخروج إلى ميدان وقيام بحملات تحسيسية وعدم الاكتفاء باللقاء الاذاعي أمر مهم أثناء الأزمة للتقرب من المواطنين بشكل أقرب
- العدد الكمي للمواطنين وتزكيتهم أثناء الأزمة أمر مهم ويجب العمل عليه
- الاذاعة لا تمارس العلاقات العامة بشكل عملي دائم وإداري لكن يتجلى هذا في علاقات الصحفيين فيما بينهم وهذا أمر قليل ويجب تحسينه.

نتائج الملاحظة:

- هناك علاقة ودية تجمع أسرة عمال الإذاعة.
- افتقار الإذاعة لعدد من الصحفيين.
- حضور الضيوف للحصص والبرامج المباشرة وأيضا علاقات جيدة مع الصحفيين.
- صرامة المديرية في اعطاء الأوامر والالتزامات على كافة عمال الإذاعة.
- نشر تعليمات وتوصيات من طرف المسئول الأول.
- تفاعل في البرامج الاجتماعية من طرف المستمعين من شدة الاتصالات.
- اعتبار كافة الصحفيين على أن الإذاعة جزء كبير من حياتهم.
- يمارس الصحفيون مهنة الصحافة بكل حب وشغف.
- صار الصحفيون في فترة كورونا جنود في الصف الأول في الواجهة والميدان.

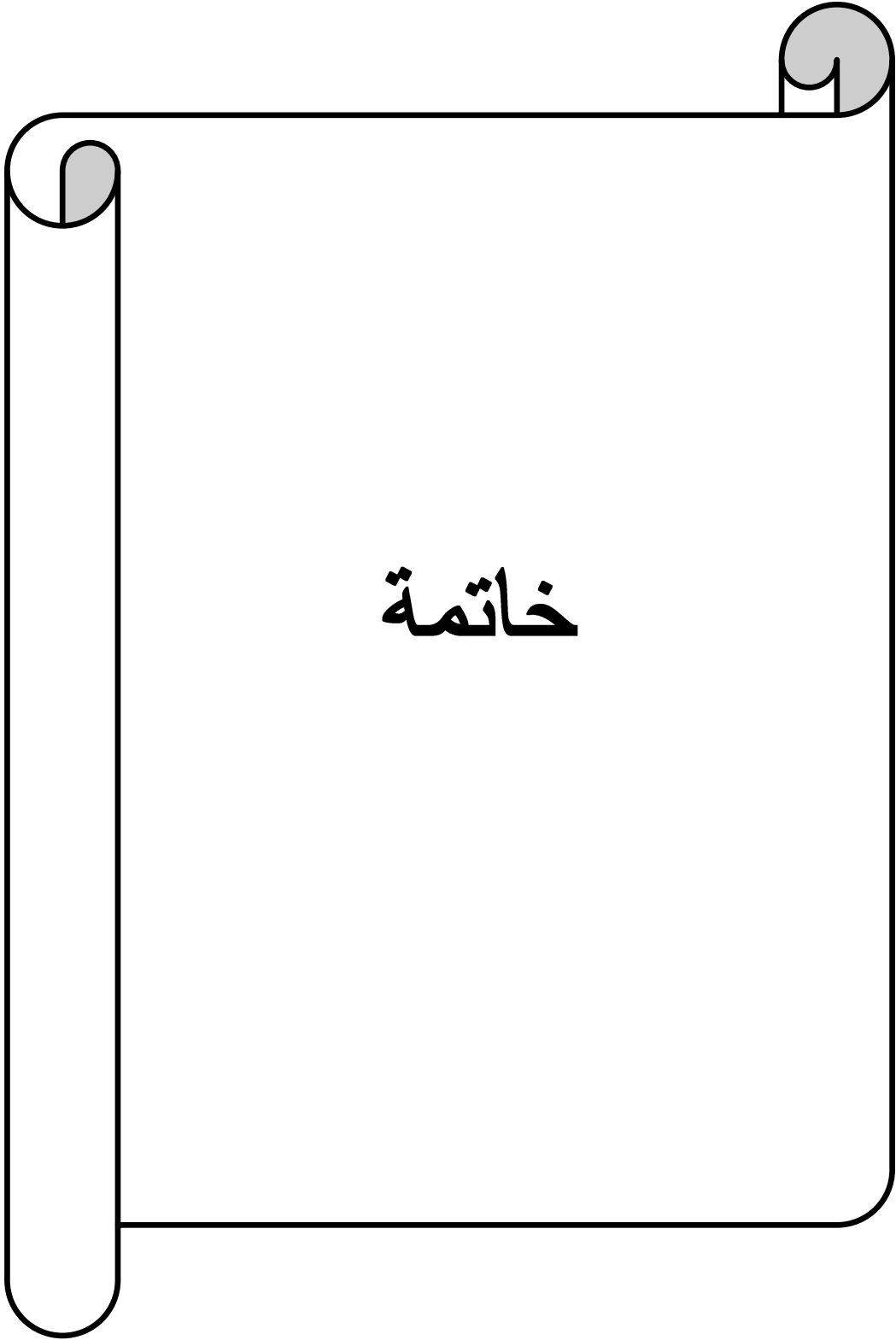
- لا يوجد مكلف بالعلاقات العامة في الإذاعة بالرغم من المؤسسات الاعلامية.
- تسعى إذاعة مستغانم المحلية في رسم وبناء صورة جيدة للمواطن.
- تأثر كبير في إذاعة مستغانم المحلية من طرف عمال الإذاعة بسبب الكوفيد.
- عدم انقطاع الاتصال والتواصل بين الحفيين في فترة كورونا.

النتائج العامة:

- ابراز دور الإذاعة الفعال تحت وطأة الوباء في إيصال المعلومات للمواطن.
- نشر وتوعية المواطنين وإعلامهم بوقت الحجر الصحي.
- كانت كورونا سببا في معرفة التصدي لأزمات ومشاكل لاحقة.
- دور الإذاعة في تسيير أزمة كورونا.

الاقتراحات والالتزامات:

- تكثيف العمل الاعلامي للتدريب والتطوير للوصول بشكل أفضل ومميز.
- استخدام تقنيات كثيرة متطورة وحديثة في سرعة المعلومات بدل تقنيات قديمة.
- الاهتمام بمشاكل الموظفين المهنية وإيجاد حلول لها.
- يجب على إذاعة مستغانم المحلية استخدام متخصصين في مجال الاعلام والاتصال.
- يجب على المصلحة المركزية وضع خلية علاقات عامة في الإذاعة.
- اهتمام الإذاعة بالمواطن لأنها همزة وصل بين المؤسسات الحكومية والشركات التجارية والصناعية لانشغالاتهم.
- اعتماد معايير حديثة لتقييم أداء العاملين.



خاتمة

ضمن بحثنا المصاغ تحت عنوان "واقع العلاقات العامة في الاذاعة تحت ظروف جائحة كورونا " الذي كان مبادرة لمعرفة واقع العلاقات العامة في الاذاعة المحلية تحت وطأة الوباء،كونها جدا مهما في الاتصال وتكوين علاقات والتقرب اكثر مع الجمهور الخارجي و الداخلي بالنسبة الفرضية الأولى التي تم اقتراحها في بداية البحث "احتفظت ممارسة نشاطات العلاقات العامة المعتمدة من طرف اذاعة مستغانم المحلية بمكانتها أثناء جائحة كورونا "فقد تم إثباتها من خلال الدراسة النظرية و التطبيقية لموضوعنا و التي كانت لها علاقة تفاعل وتكامل اي لا يمكن للمؤسسة ان تحقق ميزة الا بواسطة الموظفين اذاعة لكونهم العنصر الأساسي والحاسم في الأمر كما نجد أن المؤسسة كانت تجتهد في بناء علاقات عامة في فترة جائحة وبقاء على اتصال وتواصل مستمر في إعطاء مستوى من الفعالية والتقدم و التميز لتحقيق النجاح اما عن الفرضية الثانية "اعتمدت اذاعة مستغانم المحلية على تكنولوجيا الحديثة لتفعيل العلاقات العامة للمحافظة على الأداء الوظيفي داخل المؤسسة" تسعى إذاعة مستغانم المحلية في تطوير واستبدال الأجهزة القديمة بالجديدة وتقنيات اتصال وتكنولوجيا حديثة انسب لجعل الجمهور الأول في صورة دوما.

قائمة

المصادر والمراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

الكتب:

1. علي برغوث، العلاقات العامة أسس النظرية والمفاهيم عصرية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، 2007.
2. فؤاد بكري، العلاقات العامة بين تخطيط والاتصال، دار المعرفة، الاسكندرية، 1996.
3. حسن الحلبي، مبادئ في العلاقات العامة، دار المنشورات عويدات، بيروت.
4. سليمان فخري، العلاقات العامة، دار الكتاب وطباعة للنشر، جامعة الموصل، العراق، 1981.
5. إبراهيم إمام، فن العلاقات العامة والإعلام، ط2، المكتبة الانجلو مصرية، مصر، 1976.
6. محمد ناصر جودت، الدعاية والإعلام والعلاقات العامة، ط1، دار مجدلاوي، عمان، 1998.
7. عادل حسن، العلاقات العامة، ط3، دار النهضة، بيروت، 1984.
8. علي عجوة، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، جامعة القاهرة، مصر، 2001.
9. عبد الرزاق الدليمي، العلاقات العامة في التطبيق، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
10. عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل إلى وسائل الاعلام الجديد، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
11. محمد منير حجاب وسحر محمد وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، دار الفجر، القاهرة، 1995.
12. غريب عبد السميع، الاتصالات والعلاقات الإنسانية في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 1996.
13. السيد رمضان، العلاقات العامة والإعلام والخدمة المتنوعة، (د.د.ن)، مصر، 2004.
14. إبراهيم وهبي فهد وكنجو عبد كنجو، العلاقات العامة في مجال التطبيق العلمي، (د.د.ن)، مصر، 1967.
15. علي بن فايز الجحني، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2006.
16. عبد الكريم الراضي، العلاقات العامة في تطوير المؤسسة ونجاح الإدارة، ط9، دار البحار للنشر والتوزيع، بيروت، (د.س.ن).
17. محي الدين محمود حسن وآخرون، العلاقات العامة والاتصال في الدول النامية، (د.ط)، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، (د.س.ن).

18. محمد ناجي الجوهر، العلاقات العامة المبادئ والتطبيق رؤية معاصرة، دار القلم للنشر والتوزيع، 2004.
19. محمد عبد الله عبد الرحيم ومدحت مصطفى راغب، إدارة العلاقات العامة، الشركة العربية للنشر و التوزيع، مصر، (د.س.ن).
20. محمد طلعت عيسى، العلاقات العامة كأداة للتنمية، دار المعارف، مصر، 1970.
21. علي البارز، العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية والرأي العام، د.ط، دار الجامعة المصرية، الاسكندرية.
22. فضيل دليو، اتصال المؤسسة اشهار وعلاقات عامة، علاقات مع الصحافة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
23. منى سعد الحديدي، سلوى إمام علي، الإعلام والمجتمع، دار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 2004.
24. د. عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام = الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، سينما، المنتج، أقمار الاتصالات، ط2، دار الكتاب النصري، دار الكتاب اللبناني في الطباعة للنشر والتوزيع، 1989.
25. منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
26. د. محمد مصطفى كاظم الطائي، الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، ط1، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، 2007، الإسكندرية، ص16.
27. د. محمد علي القوزي، نشأة وسائل الاتصال وتطورها، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2007.
28. عبد المجيد شكري، الإعلام المحلي في ضوء متغيرات العصر، دار البردي، القاهرة، 2007.
29. عزيز لعبان، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال "التعريف بوسائل الاتصال الجماهيري"، الوسيط في الدراسات الإعلامية، الجزء الثالث، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003.
30. القياضي نصر الدين، مساءلة الإعلام، المؤسسة الجزائرية للطباعة، الجزائر، 1991.
31. عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر، د.ط، دار الفكر العربي القاهرة، مصر، 1987.
32. عدلي سيد محمد رضا، البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، د.س.ن.
33. إسماعيل سليمان أبو حلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، ط1، دار سلمة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
34. طه عبد المعطي نجم، الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2009.

35. ربحي مصطفى العليان، محمد عبد الباسط، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعلم، دار الصفا للنشر والتوزيع، عمان، 1999.
36. حسن عماد مكاوي، الأخبار في الراديو والتلفزيون، المكتبة الأنجلو مصرية، مصر، 1989.
37. محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1998.
38. محمد منير حجاب، المداخل الأساسية في العلاقات العامة، المدخل الاتصالي، ط4، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2006.
39. محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقة العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2007.
40. محمود يوسف، فن العلاقات العامة، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
41. بسام عبد الرحمن الجرايدة، إدارة العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2012.
42. خالد زعمون، التفاعلية في الإذاعة أشكالها ورسائلها، سلسلة البحوث ودراسات إذاعية (61) تونس، 2007.
43. د. راسم محمد الجمال، الاتصال والإعلام في الوطن العربي، ط3، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، 2001
- البحوث الجامعية:**
44. لعرابة سوريا، البعد الاتصالي لاستراتيجية التسويق في المؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير في العلوم الاعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2008.
45. مالك شعباني، دور الإذاعة المحلية في النشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية بجامعتي قسنطينة وبسكرة، مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع والتنمية، جامعة منتوري قسنطينة، 2005-2006.
46. زهرة بلحاجي، الحق الإعلامي - نموذج القناة الأولى والثانية، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2006-2007.
47. هدى حمدوش، الإذاعة المحلية ودورها في التنمية-دراسة ميدانية بإذاعة الأوراس بباتنة-، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار، عنابة، 2010-2011.
48. رشيد فريخ، الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري، دراسة حالة القناة الأولى، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والإعلام، جامعة يوسف بن خدة، 2008-2009.

49. ليندة ضيف، دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية، رسالة ماجستير كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007.

50. الهاشمي بوكريطة أمال، دور الإذاعة المحلية في تكوين وتعزيز الصورة الذهنية للهوية الثقافية والحفاظ عليها، دراسة مسحية لعينة من جامعة خميس مليانة.

وقائع التظاهرات العلمية (المؤتمرات والملتقيات والأيام الدراسية):

51. عبد القادر قندوز، نشأة وتطور الإذاعة محاضرة 4، يوم الإثنين 9 نوفمبر / 3:15 pm، <http://30dz.gustgo.com/t2032-topic>، الجمعة 17 فيفري 2017، 20:36.

-الجراند والمجلات العامة:

52. محمد شلوش، الإذاعة الجزائرية النشأة ومسارها، الإذاعة الجزائرية، العدد 16، 2014، ص ص 2-3.

53. الأمين بشيشي، دار الإعلام في معركة التحرير، مجلة الثقافة، 1994، ص 55.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

54. Pige(François), **Radiodiffusion et télévision au Maghreb**, In étude Maghrébines, Série, G.N° 06 janvier 1996.