

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر  
شعبة: علوم الاعلام و الاتصال  
تخصص: اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة  
الموضوع:

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

شعبة: علوم الاعلام و الاتصال

تخصص: اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة

الموضوع:

واقع العلاقات العامة في الاذاعات المحلية  
دراسة ميدانية لإذاعة تيارت المحلية- نموذجاً-

إشراف الأستاذ:

بن عجمية أبو عبد الله

إعداد الطالبة:

عمار عيدة

لجنة المناقشة :

الاسم واللقب	الصفة
بن عجمية أبو عبد الله	مؤطرا
بوعمامة العربي	مناقشا
بعلي محمد السعيد	مناقشا

السنة الجامعية: 2018- 2019

# شكر وتقدير

" من اجتمد وأصابه فله أجران، ومن اجتمد وأخطأ فله أجر واحد "

الحمد لله الذي وهبنا نعمة العقل سبحانه والشكر له على كل  
نعمة وفضله وكرمه.

تبارك الله ذو الجلال والإكرام.

نشكر كل ما قدم لنا يد العون والمساعدة في إنجاز هذا العمل  
ونخص بالذكر عمال إذاعة تياره المطية من الحارس إلى  
المدير، وكذلك نقدم جزيل الشكر للأستاذ المشرف " بن عجمية  
عبد الله " من خلاله إشرافه على عملنا خطوة بخطوة.

وفي الأخير نشكر كل من قدم لنا يد المساعدة من قريب أو  
بعيد.

فالحمد لله الذي تتم بنعمته الصالحات.

# الإهداء

أهدي ثمرة عملي هذا إلى الوالدين الكريمين وإلى  
كل عائلة عمار.

كما أهديهما لكل الزملاء والزميلات لدفعة الماجستير  
2019/2018، ولكل من أعانني من قريب أو بعيد  
لإنجاز هذا العمل، كما أهديهما أيضا إلى صديقتي طيري  
نادية التي رافقتني طيلة فترة الدراسة وأيضاً إلى  
معروفه عبد القادر وأيضاً صديقتي دليلة وإلى  
أولادها وعائلتهما.

## تحية

..... مقدمة

## الفصل الأول

..... 1- موضوع الدراسة وإشكاليته

..... 1-1 الإشكالية

..... 2-1 أسباب اختيار الموضوع

..... 3-1 أهداف الدراسة

..... 4-1 أهمية الدراسة

..... 5-1 مفاهيم الدراسة

..... 6-1 الدراسات السابقة

..... 2- الإطار المنهجي

..... 1-2 مجال الدراسة

..... 2-2 عينة الدراسة

..... 3-2 منهج الدراسة

..... 4-2 أدوات جمع البيانات

..... 5-2 النظرية المقاربة

## الفصل الثاني

### مدخل عام للعلاقات العامة

- 1- مفهوم العلاقات العامة .....
- 1-1- مفهوم العلاقات العامة عند الغرب .....
- 1-2- مفهوم العلاقات العامة عند العرب .....
- 1-3- نشأة وتطور العلاقات العامة .....
- 1-4- أسباب الاهتمام بالعلاقات العامة .....
- 1-5- أهم مبادئ وأسس العلاقات العامة .....
- 1-6- وظائف العلاقات العامة .....
- 1-7- أهمية وأهداف العلاقات العامة .....
- 1-8- أخصائي العلاقات العامة والخطوات السليمة لممارستها .....

## الفصل الثالث

### العلاقات العامة داخل الإذاعة

- 1- مفهوم الإذاعة المحلية .....
- 1-1- نشأة وتطور الإذاعة في العالم .....
- 1-2- نشأة الإذاعة في العالم العربي .....
- 1-3- نشأة وتطور الإذاعة في الوطن العربي .....
- 2- نشأة وتطور الإذاعة في الجزائر .....
- 2-1- أساسيات الإذاعة المحلية .....
- 2-2- أسباب انتشار الإذاعات المحلية .....

- ..... 3-2- العناصر الأساسية للجهاز الإذاعي
- ..... 4-2- أنواع الإذاعات
- ..... 5-2- مهام ووظائف الإذاعة المحلية
- ..... 6-2- أهداف وخصائص الإذاعة المحلية
- ..... 7-2- استراتيجية العلاقات العامة داخل المؤسسة الإعلامية
- ..... 8-2- أهداف العلاقات العامة تجاه المجتمع المحلي
- ..... 9-2- أهمية ممارسة أنشطة العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية

### الفصل التطبيقي

- ..... 1- التعريف بالمؤسسة: (بطاقة فنية تشمل النشأة)
- ..... 2- الدراسة التحليلية
- ..... نتائج لمقابلة
- ..... نتائج الملاحظات
- ..... النتائج العامة
- ..... المقترحات والتوصيات
- ..... الخاتمة
- ..... قائمة المصادر والمراجع
- ..... الملاحق

مقدمة

لقد أصبحت أجهزة الاعلام والاتصال في عصرنا الحالي تتحدى مسافات وتتخطى الحواجز، لتجعل من العالم قرية صغيرة يتعايش أفرادها بكل سهولة وصارت قوة الدول لا تقاس فقط بإيديولوجيتها السياسية ومواردها المادية والبشرية، بل كذلك بتحكمها في الوسائل وتكنولوجيات الاتصال، بذلك تكاد أن تجمع العديد من الدراسات على أن العالم يعيش اليوم ثورة في تكنولوجيات الإعلام والاتصال وهي ثورة تتجسد في وفرة قنوات الاتصال ووسائله، إضافة الى تنوع الرسائل الاتصالية وأشكالها، والقوي هو من يتحكم في الوسيلة انتاجا وتصنيفا، والرسالة من حيث قوتها وتأثيرها على الرأي العام المحلي والعالمي كما أصبحت وسائل الإعلام في وقتنا الحالي من أهم أدوات التأثير والتوجيه والتثقيف والإعلام والتعليم، خاصة في ظل العولمة الاتصالية ومما يتميز به من تنوع في البث الإذاعي والتلفزيوني.

وتعد الإذاعة واحدة من أبرز وسائل الإعلام الجماهيري وأكثرها تأثيرا رغم المنافسة الشديدة والمنقطعة النظير التي تفرضها عليها وسائل الإعلام الأخرى خاصة منافسها التلفزيون، فلقد تربعت الإذاعة على عرش وسائل الإعلام الجماهيري باعتبارها الوسيلة الأكثر تأثيرا وشعبية والأكثر انتشارا، لكن العديد من متغيرات العصر بدأت تواجهها، وهز مكانتها، وكان من الممكن أن تختفي الإذاعة من حياتنا أمام ضغط متغيرات هذا العصر التي خلفها ذلك التقدم التكنولوجي المذهل في مختلف المجالات على رأسها مجال الاتصال مع ذلك استطاعت الإذاعة الصمود إلى حد الآن، وبقيت أحد أهم وسائل الاتصال والإعلام الجماهيري، وقد تميزت الإذاعة بمجموعة من الخصائص والمميزات التي جعلتها تصمد قرونا من الزمن للحفاظ على مكانتها، ولعل أهم هذه الخصائص وأبرزها أنها تعتمد على حاسة السمع دون غيرها من الوسائل حيث يسميها البعض بالوسيلة العمياء مما يجعلها أكثر شيوعا بين الجمهور المستقبل بسهولة، دون النظر إلى كون المجتمع متعلما أو مثقفا أو أميا، أو عنده استعداد من أي كان، لذلك كان التأثير أعظم وأشد، بالإضافة الى انتشارها الواسع في العالم نظرا لصغر حجمها وقلة تكلفة شرائها وسهولة ضبط موجاتها وتسعى الإذاعة كغيرها من وسائل الإعلام

الأخرى إلى تحقيق الأهداف المختلفة التي تعود على الفرد والمجتمع كالثقيف والتربية والترفيه والتنوعية والتنمية في جميع المجالات.

وتعتبر الجزائر من بين الدول النامية التي أولت أهمية كبيرة لهذا الجهاز الإعلامي العام نظرا لإدراكها الكبير لأهميته ودوره الفعال في المجتمع، حيث خصصت له إبتداء من الستينات إلى جانب التلفزيون موارد مادية وبشرية معتبرة، وعملت الحكومات المتعاقبة منذ الاستقلال الى يومنا هذا على تحسين أدائه وتطوير أجهزته التقنية لإسماع صوته في كافة أرجاء الوطن، ومع مرور الوقت وزيادة عدد السكان وتباين عددهم صار من المستحيل على الإذاعة المركزية أو الإذاعات الجهوية (قسنطينة، وهران، العاصمة) أن تلي جميع متطلبات وانشغالات المواطن.

وفي ظل التعددية السياسية والإعلامية قامت الجزائر وكغيرها في الشرق والغرب بإنشاء محطات للإذاعات المحلية في مناطق مختلفة من الوطن، وهذا إبتداء من التسعينيات (90) ومن بين الإذاعات نجد الإذاعة تيارت المحلية، باعتبارها مؤسسة إعلامية محلية بجمهورها المحلي، وذلك من خلال ترويجها لأفكارها وآرائها واتجاهاتها من أجل التأثير على أداء واتجاهات وسلوكيات الجمهور المستهدف ومن ثم بناء أدوات إدارية إعلامية فعالة ومهارات اتصالية وهذا ما يقودنا إلى تسليط الضوء على العلاقات العامة ودورها داخل الإذاعة المحلية بتيارت.

إذ تعتبر العلاقات العامة في وقتنا الحالي جزءا لا يتجزأ من نشاط المؤسسة الإعلامية وتزايد الاهتمام بإدخال هذه الوظيفة كنتيجة لما أثبتته الدراسات الحديثة في الإدارة الإعلامية 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 عنصرا من أهم العناصر التي يقوم عليها نجاح أي مؤسسة كان نوعها.

ونظرا لكافة الأدوار والمهام التي تقوم بها أصبحت وظيفة حيوية ومهمة من وظائف المؤسسة الإذاعية تستلزم الاهتمام بها وإعطائها مكانة هامة داخلها، وبالمقابل نجد أن ممارسة أنشطة العلاقات

العامّة تزيد في رسم سياسات واستراتيجيات المؤسسة الإذاعية وارتفاع مكائتها داخل الجمهور المحلي ولتدعيم هذا الاهتمام ارتأينا أن نتناول موضوع "واقع العلاقات العامّة داخل الإذاعة المحليّة" لإثراء وتوضيح الوظائف الحقيقيّة لهذا الاختصاص وكذا الوقوف على بعض المشاكل التي تحد من فعاليتها من أجل هذا تناولنا في دراستنا جانبين، جانب نظري وجانب تطبيقي حيث ينقسم الجانب النظري إلى ثلاثة فصول: الفصل الأول: يتناول موضوع الدراسة وفيه يبين مبررات اختيار الموضوع، أهميته، أهدافه، ومن ثم طرح الاشكالية بالإضافة إلى مفاهيم الدراسة، النظرية المقاربة والدراسات السابقة ثم تساؤلات الدراسة والفرضيات إضافة إلى العينة المستخدمة والمنهج وأدوات جمع البيانات.

الفصل الثاني: تناولنا العلاقات العامّة من حيث النشأة والتطور والتعريف بها والتطرق إلى عوامل الاهتمام بها والأسس التي تقوم عليها وتناولنا الوظائف المهمة للعلاقات العامّة ثم تطرقنا إلى أهدافها وأهميتها.

أما الفصل الثالث تناولنا فيه مكانة العلاقات العامّة داخل الإذاعة المحليّة واحتوى على نشأة وتطور الإذاعة في العالم والوطن العربي ثم خصصنا التطور التاريخي للإذاعة بمختلف مراحلها في الجزائر ثم إلى مفهومها وخصائصها وأهدافها ووظائفها وأيضاً بذكر الإذاعة المحليّة ثم أهمية ممارسة أنشطة العلاقات العامّة داخل الإذاعة المحليّة بالإضافة إلى أهداف ممارسة العلاقات العامّة في المجتمع المحلي.

أما الفصل التطبيقي تناولنا فيه تفسير وتحليل البيانات وعرض النتائج والوصول إلى خاتمة الدراسة.

## 1- موضوع الدراسة وإشكالياتها:

## 1-1- الإشكالية:

تعد الإذاعة المحلية من بين أهم الوسائل الإعلامية لدى مختلف فئات المجتمع نظرا لأنها قد رسمت مكانتها بين الوسائل الإعلامية الأخرى رغم المنافسة القوية للتلفزيون، إذ لم تعد هناك إمكانية استغناء الجماهير عنها وعن مختلف خدماتها التي تقدمها لهم، وهذا نظرا لدورها المهم والفعال، لأنها تشكل جزءا حيويا من الاتصال الجماهيري.

وقد لوحظ في العقدين الأخيرين اهتمام خاص بالإعلام الجوّاري والمحلي في الجزائر حيث تم تسخير إمكانيات معتبرة أفضت إلى تجسيد مشاريع خاصة بالإذاعات المحلية وقد ربطت هذه الأخيرة بين الجماهير بصورة قوية، مستمرة، متكبرة ومتنوعة، ولعبت دورا كبيرا في التأثير على حياة الأفراد في المجتمع لأنها أصبحت بالغة الأهمية في تفعيل وسائل الإعلام المحلي الذي هو مسخر لخدمة الفرد والبيئة المحلية في آن واحد.

ولهذا فإن إذاعة تيارت المحلية لعبت دورا أساسيا في التأثير على جمهورها، ومعرفة مختلف رغباته التي يريد من الإذاعة أن تحملها ضمن مواضيعها وتطرحها على مائدة النقاش في مختلف برامجها لإدراك المجتمع المحلي للمجتمع التي تحيط به. والحلول التي يمكن أن يقترحها بخصوصها.

وبهذا توجهت الإذاعة المحلية بتيارت إلى بناء أساليب وأدوات وممارسات إدارية وإعلامية واتصالية فعالة تهتم بتأثير على اتجاهاتها وسلوكيات الجمهور المستهدف.

وهذا ما يقودنا إلى تسليط الضوء على وظيفة العلاقات العامة التي أصبح لها محورا هاما في نشاط المؤسسة، بل أصبحت جزءا لا يتجزأ من وظيفتها والتي فرضت عليها البحث الدائم والمنظم عن أنجح الأساليب والطرق الاتصالية لوضع العلاقة بينها وبين جماهيرها في الإطار الصحيح الذي

يتضمن من خلاله توطيد جسور الثقة بينها وبين جمهورها الداخلي والخارجي الذي يستهدف كافة فئات المجتمع بصفة عامة.

وبالتالي اعتمدت المؤسسة الإذاعية المحلية بتيارت ممارسة أنشطة العلاقات العامة التي تسعى من خلالها لاستمالة وجذب الجمهور العام باعتبار هذا الأخير عنصر نشط وفعال تقوم عليه المؤسسات الاتصالية والإعلامية ومؤسسات الإذاعة بصفة خاصة، وهذا من خلال تناولنا لمختلف القضايا الاجتماعية السياسية، الاقتصادية، الثقافية، بالإضافة إلى اطلاعهم على كافة الأخبار، وتزويدهم بكافة المعلومات التي تهمهم، وذلك بهدف تطوير ممارسات وسلوكيات اجتماعية تعكس المنظومة الفاعلة الموجودة ضمن المؤسسات الإذاعية.

لذلك لكي تكون إذاعة تيارت المحلية مؤسسة إعلامية فعالة لا بد أن تجسد مهام وأنشطة العلاقات العامة التي تساهم في تعزيز الثقة بينها وبين جمهورها كالعلاء والمساهمين والموظفين والجمهور العام.

ومن هنا جاء موضوع بحثنا ليجيب على التساؤل الرئيسي:

- ما واقع ممارسة أنشطة العلاقات العامة في إذاعة تيارت المحلية؟

وانطلاقا من الاشكالية لا بد من صياغة التساؤلات التالية:

- 1- ما هي المكانة التي تحظى بها أنشطة العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية؟
- 2- ما مدى أثر نشاط العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية بتيارت؟
- 3- من هم القائمون على تجسيد العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية بتيارت؟
- 4- ما هي أهم نشاطات العلاقات العامة المعتمدة من قبل الإذاعة المحلية بتيارت؟
- 5- ما الدور الذي تساهم به العلاقات في تطوير الأداء الوظيفي داخل إذاعة تيارت المحلية؟

## 1-2- أسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع، فهناك أسباب ذاتية وموضوعية نذكر من أهمها:

### أ- الذاتية:

- الميل الشخصي للإذاعة المحلية بتيارت.
- الفضول هو أحد الأسباب التي دفعتنا إلى محاولة معرفة مدى أثر العلاقات العامة على الإذاعة المحلية وجمهورها.
- كوني موظفة بإحدى المؤسسات التربوية وباعتبارنا نعتمد على العلاقات العامة في التعامل مع جمهورنا الداخلي والخارجي للمؤسسة، لهذا نحاول معرفة الفرق بين واقع العلاقات العامة في مؤسستنا والمؤسسة الإذاعية بتيارت.
- محاولة الوصول إلى نوع من الاحترافية في مجال العلاقات العامة وتطبيقها في ميدان المؤسسات الجزائرية التي تحتاج حقا إلى خبراء في هذا المجال لتحسين صورتها التي أصبحت مهددة من بعض المؤسسات الأجنبية.

### ب- الموضوعية:

- قرب موضوع بحثنا من مجال تخصصنا.
- توفر المصادر والمراجع الكافية في مجال العلاقات العامة التي تمكننا من إنجاز دراستنا.
- نقص الدراسات السابقة الخاصة بواقع العلاقات العامة في الإذاعات المحلية.
- محاولة إزالة الغموض حول مفهوم العلاقات العامة وفصله عن مفهوم الاتصال وجعلهما مفهوما واحدا.

- محاولة تسليط الضوء حول نظرة المؤسسات الإعلامية والاتصالية والإذاعة المحلية خاصة لأهمية نشاط العلاقات العامة بداخلها.

### 1-3- أهداف الدراسة:

ككل بحث أو دراسة هناك عدة أهداف توضح وتحدد بدقة بغية الوصول إليها وفي النهاية ومن خلال تناولنا للموضوع قد رسمنا أهداف محددة:

- محاولة معرفة مدى أهمية العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية بتيارت.
- الكشف عن مدى وعي الموظفين (الجمهور الداخلي) يدور جهاز العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الإذاعية بتيارت.
- الكشف عن ممارسة أنشطة العلاقات العامة داخل إذاعة بتيارت.
- الكشف عن أهم الوسائل المستخدمة من قبل المؤسسة ومدى فعاليتها في تطبيق العلاقات العامة.
- معرفة المعوقات التي قد تصيب المؤسسة الإذاعية بتيارت ووضع نظام لها.
- معرفة مدى نجاح العلاقات العامة في تحقيق أهداف الإذاعة المحلية بتيارت.
- إمكانية مساهمة دراستنا في إكمال جهود الباحثين والدارسين في البحث حول هذا الموضوع.

### 1-4- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته وهو واقع العلاقات العامة في الإذاعة المحلية بتيارت، التي تعتبر الركيزة لتحقيق نشاطات المؤسسة وإشباع حاجاتها، وتساعدنا هذه الدراسة على معرفة دور العلاقات العامة في الإذاعات المحلية، وكذا الأساليب المعتمدة وأهمية دراستنا تتمثل فيما يلي:

- عدم وعي معظم المؤسسات بالدور المهم الذي تجسده العلاقات العامة وإعطائها أدوارا مهمشة.
- باعتبار أن نشاط العلاقات العامة وظيفية اتصالية موجودة في كافة المؤسسات الإعلامية، الأمر الذي يتطلب نظام فعال داخل هذه المؤسسات ولهذا فإن المؤسسة الناجحة بحاجة إلى جهاز العلاقات العامة لتنظيم كافة مهامها، وتحسين صورتها، وربطها بجمهورها الداخلي والخارجي.

## 1-5- مفاهيم الدراسة:

### أولاً: مفهوم العلاقات العامة:

للـكل 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 وتتنوع لدى مختلف المدارس العربية والأجنبية ومختلف الدارسين الأجانب والعرب وقد تمثلت التعاريف فيما يلي:

أ- لغة: هو مصطلح ينكون من جزأين العلاقات وهي جمع علاقة وتعني التواصل الذي يبنى على التفاعل بين فردين أو أكثر، والعامة تعني الجمهور أو الناس وهذا المفهوم يشير بوضوح لنطاق شمولية العلاقات العامة، أي أنها تشمل عمليات التفاعل مع الجمهور أو الناس بتعدد أبعادها وأهدافها وحسب حاجات الأفراد والجماعات وتنوع مصالحهم واتساعها.

ب- اصطلاحاً: يذكر أيضاً أن مصطلح Relation public يعني به Relation with public أي العلاقات مع الجمهور أكثر دقة في التسمية فالمهمة الأولى في العمل العلاقات العامة تركز على الاتصال بالجمهور النوعي.<sup>(1)</sup>

### - التعريف الإجرائي:

<sup>1</sup> د. عبد المحسن بدوي محمد أحمد: العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ودعم تنسيقها مع وسائل الإعلام، دار الحامد، الرياض، ط1، 2014، ص1920.

هي الجهود الإدارية الخلاقة المخططة المدروسة المستمرة والهادفة والموجهة لبناء علاقات سلمية ومجدية قائمة على أساس التفاعل والاقناع 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 الإعلام والنشر المتاحة لنشر الحقائق والمعلومات والأفكار وشرحها وتفسيرها وتطبيق كافة الأسس المؤدية لذلك بواسطة أفراد مؤهلين لممارسة أنشطتها المختلفة.

### ثانيا: مفهوم الإذاعة:

أ- لغة: من "ذاع الشيء" والخبر "يذيع وذييعا وذيوعه". محركة: فشاو انتشر والمذيع بالكسر ومن لا يكتم السر أو من لا يستطيع كتم خبره، والجمع المذاييع ويقال: " فلان للأسرار مذيع وللأسباب مذيع" و" أذاع سره وبه أفشاه وأظهره ونادى به في الناس".

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

### ج- المحلية: حل، محل والمصدر محلا.

د- الإذاعة المحلية: هي الإذاعة التي تخدم مجتمعنا محدا متناسقا من الناحيتين الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية، مجتمعنا له خصائص البيئة الثقافية والاقتصادية المتميزة على أن تحده حدود جغرافية حتى تشمله رقعة الإرسال المحلي والتي يمكن من خلالها التعرف على الاحتياجات المحلية والعمل على تعريف الناس بها للمحافظة على الثقافة المحلية وتطويرها.

التعريف الإجرائي: هي وسيلة اتصالية إعلامية تقوم ببث مجموعة من البرامج المختلفة والمهادفة، ويكون هناك تأثير وتأثير بينها وبين أفراد المجتمع المحلي وذلك من خلال البرامج التي تبثها والتي تتلقى من طرف المستمعين.

## 1-6- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: دراسة لبصير فطيمة: رسالة ماجستير في الاتصال والعلاقات العامة: جامعة منتوري قسنطينة. 2008 - 2007. بعنوان "واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري (مجلس الأمة).

- تعتبر هذه الدراسة تكملة لدراستنا ؛ من خلال اعتماد الباحثة على أن العلاقات العامة أنا الجزء 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 عنصرا من أهم العناصر التي تقوم عليها بنجاح المؤسسة أيا كان نوعها. - وتمحورت إشكالية الدراسة على التساؤل جوهرية: ماهو واقع ممارسة العلاقات العامة في مجلس الأمة ؟

- حيث قامت الباحثة بصياغة فرضية عامة انطوت عنها مجموعة من الفرضيات الفرعية وكانت كالتالي:

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

2- الفرضيات الفرعية: - لا يتوفر مجلس الأمة على جهاز خاص بالعلاقات العامة. -تستند وظائف العلاقات العامة في مجلس الأمة لغير المتخصصين في مجال العلاقات العامة.

- تقتصر وظائف العلاقات العامة في مجلس الأمة على القيام ببعض المهام الكلاسيكية (استقبال الضيوف، التعامل مع وسائل الإعلام، ضمان الرعاية الإيجابية على المنظمة). دون المهام الإستراتيجية (التخطيط البحوث والدراسات الجمهور). يتخذ مجال سير المعلومات داخل مجلس الأمة اتجاهها واحدا (من الإدارة إلى الجمهور الداخلي).

وللإجابة عن فروض الدراسة لجأت الباحثة إلى استخدام واعتماد على المنهج الوصفي في عرض أفكار النظرية التي تم جمعها، وتصنيفها وتسجيلها من مختلف المرجع التي تناولت موضوع واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري.

أما فيما يخص الجانب التطبيقي فقد تم الاعتماد على المنهج المسح بالعينة التي تمكنت الباحثة من خلاله 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: ترتبط بالطبع بنتائج الدراسة بفرضياتها الموزعة على محاور الاستمارة وهي كالتالي:

- أكدت نتائج الدراسة أنه لا يوجد جهاز العلاقات العامة في مجلس، يحمل هذا الاسم، غير أن مهامها موجودة تنقاسما مجموعة من المكاتب والمصالح، ولهذا لم يعطي مجلس الأمة إدارة العلاقات العامة حقها، ولم تحظى بالاهتمام الكافي لتكون فاعلة ومؤثرة في المؤسسة وهو ما يثبت الفرضية الأولى في عدم وجود جهاز خاص بالعلاقات العامة في مجلس الأمة.

- كما أن الفرضية الثانية قد حقت، أثبتت النتائج أن إدارة العلاقات العامة أسندت لمجرد إداريين.

- تؤكد إجابات الباحثين أن مهام ووظائف العلاقات العامة لم تعد عملية التنسيق مع وسائل الإعلام والقيام ببعض المهام التشريعية كاستقبال الضيوف، والإعداد للمحاضرات والمؤتمرات. وهو ما يثبت الفرضية الثالثة في أن العلاقات العامة تقتصر على القيام ببعض المهام لتحسين صورتها العمومية.

- كشفت النتائج أن مشاركة الجمهور في مهام العلاقات العامة نوعية، وتمثل هذه المشاركة في تقديم التقارير والدراسات وتقديم مقترحات وآراء وأن مسار المعلومات يكون في اتجاهين وهو ما يحقق الاتصال المزدوج، وهذا يفند الفرضية الرابعة التي تقول بأن مسار المعلومات في مجلس الأمة يتخذ اتجاهًا واحدًا وهذا ما يبين أن مجلس الأمة يعتمد على نموذج الذي يعتمد على إقناع جماهير المنظمة للتصرف وتبني سلوكيات تتفق وأهدافها كما تستعمل الاتصال في اتجاهين من المصدر إلى المستقبل ومن المستقبل إلى المصدر، ولكن هذا الاتصال غالبًا ما يكون غير متكافئ ولا يأخذ بعين الاعتبار آراء واتجاهات.

#### - تقييم هذه الدراسة:

لقد تطرقت الباحثة إلى جل عناصر العلاقات العامة من خلال تسليط الضوء على واقع البرلمان الجزائري، حيث ركزت على نشاط العلاقات العامة هو نشاط اتصالي إنساني قديم قدم الوجود الإنساني وترك بصماته على مختلف الحضارات ليخرج في حلتها الجديدة في المؤسسات المعاصرة، من خلال المهام والوظائف التي انطويت به في تلميع صورة المؤسسات.

جوانب الاستفادة ونقاط الاختلاف: من خلال تطرق الباحثة إلى واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري، استفدنا أن العلاقات العامة في الوقت الراهن اكتسحت جميع الميادين دون استثناء لتضع لنفسها مكانة مهمة ومرموقة نتيجة للتغيير الذي مس المجتمعات المعاصرة وجميع المؤسسات على اختلاف أنواعها والبرلمان بصفته من المؤسسات الحكومية لم يغفل عن هذه الوظيفة واستغلها لتحسين صورة المجتمع المدني.

- أما فيما يخص جوانب الاختلاف: اختلفت دراستنا مع دراسة الباحثة لقصير في المجال الزماني والمكاني وكذلك الأهداف التي سعت إليها وكذلك اختلاف في الموضوع الذي تناولته.

الدراسة الثانية: دراسة أمينة حمراي: رسالة ماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، جامعة الحاج لخضر باتنة، سنة 2009 - 2008، بعنوان "الإعلام الأمني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تكويره (الأمن المروري نموذجا)".

- تمحورت إشكالية الدراسة للباحثة أمينة حمراي: - العلاقات العامة بالشرطة فن يبرز الجهود التي تؤديها الشرطة للمجتمع لإقناع الجماهير بمدى أهمية هذه الجهود لحمايتهم وأمنهم جميعا، فالعلاقات العامة في الشرطة بمدلولها الوظيفي تعبير عن الأسلوب العلمي الأمثل والمخطط سلفا والمتبع للاتصال بالجماهير الواسعة بغرض توعيتهم وإرشادهم وإقناعهم بما تؤديه الشرطة في تحقيق رسالتها ورفع مستوى الأداء في جهازها.

- وفي سبيل إقناع الجمهور بمدى أهمية الرسالة الشرطية يستفيد جهاز العلاقات العامة بالشرطة من دعامتين أساسيتين:

1- أولا: الإعلام الأمني الذي تتسع فيه ساعات الإعلام العام، تتسع كذلك للإعلام الأمني كونه لا يقل أهمية عن أي نوع إعلامي آخر.

2- ثانيا: الإعلام الأمني الخاص: كدعامة ثانية فهو الإعلام الذي تخصص في إعداده الأجهزة الأمنية وجهاز العلاقات العامة فيها بالتحديد، والذي يتم من خلال مقالات الكتاب والمفكرين المنشورة في المحلات الخاصة بالمؤسسة الأمنية وكل ما يتم إعداده إعلاميا من قبل الأجهزة الأمنية.

- انحصر التساؤل الرئيسي في: ما دور العلاقات العامة في تطوير الإعلام الأمني بالجزائر؟

- ومن التساؤل الرئيسي تأتي التساؤلات الفرعية التالية:

1- أين يمكن دور العلاقات العامة بين الشرطة والجمهور في تطوير الإعلام الأمني بالجزائر؟

2- هل تساهم العلاقات العامة بالشرطة في التوعية؟

3- هل تؤدي العلاقات العامة بالشرطة فعلا في التخفيض من حوادث المرورية؟ - ولتحليل موضوع الدراسة الذي يحمل عنوان الإعلام الأمني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تطويره. استخلصت الباحثة أنسب منهج وهو المسح بالعينة، اعتبرته من أنسب المناهج العلمية الملائمة للدراسة الوصفية وتلك التي تستهدف وصف بناء وتركيب جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكه. - ومنه تم اعتماد منهج المسح بالعينة الدراسة سلوك المروري لعينة من السائقين ومعرفة رأيهم في دور العلاقات العامة بالشرطة في الإعلام الأمني الصادر عنها ومدى تأثيرهم برسائل. - وقد اعتمدت في ذلك العينة الحصصية حيث قدرت عدد مفردات العينة بـ 200 مفردة من مجتمع البحث موزعة بالتساوي بين السائقين المقيمين داخل المدينة والسائقين المقيمين خارجها. حيث لخصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

- العلاقات العامة بالشرطة تساهم في التوعية المرورية وذلك من خلال نجاحها في تعديل السلوك المروري للسائقين حيث نجحت بفضل دورها التوعوي 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.

### 1- تقييم الدراسة:

لم تتطرق الباحثة إلى وضع أهداف الدراسة التي تعتبر هذه الأخيرة بمثابة الفرضيات التي تقوم عليها الدراسة كذلك لم تفصل بشكل أكبر في الفصل الثالث الخاص بالعلاقات العامة الخاص

بالعلاقات العامة حيث ركزت أكثر على الشرطة والخطأ المروري، وكذلك ركزت على الجانب السلبي للعلاقات العامة في الإعلام الأمني (الشرطة).

## 2- جوانب الاستفادة ونقاط الاختلاف:

من خلال تطرق الباحثة لموضوع الإعلام الأمني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تطويره استفدنا أن العلاقات العامة بالشرطة بأنها فن يبرز الجهود الصادقة التي تؤديها الشرطة لإقناع الجماهير بمدى أهمية هذه الجهود لحمايتهم وأمنهم جميعاً، ومن خلال تفاقم مشكلة حودث المرور بالجزائر وبالتالي يقع على عاتق العلاقات العامة واجب تطوير هذا الإعلام الأمني.

- ومن ناحية الاختلاف ما بين دراستنا ودراسة الباحثة "أمينة حمراي" في مجال الزمان والمكاني كذلك العينة المستخدمة.

## الدراسة الثالثة:

دراسة جيهان حمد طمعه الفقهاء: رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الاوسط 2016 بعنوان: "دور العلاقات الدولية العامة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية في تدريب العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج" تعتبر الدراسة تكملة لدراستنا، وذلك اعتماد الباحثة "جيهان حمد طمعه الفقهاء" على خبرتها التي دامت ما يقارب 14 سنة فان مشكلة البحث تولدت من خلال هذه التجربة وهدف 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 ارض الواقع فان القائم على عملية التدريب الداخلي والخارجي على حد سواء هي من اختصاص دائرة العلاقات الولية والعامة وبما أن هناك تداخلا في المهمات والاختصاصات من هنا نبعت الأهمية والحاجة لإجراء هذه الدراسة انحصرت إشكالية الدراسة في التساؤل التالي: ما هو دور دائرة العلاقات الدولية والعامة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية في تدريب العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج؟

ويتفرع عن السؤال الدراسة الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

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

2- ما الدورات التدريبية التي تعقدتها دائرة العلاقات الدولية والعامّة للعاملين بإدارتي الأخبار والبرامج؟

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

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

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

ولتحليل موضوع هذه الدراسة، استخدمت الباحثة أنسب منهج وهو منهج المسح بالعينة من أنسب المناهج العلمية الملائمة للدراسات الوصفية التي تربط 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 إعتمدت الباحثة في ذلك على العينة العشوائية البسيطة حيث قدر عدد مفرداتها بـ 263 مفردة من مجتمع البحث موزعة بين موظفي دائرتي الأخبار والبرامج داخل مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية.

- حيث لخصت الدراسة في النتائج التالية:

1- أن دائرة العلاقات الدولية العامة بمؤسسة الإذاعة والتليفزيون 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 وتتفق مع دراسة المجلس الأعلى للإعلام حول الاحتياجات التدريبية في القطاع الإعلامي إذ تركزت أولويات الدورات المطلوبة في تحرير الأخبار واللغات ومهارات الحاسوب والصحافة المتخصصة والأترنت كالا احتياجات مشتركة 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.

#### تقييم الدراسة:

- لم تفصل الباحثة في إشكالية الدراسة.

- فصل العلاقات العامة كان مختصرا.

- ركزت الباحثة على تدريب العاملين وأهملت إمكانيات كل موظف.

**جوانب الاستفادة من الدراسة:** من خلال تطرق الباحثة إلى دور العلاقات الدولية والعامة بمؤسسة الإذاعة والبرامج استخدمت العلاقات العامة لها دور كبير وهم في المؤسسات الإعلامية خاصة المعاصرة ولها مكانة مهمة في كل مهمة كانت.

**جوانب الاختلاف:** اختلفت الباحثة جيهان محمد طمعة الفقهاء في إشكالية الدراسة وكذلك العينة التي اعتمدت عليها الباحثة كذلك عنوان الدراسة مكانها.

الدراسة الرابعة: دراسة لعلي يحيى الحديد: رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2010: بعنوان "واقع العلاقات العامة في الجامعة الأردنية -دراسة تقييمية من وجهة نظر طلبة الجامعة- " تمحورت إشكالية الدراسة في:

-اهتمام الدول برعاية الطلبة الجامعيين باعتبارهم شكلا من أشكال الموارد البشرية.

- تعتبر دائرة العلاقات العامة أن اتخاذ رعاية الطلبة ميدانا لنشاطاتها، تكشف طاقتهم وقدراتهم، وتنمية مهاراتهم...

-إن الجمهور الداخلي في الجامعات يمثل المحور الرئيسي لدائرة العلاقات العامة ويعتبرون الأساس المهم الذي يركز عليه نشاط العلاقات العامة. انحصرت إشكالية الدراسة في الأسئلة التالية:

1- ما تقييم الطلبة الجامعيين للأداء العام لدائرة العلاقات العامة للطلبة في الجامعة الأردنية؟

2- ما الخدمات والنشاطات التي تقدمها دائرة العلاقات العامة للطلبة في الجامعة الأردنية؟

3- ما مدى اشتراك الطلبة في نشاطات ومهام دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية؟

- والتحليل موضوع الدراسة أستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي من أجل تحقيق أهدافها حيث يستخدم هذا النوع من أجل وصف الظاهرة كما هي.

- ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمد الباحث على عينة مكونة من 1197 طالب وطالبة من مستويات البكالوريوس والماجستير والدكتوراه من الجامعة الأردنية وهي العينة الطبقية اعتبار كل مستوى أكاديمي طبقة، ويتفرع من كل طبقة كليات علمية وطبقة كليا إنسانية ويتفرع من الكليات تخصصات أكاديمية ثم اختيار من الشعب أفراد بنسبة 03 بالمئة من مجتمع الدراسة.

- حيث لخصت نتائج الدراسة في جملة من الإستنتاجات:

- 1- إن واقع العلاقات العامة في الجامعة الأردنية واقعا يحتاج إلى تحسينات هو ما لا يتماشى مع معطيات العلاقات العامة بشكل عام، نحو الخدمات التي تقدمها والتوزيع بنشاطاتها تعد سلبية.
- 2- إن وجهات نظر الطلبة في نشاطات وفعاليات العلاقات العامة تعد ضعيفة.
- 3- ضعف تركيز الخدمات الإعلامية التي تقدمها دائرة العلاقات العامة على نشاطات الطلبة المختلفة.
- 4- إن وجود كلية أو قسم أو تخصص أكاديمي في الجامعة، يساهم في تكوين نظرة إيجابية نحو دائرة العلاقات العامة، وإقبال الطلبة على نشاطاتها المختلفة.

#### الدراسة الخامسة:

دراسة لرافع "احمد ابو زين دراغمة" رسالة للحصول على درجة الدكتوراه في العلاقات العامة، جامعة لاهاي كلية الصحافة والإعلام، مملكة هولندا، 2011، بعنوان: دور العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع المجتمع "الطلبة" - دراسة مسحية مقرنة - تمحورت إشكالية هذه الدراسة في النقاط التالية:

1- تقوم على معرفة دور العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية تجاه جمهور الطلبة، ومقارنته بين تلك الجامعات.

2- وتسعى هذه الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

- هل تقوم دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث بدورها المطلوب في استقطاب الطلبة الجدد وتشجيعهم للالتحاق بها عندما يقسم المبحوثين حسب الجنس، مكان الإقامة والجامعة التي درس فيها؟

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات طلبة الجامعات عن الأدوار التي تقوم بها العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث تجاه الطلبة المسجلين فيها، عندما يقسم المبحوثين حسب الجنس، ومكان الإقامة الكلية، المعدل التراكمي؟

- هل تقوم العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث بدورها في الحفاظ على الصورة الإيجابية لدى الطلبة الخريجين التي تم بنائها أثناء دراستهم؟

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات الطلبة الخرجي عن الأدوار التي تقوم بها العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث تجاه خريجها، عندما يقسم المبحوثين حسب الجنس، العمر، سنة التخرج، الحالة الوظيفية؟

حيث قام الباحث بصياغة الفرضيات التالية:

1- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات طلبة الجامعات عن الأدوار التي تقوم بها العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث تجاه الطلبة المسجلين فيها عندما يقسم المبحوثين حسب الجنس مكان الإقامة، الكلية التي درس فيها.

2- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات طلبة الجامعات عن الأدوار التي تقوم بها العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية تجاه الطلبة المسجلين فيها عندما يقسم المبحوثين حسب الجنس مكان الإقامة، الكلية، المعدل التراكمي.

3- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات الطلبة الخرجين عن الأدوار التي تقوم بها العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية تجاه خريجها عندما يقسم المبحوثين حسب الجنس، العمر، الكلية، السنة الدراسية، المعدل التراكمي، مكان الدراسة، الدرجة العلمية وللإجابة عن فروض الدراسة لجأ الباحث "رافع احمد" إلى استخدام والاعتماد علي المنهج الوصفي باعتباره الطريقة المنظمة لدراسة الحقائق الراهنة أو التأكد من صحتها. ضمن هذا النوع من البحوث قرر الباحث استخدام

المنهج الكمي والكمي في تحليل نتائج الدراسة، حيث اعتمد بالدرجة الأولى على المنهج الكيفي في تحليل نتائج الدراسة وهو احد المناهج التي تهتم بدراسة المشكلات العلمية من خلال مسح آراء المعنيين بها، والحصول على إحصائيات من أفراد العينة اللذين يمثلون مجتمع الدراسة، وتحليلها، والربط بين مدلولاتها للوصول إلى النتائج التي تتم في معرفة الدور الذي تقوم به دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية تجاه جمهور الطلبة، ومن ثم قدم الباحث تحليلاً كيفياً للنتائج نتائج الدراسة: ترتبط نتائج الدراسة، والتي ترتبط بنتائج دراسة فرضياتها الموزعة على المحاور الاستمارة وهي كالآتي:

1- تقصير دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في دورها في استقطاب طلبة الثانوية العامة عبر التلفاز توزيع أقراص مضغوطة تعريفية بالجامعة على طلبة الثانوية العامة، زيارة طلبة الثانوية العامة مدارسهم، تنظيم لقاءات إرشادية لطلبة الثانوية العامة وتشجيعهم للالتحاق بالجامعة، والدور المطلوب منها تجاه استقطاب طلبة الثانوية العامة.

2- تقصير دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في دورها في بناء صورة ايجابية لدى الطلبة المسجلين فيها في المواضيع التالية:

- مشاركة الطلبة في الأنشطة التي تقوم عليها دائرة العلاقات العامة في الجامعة لنقل الصورة الحقيقية للجامعة قياس الرأي العام الداخلي بشكل دوري.

- حب الطالب لجامعته والافتخار بها - تحفيز الطلبة للعمل التطوعي - نقل آراء الطلبة واقتراحاتهم لإدارة الجامعة، ودورها تجاه الطلبة المسجلين في الجامعة.

3- تقصير دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في دورها في الحفاظ على صورة ايجابية لدى الطلبة الخريجين في المواضيع التالية:

- التواصل مع الخريجين عبر الوسائل المختلفة، دعوهم للمشاركة في الأنشطة الجامعية، توفر قاعدة بيانات خاصة للتواصل مع الخريجين.

- **تقييم الدراسة:** لقد تطرق الباحث " رافع احمد" إلى كافة العناصر العلاقات العامة وذلك من خلال معرفة دورها في الجامعات الفلسطينية في بناء العلاقات مع مجتمع الطلبة، باعتبار أن نشاط العلاقات العامة موجود مع وجود الإنسان منذ القدم ليظهر مؤخرًا في كافة المؤسسات الحديثة هذا التطور العلم العلاقات العامة يعود كله لكافة الباحثين والمفكرين اللذين ايقضوا هذا العلم المهمش في وطننا العربي.

- **جوانب الاستفادة ونقاط الاختلاف:** من خلال ما تطرق له الباحث إلى دور العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء العلاقات مع مجتمع الطلبة، استفدنا أن للعلاقات العامة لها دور مهم في بناء صورة جيدة للمؤسسة وتحسين كافة علاقات العمل داخل المؤسسة أو خارجها خاصة مع المساهمين والمستثمرين.

- كما اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا في: مكان الدراسة، وإطارها الزمني، بالإضافة إلى نوع المنهج المستخدم وأدوات الدراسة وكذلك أهداف الدراسة المسطرة المتعلقة بموضوعنا ووصف كافة مفردات عينة (عمال إذاعة تيارت الجهوية) الدراسة بالإذاعة المحلية بتيارت، ومن ثم القيام بعملية تحليل البيانات وتفريغها في جداول إحصائية للوصول إلى نتائج.

وعلى ضوء ما تقدم، فسيتم استخدام المنهج المسحي بالعينة، ويعرف: "على انه يكتفي الباحث بدراسة عدد محدود من الحالات أو المفردات في حدود الوقت والجهد والإمكانيات المتوفرة لدى الباحث وتعد من أكثر الطرق الشائعة في البحث خاصة إذا اختار الباحث العينة بدقة.

## 2- الإطار المنهجي:

### 2-1- مجال الدراسة:

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

ومن بين هذه المؤسسات الإذاعية إذاعة تيارت المحلية التي أنشأت عام 1998/10/25 والتي تقع وسط مدينة تيارت.

## ب- المجال الزمني:

ويقصد به المدة الزمنية المستغرقة في إجراء الدراسة الاستطلاعية إلى نهاية البحث العلمي، وعليه فقد استغرقت دراستنا الميدانية لموضوع بحثنا 03 أسابيع حيث دامت من 07 أبريل 2019 إلى 2019/04/27 وقسمت هذه الفترة إلى ثلاثة مراحل:

- **المرحلة الأولى:** أين تمت الزيارة الاستطلاعية لمقر الإذاعة المحلية بتيارت حيث تم إعطاء لمحة وجيزة عن العمل الصحفي وطريقة بث البرامج الإذاعية وكيفية التعامل مع الأخبار والمعلومات وقد استغرقت هذه المرحلة مدة أسبوع كامل.

- **المرحلة الثانية:** تم فيها تدريبنا على كيفية العمل الصحفي والتعامل مع المعلومة وكيفية بثها والتعرف على أنواع البرامج التي تساعد الصحفي أو المنشط في إعطاء عمل متميز يرقى للمستوى المطلوب.

- **المرحلة الثالثة:** تم فيها إجراء مقابلة مع الصحفيين في قسم الأخبار والانتاج.

## ج- المجال البشري:

باعتبار أن موظفي إذاعة تيارت مجتمع متجانس و متاح بالإضافة إلى تناسبه بموضوع دراستنا والمتمثل في "واقع العلاقات العامة في الإذاعة المحلية"، سهولة الوصول إليه ووفرة الوقت والجهد.

حيث يتكون مجتمع دراستنا من موظفي إذاعة تيارت المحلية والبالغ عددهم 34 المنقسمون على أقسام المؤسسة والتقسيم فيما يلي:

1-المدير: 01.

2-الصحفيين: 09.

- 3- المنشطين: 03.
- 4- المخرجين: 02.
- 5- الإداريين: 05.
- 6- التقنيين: 05.
- 7- الأعوان: 06.
- 8- السائقين: 03.

## 2-2- عينة الدراسة:

مما لا شك فيه أن لكل بحث أو دراسة مجتمع تدور حوله الدراسة، وعادة ما يواجه الباحثون مشكلة الأعداد الكبيرة لمجتمع بحث محل الدراسة وهو ما يصعب دراسته خاصة من ناحية الجهد والمال والوقت إضافة إلى الصعوبات التي تواجه الباحث أثناء جمع البيانات مع جميع أفراد مجتمع الدراسة وهذا ما يجعل الباحث يقلص في مجتمع بحثه إلى عدد صغير يسهل عليه القدرة على التحكم فيها وهذا ما يطلق عليه "بعينة الدراسة".<sup>(1)</sup>

<sup>1</sup> فرح سعيد محمد: لماذا؟ وكيف نكتب بحثا اجتماعيا؟ دار المعارف، الإسكندرية، 2002، ص135.

حيث استخدمنا في دراستنا العينة القصدية التي تعتبر الأكثر الأساليب المعاينة شيوعا وانتشارا 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 بيانات ومعلومات ذات أهمية وفائدة كبيرة قد تساعد في إزالة أو التخلص من العقبات التي تواجه الباحث من خلال المراحل المختلفة لإجراء دراسته.

ولقد تم اختيار هذا النوع من العينة باعتبارها تتناسب مع موضوع الدراسة ولها علاقة مباشرة مع إشكالية البحث، وعليه فقد اخترنا عينة تتكون من 11 موظف بإذاعة تيارت المحلية، حيث قمنا بإجراء مقابلة مع الصحفيين المتواجدين في قسمي الأخبار والانتاج وعليه تمت عملية إجراء المقابلات في الفترة الممتدة من 2019/04/21 إلى 2019/04/28.

## 2-3- منهج الدراسة:

عادة ما يتوقف تحديد منهج الدراسة على الهدف الذي نسعى للوصول إليه وطبيعة الدراسة في حد ذاتها، يعرف المنهج بأنه "هو الطريق المؤدي إلى كشف الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة، وتهمين على سير العقل وتحدد عملياته حتى تصل إلى نتيجة معلومة".

إلا أن الارتباط البحث العلمي بأبعاد زمانية ومكانية متعددة وسعيه لتحقيق أهداف مختلفة يتطلب تعددا في أساليب تطبيقه ولهذا أصبح هناك ما يسمى فيما بعد "بمنهج البحث"<sup>(1)</sup>.

حيث يعد بحثنا ضمن البحوث الوصفية التي تستهدف الحصول على المعلومات والبيانات الدقيقة والواضحة حول واقع العلاقات العامة داخل إذاعة تيارت المحلية، وذلك من خلال محاولة القيام بعملية المسح المتعلقة بموضوعنا ووصف كافة مفردات العينة (الموظفون) والدراسة بالإذاعة المحلية بتيارت، ومن ثم القيام بعملية تحليل البيانات وتفريغها في جداول إحصائية للوصول إلى نتائج.

<sup>1</sup> أسامة حيزي: مناهج البحث العلمي، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2016، ص06.

وعلى ضوء ما تقدم سيتم استخدام المنهج المسحي ويعرف: " على أنه يكتفي الباحث بدراسة عدد محدود من الحالات أو المفردات في حدود الوقت والجهد والإمكانات المتوفرة لدى الباحث وتعد من أكثر الطرق الشائعة في البحث خاصة إذا اختار الباحث العينة بدقة"

## 2-4- أدوات جمع البيانات:

### أولاً- الملاحظة:

هي أسلوب من الأساليب الجيدة لكشف وحل المشاكل وهذا يتطلب الموضوعية والدقة وأن يكون الباحث بعيداً عن التحيز والأهواء الشخصية، وقد تكون مباشرة بالأشياء المادية والنماذج المهمة وهذا شيء سهل لأنها تعتمد على العدد والقياس.<sup>1</sup>

وتعرف أيضاً على أنها أقدم وأكثر وسائل جمع البيانات شيوعاً، حيث استخدمها الإنسان الأول في التعرف على الظواهر ثم انتقل استخدامها إلى العلوم بشكل عام إلى العلوم الاجتماعية والإنسانية بشكل خاص وتعني الملاحظة الاهتمام أو الانتباه إلى شيء أو حدث أو ظاهرة بشكل منظم عن طريق الحواس حيث نجمع خبراتنا من خلال ما نشاهده أو نسمع عنه، والملاحظة العلمية تعني الانتباه للظواهر والحوادث نقصد تفسيرها واكتشاف أسبابها والوصول إلى القوانين التي تحكمها.<sup>2</sup>

### 1- أنواع الملاحظة:

#### ✓ الملاحظة البسيطة:

هي عبارة عن ملاحظة يستخدمها الباحث عشوائياً ولا تخضع للضبط العلمي الدقيق، لأن الباحث يقوم بها دون تخطيط مسبق.

#### الملاحظة المنتظمة:

<sup>1</sup> جيه محبوب : البحث العلمي و مناهجه، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان، 2014، ص. 177

<sup>2</sup> جودت عزت عطوي : أساليب البحث العلمي أدواته و مفاهيمه، أدواته، طريقة الإحصائية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2015، ص2، 125.

و هي تلك الملاحظة التي يقوم بها الباحث يكون قد خطط وحدد نوع السلوك المراد ملاحظته بصورة إجرائية وأعد الأداة المناسبة للملاحظة طبقاً للهدف الذي يسعى إلى تحقيقه

✓ الملاحظة المباشرة:

قد يلجأ الباحث إلى المشاهدة المباشرة التي تتم عن طريق الإتصال المباشر بالظاهرة المطلوب ملاحظتها ومراقبة سلوكها بكل دقة والتعايش معها، بغرض المعلومات المتعلقة بها.<sup>1</sup>

✓ الملاحظة بالمشاركة:

هنا يقوم الباحث بدور إيجابي 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 طبيعياً وعفويًا بدون تكلف أو خجل، حيث تتيح للباحث ملاحظة السلوك بصورة عفوية وطبيعية دون تكلف أو تصنع.

✓ الملاحظة بدون مشاركة: ويقوم الباحث هنا بدور المراقب للعينة المبحوثة دون أن ينخرط مع المبحوثين، ولكن المعلومات التي تجمع بهذه الطريقة قد يعتريها التشويه الذي يتكلف ويتصنع أو من قبل الباحث نتيجة للذاتية والتحيز.<sup>2</sup>

## 2- مفهوم المقابلة:

في اللغة: المواجهة، والتقابل أما في اصطلاح فهي:

1- علاقة ديناميكية وتبادل لفظي بين شخصين أو أكثر.

2- المقابلة محادثة موجهة بين الباحث والشخص أو أشخاص آخرين بهدف الوصول إلى حقيقة أو موقف معين، يسعى الباحث للتعرف عليه من أجل تحقيق أهداف الدراسة.

<sup>1</sup> د. يوسف لازم كماش : البحث العلمي مناهجه، أقسامه، أساليبه الإحصائية، دار دجلة، عمان، 2016. ص ص 283

284

<sup>2</sup> د. خالد يوسف العمار : أبحاثيات البحث و إعداد الرسائل الجامعية في العلوم النفسية و التربوية و الإجتماعية، دار الإعصار العلمي للنشر 2 والتوزيع، عمان، 2014، ص 267.

3- وسيلة شفوية، (مباشرة أو هاتفية أو تقنية لجمع البيانات، يتم خلالها سؤال فرد أو خبير عن معلومات لا تتوفر عادة في الكتب أو 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 تحري معه المقابلة، والتي يصاحبها عدة الكثير من الانفعالات الناجمة عن سؤال ورد فعل على هذا السؤال، وكل هذه العملية تهدف إلى جمع أكبر قدر من المعلومات والبيانات المقصودة من الباحث ليستفيد منها في تحقيق هدفه من المقابلة.. أما تعريف (ماكوي) للمقابلة بأنها "تفاعل لفظي يتم بين شخصين في موقف مواجهة حيث يحاول أحدهما وهو القائم بالمقابلة أن يستثير بعض المعلومات أو التعبيرات لدى المبحوث والتي تدور حول آرائه ومعتقداته. "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 والمعلومات التي تمكن الباحث من إجابة تساؤلات البحث أو اختبار فروضة، وتعتمد على مقابلة الباحث للمبحوث وجها لوجه بغرض طرح عدد من الأسئلة من قبل الباحث والإجابة عليها من قبل المبحوث<sup>1</sup>.

### 1-أهمية المقابلة:

تعتبر المقابلة من أهم طرق جمع المعلومات والبيانات وأكثرها صدقة، حيث يستطيع الباحث التعرف على مشاعر وانفعالات المقابل، وكذلك اتجاهاته وميوله، وهذا ما لا يستطيع الوصول إليه إلا من خلال الاستمارة.

كما تبرز أهمية المقابلة فيما يأتي: - تعتبر عملية تتيح الفرصة للمستجيب للتعبير الحر عن الآراء والأفكار والمعلومات. - تتحول من أداة اتصال ووسيلة التقاء إلى تجربة عملية.

<sup>1</sup> عمار عوايدي : مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها في ميدان العلوم القانونية و الإدارية، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002، ص3.

- تعتبر المقابلة مصدرا كبيرا للبيانات والمعلومات فضلا عن كونها أداة للتعبير والتوعية والتفاعل الديناميكي.

- تختلف أهداف المقابلة باختلاف الغاية التي تستهدف المقابلة إلى تحقيقها في نهاية المطاف، ويتضح ذلك من الأنواع المختلفة للمقابلة فلكل نوع هدفه وغرضه المحدد وغايات يحاول المقابلون الوصول إليه.<sup>1</sup>

## 2- خصائص المقابلة: للمقابلة عدد من الخصائص تتمثل في الآتي:

- أنها تبادل لفظي منظم بين شخصين هما الباحث والمبحوث بحيث يلاحظ الباحث فيها ما يطرأ على المبحوث من تغيرات وانفعالات.

- تتم المقابلة بين شخصين هما القائم بالمقابلة والمبحوث في موقف واحد.

- يكون للمقابلة هدف واضح ومحدد وموجه نحو غرض معين.

## 3- أنواع المقابلة:

تنوعت تقسيمات وتصنيفات المقابلة، وربما يعود السبب في هذا التنوع والتعدد إلى تنوع الأهداف والغايات من إجراءات المقابلات تختلف في أغراضها وطبيعتها ومداهها. وفيما يلي نرد تقسيمات أنواع المقابلات.

أولاً: من حيث عدد العملاء أو المقابلين المستجيبين:

يمكن تقسيم المقابلة إلى نوعين رئيسيين هما:

(أ) المقابلة الفردية: التي تتم بين الباحث والمفحوص (المستجيب) وتعتبر أكثر الأنواع شيوعاً لأنها تتم بين المقابل والمستجيب.

<sup>1</sup> عبد الله العكش: البحث العلمي و مناهج والإجراءات، مطبعة عين الحديثة والإمارات العربية، 1986، ص55

(ب) المقابلة الجمعية: وتتم بين الباحث وعدد من الأفراد في مكان واحد ووقت واحد من أجل الحصول على معلومات أوفر في أقصر وقت وأقل جهد وغالبا يستخدم هذا النوع من المقابلات لإعطاء المعلومات أكثر مما يستخدم لجمعها.

ثانيا: وفقا لنوع الأسئلة التي تطرح فيها ودرجة الحرية التي تعطى للمستجيب في إجاباته: يمكن تقسيم المقابلة إلى ثلاث أنواع:

(أ) - المقابلة المقفلة المغلقة Structured: وهي المقابلة التي تطرح فيها أسئلة تتطلب إجابات دقيقة ومحددة، ولا تفسح مجال للشرح المطول، وإنما يطرح السؤال وتسجل الإجابة التي يقررها المستجيب.

(ب) - المقابلة المفتوحة: Unstructured: وهي المقابلة التي يقوم فيها الباحث بطرح أسئلة غير محددة الإجابة، وفيها يعطي المستجيب الحرية في أن يتكلم دون محددات للزمن أو للأسلوب وهذه عرضة للتحيز وتستدعي كلام ليس ذا صلة بالموضوع. (ت) - المقابلة المقفلة المفتوحة: وهي التي تكون الأسئلة فيها مزيج من النوعين السابقين (مقفلة ومفتوحة). وفيها تعطى الحرية للمقابل بطرح السؤال بصيغة أخرى والطلب من المستجيب لمزيد من التوضيح. ثالثا: من حيث طبيعة الأسئلة: يمكن تقسيم المقابلة إلى ما يلي:

أ - المقابلة الحرة: التي تطرح فيها أسئلة غير محددة الإجابة. (ب) - المقابلة المقننة: وهي المقابلة التي تطرح فيها أسئلة تتطلب إجابات دقيقة ومحددة.

(ت) - المقابلة غير المقننة: ويتصف هذا النوع من المقابلات بالمرونة والحرية بحيث تتيح للمفحوص التعبير عن نفسه بصورة تلقائية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عبد الله العكش: البحث العلمي و مناهج والإجراءات، مرجع سابق، ص 65.

(ث) - المقابلة البؤرية: حيث تكون الوظيفة الأساسية للباحث هو تركيز الاهتمام على خبرة معينة صادفها الفرد وعلى آثار هذه الخبرة.

(ج) - **المقابلة غير الموجهة:** حيث يكون المفحوص أكثر حرية في التعبير عن مشاعره ودوافع سلوكه بدون توجيه معين من الباحث.

رابعاً: حسب طول المقابلة ومدتها: تقسم إلى

(أ) - المقابلة القصيرة.

(ب) - المقابلة الطويلة.

(ت) - المقابلة لمرة واحدة.

(ث) - المقابلة المتكررة.

**الشرط الواجب أن تتوفر في المقابلة:**

هنالك عدة شروط يجب أن تتوفر في المقابلة الناجحة منها:

- 1- أن تحدد أهداف المقابلة، وأن تكون واضحة ومفهومة.
- 2- أن يقوم شخص ماهر ومدرب بالمقابلة.
- 3- أن يعد من يقوم بالمقابلة قائمة الأسئلة.
- 4- أن لا يشعر من يقوم بالمقابلة الطرف الآخر بأنه سيقوم بإعطاء إجابة معينة أو تحييزة.
- 5- يفضل أن يكتب من يقوم بالمقابلة ملاحظاته عنها أثناء إجرائها.
- 6- أن يكتب من يقوم بالمقابلة تقريراً مفصلاً عن المقابلة فور انتهائها.
- 7- أن يقوم المقابل بإعلام المستجيب بطبيعة المشروع ويشجعه على التعاون معه.
- 8- أن يكون صريحاً مع المستجيب بحيث لا يخفي عنه الحقيقة.

9- مراعاة المقاييس العلمية عند اختيار الأشخاص.

10- طلب الإذن بتسجيل المقابلة، إذا كانت على شريط مسجل.

5- النظرية المقارنة:

- البنائية الوظيفية:

يعد المنظور البنائي الوظيفي من أهم المنظورات وأكثرها واقعية حيث ينظر للمؤسسة باعتبارها شبكة للعلاقات الاجتماعية، بحيث أن استمرار التنظيم ووجوده يعتمد على مدى التوافق والانسجام في شبكة العلاقات - ومن ثم فإن دراسة دور العلاقات كإدارة في ظل البنائية الوظيفية يضع لها دورا محددًا في التنظيم مما يحقق الكفاءة الفاعلة في الأداء.

ويمثل المنظور البنائي إطار العمل يشمل البنائية وتمتد الأصول النظرية لذلك المنظور في النموذج العلمي والوضعي في كتابات "اميل دوركايم"، ماكس فيبر، تاكولت بارسونز، روبرت ميرتون، وترى تلك النظرية أن الظاهرة الاجتماعية توجد كنتيجة للتفاعل داخل الأبنية الاجتماعية وتكون الوظيفة هي تعزيز ذلك البناء، كما تنظر للتنظيم باعتباره رمز للتفاعل داخل البناء الاجتماعي أو نتاجا للتبادل الاجتماعي، بحيث يحدث نوع من التوازن بين العلاقات. (1)

### إفترضات النظرية:

✓ تفترض النظرية أن التنظيم وعلاقاته يعد جزءا من نسق أكبر، والعمليات التي تؤدي إلى وجود تلك التنظيمات مثل (التعاون والصراع والاتصال) تحدث كنتيجة للتفاعل في أجزاء معينة في النسق تتأثر وتتكيف مع بعضها البعض من أجل حماية البناء ككل ويعد النموذج البنائي الوظيفي نموذجا ذاتيا، إذ يهتم السلوك في انطاق معناه الذاتي عند الفاعل، فالأفراد من وجهة النظر البنائية الوظيفية يمارسون أنواعا شتى من الأفعال ، وأثناء تلك العملية يتبادلون العلاقات فيما بينهم، وإذا رُؤى أنه من الضروري المحافظة على العلاقات الاجتماعية فلا بد من وجود أنواع أخرى من نشاطات جزئية التي تهدف إلى الحفاظ على الحفاظ على الكل ، وهذا هو المعنى التقريبي للوظيفة ، حيث هي الدور الذي تؤديه الجزء في الحياة الاجتماعية وفي الكل الاجتماعي المتمثل في البناء الذي يتكون من أنساق اجتماعية تتوافق فيما بينها، ويقصد بالبناء الاجتماعي مجموعة العلاقات الاجتماعية التي تتكامل وتنسق الكل الاجتماعي وتحدد بالأشخاص والإجماعات وما ينتج بينهم من علاقات، وفقا للدور الاجتماعي الذي تمارس في ضوء الكل وهو البناء الاجتماعي.

✓ و ترى أن المجتمع يمثل بناءا معقدا ، كما لو كان تنظيما معقدا، وبهذا فإن الظاهرة الاجتماعية تعد أكثر من مجرد تجمع من الأفراد ككيان ، وبهذا فإنه ففي حين تنظر التفاعلية

<sup>1</sup> عبودي نعمة الجبوري، إدارة العلاقات العامة بين الابتكار والتطبيق، ط1، دار الرياحين للنشر والتوزيع، عمان 2016، ص ص 124، 125.

الرمزية للجزء حتى تفهم الكل ، فإن النظرية البنائية الوظيفية تنظر للكل حتى تفهم الجزء، ويرى "ويلسون" أن المنظور للبناء الإجتماعي كما لو كان بناءا تنظيميا يوجد كنتيجة للوظيفة ، ومن منظور البنائية الوظيفية فإنه يفيد أبحاث العلاقات العامة في البناء التنظيمي للمؤسسة.

- ✓ ويجد الباحثون في ميدان العلاقات العامة حاجة لدراسة العلاقات العامة ودورها في المؤسسة والذي يمثل فائدة بنائية وظيفية تسهم في فهم بناء المؤسسة والدور الذي يقوم به الاتصال والعلاقات العامة في التنظيم كنتاج لوضعهم داخل البناء التنظيمي للمؤسسة.
- ✓ أيضا يفيد ذلك المنظور في دراسة العلاقات العامة المتبادلة بين الممارسين ووظائفهم وأدوارهم، من خلال إدارة العلاقات العامة بين شبكات العمل في المؤسسة ووضع مكانة وظيفة العلاقات العامة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> عبودي نعمة الجبوري : إدارة العلاقات العامة : بين الابتكار و التطبيق، مرجع سابق، ص 126.

# الفصل الثاني

## مدخل عام للعلاقات العامة

تمهيد

- 1 - مفهوم العلاقات العامة
- 1 - 1 مفهوم العلاقات العامة عند الغرب
- 1- 2 مفهوم العلاقات العامة عند العرب
- 1 - 3 نشأة و تطور العلاقات العامة
- 1 - 4 أسباب الإهتمام بالعلاقات العامة
- 1 - 5 أهم مبادئ وأسس العلاقات العامة
- 1 - 6 وظائف العلاقات العامة
- 1 - 7 أهداف و أهمية العلاقات العامة
- 1 - 8 أخصائي العلاقات العامة و الخطوات السليمة للممارسته

خلاصة الفصل

## تمهيد:

إزاء التعاضم المستمر في أهمية نشاط العلاقات العامة بشكل جعل من هذا النشاط نشاطا لا يمكن الإستغناء عنه في المنشأة الحديثة فقد تطورت العلاقات العامة كعلم وكفن لتصبح أيضا مهنة أو وظيفة إدارية في المنشأة وأي مهنة تحتاج إلى التخصص في شأنها كغيرها من المهن.

و قد تطلب ذلك وجود كوادر بشرية لديها الإستعداد وتملك الخبرة والعلم اللازمان لممارسة تلك الأنشطة على أكمل وجه وبأعلى كفاءة ممكنة وتتوفر فيها الشروط والموصفات التي تجعلها صالحة لتفهم الاتجاهات والتطورات التي تحدث في الرأي العام كما أنه لكي يصبح الخبير صالحا لأداء عمله يجب أن تكون على علم تام حوله داخل المؤسسة وخارجها من أحداث تتبع له الإستفادة من كل فرصة لخدمة الجمهور وتحقيق مصالحه سواء بنقل المعلومات إليه أو بالرد على مايعن له من أسئلة أو بالإستجابة لملاحظاته المعقولة أو بالأداء خدمة واقعية له.

## 1- مفهوم العلاقات العامة:

### 1-1- مفهوم العلاقات العامة عند الغرب:

1- عرف المعهد البريطاني العلاقات العامة: "بأنها جهود مخططة مرسومة هدفها إقامة تفاهم مستمر بين المؤسسة وجمهورها".

2- عرفت الجمعية الفرنسية العلاقات العامة: "بأنها مجموعة الوسائل التي تستخدمها لخلق جو من الثقة لدى الموظفين والعمال والهيئات المتصلة بها"<sup>1</sup>.

3- عرفت جمعية العلاقات العامة الدولية: "بأنها وظيفة الإدارة المستمرة والمخططة والتي تسعى بها المؤسس، وذلك من خلال قياس اتجاهات الرأي العام لضمان وتوافقه قدر الإمكان مع سياستها وأنشطتها لتحقيق المزيد من التعاون والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل".

4- وتعرفها موسوعة العلاقات العامة: "مجموعة من الوظائف الإدارية والإشرافية والتقنية التي تعزز قدرة المنظمة على الإستماع بشكل إستراتيجي للأفراد الذين لديهم علاقات متبادلة مع المنظمة بشكل يساعدها على تحقيق مهامها".

5- ويعرفها قاموس التراث الأمريكي: "الأساليب والأنشطة المستخدمة لإنشاء وتعزيز العلاقات الإيجابية مع الجمهور". ويعرفها أيضا: "درجة النجاح التي يتم الحصول عليها من خلال تحقيق علاقات إيجابية مع الجمهور"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> د.سعادة راغب الخطيب، مبادئ العلاقات العامة ودار البداية ناشرون وموزعون، عمان، ط1، 2009، ص25.

<sup>2</sup> عبودي نعمة الجبوري : إدارة العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار الأيام للنشر والتوزيع والأردن، ط1، 2016، ص13،

- 6- و يعرفها قاموس وسائل الإعلام والاتصال الصادر من لوبنجمان: "العلاقات العامة على أنها وظيفة إدارية لتقييم اتجاهات الجمهور، ويتبع هذه العملية المستمرة السياسات والأنشطة للمنظمة والتي تتماثل مع مصالح الجمهور"<sup>1</sup>.
- 7- ويعرفها قاموس ويبستر: "إنما الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق الأهداف مع مراعاة القيم والمعايير والاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة بالمجتمع"<sup>2</sup>.
- 8- ويعرفها كانفيلد ومور بأنها: "الفلسفة الاجتماعية والتي تعبر عنها من خلال أنشطتها وسياساتها المعلنة للجمهور لكسب ثقته وتفاهمه" ويؤكد كانفيلد ومور في شرحهما لهذا المفهوم على أهمية الاتصال المزدوج في تحقيق التفاهم بين المؤسسة وجمهورها، وأن الثقة بين الطرفين لا تتحقق بسهولة، وإنما تحتاج إلى جهود مستمرة. وكذلك فإن العلاقات العامة ليست بديلا عن الإدارة الجيدة أو علاجا للسياسات القاصرة أو المنتجات السيئة أو الخدمات الرديئة، فالإنفاق على العلاقات العامة في هذه الأحوال يضيع سدى لأنه يحقق أي نتائج طيبة للمؤسسة.
- 9- وقد عرف جريز ويلد العلاقات العامة بأنها: "الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتقويم الاتجاهات، وتحديد سياسات الفرد أو المنظمة بما يتفق مع مصلحة الجمهور، وتنفيذ برنامج يهدف إلى كسب رضا ذا الجمهور وتفاهمه".
- 10 - ويعرفها بول جاريت: "العلاقات العامة ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة تبدو في صورة مخالفة صورتها الحقيقية، وإنما هي الجهود المستمرة من جانب الإدارة لكسب ثقة الجماهير من خلال الأعمال التي تحظى باحترامه"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> د. بسام عبد الرحمن الجرايدة: إدارة العلاقات العامة، دار الأسماء للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2013، ص33.

<sup>2</sup> د. ياس خضير البياني، د. عبده محمد داوود، وآخرون: مقدمة في العلاقات العامة والإعلان، الأفاق المشرقة الناشرون، عمان، 2012، ص ص 3435.

<sup>3</sup> د. علي عجوة: العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، القاهرة، 2006، ص 15.

## 1-2- مفهوم العلاقات العامة عند العرب :

1- يعرفها أحمد كمال وعدلي سليمان في كتاب الخدمة الإجتماعية والمجتمع بأن العلاقات العامة هي: "عملية لقياس وتحليل الرأي العام لتوصيل رأي جمهور للمؤسسات من ناحية أو توصيل رأي المسؤولين في المؤسسات إلى الجمهور من ناحية أخرى، وهي عملية مستمرة في نشاط العلاقات العامة".

2- ويعرفها محمود محمد الجوهري: "العلاقات العامة هي فن حصول على رضا الجمهور وثقته وتأييده والوصول إلى ذلك عن طريق الاتصال والتفسير الكافيين"<sup>1</sup>.

3- ويعرفها ابراهيم إمام "بأنها الجهود المتصلة الواعية الموجهة التي تستهدف إيجاد صلات ودية تقوم على الفهم المتبادل بين هيئة وجمهورها".

ويعرفها محمد فريد الصحن: "هي النشاط المخطط الذي يهدف إلى تحقيق الرضا والتفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها سواء داخليا أو خارجيا من خلال سياسات وبرامج تستند في تنفيذها على الأخذ بمبدأ المسؤولية الإجتماعية"<sup>2</sup>.

- و يوجد مفاهيم قصيرة للعلاقات العامة:

1- هي فن التأثير المتبادل على الآخرين.

2- هي درجة التأثير المؤسسة على الجمهور.

3- هي الجهود التي تبذل للتأثير على الجمهور

4- هي تكوين علاقات طيبة بين المؤسسة والجمهور

5- هي وسيلة اتصال بين طرفين بغرض تحقيق هدف معين.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد فريد الصحن : العلاقات العامة ( المبادئ والتطبيق )، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2004، ص16

<sup>2</sup> الجوهري محمد محمود : المؤتمرات فيالعلاقات العامة، مكتبة الدولية الأنجلو مصرية، القاهرة، ص 102

<sup>3</sup> د. حسن أحمد الشافعي : تطبيقات العلاقات العامة، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة، الإسكندرية، 2006، ص16.

### 1-3- نشأة وتطور العلاقات العامة :

العلاقات العامة هي نشاط مارسه الإنسان منذ أقدم العصور كوسيلة لتحقيق التفاهم والتعاون مع باقي أفراد المجتمع الذي يعيش فيه وهي على مدى التاريخ، فقد تفهم القادة والزعماء مدى أهمية التأثير على الرأي العام للجمهور من خلال إقناعهم بأفكارهم وآرائهم.

فالعلاقات العامة نشاط يعتقد كثير من الناس أنه موضوع نشأ حديثاً ونشك عقب الحرب العالمية الثانية وأنها كوظيفة جديدة لم تأخذ مكانها في المؤسسات الحديثة إلا قريبا لكن الحقيقة أن العلاقات العامة ظاهرة إجتماعية وجدت بوجود الإنسان ونشأت بالضرورة في كل مجتمع بشري وتطورت بتطور المجتمعات وذلك أن الإنسان كائن إجتماعي بطبعه من الضروري أن يعيش في مجتمع آدمي ويتواصل مع غيره في إطار مجتمعه الصغير والمجتمعات البشرية الأخرى. وهو ما تفرضه حتمية المصالح وتبادل المنافع فتاريخ العلاقات العامة قدم قدم البشرية.. لقد استخدم مصطلح العلاقات العامة بمعناه الحديث لأول مرة في السنوات الأخيرة من القرن التاسع عشر من خلال محاضرة ألقاها المحامي " دورمان إيبتون " بعنوان أن العلاقات العامة وواجبات المهنة القانونية، وذلك ما سهل في مستهل عام 1882، أما تعبير مفهوم فقد ظهر لأول مرة public relation لأول مرة في عام 1907 في نص خطبة الرئيس الأمريكي " توماس جيفري سون " في نص الرسالة السابعة للكونغرس حيث ركز على تعبير حالة الفكر وأدرج تعبير العلاقات العامة.

ويمكن إعتبار هذا أول تنويه تاريخي إلى هذا المجال الجديد للعمل ثم لحقه، في عام 1908، "تيودور فيل" رئيس شركة التليفون والتلغراف الأهلية عندما استخدم مصطلح العلاقات العامة في بداية تقرير الشركة لذاك العام، وقد أدمج المصطلح شائعا مألوفاً بعد ذلك في العشرينيات من القرن العشرين<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> د.منال هلال لمزاهرة : إدارة العلاقات العامة وتنظيمها، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2015، ص25.

كما يعتبر الصحفي إيفلي أول من كشف عن العلاقة المتبادلة بين المنشورات الإيجابية في الصحافة حول شركة ما أو مجموعة سياسيين وبين تحقيقهم نجاحات جديدة فلقد بدأ إيفلي ممارسة الصحافة عام 1903 بعد أن أسس وكالة خاصة به وفي عام 1906 قد إعلان المبادئ الشهيرة التي أضحت موضوعاته تشكل أساس العلاقات العامة المتحضرة واعتبر إيفلي أن غير مسموح به وضع الأوساط الإجتماعية في متاهة عند تقديم النشرة الصحفية ذلك لأن هذا الأمر غي مفيد وغير لائق ولأن الكذب سيظهر عاجلا أم آجلا في 1914 يبدأ إيفلي العمل في خدمة الملياردار "جون رد كفيلير" ويجذبه نحو فكرة الأهمية الإجتماعية لإدارة الأعمال، وفي السنوات العشرين التي عمل خلالها إيفلي عند "جون" شكلا من أشكال ألف باء العلاقات العامة في إدارة الأعمال فقد كان إيفلي لي من أوائل من إستخدم مصطلح العلاقات العامة<sup>1</sup>.

#### 1-4- أسباب الإهتمام بالعلاقات العامة :

لقد ظهرت العلاقات العامة كمهنة وذلك نتيجة العديد من العوامل التي أدت إلى زيادة الإهتمام بها كمنشآت إداري متخصص يحظى باهتمام الإدارة العليا في معظم المؤسسات وما يلاحظ على هذه العوامل أنها متداخلة في طبيعتها وتأثيرها على تزايد أهمية هذا النشاط ويمكن أن نوجز هذه العوامل في الآتي:

#### 1. التوسع الصناعي والتجاري والتقدم التكنولوجي:

- ✓ التوسع وكثرة النشاطات التجارية والإقتصادية والتنموية.
- ✓ إزدیاد التنافس بين المنظمات على إختلاف أنواعها ومجالات تخصصها.
- ✓ زيادة عدد الموظفين في المؤسسات والشركات وتنامي مشاكلهم وكذلك الحاجة إلى حل هذه المشكلات.
- ✓ عدم فهم الأهداف المطلوبة لتحقيقها من طرف العاملين بالمنظمة.

<sup>1</sup> أحمد محمد مصطفى الخدمة الإجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية، 1999، ص 19

✓ تتمين العلاقات بين الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي الذي يعتبر من أبرز وسائل نجاح المؤسسة وتطورها<sup>1</sup>.

## 2. تنامي نقابات العمال ومنظمات الدفاع عن حقوق المستهلكين:

للنقابات ومنظمات الدفاع عن الإنسان لها قوة التأثير لذا لا بد من كل المنظمات توطيد العلاقات مع هذه النقابات والهيئات بشكل يخدم المصلحة العامة لكي لا تكون في المستقبل مصدر تهديد للشركة ونقطة ضعف بالنسبة لها.<sup>2</sup>

## 3. دور الرأي العام وأهميته:

✓ إحترام آراء الجمهور وإعطائه حقه في التعبير دون أي وساطة.

✓ أضحي المستهلك هو سيد السوق وأصبحت كافة سياسات التسويقية والانتاجية والخدماتية تدور حوله وفقا لما يريد وما يحتاجه وما يشبع حاجياته.

✓ حق المواطن في المعرفة والحصول عليها حيث أجازت كافة التشريعات على مقاضات المنظمات التي لا توفر له المعلومة الصحيحة.

## 4. تقدم وتطور وسائل الإعلام والاتصال:

إن وسائل الإعلام هي عصب العلاقات العامة فمن خلال هذه الوسائل يمكن : به تحقيق التفاهم الدائم والمشارك بين الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي من جهة وبين الموظفين وإدارتها<sup>7</sup> تقوية الروابط وعلاقات العمل على إيصال المعلومة الأنوية والدقيقة والحصول على الأخبار والأحداث وفور حدوثها تحويل العالم إلى قرية كونية<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> محمود جودت ناصر : الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، دار المجدلاوي، عمان، ط1، 1997، ص 196

<sup>2</sup> للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 21 . بشير العلاق : العلاقات العامة وإدارة الأزمات، دار اليازوري العلمية

<sup>3</sup> علي عحوة : الاعلام وقضايا التنمية، عالم الكتاب، القاهرة، 2004، ص 167 . بشير العلاق : مرجع سبق ذكره، ص 22

## 2-4 أهم مبادئ وأسس العلاقات العامة:

تستند العلاقات العامة في أدائها على مجموعة من أسسها لبادئ وتمثل البادئ التي تعتمد عليها العلاقات العامة فيما يلي:

1- إاحترام الرأي العام سبب ثقة إهتمام الجماهير الداخلية والخارجية، حيث تقوم العلاقات العامة باحترام رأي الفرد وحقه في التعبير وإعطاء الرأي كما تسعى إلى الشروط المناسبة لعرض هذه الآراء وتوفير المناخ الحر والمناسب الذي ينثل البيئة المثلى بالنسبة للرأي العام والجمهور، وتعمل المؤسسة على كسب ثقة الجماهير من خلال ما تتصف به أعمالها من مصداقية في كل ما تعمله وتصرح به.

2- العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة: أي يجب أن يوجد تفاهم متبادل بين المؤسسة وموظفيها بمختلف مستوياتهم وثقافتهم، وتحسين العلاقة بالجمهور الداخلي الذي يعتبر هو بداية العلاقة الناجحة مع الجمهور الخارجي<sup>1</sup>.

3- إتباع الأساليب العلمية في البحوث: إن عملية إجراء البحوث وقياس اتجاهات الرأي العام حول المنظمة يعتبر من أحد وظائف العلاقات العامة أن يتبعوا الطريقة العلمية في البحث وعدم التحيز والذاتية ويكون موظف العلاقات العامة موضوعيا في إجراء عملية البحث لكي يصلوا إلى نتائج دقيقة وواضحة<sup>2</sup>.

4- المسؤولية الاجتماعية: إن النظريات الإدارية الحديثة تؤمن بأن المنظمة هي نظام مفتوح يتفاعل ويتعامل مع بيئته الخارجية وكل ما يحيط به فيؤثر ويتأثر به ولذلك فإن هذه المسؤولية تقع على عاتق المنظمة فيها يتعلق بالمجتمع الذي تعيش فيه.

<sup>1</sup> اشدوان على شيبية : العلاقات العامة : بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2012، ص5960.

<sup>2</sup> منال محمود طلعت : العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، الناشر المكتبي الجامعي، الأزاريطة، 2002، ص3130

## 1-6- وظائف العلاقات العامة:

تمثل وظائف العلاقات العامة في مختلف المؤسسات فيما يلي :

### 1- البحث العلمي :

ويقصد به تلك الدراسات المتعلقة بقياس إتجاهات الرأي العام بين جماهير المؤسسة سواء الداخل أو الخارج وتقدير مدى نجاح الحملات والبرامج الإعلامية ووسائلها بمقاييس إحصائية دقيقة. حيث تقسم البحوث الإعلامية إلى أربعة أنواع:

البحوث الوصفية، البحوث الإستكشافية، البحوث التجريبية، البحوث التاريخية.

### 2-وظيفة التخطيط :

ويقصد بها كيفية توظيف الموارد المادية والبشرية المتاحة أو التي يمكن إتاحتها سنوات الخطة، من أجل تحقيق أهداف معينة مع الإستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات. ويصنف التخطيط في العلاقات إلى:

- التخطيط حسب الهدف المطلوب تحقيقه ويقسم إلى: (التخطيط الوقائي، التخطيط العلاجي).

- التخطيط حسب المدة الزمنية وينقسم إلى: (تخطيط قصير المدى، تخطيط متوسط المدى، تخطيط طويل المدى)<sup>1</sup>.

### 3- وظيفة الاتصال :

الاتصال وسيلة لتنفيذ الخطة وهذا يتطلب إبتكار الإدارة ووسائل لنقل الخطة للواقع والاتصال هو عملية التي يقوم من خلالها نقل المعلومات وقد تكون رسالة شفاهية أو مكتوبة أو صورة أو حتى إشارة، والاتصال ليس في اتجاه واحد بل تتعدد اتجاهاته؛ وهذا يعني أن العملية الاتصالية لا تقتصر على إرسال الرسالة واستلامها بل إدراك محتواها وفهمه، ويكون الاتصال بين

<sup>1</sup> د. حذيفة زيدان خلف نشاط العلاقات العامة في هيئة التعليم التقني، العدد 17، 2012، ص 118.

الإدارات المختلفة وكذلك الاتصال بين المسؤولين وقادة الرأي لربط المؤسسة بجمهورها الخارجي وإبراز صورتها الطيبة وموقعها وأهميتها في خدمة جماهيرها<sup>1</sup>.

**4- وظيفة التنسيق:** تعتبر من العناصر المهمة في العلاقات العامة حيث يتم التنسيق بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى داخل المؤسسة والتنسيق المستمر مع هيئات الجمهور المحلي والهيئات تمثلها والمركز الإعلامية وتقوم كذلك بتأمين الاتصال الإعلامي واللازم مع المؤسسات الإعلامية لنقل صورة المؤسسة ونشاطاتها المختلفة ووظائفها في خدمة المجتمع<sup>2</sup>.

**5- وظيفة التقييم:** ويعني قياس النتائج الفعلية من خلال تطبيق البرامج الموضوعة للعلاقات العامة، وتحديد الإنحرافات الحاصلة ومن ثمة وضع الإجراءات التصحيحية لتقويم هذه الإنحرافات وضمان فعالية البرامج وتحقيق الأهداف المنشودة أو المرجوة<sup>3</sup>.

## 1-7- أهمية وأهداف العلاقات العامة:

### أ- أهمية العلاقات العامة:

لقد ظهرت الحاجة إلى تنظيم برامج العلاقات العامة على أثر التغيير الكبير الذي حدث في المجتمع، حيث تميز المجتمع الحديث بتغيرات كبيرة في شكله وتكوينه وطبيعته من الجوانب السياسية والاجتماعية والاقتصادية وأهم هذا التغيرات تجلت في:

✓ إزداد قوة التأثير الرأي العام وخاصة في المجتمعات الديمقراطية وهذه القوة في تزايد مستمر، بلا للحكومات حتى تستمر في الحكم أن تحمل تأييد الرأي العام، ولا بد للحكام أن يضمنون لأنفسهم البقاء، وأن يكون على اتصال مستمر بالشعب وأيضا المؤسسات حتى تنجح أعمالها، يجب أن تكون على اتصال دائم بالجمهور الذي تتعامل معه بالمجتمع الذي يتأثر نشاطاتها فيه.

<sup>1</sup> ياسين مسيلي: العلاقات العامة في المؤسسة الصحية دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي ابن باديس، قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2008-2009، ص 109.

<sup>2</sup> مرجع نفسه، ص 109.

<sup>3</sup> د. محمد جودت ناصر: الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، ص 207.

✓ كبر حجم المؤسسات الصناعية والتجارية وإزدياد التنافس بينها، فأصبح وجد الشركات الضخمة ذات التجهيزات الآلية الكبيرة والتي تستخدم ألوف من العمال وتنتج العديد من السلع وتتعامل مع ملايين من الناس وبقاع العالم المختلفة من مظاهر المجتمع الحديث.

✓ ظهور قوى متعددة متصارعة تحاول كل منها جذب الرأي العام لها حيث ظهرت الأحزاب السياسية والنقابات المهنية والإتحادات والغرف التجارية والجمعيات التعاونية، ومحاوله كل منا إبراز دورها ونشاطها.<sup>1</sup>

✓ تطور وسائل الإعلام والنشر تطورا ضخما نتيجة التقدم الفكري الفني والتقني الكبير، هناك تطر تقني الطباعة، وفي الإخراج الصحف والمجلات، كما ظهرت وسائل إعلام لم تكن ومعروفة فيما: كأفلام السينمائية، الراديو، التلفزيون. مما سهل من مهمة العلاقات العامة في الاتصال بال جماهير المختلفة واستخدام الوسائل الملائمة مع الجماهير المتنوعة.<sup>2</sup>

• وتبرز أهمية العلاقات العامة في:

✓ أن المنشآت الصناعية تنتج العديد من السلع التي تكمح في أن تصل إلى أيادي المشتريين والمستثمرين، وفي ذلك تربط الموردين بالمنشآت الأخرى التي تعمل معها، وتمدها باحتياجات مختلفة، بالإضافة إلى احتياجات جمهورها الداخلي والعمال وإلى من يربطهم بالمنشأة وأهدافها، حيث يزيد من إخلاصهم وولائهم لها.

✓ وتبد أهمية العلاقات العامة في أن المؤسسة الصناعية تسعى دائما في تنمية الإتصالات وتكوين الآراء حول السلع التي تنتجها المؤسسة، إذ لم تكن إدارة العلاقات العامة في المؤسسات على مستوى علمي عال من الخبرة الكفاءة، فلاشك أن علاقتها مع جمهورها الداخلي والخارجي سوف تتأثر بذلك وقد يحدث أن تواجه المؤسسة مواقف سيئة وصعبة تحتاج إلى القدرة واللباقة والحكمة في

<sup>1</sup> منال هلال لمزاهرة : إدارة العلاقات العامة وتنظيمها، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2015، ص34.

<sup>2</sup> أنغام حسن ايوب، د. زاهر عبد القادر جميل، وآخرون : العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الإجتماعية، ط1 دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص25.

معالجتها، لكي لا يظهر رأي مضااد أو كراهية للمؤسسة ومنتاجاتها خاصة في المحلات التنافسية والتي يسعى فيها المتنافسون إلى إطلاق الشائعات والتشويش ضد المنظمات الأخرى، وهنا تبرز أهمية العلاقات العامة في مواجهة هذه الصعوبات.

✓ وتتضح أهمية العلاقات العامة في المؤسسة الحكومية وأجهزها حيث تقوم بدور هام في تحسين العلاقة بين المؤسسات الحكومية أو الوزارات أو الجمهور؛ فعن طريقها ينمو الشعور بالمسؤولية عند المواطن، وبالتالي تحوّلهم إلى جمهور إيجابي متعاون مع الحكومة، ولقد نمت العلاقات العممة كمفهوم إداري وكوظيفة حيوية في الأجهزة الحكومية في الدول المتقدمة.

✓ وتظهر أهمية العلاقات العامة من حيث أنها تؤدي وظيفة هامة وحيوية للإدارة العامة، إذ أصبح من واجب الإداريين أن يخبروا الموظفين بسياساتهم ويجسوا نبض الرأي العام قبل هذه السياسات، من حقهم أيضا أن يردوا على الإنتقادات الموجهة إليهم ويبرروا تصرفاتهم التي تشغل الرأي العام<sup>1</sup>.

#### ب- أهداف العلاقات العامة:

كل منظمة عليها أن تحدد أهدافها، وأن تنظم مواردها لكي تحقق تلك الأهداف، وتعرف بأنها: "النتائج النهائية التي ترغب المنظمة في تحقيقها وليس هناك التي تضمنها، هذه الإدارات إنما وجدت لتقابل إحتياجات تنظيمية محددة حيث قسمت الأهداف إلى مجموعتين هما:

أولا : أهداف تسعى المعلقات العامة إلى تحقيقها مع الجمهور الداخلي:

✓ إمداد العاملين بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالمنظمة وتاريخها وأهدافها وسياساتها.

✓ أنشطتها وغيرها مما توافرها لديهم.

✓ رفع الروح المعنوية للعاملين، وتعريفهم بصفة مستمرة بأهمية العمل الذي يؤدونه

<sup>1</sup> أكرميه ابراهيم : العلاقات العامة في المؤسسة السياحية الجزائرية دراسة حالة لزيارة السياحة مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، الجزائر، 2005، ص 3132 .

- ✓ تنمية شعور الإمتناء والولاء والإعتزاز وغرباط العاملين بالمنظمة.
- ثانيا : أهداف تسعى العلاقات العامة إلى تحقيقها مع الجمهور الخارجي :
- ✓ إيجاد سمعة جيدة وصورة طيبة ومركز متميز للمنظمة لدى الجماهير التي تتعامل معها.
- ✓ الإعلام عن نشاط المنظمة وخدماتها وسياساتها وكافة جهودها المبذولة.
- ✓ الإتصال الدائم بأجهزة الإعلام المختلفة والمحافظة على علاقات حسنة ومستمرة معها
- ✓ إيجاد رأي عام إيجابي ومؤيد للمنظمة على المستوى القومي.<sup>1</sup>
- وتوجد أهداف أخرى :
- ✓ دعم سياسات المؤسسة وتقبل الجمهور لها.
- ✓ تنمية التفاهم المشترك بين المؤسسة والجمهور.
- ✓ تعزيز ثقة الجمهور بالمؤسسة.
- ✓ تقييم إتجاهات الجمهور والتنبؤ بها والاستجابة لها.
- ✓ العمل كنظام تحذير مبكر يساعد الإدارة على اتخاذ القرارات.
- ✓ توسيع مجال خدماتها وتسويقها وتقبلها لدى الجمهور الأوسع.<sup>2</sup>

### 1-8- أخصائي العلاقات العامة والخطوات السليمة لممارستها :

#### أ- أخصائي العلاقات العامة :

<sup>1</sup> د. أنغام حسن أيوب، زاهر عبد القادر جميل : العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الإجتماعية، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، 2016، ص ص 2931

<sup>2</sup> د. صالح خليل أبو أصبع : العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق للنشر والتوزيع، رام الله، ط1، ص 97.

أولاً : مفهوم رجل العلاقات العامة :

يعد أخصائي العلاقات العامة الذي عينته المنشأة وتعتمد عليه في إعداد برامج وخطط العلاقات العامة ومتابعة نتائجها اقتراح كل ما يتعلق بالعلاقات العامة بالشكل الذي تنظمه المنشأة مع فريق عمل في إطار الأهداف التي تحددها الإدارة العليا في وحدة تنظيمية<sup>1</sup>

ثانياً : الصفات الواجب توفرها في رجل العلاقات العامة :

يتصف رجل العلاقات العامة بعدة صفات تميزه عن باقي الموظفين متمثلة في:

- 1- قوة الشخصية والجاذبية : رجل العلاقات العامة يجب أن يكون جذاباً ومن مظاهر هذه الصفة هي سماحة الوجه، ورقة الحديث، حسن المظهر مع قدرته على استمالة الآخرين لآرائه.
- 2- حب الإستطلاع : المشتغل بالعلاقات العامة بحاجة دائمة إلى المعلومات. لذا يتطلب منه أن يكون لديه الرغبة المستمرة في تتبع الحريات والأحداث والسعي وراء الحقيقة وتفسيرها.
- 3- الاهتمام بالآخرين: يجب أن يكون رجل العلاقات العامة مقيلاً على الآخرين، متطلع إلى معرفة ما لديهم من أفكار وأخبار، محباً للاندماج معهم حتى يستطيع كسب ثقتهم.
- 4- الحماسة: أن يكون متحمساً لعمله وأفكاره، خاصة أن العلاقات العامة عملية مستمرة لبيع الأفكار للجمهور الداخلي والخارجي من أجل التأثير فيهم. وما لم يكن البائع متحمساً لما باع سلعته<sup>2</sup>.
- 5- الكياسة : يتوقف نجاح رجل العلاقات العامة على مدى تأثيره في تفكير الآخرين وهو ما يتطلب قدراً من الدقة والكياسة، فالغلطة دائماً تولد الإمتعاض والإستياء<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> د. منير حجاب، سحر محمد عبد الوهاب : المداخل الأساسية للعلاقات العامة، دار النشر والتوزيع القاهرة، رقم الإيداع 10297\92، ص72.

<sup>2</sup> اعواج عذراء : واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية دراسة ميدانية ببلدية قسنطينة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 20082009، ص109.

<sup>3</sup> عذراء عواج : مرجع سبق ذكره، ص109 . د. محمد منير، سحر عبد الوهاب : مرجع سابق، ص ص 7576 .

6- الموضوعية : وهي القدرة على النظر بتجرد عن الذات إلى مشكلات وتوصيات مطروحة وأسلوب عمل والتعرف على العيوب حتى ولو كان مصدرها الشخص نفسه وعدم التحيز لأي فريق على حساب الآخرين.

7- الإستمالة: حيث أن الهدف من التأثير في الآخرين يتضمن أفكارهم فلا بد لرجل العلاقات العامة أن يكون قادرا على استمالة الغير للأفكار التي يعبر عنها ويملك أن يحلل وجهات النظر المعروضة ويكشف مافيهها من ثغرات قبل أن يقدم أفكاره بطريقة مقنعة

ب- الخطوات التي تؤطر الممارسة السليمة للعاملين في العلاقات العامة :

تتمثل في:

أولاً- تحديد المسؤوليات:

حيث يمكن تقسيم المسؤوليات وفق للتوصيف الوظيفي:

1- مدير الإدارة : يقوم مدير الإدارة بالعمل الرسمي في الدائرة، غالبا ما يكون خلف الكواليس كما أنه قد لا يحصل على التقدير الكلي الذي يستحقه وبشكل عام، فإن الإدارة بدون مدير مسؤول سرعان ما تواجه الكثير من الصعوبات أثناء. ومن أحد الواجبات الرئيسية لمدير الإدارة تنسيق جهود العلاقات العامة عن طريق الدائرة والعمل كمتحدث ينوب عن رئيس، ويتحمل هذا الشخص المسؤولية عن جمع ونشر المعلومات التي تخص الدائرة جميع المعلومات المعنية، وفي الجامعة، ومصادر الإعلام المجتمعية، كما أن إبلاغ الآخرين على اطلاع بالأحداث القادمة أو أهم الأخبار يعتبر من العناصر الهامة لبناء علاقة عمل إيجابية والرضا عن تغطية نشاطات الإدارة وسمعتها.

أوقات الأزمات : أما في أوقات الأزمات، فإن الرئيس هو الشخص الوحيد المفوض للتحدث مع وسائل الإعلام، ويحتاج مدير الإدارة إلى تنسيق أي اتصالات مع وسائل الإعلام وفيما يلي أهم مسؤوليات العلاقات العامة لمدير الإدارة :

✓ تنسيق جميع جهود العلاقات العامة في الدائرة.

✓ إرسال النشرات الإخبارية إلى الصحف المحلية والجامعية وإبلاغ وسائل الإعلام عن الأحداث الإيجابية.

✓ تنسيق الموقع الإلكتروني للدائرة وضمان تحديث الموقع بشكل منتظم.

✓ تدقيق النشرات الإخبارية للدائرة، ومواد التوظيف، وغيرها من المنشورات الموجهة إلى المجتمع.

✓ ضمان وجود المكتب الدولي على قائمة توزيع جميع المراسلات الدائرة

✓ العمل مع مدير العلاقات العامة الخريجين من أجل المحافظة على الدائرة وقواعد بيانات عن الخريجين.

✓ التنسيق العلني للدائرة ومهام الخريجين.<sup>1</sup>

✓ إبقاء الأعضاء على إطلاع بفرض الجامعة ونظامها.

✓ العمل مع مجلس الجمعية للحصول على نشر أخبار الخريجين.

## 2- الرئيس :

يتحمل رئيس الدائرة مسؤولية عن الدائرة، والاتصال مع الموظفين، وأعضاء الدائرة والمتطوعين من الخريجين، وموظفي الجامعة وموظفي المكاتب الدولية.

كما يعمل الرئيس كمتحدث رسمي ممثل للدائرة في اجتماعات مجلس الإدارة المؤتمرات القيادية، وغيرها من المناسبات ما يفوض شخصا آخر للقيام بهذه المهام. ومن الضروري أن يدرك جميع أعضاء الدائرة أنه في أوقات الأزمات، والحوادث... الخ، فإنه لا يوجد شخص مفوض للتحدث عن تلك المواضيع إلى الجمهور خارج الدائرة، ويكون المفوض الوحيد هو الرئيس، يمكن له تفويض مدير الإدارة للقيام بهذه المهمة.

<sup>1</sup> د. عبد الرزاق الدليمي : العلاقات العامة في المجال الدليمي، دار اليازري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص

## 3- مدير إدارة المخاطر :

تم تشكيل منصب مدير إدارة المخاطر لتطوير، وتنفيذ والإشراف على برنامج إدارة المخاطر في الدائرة ومن أهم الأدوار والإدارية وإعداد الدائرة للتعامل مع الأزمات وحالات الطوارئ والعلاقات العامة التي تعتبر جزءاً رئيسياً من إدارة سياسات إدارة المخاطر والإجراءات وأن يستطيع التواصل بوضوح مع الضيوف وأفراد المجتمع. وعلاوة على ذلك فإن ضمان اتباع الدائرة الإجراءات إدارة المخاطر في حياتهم اليومية وأن الدائرة تطبق هذه الإجراءات.

## ثانيا- المحافظة على صورة إيجابية:

يتعرض الإغريق لاستمرار للحريق. وهناك العديد من المجموعات التي لديها نظرة سلبية تجاه نظام الإغريق، وخاصة الرجال. وقد أدت الحياة الجامعية الإغريقية في الستينات، والسبعينات، والثمانينات والتسعينات إلى خلق كابوس ليلي للعلاقات العامة وقد بنى الذين يعيشون خارج النظام الإغريقي وجهات نظرهم على حقائق عرضت عليهم بسبب أعمال عدد من رجال مكافحة الحريق، وما تصوره وسائل الإعلام عن الإغريق، وخبراقم الشخصية الخاصة. كما أن هذه المصادر، التي تزامنت مع المفاهيم الخاطئة التي تعرضها الأفلام مثل (بيت الحيوانات)، وبرامج التلفاز والمقالات الإفتتاحية إلى إخافة النظام اغريقي ويجب أن نسير مسافة طويلة لإعادة إكتساب صورة إيجابية عن رجال مكافحة الحريق والتي يحملها المجتمع عنهم.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> . د. عبد الرزاق الدليمي : العلاقات العامة في المجال الدليمي، مرجع سابق، ص ص184185

## خلاصة الفصل :

من خلال ما نتطرقنا إليه يتضح لنا أن العلاقات العامة هي نشاط اتصالي قديم قدم البشرية، ولقد مر بعدة محطات تاريخية التي عرفت فيها عدت تغييرات إلى أن أصبح علم قائم بذاته وضع لنفسه مكانة مرموقة في الدول المتقدمة فق التخطيط الدقيق والبرامج المدروسة من خلال الوظائف والمهام التي أنطويت به في تلميع صورة المؤسسة، مرتكزا في ذلك على مجموعة من الأسس والمبادئ والأخلاقيات، فاحتل بذلك صدارة الترتيب في الهيكل التنظيمي للمؤسسة.



## الفصل الثالث

### العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية

تمهيد.

- 1 - مفهوم الإذاعة المحلية.
- 1 - 1 - نشأة وتطور الإذاعة في العالم.
- 1 - 2 - نشأة الإذاعة في العالم الغربي.
- 1 - 3 - نشأة الإذاعة في الوطن العربي.
- 2 - نشأة وتطور الإذاعة في الجزائر.
- 2 - 1 - نشأة الإذاعة المحلية.
- 2 - 2 - أسباب انتشار الإذاعات المحلية.
- 2 - 3 - العناصر الأساسية للجهاز الإذاعي.
- 2 - 4 - أنواع الإذاعات .
- 2 - 5 - مهام ووظائف الإذاعة المحلية.
- 2 - 6 - أهداف العلاقات العامة تجاه المجتمع المحلي.
- 2 - 7 - أهمية ممارسة أنشطة العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية:

- خلاصة الفصل

## تمهيد:

تعد الإذاعة من أهم وسائل الاتصال الجماهيري التي يصل أثيرها إلى كافة المجتمعات وذلك من خلال إتاحتها الفرصة للاتصال 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 تحسيد 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.

## 1 - مفهوم الإذاعة المحلية :

الإذاعة المحلية إذاعة تخاطب مستمعا محددًا له مصالحه وارتباطاته الاجتماعية المعروفة وله تقاليده وعاداته وتراثه الفكري والخاص وهي تبث برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا محدود العدد، يعيش فوق ارض محدودة المساحة، ومجتمعا 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، او مجموعة قرى متقاربة، أو مدينة صغيرة... الخ.<sup>1</sup>

- 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<sup>2</sup>.

وهذا يعني أن الإذاعة عبارة عن مؤسسة تبث مجموعة من البرامج الإعلامية، والتعليمية، والترفيهية، عن طريق جهاز يسمح بإرسالها في آن واحد<sup>3</sup>.

- كما يعرفها " محمد منير حجاب " بأنها: "أوسع وسائل الاتصال انتشارا وأكثرها شعبية، وجمهور عام بجميع مستوياته، فتستطيع الوصول إليه مختزقة حواجز الأمية، والعقبات الجغرافية والقيود السياسية، التي تمنع بعض الرسائل الأخرى من الوصول إلى مجتمعاتها، يعني أن الإذاعة تخاطب جميع أفراد المجتمع ذلك أنها لا تعرف الحدود إذا قارنها ببعض الوسائل الأخرى<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> منى سعد الحديدي، سلوى إمام على الإعلام والمجتمع، دار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 2004، ص 161.

<sup>2</sup> د. عبد العزيز، شرف : المدخل إلى وسائل الإعلام = الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، سينما، المنتج، أقمار الإتصالات، ط2 دار الكتاب النصري، دار الكتاب اللبناني في الطباعة للنشر والتوزيع، 1989، ص403.

<sup>3</sup> عبد المجيد شكري: تكنولوجيا الاتصال إنتاج برامج في الراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص 11.

<sup>4</sup> د منير حجاب : الإعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص 249.

- كما يعرفها " فوضيل دليو" على أنها: " ما يث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية 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.<sup>1</sup>

- وتعرف كذلك أن الإذاعة مسموعة تعتمد على عنصر الصوت باعتباره المادة لبرامجها، ومهما تعددت وتنوعت أشكال البرامج، فإنها لا تخرج عن كوكبا صوت ينطلق عبر الأثير ليصل إلى أذن المستمع، وقد يكون هذا الصوت كلمة منطوقة، أو لحنا مغنى، أو معزوفة موسيقية، أو مؤثرا صوتيا.<sup>2</sup>

### 1-1- نشأة وتطور الإذاعة في العالم:

### 1-2- نشأة الإذاعة في العالم العربي:

لقد جاء ظهور الإذاعة كنتيجة لأبحاث العلماء المستمرة في الكهرباء والمغناطيسية كبدية لثورة الالكترونيات إلى 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 ( 1894) واستطاع إرسال أو إشارة إلى مسافة أربعة أمتار، ثم توالى تحاربه لنظام الإرسال والاستقبال إلى أن تمكن في يوم

14 سبتمبر 1901 من التقاط الإشارة اللاسلكية عبر المحيط.

اعتمد ماركوني في إنشاء أعماله على ما توصل إليه من سبقه من العلماء من ذلك انه استخدم نظام (سمويل موريس) لإرسال واستقبال الإشارة التي توصل إليه قبل 45 عاما، كذلك

<sup>1</sup> 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، 20052006، ص 22

<sup>2</sup> د. محمد مصطفى كاظم الطائي : الفنون الإذاعية والتليفزيونية وفلسفة الإقناع، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007، ص16.

اعتمد "ماركوني" على نظرية "جيمس ماكسويل" التي ذكر فيها أن موجات الضوء ما هي في الواقع إلا موجات لقوى كهربية مغناطيسية.<sup>1</sup>

وفي عام 1886، أثبتت أبحاث وتحارب العالم الألماني "ه. هرتز" صحة نظرية "ماكسويل"، كما انه استطاع الوصول لقياس الموجات وسرعتها " وفي الوقت الذي كانت تجري فيه التجارب الإرسال الإشارات باللاسلكي كان علماء آخرون، يقومون بأجراء 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 المجال لتطور التلغراف بسرعة وانتقالها إلى المرحلة الراديوفونية (مرحلة المذياع الهاتفي)، ثم استمرت الأبحاث في مجال اللاسلكي والبث الإذاعي لتحسين النوعية والمدى حتى بداية العشرينيات.<sup>2</sup>

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 العام الموالي أول محطة إذاعية تجارية WBZ في "ماساشوستس". انتقلت الإذاعة إلى أوروبا، أثر التطور الذي حدث في أجهزة الإرسال والاستقبال وكانت بريطانيا أول دولة أوروبية تنشئ محطة إذاعة، حيث قامت جريدة الديلي ميل 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

<sup>1</sup> لعبد القادر، قندوز، نشأة وتطور الإذاعة محاضرة 4، يوم الإثنين 9 نوفمبر 3: pm15، http://30dz.justgo.com/ topic t2032، الجمعة 17 فيفري 2017، 20

<sup>2</sup> خالد زعمون: التفاعلية في الإذاعة أشكالها ورسائلها، سلسلة البحوث ودراسات إذاعية (61) تونس، 2007، ص28

casting Corporation وتم حل شركة الإذاعة البريطانية، وتعويض حملة أسهمها من الأفراد، وتحويل كل رأس مالها إلى الهيئة الجديدة<sup>1</sup>.

وقد توافر لروسيا إمكانيات إرسال الصوت قبل الحرب العالمية الأولى بوقت قصير، وبدأت أولى المحطات تعمل في موسكو سنة 1914 م (وبعد انتهاء الحرب بدأت في أغسطس 1922 م (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 فريبه في عام 1921 م (برامج إذاعية من برج ايفل في باريس والذي يبلغ ارتفاعه ألف وستة أقدام، ثم ظهرت في عام 1923 م ثلاث خدمات إذاعية حكومية وخاصة...، وفي النصف الثاني من عام 1923 أصبح في ألمانيا محطة إذاعة تقدم برامج منتظمة من برلين، وفي السنة نفسها 1923 دخلت استراليا ميدان الإذاعة الصوتية، وما إن انتصفت سنة 1924 م (حتى كانت هناك ) محطة راديو على الأقل، في كل دولة من دول العالم المتقدم، وفي السنة التالية 1925) م 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 سبعة آلاف وخمسة مائة محطة ولا تكاد توجد اليوم منطقة في العالم لا يغطيها برنامج إذاعي منتظم.<sup>2</sup>

### 1-3- 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 إستراتيجية في حين لم تظهر في أقطار أخرى إلا غداة استقلالها.

<sup>1</sup> راسم، محمد الجمال : الاتصال والإعلام في الوطن العربي، ط3، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، 2001، ص 359

<sup>2</sup> خالد، زعمون: التفاعلية في الإذاعة أشكالها ورسائلها، مرجع سابق، ص29

وتعد الجزائر ومصر أولى الأقطار العربية التي عرفت الإذاعة المسموعة حوالي 1925 وظهرت في الحالتين على يد أفراد<sup>1</sup>. 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 والتقدم شكلا ومضمونا، وظهرت عدة إذاعات محلية منها البرنامج العام، والبرنامج الأوروبي المحلي وإذاعة ركن السودان، وإذاعة صوت العرب، وإذاعة الإسكندرية الإقليمية والبرنامج الثاني، وإذاعة الشعب، وإذاعة فلسطين، وإذاعة الشرق الأوسط، وإذاعة القرآن الكريم، وإذاعة البرنامج والموسيقى وإذاعة الشباب).

أما في المغرب فقد ظهرت الإذاعة عام 1927 على يد الاحتلال الفرنسي وفي النصف الثاني من عقد الثلاثينات توالى ظهورها في عدد من الأقطار العربية<sup>2</sup>. 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 عام 1979، وتم توحيد البث الإذاعي بين إذاعتي جدة والرياض، ولسعودية عدة إذاعات منها إذاعة البرنامج العام.

<sup>1</sup> محمد علي، القوزي : نشأة وسائل الاتصال وتطورها، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2007، ص178.

<sup>2</sup> عبد المجيد، شكري : الإعلام المحلي في ضوء متغيرات العصر، دار البردي، القاهرة، 2007، ص122.

وفي عقد الخمسينات ظهرت الإذاعة في كل من الكويت عام 1951 واليمن الديمقراطية عام 1954 وموريتانيا عام 1956، وفي قطر عام 1968، والإمارات العربية المتحدة عام 1969 وسلطنة عمان 1970، أما في فلسطين فقد انطلق صوت فلسطين ولأول مرة من القاهرة عام 1955 كبرنامج يذاع من إذاعة صوت العرب<sup>1</sup>.

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

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

## 2- نشأة وتطور الإذاعة في الجزائر :

<sup>1</sup> د. محمد علي، القوزي: نشأة وسائل الاتصال وتطورها، مرجع سابق، ص ص 179 180

وللبداء في الخوض في تاريخ تطور الإذاعة في الجزائر بإمكاننا أن نقول أن الإذاعة عرفت ثلاث محطات كبرى من حيث الظهور والتنوع البرمجي 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 عرفتها 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" من عرج حاسم بالنسبة للإذاعة لأنها جزائرية تجهيزاً ومضموناً وبالنسبة للثورة لأنها أداة فعالة لإعلام الجزائريين بالثورة والتعريف بها، لقد كانت إذاعة صوت الجزائر الحرة " تمثل صوت المجاهدين اللذين يشجعون به المعركة ويقصون عليه حكاية التحرير والاستماع إلى هذا الصوت، حيث أصبح الجزائري يحس بالضرورة الحيوية لتلقي الرسالة وفهمها.<sup>1</sup>

لقد بدأت هذه الإذاعة عملها بجهاز إرسال منقول عبر شاحنة، وكانت تقدر المدة الزمنية للثبث بساعتين يومياً على الموجات القصيرة، وكانت تبث باللغات الثلاث: العربية، القبائلية، والفرنسية، وفق التقسيم التالي: أ- أ- ساعة كاملة باللغة العربية تشتمل على أخبار عسكرية، سياسية، تعليق بالفصحى، وتعليق آخر بالعامية.

ب: نصف ساعة بالقبائلية.

ج: نصف ساعة بالفرنسية.

<sup>1</sup> د. محمد علي، القوزي: نشأة وسائل الاتصال وتطورها، مرجع نفسه، ص 180 زهرة،

وبعد توقف لمدة سنة 1957-1958 يعود البث مستقرا في الناظور بالمغرب الأقصى، وازدادت مدة الإرسال لتصل ست ساعات يوميا. ولقد أرجع الأمين العام بشيشي هذا التوقف إلى أسباب تقنية بحثية، ترجعها عدم قدرة الجهاز المتنقل على مواجهة الاحتياجات اللازمة نظرا لأن ما كانت تبثه هذه الإذاعة من رسائل أثناء الثورة يهم الجزائريين بصفة مباشرة، فإن درجة الاهتمام بالإذاعة ازدادت بزيادة درجة الاستماع وأيضا بزيادة الطلب على أجهزة الاستقبال مقارنة بما كانت عليه قبل الثورة وعلى هذا فان فرنسا شددت من رقابتها عليها (الإذاعة) بتقديمها إلى الجزائريين برامج عبر هذه الوسيلة الاتصالية الجماهيرية والشيء الأهم هو أنها كانت تقدم اغلب برامجها بنسبة كبيرة باللغة الفرنسية، وهذا رغم البرامج المقدمة بالعربية والقبائلية<sup>1</sup>.

ففي الخمسينيات من القرن الماضي، عرف عدد المستمعين الجزائريين للراديو ارتفاعا مذهلا في حين انه عام 1948 لم تكن عدد أجهزة الاستقبال تتعدى ال 140 ألف جهاز وهو ما يعادل جهاز واحد لكل 100 جزائري.

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

إذن، 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 حافزا في تغيير مجرى التاريخ الجزائري، والتي واصلت مهمتها حتى أثناء الثورة.

<sup>1</sup> محمد، شلوش: الإذاعة الجزائرية النشأة ومسارها، الإذاعة الجزائرية، العدد 16، 2014 ص ص 23.

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

وحوالي عام 1956 عرفت الجزائر منعرجا حاسما وهذا سواء بالنسبة للإذاعة والثورة، حيث أصبحت تحت سلطة مدير يتبع في نفس الوقت لسلطة المدير الجهوي الفرنسي بالجزائر، والحكومة العامة، هذه الأخيرة التي تفتّم أكثر بالجانب الإخباري ولهذا فان رقابة السلطة الفرنسية كانت شديدة على هاتين القانتين اي على البرامج الموجهة للأهالي، خوفا منها من أن تفلت من بين يديها زمام التحكم في البرامج التي تبثها.

وبناء على هذا كله فانه يمكننا القول بان البداية الحقيقية للإذاعة الجزائرية والانطلاق الشامل لها هو بداية من أواخر الأربعينيات، فزيادة على إنشاء القنوات الجديدة، فان السلطات الفرنسية ضعفت 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 كيلومتر. أما عن الحجم الزمني للإرسال هذه القنوات الثلاث فانه كان يقدر سنة 1949 بمائة وست وأربعين (146) ساعة أسبوعيا<sup>1</sup>.

### ثانيا- 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 الا العدد القليل من الفرنسيين اللذين كانت تتجه إليهم ومعهم عدد قليل من المسلمين الجزائريين اللذين كانوا يفهمون اللغة الفرنسية.

<sup>1</sup> محمد شلوش : الإذاعة الجزائرية النشأة ومسارها، مرجع سابق، ص محمد شلوش : الإذاعة الجزائرية النشأة والمسار، مرجع سابق، ص 43 5.

اذ 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 فان السلطات الفرنسية بذلت جهدا كبيرا 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 بالعربية بعد ما كانتا في البداية تبثان برامجهما في أمواج إذاعية واحدة، وكانت حصة البث بالأمازيغية في البداية، ساعة بث في الصبيحة وساعة واحدة بعد الظهر، أما بالنسبة للقناة الناطقة بالعربية، كانت حصتها من البث من السادسة وثلاثون دقيقة صباحا إلى غاية الواحدة بعد الزوال ومن الخامسة مساء إلى الحادية عشر ليلا.<sup>1</sup> والشيء الجد هام والذي يجب الإشارة إليه هو أن الملاحظ على البرامج القانتين العربية والقبائلية، أما بعد ما تكون على أن تعير على السياق الاجتماعي المتواجد فيه بحيث أنهما لا تتعدى كولا لسانا مترجما لتوجه القناة الفرنسية نفسها، بالإضافة إلى هذا الطابع الفرنسي لبرامج القناتين الناطقتين بالعربية والقبائلية، فانه من جانب التسيير هذه البرامج نفسها، فانه كان موضوعا بالجزائر لكي لا تجعلهم منعزلين عن العالم المتقدم والذي تمثل الإذاعة أحد أوجه هذا التقدم، وأيضا للتعرف على ما يجري في العالم الغربي، لذلك كان مضمون هذه الإذاعة أيضا فرنسية، حتى أنها كانت تابعة للحكومة الفرنسية مباشرة تحت الإشراف الفني لوزارة البريد.<sup>2</sup>

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

<sup>1</sup> محمد شلوش: الإذاعة الجزائرية النشأة والمسار، مرجع سابق، ص 5.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 6.

السلطة الفرنسية أي من السلطة الفرنسية مباشرة فإنها وجدت نفسها أثناء الحرب العالمية الثانية أمام مسؤوليات كبيرة في التصدي للدعاية الألمانية، فكان أن تدخلت السلطة عن طريق قانون 1940، والذي يضع شبكة الإذاعة 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 فان الإذاعة الجزائرية لم تكن لها رواج كبير إلا بعد سنة 1943، وذلك بمراقبة الحصص المقدمة، وحتى البطاريات التي تشغل المذياع مراقبة لذلك، فان الاستماع للراديو أصبح في أغلب الأحيان يتم بصفة سرية من طرف الجزائريين.<sup>1</sup>

إذا الثورة التحريرية لعبت دورا في تغيير وجهة نظر الجزائري بتجاه الإذاعة نظرا لتغيير مضمون رسائلها الذي أصبح يهمه أكثر فأكثر.

### ثالثا- الإذاعة الجزائرية بعد الاستقلال:

\* الموروث التقني: غداة الاستقلال عام 1962 ورثت الجزائر شبكة الراديو، وذلك في مدن الكبرى والمتوسطة مثل الجزائر العاصمة، قسنطينة، ووهران إن كانت تتسم هذه الشبكة بنوع من الجهوية في التغطية، ويعود السبب إلى إنها موروثه 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 هي الموجات الصغيرة والمتوسطة فقط.<sup>2</sup>

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

<sup>1</sup> محمد شلوش : الإذاعة الجزائرية النشأة والمسار، مرجع سابق، ص7.

<sup>2</sup> الأمين، بشيشي : در الإعلام في معركة التحرير مجلة الثقافة، 1994، ص 55.

1- شبكة البرامج الناطقة بالعربية: فنجد في الجزائر العاصمة جهازي بث بقوة 100 كيلوواط بأولاد فايت وفي وهران نجد جهاز بث بقوة 40 كيلوواط، في حين إن جهاز بث واحد بقوة 20 كيلوواط في قسنطينة، وهذه الأجهزة كلها تعمل على الموجات المتوسطة، وهناك جهاز آخر بالموجات القصيرة دائما في إطار هذه الشبكة بقوة 50 كيلوواط<sup>1</sup>.

2- شبكة البرامج الناطقة بالقبائلية: وهي شبكة تعمل في الجزائر العاصمة بجهاز بث بقوة 40 كيلوواط بأولاد فايت، وآخر بعين الحمام بجهاز بث بقوة 1 كيلوواط اما عن الموجات القصيرة لهذه الشبكة فانه تعمل بجهاز قوته 50 كيلوواط 3- شبكة البرامج الناطقة بالفرنسية: فنجد جهازي بث قوقما 100 كيلوواط، وفي وهران جهاز بث بنفس القوة ودائما في إطار نفس الشبكة نجد جهازي بث بقوة 205 كيلوواط في عنابة وآخر في بجاية بقوة 1 كيلوواط اما عن الموجات القصيرة التي تبث بها هذه الشبكة فيتواجد جهازها بالجزائر العاصمة وبقوة 500 كيلوواط.

4- 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 ثلاثة ملايين جهاز ليرتفع سنة 1982 إلى 5 ملايين جهاز<sup>2</sup>.

## 2- إعادة الهيكلة:

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

<sup>1</sup> 2Pige (François) : « Radiodiffusion et télévision au Maghreb », « In étude Maghrébines », Série : G.No 06 Janvier 1996, P 42.

<sup>2</sup> Pige (François) : « Radiodiffusion et télévision au Maghreb », « In étude Maghrébines », , op.cit, p 43

بموجب ذلك حظيت المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة باستقلالية تنظيمية مالية، وتقنية مما مكنتها من تطوير إمكانياتها وتحسين أدائها في مجال الخدمة العمومية بتحويلها إلى مؤسسة عمومية وفق ما نص عليه مرسوم 20 فبريل 1991، أصبحت الإذاعة الجزائرية تتمتع بطابع صناعي وتجاري وتمارس مهمة الخدمة العمومية في مجال البث الإذاعي المسموع طبقاً 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 مصداقيتها واحتلال موقع متقدم لدى الرأي العام.<sup>1</sup> حيث شرعت الإذاعة الجزائرية منذ 1991 في تنويع عرضها البرامي وتوسيع انتشار الأثير، وهذا بإقامة شبكة الإذاعات الجهوية والمحلية والموضوعاتية لتشكيل تدريجياً منظومة الإذاعة الجزائرية وتكتمل كما هي عليه الآن 48 إذاعة جهوية.<sup>2</sup>

- إذاعات موضوعاتية :

إذاعة الشباب ( جيل FM).

إذاعة القران.

الإذاعة الثقافية.

إذاعة الجزائر الدولية.

<sup>1</sup> القياضي نصر الدين :مساءلة الإعلام، المؤسسة الجزائرية للطباعة، الجزائر، 1991، ص 190.

<sup>2</sup> القياضي نصر الدين :مساءلة الإعلام، مرجع سابق، ص 190 الأمين بشيشي : دور الإعلام في معركة التحرير، مرجع سابق، ص 70.

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

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 الأرشفة ومكتبة الأغاني.
- مديرية المصالح التقنية.
- مديرية الدراسات والتطوير.
- مديرية المواد البشرية.
- مديرية الوسائل العامة.
- مديرية المالية والمحاسبة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عزيز لعبان : مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال التعريف بوسائل الاتصال الجماهيرية "، الوسيط في الدراسات الإعلامية، الجزء الثالث، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003، ص 44.

<sup>2</sup> محمد شلوش : الإذاعة الجزائرية النشأة والمسار، مرجع سابق، ص 11.

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
الواحات	ورقلة	1991-05-09	الحلفة	الحلفة	2007-09-09
السهوب	الأغواط	1991-11-05	جيجل	جيجل	2007-11-01
الاهقار	تمنراست	1992-04-16	سعيدة	سعيدة	2008-02-24
البهجة	الجزائر العاصمة	1992-10-01	عين تيموشنت	عين تيموشنت	2003-03-26
العالية	تمسان	1992-10-07	تيسمسيلت	تيسمسيلت	2008-04-26
المضاب	سطيف	1992-10-10	برج بوعريرج	برج بوعريرج	2008-04-23
الباهية	وهران	1995-01-26	عين الدفلى	عين الدفلى	2009-07-01
سيرتا	قسنطينة	1995-02-05	تبازة	تبازة	2009-07-01
تبسة	تبسة	1995-04-04	البليدة	البليدة	2011-07-04
توات	ادرار	1995-06-04	النعامة	النعامة	1999-04-25
الصومام	بجاية	1996-08-19	الزيان	بسكرة	1999-05-14
واد سوف	الوادي	1996-11-21	ميزاب	غرداية	2001-02-24
عنابة	عنابة	1997-01-13	بني شقرون	معسكر	2003-07-24
الطاسيلي	اليزي	1997-01-27	البيض	البيض	2003-09-08
تيارت	تيارت	1998-10-25	الحضنة	المسيلة	2003-10-07
تندوف	تندوف	1999-03-12	الظهرة	مستغانم	2004-02-10
سكيكدة	سكيكدة	2003-11-15	المدية	المدية	2008-03-22
الشلف	الشلف	2004-01-26	قلمة	قلمة	2008-12-27

## - جدول رقم 2 يوضح قائمة الإذاعات المحلية في الجزائر<sup>1</sup>

### 1-2- أساسيات الإذاعة المحلية :

### 2-2- أسباب انتشار الإذاعات المحلية:

<sup>1</sup> الهاشمي، بن بوكريطة أمال: دور الإذاعة المحلية في تكوين وتعزيز الصورة الذهنية للهيوية الثقافية والحفاظ عليها دراسة مسحية لعينة من طلبة جامعة خميس مليانة، مذكر لنيل شهادة الماستر، تخصص وسائل الإعلام والتنمية المستدامة، جامعة الجليلي بوعمامة، خميس مليانة، 2015، ص 3435.

- 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 المواطنين.
- 2- عامل اللغة: إذ تعددت اللغات واللهجات داخل دولة واحدة قد يشكل عائقاً أمام الإذاعة في بعض الأحيان وهذا يؤكد حاجة إلى الإذاعات المحلية لمخاطبة التركيبيات السكانية المختلفة بلغتهم.
- 3- عامل التكنولوجيا: عززت تكنولوجيا التوزيع المقدمة كالأليات البصرية والأقمار الصناعية الزيادة المثيرة في الخدمات الإذاعية المحلية.<sup>1</sup>
- 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 مثلاً إذاعة الحرية والقراصنة، أو التي اتخذت شكل نشاطها جماعات الضغط لتسبب في نشر قانون يعترف بقطاع جديد في الإذاعة إلى أنه يتجه لنمو الوعي في البلدان العالم المتقدم 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 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 احد الدوافع الأساسية لإنشاء الإذاعات المحلية من اجل 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

<sup>1</sup> مهدي حمدوش: الإذاعة المحلية ودورها في التنمية دراسة ميدانية بإذاعة الأوراس بباتنة ، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار، عنابة، 2011، ص 149150.

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

✓ إرادة السلطات المحلية

✓ عدم وصول بث الإذاعة المحلية المركزية

✓ إقرار إداري للإذاعة المركزية

✓ إرادة سياسية للسلطات المركزية

✓ تواجد مقر الإذاعة مسبقا

✓ رغبة السكان المحليين.<sup>1</sup>

**2-3- العناصر الأساسية للجهاز الإذاعي:** لننتقل الآن الى مناقشة العناصر الأساسية لجهاز

الإذاعة باعتبارها المحرك الرئيسي لنشاطهم وتشمل العناصر التالية:

أ- العناصر البشرية

ب- البرامج والمواد الإذاعية

ج- الأجهزة والمعدات

- لعل أهم ما يجب الإشارة إليه هو أن التداخل بين هذه العناصر وارد، فان العنصر البشري هو

الذي سوف يتولى إعداد البرامج وإنتاجها وتقويمها بل واستهلاكها، كما أن البرامج بحاجة إلى

<sup>1</sup> هدى حمدوش : الإذاعة المحلية ودورها في التنمية دراسة ميدانية بإذاعة الأوراس بباتنة ، مرجع سابق، ص150.

الأجهزة والمعدات وأن الأجهزة بحاجة إلى البرامج، وهكذا نلاحظ أن التخطيط والتنسيق بين هذه العناصر يعد مطلباً مهماً وأساسياً.

### 1- العناصر البشرية:

يتألف الجهاز الإذاعي من عناصر بشرية ذات تخصصات مختلفة أهمها:

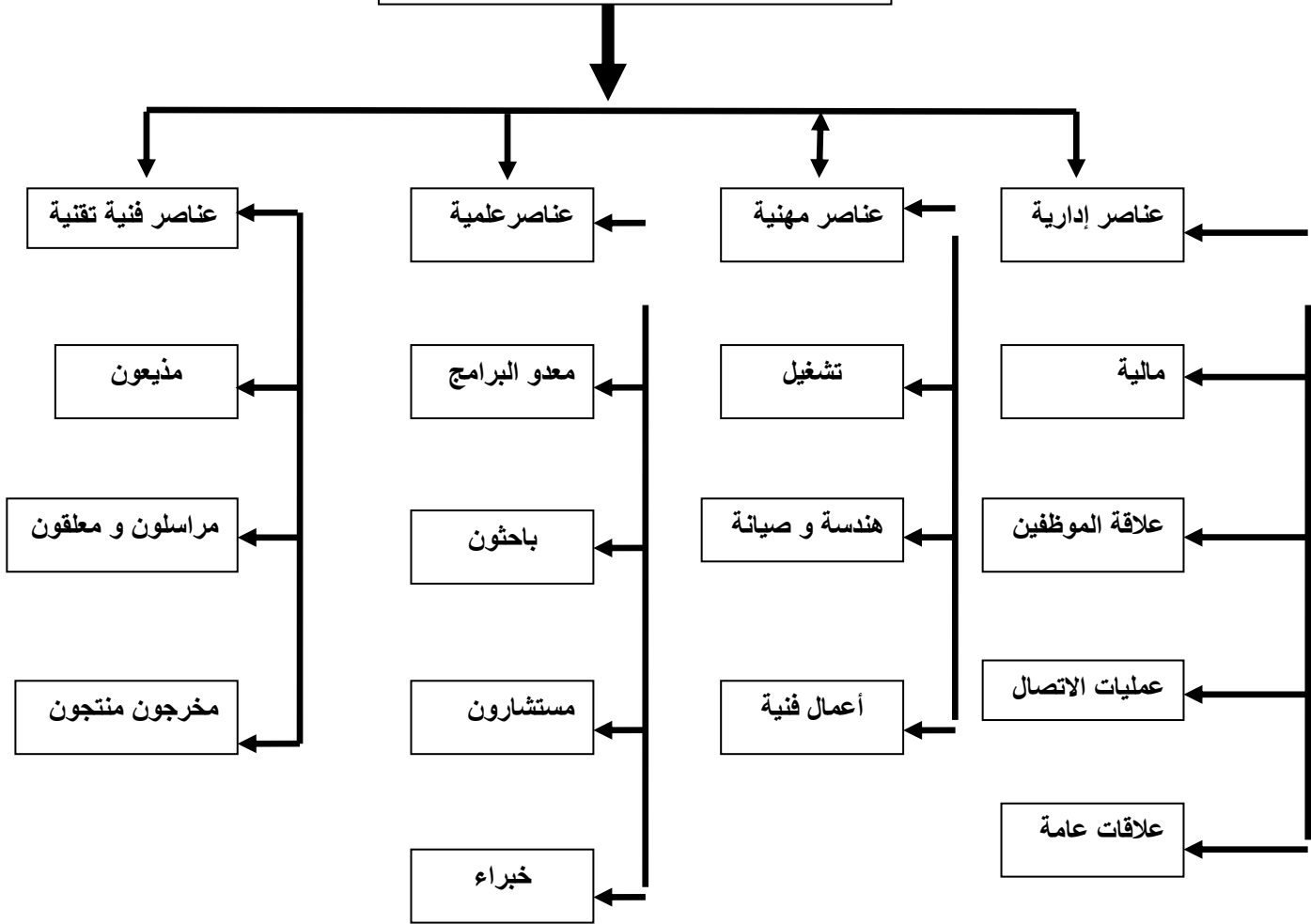
- عناصر إدارية: وتناط بها مسؤولية كافة الأعمال الإدارية كعلاقات المواطنين والعلاقات العامة خارج نطاق الإذاعة وأيضاً التنسيق بين الوحدات المختلفة إلى جانب عمليات الاتصال الإداري، والإعمال المالية والروتينية، وتختلف خصائص هذه العناصر تبعاً لطبيعة الأعمال التي يتولونها، كما تلعب المؤهلات العلمية والخبرة العملية دوراً كبيراً في كفاءة العنصر الإداري.

- عناصر فنية: وهي التي تستحوذ على الجانب الأكبر من عملية الجهاز الإذاعي وتمثل تشغيل وصيانة 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 أثناءها.

✓ عناصر علمية: وعي التي تتولى إعداد النصوص الفنية والمواد العلمية وكذلك تقديم المشورة العلمية وإجراء دراسات والقيام بأعمال التقييم والاختبار، ويجب أن تتوفر في هذه العناصر عمق التخصص وطول الخبرة وغزارة 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 الشكل رقم (1-3) وينقسم العنصر البشري إلى أربعة حقول (أ) إدارية (ب) مهنية (ج) علمية (د) فنية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> هدي حمدوش: الإذاعة المحلية ودورها في التنمية دراسة ميدانية للإذاعة الأوراس بولاية باتنة،، مرجع سابق، ص 129



شكل رقم (1) "يوضح الهيكل التنظيمي للعنصر البشري في الجهاز الإعلامي"<sup>1</sup>

### - البرامج والمواد الإذاعية:

يشمل البرنامج الإذاعي مجموعة من المعلومات المتداخلة التي أعدت لخدمة أهداف محددة وتختلف المعلومات السمعية وتتعدد تبعا لطبيعة البرنامج، ففي برنامج ( أوائل الطلبة مثلا) 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 يوميا أو أسبوعيا، وقد تبقى لدورة إذاعية أو أكثر، تختلف مدة البرامج الإذاعية بين (1030) دقيقة قد يكون متخصصا لبرنامج المرأة أو الأطفال.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> هدى حمدوش: الإذاعة المحلية ودورها في التنمية. دراسة ميدانية للإذاعة الأوراس بولاية باتنة، مرجع سابق،

<sup>2</sup> هدى حمدوش: الإذاعة المحلية ودورها في التنمية دراسة ميدانية للإذاعة الأوراس بولاية باتنة، مرجع سابق، ص130.

أما المادة أو الفقرة الإذاعية فهي وحدة المعلومات المتكاملة والمستقلة بدايتها قد تدخل ضمن محتويات البرامج، وتبذل الإذاعة جهداً لتطوير برامجها وموادها سعياً وراء الاحتفاظ بأكثر قدر ممكن من المستمعين، ولنا أن ننظر لي 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 يوميا التي يحظى 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 إلى أفق 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 أيضا من ضرورة التخطيط لما قبل التفكير في تحديث الأجهزة الإذاعية.

### 3-الأجهزة والمعدات:

تنقسم الأجهزة والمعدات الإذاعية إلى:

أ- الاستوديوهات وأجهزة غرف المراقبة إلى جانب أجهزة التسجيلات الداخلية والخارجية ويضاف إليها أجهزة النسخ والمنتجات.

ب- أجهزة محطات الإرسال اللاسلكي، إلى جانب أجهزة استقبال الأخبار والمعلومات وأجهزة الاتصال أخرى.

- إن أهم ما يميز هذه العناصر هو أنها مكلفة وبالغة التعقيد وتتطلب تدريسا مستمرا، لذلك يجب التخطيط الجيد قبل تأمينها.<sup>1</sup>

## 2-4- أنواع الإذاعات:

تصنف محطات الإذاعة وفقا لقوة إرسالها، أو بحسب المعيار الجغرافي أربعة أنواع أساسية هي:

**الإذاعة المحلية:** والتي يشتق اسمها من مفهوم المجتمع المحلي فالإذاعة المحلية هي جهاز إعلامي يخدم ويوجه إلى مجتمع محلي، إذ تبث برامجها إلى جمهور محدود العدد، يعيش فوق ارض محدودة المساحة، وهي تخاطب جمهورا متقاربا ومتناسقا من الناحية الاجتماعية والثقافية، أي أنها تتفاعل مع الجمهور، تأخذ منه وتعطيه، ويمكن أن يكون أفراد المجتمع المحلي من سكان قرية واحدة، أو مجموعة قرى متقاربة، أو مدينة صغيرة، أو حتى مدن صغرى متقاربة ومتجانسة، وقد تكون مدينة كبيرة.

✓ **الإذاعة الإقليمية:** وهنا نود الإشارة إلى أن هناك خلط كبير بين الإذاعة المحلية والإقليمية عند الكثير، فعلى حد رأي عبد المجيد شكري فقد أدى هذا إلى الخطأ في اسم بعض الإذاعات، بحيث يعرفها في كتابه "الإذاعة المحلية لغة العصر" بأنها "إذاعة تخاطب مجتمعات تعيش داخل إقليم محدد طبقا للتقسيم الإداري للدولة، فقد يفصل بين هذه الأقاليم حاجزا أو أكثر مثل حواجز اللغة والدين، وحواجز جغرافية مما يجعل كل إقليم مستقل بحد ذاته". الإذاعة الإقليمية تبث برامجها من عاصمة الإقليم، وتقدم برامج وخدمات تهم أبناء الإقليم بأسره، وفي نفس الوقت نجد بالضرورة في كل إقليم مجتمعات محلية متناسقة، ويمكن أن تنشأ بينها إذاعات محلية صغيرة.<sup>2</sup>

✓ **الإذاعة الوطنية أو المركزية:** وهي الإذاعة التي تبث برامجها من عاصمة الدولة، ولها من قوة البث ما يغطي البلد كله، بل ويعبر صوها حدود الدولة، فهي تقدم ما يهم غالبية المواطنين بصفة عامة، وتمتم في برامجها بالكليات دون التفاصيل، لأنها تخاطب مستمعين تختلف اهتماماتهم ووظائفهم،

<sup>1</sup> هدى حمدوش: الإذاعة المحلية ودورها في التنمية دراسة ميدانية للإذاعة الأوراس بولاية باتنة، مرجع سابق، ص131

<sup>2</sup> عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر، د.ط، دار الفكر العربي القاهرة، مصر، 1987، ص 58

وثقافتهم وتقاليدهم، وهي تجعل الاهتمامات المشتركة لكل هؤلاء سبيلها في كل ما تقدمه من برامج، وحتى مخاطبتها للطوائف، ونوعيات محددة من المواطنين يكون عن طريق التعميم دون التخصيص خلافا للإذاعة المحلية.

✓ **الإذاعة الدولية:** وهي التي توجه من داخل دولة معينة إلى دول أخرى غيرها، وتكون لغتها باللغات الملائمة السكان تلك الدول، فمثل ذلك إذاعة صوت العرب، وإذاعة صوت أمريكا، ويكون الإرسال على موجة ذات طول معين متفق عليه، أما قوة الإرسال فتتوقف على أجهزة المحطة التي تتيح الاستماع لها على بعد من مراكزها.<sup>1</sup>

## 2-5- مهام ووظائف الإذاعة المحلية:

### أ-مهام الإذاعة المحلية :

من بين المهام الأساسية للإذاعة المحلية :

- ✓ تقديم الخدمات المختلفة للمجتمع المحلي .
- ✓ تحقيق رغبة الناس في المشاركة والتعبير عن أنفسهم عن طريق ممارستهم ويمكن أن نطلق عليه " حق الاتصال " أي حق كل مواطن في التعبير عن نفسه والإعلام الجوّاري .
- ✓ حق كل مواطن أن يثقف وان تؤدي له الخدمات الإعلامية التي تيسر له حياته.
- ✓ المساهمة في حملات محو الأمية ومساعدة مؤسسات التعليم وقطاع الفلاحة والصحة ونيل ضمان مخططات التنمية.<sup>2</sup>
- ✓ تنشيط المراكز الثقيفية والطقوس الدينية وتدعيم القيم الأخلاقية والفنون والآداب والفنون الشعبية المحلية وفتح الأبواب أمام مبادرات الشباب.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عدلي سيد محمد رضا، البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، د.س.ن، ص 146.

<sup>2</sup> إسماعيل سليمان أبو جلال : الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، ط1 دار سلمة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص95.

<sup>3</sup> طه عبد المعطي نجم : الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2009، ص 21

## ب-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 انه يحقق نعمة 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 كالتالي:

## ✓ الوظيفة السياسية:

توظف الإذاعة من طرف النخب الحاكمة في التنشئة السياسية لمجتمعاتها بهدف غرس قيم سياسية معينة تروج 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، وتنشر 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 تقلدتها الإذاعة إبان الحربين العالميتين الأولى والثانية والحرب الباردة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عدلي سيد محمد رضا: البناء الدرامي في التلفزيون والراديو، مرجع سابق، ص 146.

### ✓ 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 شهرية من أجل الترويج لسلعة أو خدمة ما، ويساهم ذلك بطبيعة الحال رفع مدخولاتها.<sup>1</sup> 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، فهي مسؤولة عن التنمية الريفية وإنعاش الزراعة والفلاحة

### ✓ الوظيفة التربوية والثقافية:

وهي وظيفة ليست اقل شأنا عن سابقتها من الوظائف حيث تشجع الإذاعة على التعليم، واكتساب المعارف، والمهارات والحصول على المعلومات وخبرات جديدة تساعد على اتخاذ القرارات والارتقاء بالسلوك الفردي والاجتماعي، إنما 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 الملامح الحضارية للمجتمع، بالعمل على 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 وطموحا<sup>2</sup>

<sup>1</sup> رشيد فريخ : الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري دراسة حالة القناة الأولى ، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والإعلام، جامعة الجزائر يوسف بن خدة، 20082009، ص 43.

<sup>2</sup> الهاشمي بوكريطة أمال : دور الإذاعة المحلية في تكوين وتعزيز الصورة الذهنية للهوية الثقافية والحفاظ عليها

### ✓ 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، الان 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 وتقوم السلوك الاجتماعي الفردي من خلال استغلال هذا التأثير بما يعود بالنفع وبما يساعد على البناء السليم للأمة، والتأكيد على الأشياء الحسنة والتنفير من الأشياء الضارة. هذا بالإضافة إلى أن الإذاعة تعمل على بحث مشاكل المجتمع، ومحاولة إيجاد الحلول لها، لتكون الوساطة بين شكاوي المواطنين والمسؤولين.

إن المتبع للوظائف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية التي أسندت للإذاعة يجد أنها مرتبطة بعملية التنمية كونها تعد من إبعادها، وما أن الإذاعة تهدف في كل مجال من المجالات إلى تحسين الأوضاع فيه مركزة بصورة أساسية على الإنسان فإنها تهدف إلى التنمية الشاملة.<sup>1</sup>

وبالتالي فآداء مختلف هذه الأدوار يعد 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، لان الإذاعة تستطيع أن تفعل الكثير في مجال التنمية في هذه البلدان عن طريق ما يلي:

- التعرف على احتياجات أفراد المجتمع.

- تكييف البرامج التي تنتجها وتبثها مع هذه الاحتياجات.

- تشجيع الجمهور على المشاركة في هذه البرامج.

<sup>1</sup> دراسة مسحية لعينة من جامعة خميس مليانة ، مرجع سابق، ص 43. ليندة ضيف : دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية، رسالة ماجستير كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 2007، ص47

2-6- أهداف وخصائص الإذاعة المحلية:

أ- أهداف الإذاعة المحلية :

هي عديدة الأسباب والدوافع التي تفاعلت ليتبلور عنها مشروع إنشاء محطات إذاعية جهوية محلية ومن بين هذه الدوافع:

✓ تقدم الإذاعة الجهوية كل الألوان الإنتاج الإذاعي من برامج ترفيهية وبرامج دينية وثقافية وإعلامية وبرامج تعليمية وأخرى اقتصادية كما تعدد 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 المحلي<sup>1</sup>

ب- خصائص:

الإذاعة المحلية:

✓ " إن الإذاعة المحلية تمثل الرقابة الشعبية بين أفراد المجتمع المحلي وتهتم بتلبية حاجاتهم وحل مشاكلهم

<sup>1</sup> ارجي مصطفى العليان، محمد عبد الباسط : وسائل الاتصال وتكنولوجيا وتكنولوجيا التعلم، دار الصفا للنشر والتوزيع، عمان، 1999، ص 9.

- ✓ 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 الصالحة.<sup>1</sup>
- ✓ تقدم الأخبار والأنباء الداخلية والخارجية فالخير 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 عي 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... الخ.<sup>2</sup>
- ✓ يتأثرون بها بصفة جماعية أنها تمتاز بخفة وزنا وقلة ثمنها مما يساعد على الانتشار ووصولها إلى البيوت الثنائية في المداشر والمشاتي بالإضافة إلى دورها الكبير في ترسيخ القيم الاجتماعية والدينية في المجتمع .
- ✓ كما أثرت في خلق الاتجاهات وأسهمت في تعزيز الاتجاهات الايجابية وجسدت الممارسات الديمقراطية وعمقت من مسارها واتجاهاتها في توسيع خيال الأفراد ورفع تطلعاتهم وأحاطتهم بكل ما يجري منحولهم من أحداث وتطورات.<sup>3</sup>

## 2-7- استراتيجية العلاقات العامة داخل المؤسسة الإعلامية:

الاستراتيجية في معناها العام هو التكتيك أو الأسلوب الواجب إتباعه في مواجهة موقف معين فهي بذلك تعتبر منهجا للتفكير يعتمد على التنسيق والتنظيم السليم بغية الوصول إلى الهدف أو بانتقاء الوسيلة المناسبة. وتعدد 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 او التي يختارها خبير العلاقات العامة لتحقيق الهدف هي:

<sup>1</sup> حسن عماد مكاي: الأخبار في الراديو والتلفزيون، المكتبة الأنجلو مصرية مصر، 1989، ص35

<sup>2</sup> محمد منير حجاب: الإعلام التنمية الشاملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1998، ص247.

<sup>3</sup> حسن عماد مكاي: الأخبار في الراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص 35.

أ- إستراتيجية التوقيت:

وتعتمد على اختيار الوقت المناسب في توجيه الرسائل الإعلامية لضمان الحصول على أكبر قدر ممكن من التأثير، ولتلبية حاجات الجمهور في الوقت المناسب<sup>1</sup>

ب- إستراتيجية التركيز :

تستخدم في أوقات الحروب والأزمات والمواقف الطارئة التي تتقضى تحركا سريعا من القائم بالعلاقات العامة التوصيل الرسائل الإعلامية المتاحة ما يساعد على إيصال المعلومات إلى الجمهور وفهمهم للرسالة وهذا ما تفعله إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة الإخطار المواطنين وإمدادهم بالإرشادات اللازمة عن تفشي أي مرض خطير وتستخدم أيضا هنا كافة الوسائل الإعلامية المتاحة للتأكد من تعرض الجمهور للرسائل الإعلامية، وذلك إن الاقتصار على مجرد وسيلة اتصالية وإعلامية واحدة يجعل من المحتمل عدم وصول الرسالة لكل الأفراد.

ج- إستراتيجية الصبر:

تلجأ العلاقات العامة إلى هذه الإستراتيجية عندما تتعرض المؤسسة لهجوم من قبل مؤسسة أخرى ينبغي أن لا يكون الرد سريعا في مواجهة الهجوم، بل يجب أن يكون ايجابيا فمثلا عندما يتعرض بنك ما إلى حملة انتقادية في إذاعة وصحيفة ما تتهمه بتبديد أموال المودعين فهذا الإعلان يمكن أن يكون حملة دعائية سيئة حول نشاطات هذا البنك وبالتالي تتحتم عليه إتباع سياسة مغايرة تتمثل في أعمال ايجابية للحفاظ على صورته أمام الجمهور كافتتاح مشروعات يشارك البنك في تأسيسها أو الإعلان عن مركز المالي للبنك وما حققه من أرباح<sup>2</sup>.

د- الإستراتيجية المفاجئة:

<sup>1</sup> محمد منير حجاب: المداخل الأساسية في العلاقات العامة، المدخل الاتصالي، طه، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2006 ص78.

<sup>2</sup> محمد منير، حجاب : المداخل الأساسية للعلاقات العامة، مرجع سابق، ص79.

تستخدمها العلاقات العامة عندما تكون هناك سلعة أو خدمة جديدة فتقوم بمفاجئة الجمهور بكم هائل من الإعلانات وفي جميع وسائل النشر تزامنا مع ظهور السلعة في السوق، بالإضافة إلى حملات التعريف بالسعة واستخداماتها ومزاياها في الصحف العامة والمتخصصة، وتنظم الرحلات والزيارات للمصانع التي تنتج هذه السلع.

تنتهجها العلاقات العامة في اقتراح اسم سلعة معينة باسم شخصية بارزة في المجتمع وبمقتضى هذه الإستراتيجية تتاح للبائع فرصة أن يعرض بضاعته كارتباط اسم عطر نسائي مغنية مشهورة مثلا.

#### د- إستراتيجية التشخيص:

وهي تقوم على الاعتقاد السائد بان الناس يحبون الأشخاص أكثر مما يحبون الأشياء وتستخدم دائما في تنشيط المبيعات والإشهار وفي العلاقات العامة ومن أمثلة على استخدام هذه الإستراتيجية مؤسسة "بحمة" الاتصالات التي قامت بنشر صورة نجم كرة القدم "زين الدين زيدان" تعبيرا منها عن اهتمام هذا النجم بهذه المؤسسة.

و المهم من كل هذه الاستراتيجيات هو أن يتخذ أو يختار القائم بالعلاقات العامة الإستراتيجية المناسبة في تقديم.

#### 2-8- أهداف العلاقات العامة تجاه المجتمع المحلي :

تحتاج الشركات والمنظمات إلى كسب تأييد جماعات وأفراد المجتمع المحلي حتى يمكنها الاستمرار في نشاطها وينبغي أن تدرك هذه الشركات أن كل نشاط تقوم به يؤثر على علاقتها بالمجتمع، وبالتالي على مدى تأييده لها . ويتمثل أهم هذه الأهداف في فيما يلي:

✓ اعلام المجتمع المحلي عن سياسات الشركة وعملياتها ومشاكلها، ويجب أن يتضمن هذا الإعلام توضيحا لعدد العاملين فيها وكيف تنظر الشركة إلى مسؤولياتها تجاه المجتمع المحلي، ومقدار ما تساهم بما للإرتقاء بالحياة الإجتماعية والإقتصادية .

- ✓ إعلام العاملين في الشركة بسياساتها وعملياتها، مع تحفيزهم على أن يمرروا هذه المعلومات من خلالهم إلى أصدقائهم وجيرانهم في المجتمع المحلي .
- ✓ تصحيح سوء الفهم، والإجابة على الإنتقادات، رصد الهجمات الموجهة ضد الشركة والتي تقوم بها جماعات معينة، وذلك حتى يتيسر فهم أفضل للموضوعات والقضايا المتعلقة بنشاط الشركة .
- ✓ تقدم فهم أفضل للشؤون السياسية والإقتصادية والقومية والمحلية من خلال تشجيع النقاش حول هذه الموضوعات .<sup>1</sup>
- ✓ معرفة موقف المجتمع المحلي من الشركة، وماذا يقول عن سياستها وعملياتها .
- ✓ دعم التعاون مع المدارس والجامعاتو المساهمة في توفير المواد التعليمية ومعدات المعامل وتجهيزاتها، وإتاحة الفرصة أمام الطلاب والتدريب في أقسام الشركة الملائمة لتخصصاتهم .
- ✓ النهوض بالأحوال الصحية في المجتمع والمساهمة بتقديم البرامج الصحية، ومساندة الهلال الأحمر، وتقديم الدعم للمستشفيات .
- ✓ إقامة العلاقات الطيبة مع قادة الرأي في المجتمع المحلي، والحفاظ على العلاقة في إطار الاحترام المتبادل التعاون مع الشركات الأخرى في المجتمع المحلي لما فيه من خير الشركات من جهة، ونفع المجتمع المحلي من جهة أخرى.
- ✓ إقناع المجتمع المحلي أن الشركة مواطن نافع يؤدي دورا إيجابيا في المجتمع المحلي .<sup>2</sup>

## 2-9- أهمية ممارسة أنشطة العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية:

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

<sup>1</sup> د. محمود يوسف : فن العلاقات العامة، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص 99.

<sup>2</sup> بسام عبد الرحمان الجرايدة : إدارة العلاقات العامة، دار اسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2012. ص126.

وتتخذ في ذلك العلاقات العامة للوصول إلى جمهورها أشكالاً اتصالية مختلفة مثل التمثيلية والريپورتاج الإذاعي، والإعلان والأغنية وباستعمال الموسيقى والمؤثرات الصوتية يمكن تهيئة ذهن الجمهور لتلقي الرسالة الإعلامية وخلق الجو النفسي المناسب لتقبل الفكرة والاقتناع بها.

لأنه لا يجب إلا يغيب عن الذهن أن فترات اليوم تختلف من حيث مناسبتها للموضوعات المختلفة، فما يصح إذاعته في الصباح لا يصح في المساء وتمتاز إلى جانب ذلك بدفء الصوت البشري وتأثيره وهذا يجعلها أكثر الوسائل قدرة على الاستهواء، والإيحاء خاصة مع قلبي الحظ من الثقافة، بالإضافة إلى الإحساس الجماعي الذي يتوفر لجمهورها مهما تباعدت أماكنه، ومع ذلك فالإذاعة في ضوء ممارسة العلاقات العامة لا تغني عن الاجتماعات، والمطبوعات، والصحف، والزيارات الشخصية، فهي وسيلة لزيادة مفعول هذه الوسائل جميعاً.<sup>1</sup>

و تتماز الكلمة المذاعة بإمكانية تسجيلها وإعادة إذاعتها أكثر من مرة فتكسب في كل مرة قوة إضافية، فضلاً عن قدرتها على بث الاهتمام بالمسائل العامة، وفي سرعة تجميع الجماهير حول رأي معين وخاصة أوقات الشدائد، والأزمات، لان نطاق نشاطها أوسع وجمهورها غير محدود ويضم كل شرائح وفئات المجتمع المحلي بدرجة الأولى، جهوي، وطني، وهذا من اجل تحقيق أهدافها التي تسعى إليها وذلك من خلال تحسين صورتها في ضل ممارسة أنشطة ومهام العلاقات العامة.<sup>2</sup>

و موجز 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 والترفيه والأمن الوظيفي، وخلق صورة ذهنية طيبة، ايجابية للمؤسسة الإذاعية لذي الجمهور الداخلي والخارجي.

<sup>1</sup> محمد منير حجاب: الاتصال الفعال للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2007، ص507

<sup>2</sup> محمد منير حجاب: الاتصال الفعال للعلاقات العامة، مرجع سابق، ص 508.

## خلاصة الفصل :

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

إذ تعد الإذاعة من بين الوسائل الإعلامية الموجودة داخل كل بيت تخاطب كل الفئات وذلك لإستحواذ 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 .

# الجانب التطبيقي

تمهيد

- 1- التعريف بالمؤسسة.
- 2- الدراسة التحليلية.
- 3- استمارة المقابلة.
- 4- نتائج المقابلة.
- 5- نتائج الملاحظة.
- 6- النتائج العامة.
- 7- المقترحات والتوصيات.

## تمهيد:

تعد الإذاعة المحلية عنصرا مهما في حياة كل مواطن ينتمي إلى منطقة معينة ورقعة جغرافية محدودة تمكنه من الاطلاع على مجريات المحيط الذي يعيش فيه.

فكان الدور الرئيسي للإذاعة هو تبليغ الرسالة الإعلامية التي توجه إلى المواطن بصفة خاصة والتي تسمح له من خلال ذلك الترتيب للوصول إلى معارف جيدة تخص المجتمع المحلي الذي لا يقتصر فقط على العادات والتقاليد بحكم اختلاف الشرائح المجتمعية واللهجات التي تتداول في أواسطهم.

وهذا يتضح من خلال الدراسة التي قمنا بها في إذاعة تيارت المحلية بل يجب الوقوف عند مختلف جوانب المشكلة ودراستها دراسة شاملة وواقعية مستنديين في ذلك على الملاحظة العلمية بالمشاركة والمقابلة وهذا يضيف الطابع الإمبريقي العلمي على الدراسة، وفي هذا الفصل سنحاول تحليل وتفسير المعلومات التي جمعت حول هذا الموضوع ثم تحليل نتائج الدراسة المتوصل إليها.

## 1- التعريف بالمؤسسة: - بطاقة فنية-

إذاعة تيارت المحلية جهاز إعلامي يخدم المجتمع المحلي لولاية تيارت أي برامجها محاطة وخاصة بمجتمع محدود تحكمه عادات وقيم وأعراف تجعله يختلف عن المدن الأخرى.

- أصل التسمية: تستمد إذاعة تيارت تسميتها من تيهرت وهي كلمة بربرية تعني أنثى الأسد "اللبؤة" ومحطة القوافل وهذا ما دلت عليه المواقع الأثرية العديدة.

## ✓ تأسيس إذاعة تيارت المحلية:

يعتبر تاريخ 25 أكتوبر 1998 حدثا محليا وجهويا حيث يمثل انطلاق أول بث تجريبي محلي لإذاعة تيارت التي شرعت في إرساله عبر الأمواج المحلية إلى عامة مواطنيها ومستمعيها على الموجة الترددية FM92.5 ، حيث قام وزير الاتصال حمراوي حبيب شوقي بتدشين صرح إعلامي بحي الإخوة قيطون، حيث ألفت المنشطة حنان قوراري أول تحية عبر الموجة العاملة FM 92.5 حيث دام البث في يومه الأول أربع ساعات من التاسعة صباحا إلى الواحدة ظهرا وقد كان من أوائل الصحفيين: أحمد مخاتي، عبد الرحمان شيخاني، لويس خياطي، نوال قوراري، فتيحة آل كبيش مهندسة صوت شفيق بلقصة مخرج إذاعي وسخروا هؤلاء كل امكانياتهم من أجل إرضاء المستمعين.

وفي 05 جوان 2006 قام السيد إبراهيم مراد والي ولاية تيارت بتدشين مقر إذاعة تيارت الجديد بوسط مدينة تيارت بمحاذاة ساحة محمد بوضياف بمساحة 2000م، ويورى 3 طرائق وهو من أوسع المقرات الإذاعية على مستوى الوطن.

## ✓ الهيكل التنظيمي لإذاعة تيارت:

تحتوي إذاعة تيارت هياكل عديدة مرتبطة بنوعية وخصوصية وتتكون من ثلاثة طوابق تنقسم إلى عدة أقسام:

- 1- استديو الانتاج: يوجد في الطابق الأول وهو يقوم بإنتاج الحصة مباشرة بعد الأحيان والتي لها وزن ثقيل لمنتدى الإذاعة وهو ذو مساحة معتبرة مقارنة مع مساحة الاستوديوهات الإذاعية الأخرى.
- 2- خلية المزج والتركيب: فيها يتم التعديل والتركيب.
- 3- قاعة التحرير والتنشيط: تحتوي على عشرة مكاتب خاصة ثمانية خاصة للصحفيين كما يوجد بها قاعة التحرير وجهاز إعلامي يسمح بالمونتاج.
- 4- قاعة الانترنت: توجد بقاعة التحرير وبها الانترنت ويتم من خلالها الإشراف على الإذاعة عبر الأنترنت من خلال الموقع [www.radioTiaret.DZ](http://www.radioTiaret.DZ)
- 5- الإدارة المالية: وتتكون من مكتب المدير، النائب، السكرتيرة، مسؤول المالية، المسؤول عن الأمور الإدارية، المكلف بالإشهار.
- 6- استديو البث المباشر: ومنه يتم البث الحي للإذاعة.
- 7- مكتبة الإذاعة: تحتوي على أشرطة الإذاعة.
- 8- قاعة العمل: خاصة بالمنشطين بها خمسة مكاتب.
- 9- قاعة الاستقبال والتوجيه: لاستقبال الوافدين والزوار.
- 10- قاعة الأرشيف: بها كل ما يخص إذاعة تيارت.
- 11- قاعة المحاضرات "علي معاشي": وهي مختصة لعقد الندوات والاجتماعات.
- 12- مخزن ومستودع للسيارات.

✓ الوسائل البشرية: يعتبر العنصر البشري بمثابة الشريان الذي ينبض له قلب الإذاعة ويحرك دواليها ويتكون من 34 عاملا يتوزعون كالتالي:

1- فئة الصحفيين: 09.

2- فئة المنشطين: 03.

3- المخرجين: 02.

4- الإداريين: 05.

5- الأعوان: 06.

6- التقنيين: 05.

7- السائقين: 03.

8- المدير: 01 (أوسعيد جميلة).

✓ الوسائل التقنية: تتوفر إذاعة تيارت حاليا على أجهزة تقنية ذي النظام التماثلي من استوديوهات الب والانتاج تبعا للسياسة العامة التي رسمتها المديرية العامة.

✓ تطور مقياس الساعي: كانت انطلاقة إذاعة بتيارت في بدايتها بأربع ساعات في اليوم:

التاريخ	مقياس الحجم الساعي
25 أكتوبر 1998 إلى 2000	4 ساعات يوميا
أكتوبر 2000 إلى 01 جويلية 2006	08 ساعات
01 جويلية 2006 إلى جوان 2007	12 ساعة
25 جوان 2007 إلى 09 فيفري 2008	15 ساعة
10 فيفري 2008 إلى يومنا هذا	15 ساعة و 20 دقيقة

✓ مجالات البث: 1- ولاية تيارت- ابتداء من الساعة 06 سا و 40 دقيقة صباحا.

2- جزء كبير من ولاية معسكر.

3- جزء كبير من ولاية تيسمسيلت.

4- جزء كبير من ولاية غليزان.

5- جزء كبير من ولاية الشلف.

✓ الربط مع الإذاعات الموضوعية: تجسيد لسياسة المديرية العامة حول فتح الإذاعات الموضوعية على المستمع المحلي يوم 10 فيفري 2008 على الساعة الخامسة صباحا إنطلاق بث برامج الإذاعات الموضوعية.

✓ الإشهار والخدمات: تسهر إذاعة تيارت على خدمة مستمعيها وتلبية رغباتهم وطلباتهم وهذا تبعا للعمل الذي يسهر من أجله عمال الإذاعة في تفانيهم وإبداعاتهم الدائمة هذا تحت:

1- العنوان الإداري لإذاعة تيارت الجهوية ص - ب 671 تيارت.

2- العنوان الإلكتروني: [www.radiotiaret.dz](http://www.radiotiaret.dz)

3- البريد الإلكتروني: [radiotiaret@mail.com](mailto:radiotiaret@mail.com).

4- الفاكس: 046-41-62-27

✓ الوسائل الاتصالية المستعملة في الإذاعة: الفاكس، الهاتف، الاجتماعات، الندوات، الملاحظات، التقارير.

✓ الهاتف: 046-42-76-90/046-42-62-32.

2- الدراسة التحليلية:

## 1- المقابلة:

أجرينا مقابلة مع 11 صحفي من قسمي الانتاج والأخبار.

واعتمدنا على المقابلة التي تضم ثلاثة محاور ويندرج تحت كل محور ستة (06) أسئلة:

## 1- مقابلة مع الصحفي: خالد بوحى من قسم الاخبار

أولاً: مكانة العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية

س1: ما مفهومك للعلاقات العامة؟

ج1: هي مختلف المهام التي تقوم على الاتصال الشخصي واليومي مع مختلف الفاعلين في الإذاعة.

التعليق1: من خلال الإجابة على السؤال الأول نرى بأن:

المبحوث ركز في مفهومه على الاتصال ولكن الاتصال أشمل من العلاقات العامة وأن مهام العلاقات العامة لا تكمن فقط على الاتصال الشخصي واليومي.

س2: هل ترى بأن مهام العلاقات العامة ضرورية داخل إذاعة تيارت المحلية؟

ج2: أكيد هي ضرورية حيث نمارسها من خلال العمل اليومي فقط مع كافة المسؤولين سواء أفراد أو هيئات داخل وخارج المؤسسة.

التعليق 02: من خلال هذه الإجابة نستطيع القول بأن مهام العلاقات العامة يقومون بها، ولو كان جهاز خاص بتنظيم مهام الأفراد داخل المؤسسة لكان أفضل من ذلك.

س3: هل توجد خلية خاصة بالعلاقات العامة داخل الإذاعة؟

ج3: لا توجد خلية خاصة تمارس مهام ونشاط العلاقات العامة بطريقة روتينية غير منظمة.

التعليق3: من خلال إجابة المبحوث يستحسن أن تكون هناك خلية خاصة بالعلاقات العامة في المؤسسة الإذاعية.

س4: حسب رأيك، من هو المكلف بنشاط العلاقات العامة في مؤسستكم؟

ج4: لا يوجد أي مكلف خاص بالعلاقات العامة بل نمارسها ككل.

التعليق4: من خلال إجابة المبحوث، نرى بأنه لا يوجد أي مكلف بنشاط العلاقات العامة داخل الإذاعة بالرغم من أنها مؤسسة إعلامية اتصالية جماهيرية تحتاج إلى هذا النوع من النشاطات.

س5: هل تساهم في صناعة القرار في مؤسستكم؟

ج5: نعم نساهم فيه من خلال التشاور والتعامل مع مبدأ الأخذ والرد من طرف الجميع والتعامل بديمقراطية والتعاون في اتخاذ القرار للحفاظ على المؤسسة.

التعليق5: من خلال إجابة المبحوث نرى بأن الصحفي أو العامل عنصر هام في اتخاذ القرار، وبالتالي هنا ضرورة المساهمة في اتخاذ القرار مسؤولية الجميع.

س6: حسب رأيكم، ما هو انطباع الجمهور الخارجي حول الإذاعة؟

ج6: انطباع جيد من خلال الاتصال الدائم من مختلف الولايات ومشاركتهم في كافة البرامج التنموية بالإضافة إلى البرامج التي تهم المجتمع المحلي.

التعليق6: باعتبارنا مجتمع محلي ومستمعين لإذاعة تيارت المحلية لدينا انطباع جيد من خلال ما تقدمه وما تعالجه من قضايا تهم المجتمع وتعمل على تغطية كافة مجالات الحياة.

ثانيا: الدور الذي تساهم به أنشطة العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة.

س7: هل ترون بأن نشاط العلاقات العامة يقوم بتحسين صورة المؤسسة؟

ج7: أكيد يحسن صورة المؤسسة.

التعليق7: من خلال الإجابة نستطيع أن نقول كانت إجابته صحيحة باعتبار أن الهدف الرئيسي للعلاقات العامة هو تحسين صورة المؤسسة.

س8: في نظرك، هل أنشطة العلاقات العامة كافية لتحسين صورة المؤسسة أو أنها بحاجة إلى أنشطة أخرى؟

ج8: نوعا ما كافية بالإضافة إلى العمليات الاتصالية.

التعليق8: يرى المبحوث بأن أنشطة العلاقات العامة كافية بالإضافة إلى الاتصال وهذا طبيعي لا بد من عمليات الاتصال كونها مؤسسة اتصالية إعلامية تحتاج إلى أنشطة العلاقات العامة كذلك من أجل بناء صورة ذهنية جيدة لدى الجمهور الداخلي وخاصة الخارجي.

س9: كيف تقيمون تنظيم نشاط العلاقات العامة بالنظر إلى إمكانياتكم؟

ج9: متوسط في ظل غياب جهاز العلاقات العامة.

التعليق9: أكيد متوسط ويبقى هناك نقص في ظل عدم وجود جهاز خاص بالعلاقات العامة.

س10: هل تقومون بدراسات للجمهور؟

ج10: لم يسبق لنا من قبل بدراسة خاصة للجمهور.

التعليق10: لا بد من دراسة للجمهور وذلك لمعرفة خصائصه واتجاهاته وأفكاره و ميولاته.

س11: هل ترون أن إذاعتكم تعنى باهتمامات الجمهور؟

ج11: نعم تعنى باهتمام ومشاكل جمهورها المحلي قبل الجمهور الوطني.

التعليق11: من خلال إجابة المبحوث وباعتبارنا جمهور محلي لإذاعة تيارت المحلية صحيح تعنى بمشاكل جمهورها المحلي خاصة المشاكل التنموية والبيئية والقانونية... إلخ

س12: حسب رأيكم، ما نوع البرامج المفضلة لدى المتلقي ( جمهوركم)؟

ج12: البرامج الاجتماعية، الاقتصادية التنموية، التاريخية، الدينية، التفاعلية.....

التعليق12: نرى أن البرامج التفاعلية هي الأكثر تفاعل ومفضلة لأنها تفتح المجال للجمهور بالتواصل وإبداء رأيه والتعبير عنه بكل شفافية.

### ثالثا: أثر ممارسة أنشطة العلاقات العامة داخل إذاعة تيارت المحلية

س13: هل يمارس موظفي إذاعة تيارت المحلية أنشطة العلاقات العامة؟

ج13: نعم، يمارس أنشطة العلاقات العامة.

التعليق 13: من خلال إجابة المبحوث نرى بأن موظفي إذاعة تيارت يمارسون أنشطة العلاقات العامة ولكن بطريقة غير منظمة وممنهجة.

س14: فيما تتمثل أنشطة العلاقات العامة داخل إذاعة تيارت المحلية؟

ج14: الاتصال الشفوي، الملصقات، الإعلانات، الهاتف، التفاعلية مع المواطنين في مختلف البرامج، أبواب مفتوحة حول الإذاعة، الاتصال الداخلي بين الإدارة والعاملين في مختلف الأقسام.

التعليق 14: لقد اختصرت إجابة المبحوث في هذه العناصر ولكن أنشطة العلاقات العامة كثيرة ومتعددة لا تكمن في هذه الأنشطة المذكورة.

س15: هل عدد موظفي الإذاعة كافي للقيام بهذه الأنشطة داخل مؤسستكم؟

ج15: نوعا ما كافي مقارنة بالإذاعات الأخرى لها عاملين أكثر من إذاعتنا.

التعليق 15: من خلال فترة تربصنا في الإذاعة لاحظنا أن العنصر البشري في الإذاعة يعاني من نقص كبير.

س16: ماهي الأهداف التي تسعى إليها الإذاعة من خلال ممارستها لأنشطة العلاقات العامة؟

ج16: تحسين صورة المؤسسة، توطيد جسور الثقة، تحسين العلاقات مع المحيط الخارجي.

التعليق 16: كانت إجابة المبحوث صائبة نوعا ما من خلال ذكره لأهم أهداف العلاقات العامة.

س17: ما أثر ممارسة أنشطة العلاقات العامة على الأداء الوظيفي؟

ج17: من خلال ممارسة أنشطة العلاقات العامة حققت الكثير من الأهداف منها كسب المعارف، المعاملة الحسنة من طرف الجمهور وكسب محبته مما جعلنا نكسب ثقة الجمهور والتألق في الأداء الوظيفي.

التعليق 17: بالطبع الهدف الرئيسي لممارسة أنشطة العلاقات العامة هو كسب ثقة الجمهور الخارجي.

س18: وفي الأخير، كيف تقيمون نشاط العلاقات العامة في مؤسستكم الإذاعية؟

ج18: تقول بأن نشاط العلاقات العامة متوسط.

التعليق 18: نعم، ممارسة العلاقات العامة متوسطة راجع إلى عدم وجود جهاز خاص بالعلاقات العامة أو مسؤول مكلف.

2- مقابلة مع الصحفي: محمد لمين بحري (مخرج في قسم الانتاج)

أولاً: مكانة العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية بتيارت

س1: ما مفهومك للعلاقات العامة؟

ج1: حسب رأبي هي كافة المهام والوظائف الإعلامية والاتصالية التي تقوم بها داخل الإذاعة المحلية بتيارت.

التعليق 01: حسب إجابة المبحوث نستطيع القول بأنه قام بالخلط بين مفهوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة.

س2: هل ترى بأن مهام العلاقات العامة ضرورية داخل الإذاعة المحلية؟

ج2: نوعاً ما.

التعليق 02: باعتبار أنه لا يوجد مكلف بالعلاقات العامة يصعب على المبحوث تحديد نسبة أهمية العلاقات العامة في المؤسسة.

س3: هل توجد خلية خاصة بالعلاقات العامة داخل الإذاعة؟

ج3: لا

التعليق 03: من خلال إجابة المبحوث يمكننا القول أنه لا بد من توفر خلية خاصة بالعلاقات العامة أو مكلف بها في أي مؤسسة.

س4: حسب رأيك، من هو المكلف بنشاط العلاقات العامة في مؤسستكم؟

ج4: بطبيعة الحال لا يوجد.

التعليق 4: من خلال إجابة المبحوث نرى أن عدم وجود عنصر مكلف بالعلاقات العامة بسببه يمارس بطريقة غير ممنهجة وتلقائية.

س5: هل تساهم في صناعة القرار في مؤسستكم؟

ج5: إلى حد ما.

التعليق 5: كون المبحوث مخرج تقتصر قراراته على التحكم والتغيير في البرامج أو يتخذ القرار مع رئيس المصلحة في نوعية البرامج التي يخرجها.

س6: حسب رأيكم، ما هو انطباع الجمهور الخارجي حول الإذاعة؟

ج6: انطباع جيد.

التعليق 6: نعم كانت إجابته صحيحة و باعتبارنا مستمعين لإذاعة تيارت لدينا انطباع جيد حول برامجها خاصة العاملين بها من الحارس إلى المدير.

ثانيا: الدور الذي تساهم به أنشطة العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة.

س7: هل ترون بأن نشاط العلاقات العامة يقوم بتحسين صورة المؤسسة؟

ج7: نعم، ولكن بنسبة قليلة.

التعليق 7: من خلال إجابة المبحوث قد نفى تقريبا دور أنشطة العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة.

س8: في نظرك، هل أنشطة العلاقات العامة كافية لتحسين صورة المؤسسة أو أنها بحاجة إلى أنشطة أخرى؟

ج8: كافية نوعا ما ولكن تحتاج إلى مهام أخرى.

التعليق 8: لم يحدد المبحوث نوع المهام التي تساعد في تحسين صورة المؤسسة الإذاعية بتيارات ولكنه كان على حق في إجابته.

س9: كيف تقيمون تنظيم نشاط العلاقات العامة بالنظر إلى إمكانياتهم؟

ج9: تقييم نسبي.

التعليق 9: المبحوث على حق في إجابته تقييم نسبي بسبب عدم وجود خلية خاصة بالعلاقات العامة بإذاعة تيارت المحلية.

س10: هل تقومون بدراسة الجمهور؟

ج10: لا

التعليق 10: نستطيع القول أنه يجب أن يقوموا بدراسة الجمهور لأنه أساس كل برنامج أو حصة تبث على الإذاعة وهذه الدراسة يقوم بها رجل العلاقات العامة.

س11: هل ترون بأن إذاعتكم تعنى باهتمامات الجمهور؟

ج11: نعم.

التعليق 11: نعم، بطبيعة الحال كل إذاعة محلية تعنى بمشاكل واهتمامات المجتمع المحلي بالدرجة الأولى.

س12: حسب رأيكم، ما نوع البرامج المفضلة لدى المتلقي ( جمهوركم)؟

ج12: البرامج التفاعلية والرياضية.

التعليق 12: من خلال إجابة المبحوث صحيح لأن هذا النوع من البرامج التفاعلية والرياضية تهم فئة الشباب أكثر تلقى اهتماما من طرف الجمهور المحلي.

ثالثا: أثر ممارسة أنشطة العلاقات العامة داخل إذاعة تيارت المحلية

س13: هل يمارس موظفي إذاعة تيارت العلاقات العامة في مؤسستكم؟

ج13: نعم

التعليق 13: من خلال إجابة المبحوث، نرى أن موظفي إذاعة تيارت يمارسون أنشطة العلاقات العامة ولكن بطريقة غير منظمة.

س14: فيما تتمثل أنشطة العلاقات العامة داخل إذاعة تيارت المحلية؟

ج14: التوعية، الحملات التحسيسية فسي جميع المجالات عن طريق التغطيات المباشرة والمسجلة.

التعليق 14: كان المبحوث على خطأ حين شمل كافة أنشطة العلاقات العامة حسب ما درسنا أن أنشطة العلاقات العامة واسعة ومتنوعة.

س15: هل عدد موظفي الإذاعة كافي للقيام بهذه الأنشطة داخل مؤسستكم؟

ج15: لا يزال غير كاف.

التعليق 15: بالفعل يوجد نقص في المورد البشري سواء على مستوى قسم التاخبار أو الانتاج وحتى القسم التقني.

س16: ما هي الأهداف التي تسعى إليها الإذاعة من خلال ممارستها لأنشطة العلاقات العامة؟

ج16: تحسين العمل الإعلامي للمؤسسة فقط من خلال خلق جو ملائم للعمل بين موظفي المؤسسة.

التعليق16: تحسين العمل الإعلامي للمؤسسة من خلال خلق جو ملائم للعمل بين موظفي المؤسسة.

س17: ما أثر ممارسة أنشطة العلاقات العامة على الأداء الوظيفي؟

ج17: أثر إيجابي.

التعليق17: بالفعل لأنشطة العلاقات العامة أثر فعال وإيجابي في العمل الإذاعي.

س18: وفي الأخير، كيف تقيمون نشاط العلاقات العامة في مؤسستكم الإذاعية؟

ج18: تقييم معتبر بالنسبة للإمكانيات.

التعليق18: ما دام أنه لا توجد أي جهة مكلفة بهذا النشاط بطبيعة الحال يكون تقييم نسبي متوسط.

## ✓ نتائج المقابلة:

من خلال المقابلات التي أجريناها توصلنا إلى النتائج التالية:

- 1- تؤكد إجابة الباحثين أنه يوجد خلط ما بين مفهوم العلاقات العامة ومفهوم الاتصال واعتبروا أن مهام وأنشطة العلاقات العامة لا تختلف عن المهام الاتصالية.
- 2- تشير نتائج الدراسة أن مهام وأنشطة العلاقات العامة ضرورية داخل الإذاعة المحلية بتيارت وتمارس من خلال العمل اليومي من طرف كافة الصحفيين والمنشطين.
- 3- أكدت نتائج الدراسة لا يوجد جهاز خاص بالعلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية بتيارت غير أن مهامه موجودة تتقاسمها مجموعة من المصالح والمكاتب.
- 4- اتفق جميع الباحثين بأنه لا يوجد أي جهة مكلفة خاصة بتنظيم أنشطة العلاقات العامة في ظل غياب هذه الخلية، بالرغم من أن الإذاعة مؤسسة إعلامية اتصالية اقتصادية تحتاج لمكلف بهذه الأنشطة من أجل التنسيق بين مصالح المؤسسة الإذاعية وموظفيها.
- 5- كشفت نتائج الدراسة أن المشاركة في صناعة القرار داخل الإذاعة المحلية بتيارت تعد عملية جد مهمة في العمل الصحفي وذلك للخروج بنتيجة تخدم الصالح العام.
- 6- انطباع الجمهور الخارجي للإذاعة المحلية بتيارت جيد من خلال الاتصال الدائم والفعال في مختلف ولايات الوطن.
- 7- كشفت دراستنا أن أغلب الباحثين يعتبرون أن مهام ونشاط العلاقات العامة تساهم في تحسين صورة المؤسسة.

8- كشفت النتائج أن أنشطة العلاقات العامة ليست كافية لوحدها لتحسين صورة المؤسسة الإذاعية، وتبقى دائما نسبية ونوعية تحتاج إلى مهام أخرى من بينها النشاط الاتصالي والإعلامي ليكملا نشاط العلاقات العامة.

9- يؤكد الباحثون أن تقييم تنظيم العلاقات العامة في ظل الإمكانيات التي تحظى بها الإذاعة المحلية بتيارات متوسطة في ظل غياب جهاز العلاقات العامة.

10- لقد بينت إجابة الباحثين أنه لم يسبق للإذاعة المحلية بتيارات القيام بدراسة خاصة للجمهور المحلي، بمعنى أن الإذاعة تعتمد فقط على التواصل مع جمهورها المحلي إلا من خلال برامجها والتفاعل معها ولكن أهملت دراسة جمهورها المحلي وخصائصه على أرض الواقع.

11- تؤكد نتائج دراستنا أن الإذاعة المحلية بتيارات تهتم باهتمامات ومشاكل جمهورها المحلي وذلك من خلال المساهمة في تقرب المواطن المحلي من المؤسسات الإعلامية وتطوعه على مختلف المواضيع الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية، الثقافية.....

12- أثبتت نتائج دراستنا أن أهم البرامج التي تتلقى أكثر استماع من قبل الجمهور المحلي هي البرامج التفاعلية.

13- أفادت نتائج الدراسة أن موظفي إذاعة تيارت المحلية يمارسون أنشطة العلاقات العامة فقط وتتركز على ما يلي: الاتصال الداخلي بين العاملين في مختلف الأقسام، الاتصال الشفوي، الملصقات، اللافتات، الهاتف في أخذ المواعيد، التفاعلية مع المواطنين في مختلف البرامج والأخذ والرد بآرائهم، أبواب مفتوحة، الحملات التحسيسية، مؤتمرات، الندوات،.....، هذه كأبرز الأنشطة التي يمارسها موظفو العلاقات العامة، ولكن هذه الممارسة كانت نوعية فقط.

14- تشير نتائج دراستنا إلى أن عدد الموظفين غير كافي للقيام بمهام ووظائف العلاقات العامة.

- 15- تبين الدراسة أتن أبرز الأهداف التي تسعى إليها إذاعة تيارت المحلية لتحقيقها تتمثل في: تحسين صورة المؤسسة، توطيد جسور الثقة، تحسين العلاقات الاجتماعية، التغلب على كافة الأزمات والمشاكل التي تواجه المؤسسة للتعريف بولاية تيارت وموروثها الثقافي، العادات والتقاليد.....إلخ.
- 16- أوضحت نتائج الدراسة أنه لم يسبق للمؤسسة الإذاعية وأن قامت بعملية دراسة للجمهور أو القيام بصبر للآراء لمعرفة مدى تأثير المجتمع المحلي لولاية تيارت بالإذاعة.
- 17- أثبتت إجابة الباحثين أن أثر أنشطة العلاقات العامة على الرضا الوظيفي له دور أساسي في كسب ثقة الجمهور الخارجي وهذا ما يسهل مهمة الأداء الصحفي للإعطاء أكثر فأكثر.
- 18- أظهرت النتائج للتقييم العام لنشاط العلاقات العامة تقييم متوسط وهذا راجع بالدرجة الأولى إلى عدم توفر جهاز أو خلية خاصة بالعلاقات العامة.

✓ نتائج الملاحظة:

- من خلال فترة التربص التي دامت ثلاثة أسابيع كاملة والتي كنا فيها جزءا من فريق العمل الإذاعي بتيارت واعتمدنا من خلالها على الملاحظة بالمشاركة توصلنا إلى النتائج التالية:
- 1- إن واقع العلاقات العامة في إذاعة تيارت المحلية عبارة عن نشاط فقط يمارس من قبل موظفي الإذاعة المحلية وخاصة الصحفيين والمنشطين ولكن بطريقة غير ممنهجة وغير منظمة.
  - 2- العلاقة ما بين الصحفيين والمنشطين والمدير الأول هي علاقة أخوة يسودها نوع من التفاهم والتعاون حيث يعتبرونها الأسرة الثانية.
  - 3- كذلك لاحظنا الصحفيين القدامى يبذلون جهدا مضاعفا خارجي نطاق المهام المكلفون بها من أجل إيصال معلومة صادقة في الوقت المناسب والمكان المناسب.
  - 4- لاحظنا كذلك نقص في الإمكانيات على المستوى التقني إضافة إلى الإضرار البشري غير كافي وكذلك وسائل النقل الخاصة بنقل الصحفيين لتغطية الخرجات الميدانية غير كافية ورغم ذلك الصحفيون أعطوا صورة حسنة لإذاعة تيارت المحلية بالنسبة للجمهور الخارجي.
  - 5- استقبال الجمهور الخارجي داخل الإذاعة في كل وقت والاحتكاك معهم والتعريف بالإذاعة وتقبل كافة الانتقادات الموجهة لهم.
  - 6- لاحظنا أن كافة المصادر التي يعملون عليها داخل الإذاعة من الوكالة الوطنية للأبناء والإذاعة الوطنية الأولى.
  - 7- احترام الوقت ودقة المواعيد التي يقوم بها الصحفي من خلال التغطيات المباشرة والتسجيلات مع المواطن أو السلطات المحلية ورغم الضغط هذا لا يمنع من التأخر أو إلغاء المواعيد.
  - 8- كذلك تعنى الإذاعة المحلية بتيارت بتخصيص دورات تدريبية لموظفي الإذاعة لتحسين العمل الصحفي وصورة المؤسسة.

- 9- كذلك أفراد وعمال إذاعة تيارت ذوي مؤهلات علمية مختلفة تتراوح من ليسانس إلى دكتوراه.
- 10- أيضا تهتم إذاعة تيارت بالمناسبات التاريخية والعادات والتقاليد أن لها دور فعال في إحيائها والمشاركة فيها لترسيخها لدى الأجيال الصاعدة.
- 11- نظرا للمجهودات الجبارة التي يقوم بها عمال الإذاعة من أجل إرضاء مستمعيها لاحظنا أن فئة الإناث أكثر استماعا وتفاعلا مع برامج الإذاعة خاصة المرأة الماكثة في البيت أكثر من فئة الشباب.

#### ✓ النتائج العامة:

- 1- ضعف ممارسة العلاقات العامة بإذاعة تيارت المحلية لعدم وجود قسم خاص بالعلاقات العامة.

2- افتقار الإذاعة المحلية بتيارت إلى مختصين في العلاقات العامة بحكم أن كل عمال الإذاعة يمارسون نشاط العلاقات العامة بصفة غير رسمية وغير ممنهجة.

3- تعتمد الإذاعة المحلية في اتصالها الداخلي شكل الاتصال التبادلي الدوري ( سيران المعلومة من بشكل دوري وتبادلي من الرئيس إلى المرؤوسين) وبالتالي هنا تسعى جاهدة إلى تنمية روح التعامل والتعاون والتفاهم المشترك لدى العاملين الذي يجعلهم يشعرون بالانتماء والمسؤولية اتجاه عملهم.

4- تقوم الإذاعة المحلية بتيارت إلى توطيد العلاقات الإنسانية والاجتماعية داخلها، وتظهرها في العلاقات غير الرسمية بين العمال، مما يكفل التواصل المستمر وخلق روح الفريق والعمل الجماعي وبناء علاقات المتواصلة على ضوء التفاهم المتبادل.

### ✓ المقترحات والتوصيات:

يمكننا وضع بعض التوصيات والمقترحات فيما يلي:

- 1- ضرورة الاهتمام بوظيفة العلاقات العامة والعمل على إبراز دورها الفعال داخل المؤسسة الإذاعية.
- 2- ينبغي على المؤسسة الإذاعية توظيف كوادر مؤهلة ومختصة في مجال العلاقات العامة وحسن اختيار العامل الأفضل والكفاء.
- 3- ضرورة تكييف الدورات التدريبية المختلفة لعمال إذاعة تيارت المحلية من أجل الارتقاء الأفضل بالعمل الإذاعي.
- 4- العمل على تطوير الأجهزة التقنية والوسائل الاتصالية ترقى بالحدثة والمرونة والسرعة والفعالية ومواكبة العصرنة.
- 5- توظيف استراتيجيات العلاقات العامة واستغلالها استغلالاً أمثل وحسناً.
- 6- زيادة العمال في كافة المصالح ( مصلحة الأخبار، الإنتاج، القسم التقني).
- 7- العمل على زيادة الحوافز المادية وخاصة المعنوية.
- 8- يجب على الإدارة العليا للإذاعة المحلية ادراج قسم أو مصلحة خاصة بالعلاقات العامة ضمن هيكلها التنظيمي وكذلك توظيف مكلف أو مختص بالعلاقات العامة لتنظيم كافة الأنشطة وإعادة تنظيمها.

من خلال دراستنا لموضوع واقع العلاقات العامة في الإذاعات المحلية، وتحديدًا إذاعة تيارت المحلية، أدركنا أن العلاقات العامة تعد وظيفة أساسية من وظائف الإدارة الحديثة باعتبارها همزة وصل بين المؤسسات والجمهور من أجل إنشاء علاقات وطيدة، كونها تعمل على إحداث التكيف بين كل من المؤسسة والجمهور المتعاملة معها، ورغم اهتمام مؤسسات الدول المتقدمة بالعلاقات العامة إلا أن هذا الاهتمام ناقص في الدول النامية.

واعتمادًا على نتائج الدراسة نستطيع القول أن الإذاعة المحلية لم تستوعب بعد الدور الفعال الذي تأديه برامج وممارسات العلاقات العامة لكسب ثقة وتأييد الجمهور المتعامل مع المؤسسة، وهذا راجع لغياب جهاز أو مصلحة خاصة في الإذاعة، إلا أنه لم يؤثر سلبًا عليها بدليل أنها تحظى بثقة كبيرة لدى جمهورها الداخلي والخارجي، إذ تبين لها مصداقية في التعامل بالإضافة إلى الأساليب والوسائل الاتصالية والخطوات التي توظف الممارسة السلمية للعاملين في العلاقات العامة تزيد من فعاليتها.

وفي الأخير نرجو أن تكون دراستنا قد أعطت فكرة واضحة عن ماهية العلاقات العامة ودورها وأهميتها في المؤسسة الإذاعية المحلية، وأن تكون من خلالها قد أثرتنا اهتمام المسؤولين في الإذاعة بأهمية العلاقات العامة خاصة في المجال الخدماتي والمجال التنموي والتوعوي.

1- الكتب:

- 1- أبو أصعب صالح خليل: العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق للنشر والتوزيع، رام الله، د.ت.
- 2- أحمد الشافعي حسن: تطبيقات العلاقات العامة، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة، الإسكندرية، 2006.
- 3- أحمد محمد مصطفى: الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية، 1999.
- 4- إسماعيل سليمان أبو جلال: الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، ط1، دار سلمة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
- 5- أنغام حسن أيوب، د. زاهر عبد القادر جميل وآخرون: العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية، ط1، دار حامد، عمان، 2016.
- 6- الجرايدة بسام عبد الرحمان: إدارة العلاقات العامة، دار الأسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
- 7- جودت عزت عطوي: أساليب البحث العلمي أدوات ومفاهيمه، أدواته، طريقة الإحصائية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 8- جودت محمود ناصر: الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، ط1، دار المجدلاوي، عمان، 1997.
- 9- الجوهري محمد محمود: المؤتمرات في العلاقات العامة، مكتبة الدولية الأنجلو مصرية، القاهرة.
- 10- حجاب منير: الإعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
- 11- حجاب منير، عبد الوهاب سحر محمد: المداخل الأساسية للعلاقات العامة، دار النشر والتوزيع القاهرة، رقم الإيداع 92/10297.
- 12- حجاب محمد منير: الإعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1998.
- 13- الحديدي منى، إمام على سعد سلوى: الإعلام والمجتمع، دار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 2004.
- 14- البياني ياس خضير، د. عبده محمد داوود، وآخرون: مقدمة في العلاقات العامة والإعلان، الأفاق المشرقة الناشرون، عمان، 2012.
- 15- الخطيب سعادة راغب، مبادئ العلاقات العامة، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، ط1، 2009.
- 16- خيري أسامة: مناهج البحث العلمي، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2016.

## قائمة المصادر والمراجع:

- 17-الدليمي عبد الرزاق: العلاقات العامة في المجال الدليمي، دار اليازري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 18-راسم محمد الجمال: الاتصال والإعلام في الوطن العربي، ط3، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، 2001.
- 19-رحي مصطفى العليان، محمد عبد الباسط: وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعلم، دار الصفا للنشر والتوزيع، عمان، 1999.
- 20- شدوان علي شيبية: العلاقات العامة: بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2012.
- 21-شكري عبد المجيد: الإعلام الحلي في ضوء متغيرات العصر، دار البردي، القاهرة، 2007.
- 22-طلعت منال محمود: العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، الناشر المكتبي الجامعي، الأزاريطة، 2002.
- 23-طه عبد المعطي نجم: الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2009.
- 24-عبد العزيز شرف: المدخل إلى وسائل الإعلام = الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، سينما، المنتج، أرقام الاتصالات، ط2 دار الكتاب النصري، دار الكتاب اللبناني في الطباعة للنشر والتوزيع، 1989.
- 25-عبودي نعمة الجبوري: إدارة العلاقات العامة: بين الابتكار والتطبيق، ط1، دار الرياحين للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
- 26-عبودي نعمة الجبوري: إدارة العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2016.
- 27-العكش عبد الله: البحث العلمي ومناهج والإجراءات، مطبعة عين الحديثة، الإمارات العربية، 1986.
- 28-علاق بشير: العلاقات العامة وإدارة الأزمات، دار اليازري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 29-علي عجوة: الإعلام وقضايا التنمية، عالم الكتاب، القاهرة، 2004.
- 30-علي عجوة: العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، القاهرة، 2006.
- 31-عماد مكايي حسن: الأخبار في الراديو والتلفزيون، المكتبة الأنجلو مصرية، مصر، 1989.
- 32-عوايدي عمار: مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في ميدان العلوم القانونية والإدارية، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002.

- 33- فرح سعيد محمد: لماذا؟ وكيف نكتب بحثا اجتماعيا؟ دار المعارف، الإسكندرية، 2002.
- 34- فريد الصحن محمد: العلاقات العامة ( المبادئ والتطبيق)، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2004.
- 35- القياضي نصر الدين: مساءلة الإعلام، المؤسسة الجزائرية للطباعة، الجزائر، 1991.
- 36- كاظم الطائي محمد مصطفى: الفنون الإذاعية والتليفزيونية وفلسفة الإقناع، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007.
- 37- لازم كماش يوسف: البحث العلمي مناهجه، أقسامه، أساليبه الإحصائية، دار دجلة ، عمان، 2016.
- 38- لغبان عزيز: مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال " التعريف بوسائل الاتصال الجماهيرية"، الوسيط في الدراسات الإعلامية، الجزء الثالث، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003.
- 39- محبوب وجيه: البحث العلمي ومناهجه، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2004.
- 40- محمد أحمد عبد المحسن بدوي: العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ودعم تنسيقها مع وسائل الإعلام، دار الحامد، الرياض، ط1، 2014.
- 41- المزاهرة منال هلال: إدارة العلاقات العامة وتنظيمها، ط1، دار الميسرة والتوزيع والطباعة، عمان، 2015.
- 42- حجاب محمد منير: المداخل الأساسية في العلاقات العامة، المدخل الاتصالي، ط4، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2006.
- 43- حجاب محمد منير: الاتصال الفعال للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2007.
- 44- يوسف العمار خالد: أبحاث في البحث وإعداد الرسائل الجامعية في العلوم النفسية والتربوية والاجتماعية، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 45- يوسف محمود: فن العلاقات العامة، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.

## 2- المذكرات:

- 46- بلحاجي زهرة: 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.

## قائمة المصادر والمراجع:

- 47- بن بوكريطة آمال الهاشمي: دور الإذاعة المحلية في تكوين وتعزيز الصورة الذهنية للهوية الثقافية والحفاظ عليها- دراسة مسحية لعينة من طلبة جامعة خميس مليانة-، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص وسائل الإعلام والتنمية المستدامة، جامعة الجليلي بوعمامة، خميس مليانة، 2014-2015.
- 48- حمدوش هدى: الإذاعة المحلية ودورها في التنمية- دراسة ميدانية بإذاعة الأوراس باتنة-، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار، عنابة، 2010-2011.
- 49- شعباني مالك: 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.
- 50- كورمية ابراهيم: العلاقات العامة في المؤسسة السياحية الجزائرية- دراسة حالة لوزارة السياحة-، أطروحة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، الجزائر، 2004-2005.
- 51- مسيلي ياسين: العلاقات العامة في المؤسسات الصحية - دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي ابن باديس، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسنطينة، جامعة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2008-2009.

### 3- القواميس والمعاجم:

- 52- محمد علي، القوزي: نشأة وسائل الاتصال وتطورها، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2007.

### 4- المجالات:

- 53- بشيشي الأمين: دور الإعلام في معركة التحرير، مجلة الثقافة، 1994.
- 54- زيدان خلف حذيفة: نشاط العلاقات العامة في هيئة التعليم التقني، العدد 17، 2012.
- 55- شلوش محمد: الإذاعة الجزائرية النشأة ومسارها، الإذاعة الجزائرية، العدد، 2014.

### 5- المراجع بالفرنسية:

56-Pige (François) : « Radiodiffusion et télévision au Maghreb », « In étude Maghrébines », Série : G.N°06 Janvier 1996, p42.

### 6- المواقع الالكترونية:

## قائمة المصادر والمراجع:

---

57-قندوز عبد القادر، نشأة وتطور الإذاعة محاضرة 4، يوم الاثنين 9 نوفمبر / 15:30pm، الجمعة 17 فيفري 2017، 20:36 :http t2032-topic//

30dz.gust go.com/

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة المقابلة

مذكرة لنيل شهادة الماستر تحت عنوان

- واقع العلاقات العامة في الإذاعات المحلية -

- دراسة ميدانية لإذاعة تيارت المحلية -

إشراف:

من إعداد الطالبة

الأستاذ: بن عجمية بو عبد الله

عمار عيدة

السنة الجامعية: 2018-2019.

الزميلات والزملاء المحترمين، موظفي مؤسسة الإذاعية الجهوية تيارت.

تشكل هذه المقابلة جزءا من دراسة الماستر تخصص اتصال جماهيري بهدف التعرف على واقع العلاقات العامة بالإذاعة المحلية تيارت، نرجو منكم الإجابة على أسئلة المقابلة دون تسجيل أي معلومات شخصية، علما أن المعلومات ستعامل بالسرية التامة ولا تستخدم إلا لدراسة العلمية.

بيانات المستجوبين:

1- القسم الذي تعمل فيه: - قسم الأخبار ( )

- القسم التقني ( )

- قسم الانتاج ( )

2- الجنس: ذكر ( ) أنثى ( )

3- العمر: - 20 سنة ( ) ، - من 21 إلى 30 سنة ( )

من 31 إلى 40 سنة ( ) ، أكثر من 41 سنة ( )

4- سنوات العمل والخبرة في المؤسسة: - أقل من ثلاثة أعوام ( )

- من ثلاثة أعوام إلى ستة أعوام ( )

- من سبعة إلى عشرة أعوام ( )

5- المستوى التعليمي: - ثانوي ( ) ، - جامعي ( )

- دراسات عليا ( )

أولاً: مكانة العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية  
بتيارت

س1: ما مفهومك للعلاقات العامة؟

ج1: .....

س2: هل ترى بأن مهام العلاقات العامة ضرورية داخل إذاعة تيارت المحلية؟

ج2: .....

س3: هل توجد خلية خاصة بالعلاقات العامة داخل الإذاعة؟

ج3: .....

س4: حسب رأيك، من هو المكلف بنشاط العلاقات العامة في مؤسستكم؟

ج4: .....

س5: هل تساهم في صناعة القرار في مؤسستكم؟

ج5: .....

س6: حسب رأيكم، ما هو انطباع الجمهور الخارجي حول الإذاعة؟

ج6: .....

ثانياً: الدور الذي تساهم به أنشطة العلاقات العامة في تحسين صورة

س7: هل ترون بأن نشاط العلاقات العامة يقوم بتحسين صورة المؤسسة؟

ج7: .....

س8: في نظرك، هل أنشطة العلاقات العامة كافية لتحسين صورة المؤسسة أو أنها بحاجة إلى أنشطة

أخرى؟

ج8: .....

س9: كيف تقيمون تنظيم نشاط العلاقات العامة بالنظر إلى إمكانياتهم؟

ج9: .....

س10: هل تقومون بدراسة الجمهور؟

ج10: .....

س11: هل ترون بأن إذاعتكم تعنى باهتمامات الجمهور؟

ج11: .....

س12: حسب رأيكم، ما نوع البرامج المفضلة لدى المتلقي ( جمهوركم)؟

ج12: .....

**ثالثا: أثر ممارسة أنشطة العلاقات العامة داخل إذاعة تيارت المحلية**

س13: هل يمارس موظفي إذاعة تيارت العلاقات العامة في مؤسستكم؟

ج13: .....

س14: فيما تتمثل أنشطة العلاقات العامة داخل إذاعة تيارت المحلية؟

ج14: .....

س15: هل عدد موظفي الإذاعة كافي للقيام بهذه الأنشطة داخل مؤسستكم؟

ج15: .....

س16: ما هي الأهداف التي تسعى إليها الإذاعة من خلال ممارستها لأنشطة العلاقات العامة؟

.....ج16:

س17: ما أثر ممارسة أنشطة العلاقات العامة على الأداء الوظيفي؟

.....ج17:

س18: وفي الأخير، كيف تقيمون نشاط العلاقات العامة في مؤسساتكم الإذاعية؟

.....ج18: