



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال وعلم المكتبات



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر
شعبة: علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

الموضوع:

واقع العلاقات العامة في الإذاعات المحلية
دراسة ميدانية إذاعة قالمة محلية - أنموذجا -

إشراف الأستاذة(ة):

- زودة مبارك

إعداد الطلبة:

- بن قيراط وفاء

- قرفي سليمة

السنة الجامعية: 2016/2017

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و تقدير

"من اجتهد وأصابه فله أجران، ومن اجتهد وأخطأ فله أجر واحد".

الحمد لله الذي وهبنا نعمة العقل سبحانه والشكر له على كل نعمه وفعله

وكرمه.

تبارك الله ذو الجلال والإكرام.

نشكر كل من قدم لنا يد العون والمساعدة في إنجاز هذا التقرير.

ونخص بالذكر عمال إذاعة قاتمة المحلية من الدارس إلى المدير ، و كذلك نقدم الشكر
للأستاذ المشرف " زودة مبارك " من خلال إشرافه على عملنا خطوة بخطوة، وبكل جدية وتفاني.

دون أن ننسى كذلك

الأستاذ المؤطر في فترة التبرص " محمد شوابنة "

ونشكر في الأخير كل من قدم لنا يد المساعدة، سواء من قريب أو من بعيد.

فالحمد لله الذي تتم بنعمته الصالحات



الإهداء

اهدي ثمرة عملي هذا إلى الوالدين رحمهما الله
وأسكنهما فسيح جناته و إلى أخي وخالاتي
كما أهديها لكل الزملاء والزميلات لدفعة
الماستير لسنة 2017

ولكل من أعانني من قريب أو من بعيد لانجاز هذا
العمل، وإلى كل طالب علم وإلى صديقتي وفاء

وفاء

الإهداء

اهدي ثمرة عملي هذا إلى الوالدين رحمهما الله
وأسكنهما فسيح جناته و إلى أخي وخالاتي كما
أهديها لكل الزملاء والزميلات لدفعة الماستير
لسنة 2017 ولكل من أعانني من قريب أو من
بعيد لانجاز هذا العمل، وإلى كل طالب علم وإلى
صديقتي وفاء

سليمة

فهرس المحتويات :

مقدمة

- 1- موضوع الدراسة وإشكاليتها ص02
- 1-1 الإشكالية ص02-03
- 1-2 أسباب اختيار الموضوع ص04
- 1-1-3 أهداف الدراسة ص05
- 1-1-5 أهمية الدراسة ص05
- 1-1-6 مفاهيم الدراسة ص06-07
- 1-1-7 الدراسات السابقة ص08-18
- 2-1 الإطار المنهجي ص19
- 1-2-1 مجال الدراسة ص19
- 1-2-2 عينة الدراسة ص20
- 1-2-3 منهج الدراسة ص21
- 1-2-3 أدوات جمع البيانات ص22-27
- 1-2-5 النظرية المقاربة ص28-30

الفصل الثاني : مدخل عام للعلاقات العامة

- 2-1 مفهوم العلاقات العامة ص32-34
- 2-1-1 مفهوم العلاقات العامة عند الغرب ص32-33
- 2-1-1 مفهوم العلاقات العامة عند العرب ص33-34

- 2-2 نشأة و تطور العلاقات العامةص34-35
- 2-3 أسباب الإهتمام بالعلاقات العامة.....ص35-36
- 2-4 أهم مبادئ وأسس العلاقات العامة.....ص36-37
- 2-5 وظائف العلاقات العامة.....ص37-38
- 2-6 أهمية و أهداف العلاقات العامة.....ص38-41
- 2-7 أخصائي العلاقات العامة و الخطوات السليمة للممارستها.....ص41-44

الفصل الثالث : العلاقات العامة داخل الإذاعة

- 3-1 مفهوم الإذاعة المحلية.....ص48-49

3-2 نشأة وتطور الإذاعة في العالم

- 3-2-1 نشأة الإذاعة في العالم الغربي.....ص49-51

- 3-2-2 نشأة و تطور الإذاعة في الوطن العربي.....ص51-53

- 3-2-3 نشأة و تطور الإذاعة في الجزائرص54-63

3-3 أساسيات الإذاعة المحلية

- 3-3-1 أسباب انتشار الإذاعات المحلية.....ص64

- 3-3-2 العناصر الأساسية للجهاز الإذاعي.....ص66-70

- 3-3-3 أنواع الإذاعات.....ص71-72

- 3-3-4 مهام و وظائف الإذاعة المحلية.....ص72-76

- 3-3-4 أهداف و خصائص الإذاعة المحلية.....ص76-77

3-3 إستراتيجية العلاقات العامة داخل المؤسسة الإعلامية.....ص 79-80

3-4 أهداف العلاقات العامة تجاه المجتمع المحلي.....ص 80-81

3-5 أهمية ممارسة أنشطة العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية.....ص 81-83

الفصل التطبيقي

1 التعريف بالمؤسسة : (بطاقة فنية تشمل النشأة).....ص 87-91

2- الدراسة التحليلية.....ص 91-119

نتائج المقابلة.....ص 119-124

نتائج الملاحظات.....ص 124-125

النتائج العامة.....ص 125

المقترحات و التوصيات.....ص 125

الخاتمة

قائمة المصادر و المراجع.....

الملاحق.....

المقدمة:

لقد أصبحت أجهزة الإعلام و الاتصال في عصرنا الحالي تتحدي مسافات و تتخطى الحواجز ، لتجعل من العالم قرية صغيرة يتعايش أفرادها بكل سهولة و صارت قوة الدول لا تقاس فقط بإيديولوجياتها السياسية، ومواردها المادية، والبشرية، بل كذلك بتحكمها في الوسائل و تكنولوجيايات الاتصال ،بذلك انه تكاد تجمع العديد من الدراسات على أن العالم يعيش اليوم ثورة في تكنولوجيا الاتصال و الإعلام و هي ثورة تتجسد في وفرة قنوات الاتصال ووسائله، إضافة إلى تنوع الرسائل الاتصالية و أشكالها ، و القوي هو من يتحكم في الوسيلة إنتاجا و تصنيفا ، و الرسالة من حيث قوتها و تأثيرها على الرأي العام المحلي و العالمي.

كما أصبحت و وسائل الإعلام في وقتنا الحالي من أهم أدوات التأثير و التوجيه و التثقيف و الإعلام والتعليم، خاصة في ظل العولمة الاتصالية وما يتميز به من تنوع في البث الإذاعي و التلفزيوني .

و تعد الإذاعة واحدة من ابرز وسائل الإعلام الجماهيري، و أكثرها تأثيرا، رغم المنافسة الشديدة و المنقطعة النظر التي تفرضها عليها وسائل الإعلام الأخرى خاصة منافسها التلفزيون، فلقد تربعت الإذاعة على عرش و وسائل الإعلام الجماهيري باعتبارها الوسيلة الأكثر تأثيرا و الأكثر شعبية ، و الأكثر انتشارا، لكن العديد من متغيرات العصر بدأت تواجهها، و تحز مكانتها من الجذور و كان من الممكن أن تختفي الإذاعة من حياتنا أمام ضغط متغيرات هذا العصر التي خلقها ذلك التقدم التكنولوجي المذهل في مختلف المجالات على رأسها مجال الاتصال ، و مع ذلك فقد استطاعت الإذاعة الصمود إلى حد الآن ، و بقيت احد أهم وسائل الاتصال و الإعلام الجماهيري ، وقد تبينت كذلك سنوات و قرون و أحقاب أخرى و ترجع أسباب الصمود و التحدي الذي ترفعه الإذاعة دائما في وجه خصومها إلى ما تتميز به الإذاعة من خصائص و مميزات تجعلها في الحفاظ على مكانتها.

ولعل أهم هذه الخصائص و أبرزها أنها تعتمد على حاسة السمع دون غيرها من الوسائل حيث يسميها البعض بالوسيلة العمياء مما يجعلها أكثر شيوعا بين الجمهور المستقبل بسهولة و يسر، دون النظر إلى كون

المجتمع متعلما أو مثقفا أو أميا ، أو عنده استعداد من اي نوع كان، لذا كان التأثير أعظم و اشد ، و ابلغ ، بالإضافة إلى انتشارها الواسع في العالم نظرا لصغر حجمها و قلة تكلفة شرائها و سهولة ضبط موجاتها .
و تسعى الإذاعة كغيرها من الوسائل الإعلام الأخرى إلى تحقيق الأهداف المختلفة التي تعود على الفرد و المجتمع كالثقيف و التربية و الترفيه و التوعية و التنمية في جميع المجالات .

و تعتبر الجزائر من بين الدول النامية التي أولت أهمية كبيرة لهذا الجهاز الإعلامي الهام نظرا لإدراكها الكبير لأهميته و دوره الفعال في المجتمع ، حيث خصصت له ابتداء من 60 إلى جانب التلفزيون موارد مادية و بشرية معتبرة ، و عملت الحكومات المتعاقبة منذ الاستقلال إلى يومنا هذا على تحسين أدائه و تطوير أجهزته التقنية لإسماع صوته في كافة أرجاء الوطن، ومع مرور الوقت و زيادة عدد السكان و تباين عددهم صار من المستحيل على الإذاعة المركزية (الأم) أو الإذاعة الجهوية (قسنطينة، وهران، العاصمة) أن تلي جميع متطلبات و انشغالات المواطن.

وفي ظل التعددية السياسية و الإعلامية قامت الجزائر و كغيرها في الشرق و الغرب بإنشاء محطات للإذاعات المحلية في مناطق مختلفة من الوطن ، وهذا ابتداء من 90 ومن بين الإذاعات نجد إذاعة قلمة المحلية.

باعتبارها مؤسسة إعلامية محلية بجمهورها المحلي، و ذلك من خلال ترويجها لأفكارها و آرائها و اتجاهاتها من اجل التأثير على آراء و اتجاهات و سلوكيات الجمهور المستهدف ومن ثم بناء أدوات إدارية إعلامية فعالة و مهارات اتصالية و هذا ما يقودنا إلى تسليط الضوء على العلاقات العامة ودورها داخل الإذاعة المحلية بقلمة.

إذ تعتبر العلاقات العامة في الوقت الراهن جزء لا يتجزأ من نشاط المؤسسة الإعلامية ، و تزايد الاهتمام بإدخال هذه الوظيفة كنتيجة لما أثبتته الدراسات الحديثة في الإدارة الإعلامية لأهميتها كوظيفة تهدف إلى تحقيق التوافق و التكيف مع الأفراد المجتمع كما أثبتت الدراسات في مجال العلاقات العامة أهمية الجهود التي

تبدل 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 و المهام و الوظائف التي تقوم بها أصبحت وظيفة حيوية و مهمة من وظائف المؤسسة الإذاعية تستلزم الاهتمام بها و إعطائها مكانة هامة داخلها ، و بالقابل نجد أن ممارسة أنشطة العلاقات العامة تزيد في رسم سياسات و استراتيجيات المؤسسة الإذاعية و ارتفاع مكانتها داخل الجمهور المحلي.

و لتدعيم هذا الاهتمام ارتأينا أن نتناول موضوع "واقع العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية" لإثراء و توضيح الوظائف الحقيقية لهذا الاختصاص و كذا الوقوف على بعض المشاكل التي تحد من فعاليتها من اجل هذا تناولنا في دراستنا جانبين ، جانب نظري و جانب تطبيقي ، حيث ينقسم الجانب النظري إلى ثلاثة فصول:

الفصل الأول: يتناول موضوع الدراسة و فيه تبين مبررات اختيار الموضوع ، أهميته، أهدافه، ومن ثم طرح الإشكالية، بالإضافة إلى مفاهيم الدراسة، النظرية الوظيفية كنموذج إرشادي في دراسة واقع العلاقات العامة داخل الإذاعات المحلية، و الدراسات السابقة ثم تساؤلات الدراسة و فرضياتها ، إضافة إلى العينة المستخدمة و المنهج و أدوات جمع البيانات.

الفصل الثاني: تناولنا العلاقات العامة من حيث النشأة و التطور و التعريف بها ، و التطرق إلى عوامل الاهتمام بها و الأسس التي تقوم عليها و تناولنا و وظائفها المهمة للعلاقات العامة ثم تطرقنا إلى أهدافها و أهميتها

أما الفصل الثالث: تناولنا فيه مكانة العلاقات العامة داخل الإذاعات المحلية و احتوي على نشأة و تطور الإذاعة في العالم و في الوطن العربي ثم خصصنا التطور التاريخي للإذاعة بمختلف مراحلها في الجزائر ثم إلى مفهومها و خصائصها و أهدافها و وظائفها و خصصنا بذكر الإذاعة المحلية ثم أهمية ممارسة أنشطة العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية بإضافة أهداف ممارسة العلاقات العامة في المجتمع المحلي.

أما الفصل التطبيقي:تناولنا فيه تفسير و تحليل البيانات و عرض النتائج و بعض التوصيات و المقترحات و في الأخير الوصول إلى خاتمة الدراسة.

1-1 موضوع الدراسة وإشكالياتها :

1-1 الإشكالية:

تعد الإذاعة المحلية من بين أهم الوسائل الإعلام لدى مختلف فئات المجتمع، نظرا لأنها قد رسخت مكانتها بين الوسائل الإعلامية الأخرى، رغم المنافسة القوية للتلفزيون، إذ لم تعد هنالك 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 الجوي والمحلي في الجزائر، حيث تم تسخير إمكانيات معتبرة أفضت إلى تجسيد مشاريع خاصة بالإذاعات المحلية، وقد ربطت هذه الأخيرة بين الجماهير بصورة قوية، مستمرة، متكررة، 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.

وعليه فإن إذاعة قلمة المحلية، لعبت دورا أساسيا في التأثير على جمهورها، و معرفة مختلف رغباته، التي يريد من الإذاعة أن تحملها ضمن مواضيعها و تطرحها على مائدة النقاش في مختلف برامجها، لإدراك المجتمع المحلي للمشاكل التي تحيط به، و الحلول التي يمكن أن يقترحها بخصوصها.

و بذلك توجهت المؤسسة الإذاعية بقلمة إلى بناء أساليب و أدوات و ممارسات إدارية و إعلامية، و اتصالية فعالة تهتم بالتأثير على اتجاهاتها و سلوكيات الجمهور المستهدف.

وهذا ما يقودنا هذا إلى تسليط الضوء على وظيفة العلاقات العامة التي أصبح لها دورا هاما في نشاط المؤسسة، بل أصبحت جزء لا يتجزأ من وظيفتها، والتي فرضت عليها البحث الدائم و المنظم عن أنجع الأساليب و الطرق

الاتصالية لوضع العلاقة بينها و بين جماهيرها في إطار الصحيح الذي يتضمن من خلاله توطيد جسور الثقة بينها و بين جمهورها الداخلي والخارجي الذي يستهدف كافة فئات المجتمع بصفة عامة.

وبالتالي اعتمدت المؤسسة الإذاعية المحلية بقائمة ممارسة أنشطة العلاقات العامة التي تسعى من خلالها، لإستمالة وجذب الجمهور العام، باعتبار هذا الأخير عنصر نشط و فعال تقوم عليه المؤسسات الاتصالية والإعلامية، والمؤسسات الإذاعة المحلية بصفة خاصة، وهذا من خلال تناولها لمختلف القضايا الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية، والثقافية، بالإضافة إلى إطلاعهم على كافة الأخبار، وتزويدهم بكافة المعلومات التي تمهم، وذلك بهدف تطوير ممارسات و سلوكيات اجتماعية تعكس المنظومة الفاعلة الموجودة ضمن المؤسسات الإذاعية.

لذاك لكي تكون إذاعة قائمة المحلية، مؤسسة إعلامية فعالة، لا بد أن تجسد مهام وأنشطة العلاقات العامة، التي تساهم في تعزيز الثقة بينها و بين جمهورها كالعامل و المساهمين والموظفين و الجمهور العام.

ومن هنا جاء موضوع بحثنا ليجيب عن التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو واقع ممارسة أنشطة العلاقات العامة في إذاعة قائمة المحلية؟

و انطلاقا من الإشكالية لا بد من صياغة التساؤلات التالية:

1- ما هي المكانة التي تحظى بها أنشطة العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية؟

2- ما مدى اثر نشاط العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية بقائمة؟

3- من هم القائمون على تجسيد العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية بقائمة؟

4- ما هي أهم نشاطات العلاقات العامة المعتمدة من قبل الإذاعة المحلية بقائمة؟

5- ما الدور الذي تساهم به العلاقات العامة في تطوير الأداء الوظيفي داخل الإذاعة المحلية بقائمة؟

1-1-2 أسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب دفعتنا بإلحاح على اختيار هذا الموضوع و صياغة اشكاليته, من أهم هذه الأسباب هي:

أ-الموضوعية:

- ✓ قرب موضوع بحثنا من مجال تخصصنا
- ✓ توفر المصادر والمراجع الكافية في مجال العلاقات العامة التي تمكننا من انجاز دراستنا
- ✓ نقص الدراسات السابقة الخاصة بواقع العلاقات العامة في الإذاعة المحلية
- ✓ محاولة إزالة الغموض حول مفهوم العلاقات العامة و فصله عن مفهوم الاتصال و جعلهما مفهوما واحدا
- ✓ محاولة تسليط الضوء حول نظرة المؤسسات الإعلامية والاتصالية والإذاعة المحلية خاصة لأهمية نشاط العلاقات العامة بداخلها.

ب-الذاتية:

- ✓ الميل الشخصي لمؤسسة لإذاعة قلمة
- ✓ الفضول هو احد الأسباب التي دفعتنا إلى محاولة معرفة مدى اثر العلاقات العامة على الإذاعة المحلية وجمهورها
- ✓ محاولة الوصول إلى نوع من الاحترافية في مجال العلاقات العامة و تطبيقها في الميدان المؤسسات الجزائرية التي تحتاج حقا الخبراء في هذا المجال لتحسين صورتها التي أصبحت مهددة من بعض المؤسسات الأجنبية.

✓ قربنا من منطقة الدراسة مما سهل علينا الدراسة و التعامل مع مجتمع الدراسة.

3-1-1 أهداف الدراسة:

✓ ككل بحث أو دراسة هناك عدة أهداف توضح و تحدد بدقة بغية الوصول اليها و في النهاية من خلال

تناولنا للموضوع قد رسمنا أهداف محددة:

✓ محاولة معرفة مدى أهمية العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية بولاية قلمة

✓ الكشف عن مدى وعي الموظفين(الجمهور الداخلي) بدور جهاز العلاقات العامة في تحسين صورة

المؤسسة في الإذاعة المحلية بقلمة

✓ الكشف عن ممارسة أنشطة العلاقات العامة داخل إذاعة قلمة فقط على غرار لا يوجد جهاز العلاقات

العامة في حد ذاته

✓ إمكانية مساهمة دراستنا في إكمال جهود الباحثين و الدارسين في البحث حول هذا الموضوع.

5-1-1 أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية دراستنا فيما يلي:

✓ عدم وعي معظم المؤسسات بالدور المهم الذي تجسده العلاقات العامة و إعطائها ادوار مهمشة.

✓ باعتبار أن نشاط العلاقات العامة وظيفية اتصالية موجودة في كافة المؤسسات الإعلامية، الأمر الذي

يتطلب نظام فعال داخل هذه المؤسسات،ولهذا فان المؤسسة الناجحة بحاجة إلى جهاز العلاقات العامة

لتنظيم كافة مهامها، و تحسين صورتها،و ربطها بجمهورها الداخلي و الخارجي.

6-1-1 مفاهيم الدراسة:

أولاً : مفهوم العلاقات العامة :

لكل علم مفاهيمه ومصطلحاته الخاصة به التي يسعى من خلالها إلى توضيحها وفهمها لدى القراء والباحثين والدارسين و من أهم التعاريف وأبرزها العلاقات العامة التي تتعدد تعاريفها وتنوع لدى مختلف المدارس العربي والأجنبية ومختلف المفكرين والدارسين الأجانب والعرب وقد تمثلت التعاريف في مايلي :

أ - لغة :

وهو مصطلح يتكون من جزأين العلاقات و هي جمع علاقة و تعني التواصل الذي يبني على التفاعل بين فردين أو أكثر و العامة تعني الجمهور أو الناس و هذا المفهوم يشير بوضوح لنطاق شمولية العلاقات العامة ، أن العلاقات العامة تشمل عمليات التفاعل مع الجمهور أو الناس بتعدد أبعادها و أهدافها و حسب حاجات الأفراد و الجماعات و تنوع مصالحهم و اتساعها .

ب- إصطلاحا :

يذكر أيضا مصطلح public relation يعني به relations with public أي العلاقات مع الجمهور أكثر دقة في التسمية (من العلاقات العامة) ، فالمهمة الأولى في العمل العلاقات العامة تتركز على الاتصال بالجمهور النوعي¹.

التعريف الإجرائي :

هي الجهود الإدارية الخلاقة المخططة و المدروسة المستمرة و الهادفة و الموجهة لبناء علاقات سليمة و مجدية قائمة على أساس التفاعل و الإقناع و الاتصال المتبادل بين المؤسسة و جمهورها لتحقيق أهداف و مصالح الأطراف المعنية لتحقيق الانسجام الداخلي القائم على النقد الذاتي لتصحيح الأوضاع و النشاط الخارجي الذي يستعمل جميع وسائل الإعلام و النشر المتاحة لنشر الحقائق و المعلومات و الأفكار و شرحها و تفسيرها و تطبيق كافة الأسس المؤدية لذلك بواسطة أفراد مؤهلين لممارسة أنشطتها المختلفة .

¹. عبد المحسن بدوي محمد أحمد : العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية و دعم تنسيقها مع وسائل الإعلام ، دار الحامد ، الرياض ، ط1، 2014، ص 19-20.

ثانيا: مفهوم الإذاعة:

أ- لغة: من "ذاع" الشيء، و"الخبر" يذيع و ذيعا و ذيوعه", و"ذيعا" محرّكة: فشا و انتشر و المذيع بالكسر ومن لا يكتم السر أو من لا يستطيع كتم خبره, والجمع المذاييع, و يقال: " فلان للأسرار مذياع ولأسباب مضياع" و"أذاع سره و به أفشاه واطهرها و نادى به في الناس"

ب - اصطلاحا: يعرفها "عبد الحافظ سلامة" بأنها الانتشار المنظم المقصود بواسطة المذيع لمواد إخبارية يؤكد على إن المادة المذاعة تكون من نفس المجتمع الإذاعة بمختلف النظم الاجتماعية والثقافية والدينية والنشرات الإخبارية الخاصة بذلك المجتمع يكون هناك, تأثر بين أفراد المجتمع و البرامج المذاعة والتي تبث في إن واحد وتلتقط من طرف المستمعين.

ج - المحلية: حل، محل، و المصدر محلا.

د- الإذاعة المحلية: هي الإذاعة التي تخدم مجتمعا محددًا متناسقا من الناحيتين الجغرافية والاجتماعية و الاقتصادية، مجتمعا له خصائص البيئة الثقافية و الاقتصادية المتميزة، على أن تحده حدود جغرافية حتى تشمله رقعة الإرسال المحلي، والتي يمكن من خلالها التعرف على الاحتياجات المحلية و العمل على تعريف الناس بها للمحافظة على الثقافة المحلية و تطويرها.

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

1-1-7 الدراسات السابقة :

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

- تعتبر هذه الدراسة تكملة لدراستنا؛ من خلال اعتماد الباحثة على ان العلاقات العامة أنها الجزء لا يتجزأ من نشاط المؤسسة بمختلف أنواعها ، وتزايد الاهتمام بإدخال هذه الوظيفة كنتيجة لما أثبتته الدراسات الحديثة في الإدارة السياسية ، و الاجتماع 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 نجاح المؤسسة أيا كان نوعها .
- وتمحورت إشكالية الدراسة على التساؤل جوهرى : 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 و العلاقات السائدة داخلها ، كما هي في الحيز الطبيعي الواقعي ، وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من 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 تتقاسمها 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 حققت، أثبتت النتائج أن إدارة العلاقات العامة أسندت لمجرد إداريين.
- تؤكد إجابات الباحثين أن مهام و وظائف 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 اتجاهها واحدا وهذا ما بين أن مجلس الأمة يعتمد على نموذج الذي يعتمد على إقناع جماهير المنظمة للتصرف وتبني سلوكيات تنفق وأهدافها كما تستعمل الاتصال في اتجاهين من المصدر إلى المستقبل ومن المستقبل إلى المصدر ، ولكن هذا الاتصال غالبا ما يكون غير متكافئ ولا يأخذ بعين الاعتبار آراء واتجاهات الجماهير .

- 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 حلته الجديدة في المؤسسات المعاصرة ، من خلال المهام و الوظائف 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 و استغلها لتحسين صورة المجتمع المدني .

- أما فيما يخص بجوانب الاختلاف: اختلفت دراستنا مع دراسة الباحثة لقصير في المجال الزماني و المكاني و كذلك 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 2008-2009، 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- الأولى : 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 المجلات 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؟

- و من 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 و دور 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 لدراسة سلوك المروري لعينة من السائقين ومعرفة رأيهم في دور العلاقات العامة بالشرطة في الإعلام الأمني الصادر عنها ومدى تأثرهم برسائل .
- وقد اعتمدت في ذلك العينة الحصصية حيث قدرت عدد مفردات العينة ب200 مفردة من مجتمع البحث موزعة بالتساوي بين السائقين المقيمين داخل المدينة والسائقين المقيمين خارجها .
- حيث لخصت الدراسة إلى جملة من 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 .

- تعقيب على الدراسة :

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 جميعا ، ومن خلال تفاقم مشكلة حوادث 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 الزماني والمكاني¹ كذلك والعينة 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 و البرامج"

تعتبر الدراسة تكملة لدراستنا، و ذلك اعتماد الباحثة "جيهان حمد طمعه الفقهاء" على خبرتها التي دامت ما يقارب 14 سنة فان مشكلة البحث تولدت من خلال هذه التجربة و بهدف التعريف بدور دائرة العلاقات العامة الدولية في المؤسسة في تدريب العاملين و تأهيلهم، و بما أن دائرة التدريب تتبع في الهيكل التنظيمي لمؤسسة الإذاعة و التلفزيون الأردنية لإدارة الموارد البشرية و الشؤون الإدارية و لكن على ارض الواقع فان القائم على عملية التدريب الداخلي و الخارجي على حد سواء هي من

اختصاص دائرة العلاقات الولية و العامة و بما أن هناك تداخلا في المهمات والاختصاصات من هنا نبعت الأهمية و الحاجة لإجراء هذه الدراسة

انحصرت إشكالية الدراسة في التساؤل التالي: ما هو دور دائرة العلاقات الدولية و العامة بمؤسسة الإذاعة و التلفزيون الأردنية في تدريب العاملين بإدارتي الأخبار و البرامج؟

و يتفرع عن السؤال الدراسة الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

1- ما الاحتياجات التدريبية التي تضطلع بها دائرة العلاقات الدولية و العامة للعاملين بإدارتي الأخبار و البرامج؟

2- ما الدورات التدريبية التي تعقدتها دائرة العلاقات الدولية و العامة للعاملين بإدارتي الأخبار و البرامج ؟

3- ما تقييم أفراد عينة الدراسة للدورات التدريبية التي عقدتها دائرة العلاقات الدولية و العامة بمؤسسة الإذاعة و التلفزيون الأردنية؟

4- ما رضا العاملين بإدارتي الأخبار و البرامج في الدورات التدريبية التي عقدتها دائرة العلاقات الدولية و العامة بمؤسسة الإذاعة و التلفزيون الأردنية؟

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

و لتحليل موضوع هذه الدراسة ، إستخدمت الباحثة أنسب منهج وهو منهج المسح بالعينة من أنسب المناهج العلمية الملائمة للدراسات الوصفية التي تربط بدراسة واقع الأحداث و الظواهر و المواقف و الآراء و تحليلها و تفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة إما لتصحيح هذا الواقع ، أو استكماله ، أو تطويره تمثل هذه الاستنتاجات فهما للحاضر يستهدف توجيه المستقبل .

- وقد اعتمدت الباحثة في ذلك على العينة العشوائية البسيطة حيث قدر عدد مفردات ب 263 مفردة من مجتمع البحث موزعة بين موظفي دائرتي الأخبار و البرامج داخل مؤسسة الإذاعة التلفزيون الأردنية .

- حيث لخصت الدراسة في النتائج التالية :

- 1- أن دائرة العلاقات الدولية العامة بمؤسسة الإذاعة و التلفزيون تعقد برامج كانت مهمة في وجهة نظر العاملين بإدارتي الأخبار و البرامج . وقد تركزت هذه النتائج في مجالات كتابة الأخبار و استخدام الحاسوب و إعداد التقارير الإخبارية و تكنولوجيا الاتصال و الإعلام و البرامج الحوارية .
- 2- إن الإحتياجات من وجهة نظر أفراد العينة تشير إلى الحاجة البارزة إلى عقد دورات في المجال الإعلامي ، و تتفق مع دراسة المجلس الأعلى للإعلام حول الإحتياجات التدريبية في القطاع الإعلامي تركزت أولويات الدورات المطلوبة في تحرير الأخبار و اللغات و مهارات الحاسوب و الصحافة المتخصصة و الأنترنت كإحتياجات مشتركة في المجالات الإعلامية المختلفة .
- 3- أظهرت النتائج أن تقييم الدورات قد جاء ت سلبية بدرجة كبيرة جدا ، و هذا يعني أن جميع فترات هذا المجال تؤكد سوء تقييم الدورات و أن الدورات المعطاة لم تكن مشبعة لإحتياجات العينة.

تقييم الدراسة :

- لم تفصل الباحثة في إشكالية الدراسة .
- فصل العلاقات العامة كان مختصرا .
- ركزت الباحثة على تدريب العاملين و أهملت إمكانيات كل موظف .

جوانب الإستفادة من الدراسة :

من خلال تطرق الباحثة إلى دور العلاقات الدولية و العامة بمؤسسة الإذاعة و البرامج إستخدمت العلاقات العامة لها دور كبير و هم في المؤسسات الإعلامية خاصة المعاصرة و لها مكانة مهمة في كل مهمة كانت .

جوانب الإختلاف :

إختلفت الباحثة جيهان محمد طمعة الفقهاء في إشكالية الدراسة و كذلك 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 :

- إهتمام الدول برعاية الطلبة الجامعين باعتبارهم شكلا من أشكال الموارد البشرية .
 - تعتبر دائرة العلاقات العامة أن إتخاذ رعاية الطلبة ميدانا لنشاطاتها ، تكشف طاقتهم و قدراتهم ، وتنمية مهاراتهم
 - إن الجمهور الداخلي في الجامعات يمثل المحور الرئيسي لدائرة العلاقات العامة و يعتبرون الأساس المهم الذي يتركز عليه نشاط العلاقات العامة .
- إنحصرت إشكالية الدراسة في الأسئلة التالية :

- 1- ماتقييم الطلبة الجامعيين للآداء العام لدائرة العلاقات العامة للطلبة في الجامعة الأردنية ؟
 - 2- ما الخدمات و النشاطات التي تقدمها دائرة العلاقات العامة للطلبة في الجامعة الأردنية ؟
 - 3- ما مدى اشتراك الطلبة في نشاطات و مهام دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية ؟
- و لتحليل موضوع الدراسة أستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي من أجل تحقيق أهدافها حيث يستخدم هذا النوع من أجل وصف الظاهرة كما هي .
 - و لتحقيق أهداف الدراسة اعتمد الباحث على عينة مكونة من 1197 طالب وطالبة من مستويات البكالوريوس و الماجستير و الدكتوراه من الجامعة الأردنية و هي العينة الطبقية اعتبار كل مستوى أكاديمي طبقة ، ويتفرع من كل طبقة كليات علمية و طبقة كليا إنسانية و يتفرع من الكليات تخصصات أكاديمية ثم اختير من الشعب أفراد بنسبة 3 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 و التوزيع 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 نشاكتها المختلفة .

الدراسة الخامسة:

دراسة لرافع "احمدابو زين دراغمة" رسالة للحصول على درجة الدكتوراه في العلاقات العامة ، جامعة لاهاي كلية الصحافة و الإعلام، 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، و مقارنته بين تلك الجامعات.
- 2- و تسعى هذه الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:
 - هل تقوم دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث بدورها المطلوب في استقطاب الطلبة الجدد و تشجيعهم للالتحاق بها عندما يقسم المبحوثين حسب الجنس، مكان الإقامة و الجامعة 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، و مكان 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 على المنهج الوصفي باعتباره الطريقة المنظمة لدراسة الحقائق الراهنة أو التأكد من صحتها. ضمن هذا النوع من البحوث قرر الباحث استخدام المنهج الكمي و الكيفي في تحليل نتائج الدراسة، حيث اعتمد بالدرجة الأولى على المنهج الكيفي في تحليل نتائج الدراسة و هو احد المناهج التي تهتم بدراسة المشكلات العلمية من خلال مسح آراء المعنيين بها، و الحصول على إحصائيات من أفراد العينة اللذين يمثلون مجتمع الدراسة، و تحليلها، و الربط بين مدلولاتها للوصول إلى النتائج التي تهتم 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 و هي كالأتي:

1- تقصير دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في دورها في استقطاب طلبة الثانوية العامة عبر التلفاز توزيع أقرص مضغوطة تعريفية بالجامعة على طلبة الثانوية العامة، زيارة طلبة الثانوية العامة مدارسهم، تنظيم

لقاءات إرشادية لطلبة الثانوية العامة و تشجيعهم للالتحاق بالجامعة، و الدور 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 و الافتخار بها
- تحفيز الطلبة للعمل التطوعي

- نقل اراء الطلبة و اقتراحاتهم لإدارة الجامعة ، و دورها تجاه الطلبة المسجلين في الجامعة

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

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

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 لعلم العلاقات العامة يعود كله لكافة الباحثين و المفكرين اللذين ايقضوا هذا العلم المهمش في وطننا العربي.

جوانب الاستفادة و نقاط الاختلاف:

من خلال ما تطرق له الباحث إلي دور العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء العلاقات مع مجتمع الطلبة ، استفدنا أن للعلاقات العامة لها دور مهم في بناء صورة جيدة للمؤسسة و تحسين كافة علاقات العمل داخل المؤسسة أو خارجها خاصة مع المساهمين و المستثمرين.

- كما اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا في:

مكان الدراسة، و إطارها الزمني، بالإضافة إلى نوع المنهج المستخدم وأدوات الدراسة و كذلك أهداف الدراسة المسطرة.

1-2 الإطار المنهجي :

1-2-1 مجال الدراسة :

أ-المجال المكاني :

تعتبر المؤسسة الإذاعية في الجزائر مؤسسة عمومية صناعية تجارية و هي بمثابة المرفق الذي يكون موضوع نشاطها تجاريا و صناعيا حيث تتخذها الدولة كوسيلة لإدارة مرافقها ذات الطابع الإقتصادي و التجاري .

و من بين هذه المؤسسات الإذاعية إذاعة قالمة محلية التي أنشأت في 27 ديسمبر 2008 ، و التي تقع في وسط مدينة قالمة "بشارع بومعزة السعيد" (طريق بلخير) .

ب-المجال الزمني :

ويقصد بها المدة الزمنية المستغرقة في إجراء الدراسة الإستطلاعية إلى نهاية البحث العلمي ، وعليه فقد إستغرقت دراستنا الميدانية لموضوع بحثنا ثلاثة أسابيع حيث دامت من 27 فيفري إلى 15 مارس 2017 و قسمت هذه الفترة إلى ثلاثة مراحل :

✓ المرحلة الأولى : أين تمت الزيارة الإستطلاعية لمقر الإذاعة المحلية بقالمة ، حيث تم إعطاء لمحة وجيزة عن العمل الصحفي و طريقة بث البرامج الإذاعية و كيفية التعامل مع الأخبار و المعلومات و قد إستغرقت هذه المرحلة يومين من 27 فيفري إلى 28 فيفري 2017 .

✓ المرحلة الثانية : تم فيها تدريبنا على كيفية العمل الصحفي و التعامل مع المعلومة و كيفية بثها و التعرف على أنواع البرامج التي تساعد الصحفي أو المنشط في إعطاء عمل متميز يرقى للمستوى المطلوب .

المرحلة الثالثة : تم فيها إجراء مقابلة مع الصحفيين في قسمي الأخبار و الإنتاج.

ج- المجال البشري :

باعتبار أن موظفي إذاعة قالمة مجتمع متجانس و متاح بالإضافة إلى تناسبه بموضوع دراستنا و المتثل في "واقع العلاقات العامة في الإذاعة المحلية" . سهولة الوصول إليه و وفرة الوقت و الجهد .

حيث يتكون مجتمع دراستنا من موظفي إذاعة قلمة المحلية و البالغ عددهم 33 المنقسمون على أقسام المؤسسة و التقسيم فيمايلي :

✓ قسم الإنتاج 8.

✓ قسم الأخبار 12.

✓ القسم التقني 2.

✓ القسم الإداري 5.

✓ السائقين 3.

✓ أعوان الأمن 5.

إحترنا من بينهم 4 موظفين أجرينا معهم المقابلة .

1-2-2 عينة الدراسة :

مما لاشك فيه أن لكل بحث 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 و المال 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 يسئل عليه جمع البيانات القدرة على التحكم فيها وهذا ما يطلق عليه " بعينة الدراسة " ¹.

حيث استخدمنا في دراستنا العينة المتاحة التي تعتبر الأكثر الأساليب المعاينة الغير احتمالية انتشارا و شيوعا تعتمد على مبدأ كل ما هو متاح بحيث يختار الباحث المفردات المتاحة و المتوفرة.

وتمتاز كون مفرداتها يمكن الوصول إليها بسهولة وذلك وفرة الوقت و الجهد

فرح سعيد محمد : لماذا ؟ وكيف نكتب بحثا اجتماعيا ؟ دار المعارف ، الإسكندرية ، 2002 ، ص 135 . ¹

كما أنها تقدم للباحث بيانات و معلومات ذات أهمية و فائدة كبيرة قد تساعد في إزالة أو تخلص من العقبات التي تواجه الباحث من خلال المراحل المختلفة لإجراء دراسته.

وتم اختيار هذا النوع من العينة باعتبارها تناسب مع موضوع الدراسة ولها علاقة مباشرة مع إشكالية البحث، و عليه فقد اخترنا عينة تتكون من 04 موظفين بإذاعة قالمة المحلية، حيث قمنا بإجراء المقابلة مع الصحفيين المتواجدين في قسمي الأخبار و الإنتاج و قد تمت عملية إجراء المقابلات في الفترة الممتدة ما بين 13 أفريل 2017 إلى غاية 28 أفريل 2017 .

1-2-3 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 ، و تهمين على سير العقل وتحدد عملياته حتى تصل إلى نتيجة معلومة " .

و يعرفه هويتني: هو محاولة ضبط لتقرير و تحليل و تفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي او جماعة بيئة معينة وهو ينص على الوقت الحاضر كما انه يهدف إلى الوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها و تفسيرها و تعميمها وذلك للاستفادة منها مستقبلا.

إلا أن الارتباط البحث العلمي بأبعاد زمنية ومكانية متعددة ، وسعيه لتحقيق أهداف مختلفة ، يتطلب تعددا في أساليب تطبيقه ولهذا أصبح هناك ما يسمى فيما بعد بمناهج البحث¹

حيث يعد بحثنا ضمن ضمن البحوث الوصفية التي تستهدف الحصول على المعلومات والبيانات الدقيقة و الواضحة حول واقع العلاقات العامة داخل إذاعة قالمة المحلية ، وذلك من خلال محاولة القيام بعملية المسح

أسامة خيري : مناهج البحث العلمي ، دار الراية للنشر والتوزيع ، عمان ، ط1 ، 2016 ، ص ، 6 .¹

المتعلقة بموضوعنا و وصف كافة مفردات عينة (عمال إذاعة قلمة الجهوية) الدراسة بالإذاعة المحلية بقلمة ، 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 و الجهد و الإمكانيات المتوفرة لدى الباحث و تعد من أكثر الطرق الشائعة في البحث خاصة إذا اختار الباحث العينة بدقة.

1-2-4 أدوات جمع البيانات :

اولا:الملاحظة :

هي أسلوب من الأساليب الجيدة لكشف وحل المشاكل و هذا يتطلب لموضوعية و الدقة و أن يكون الباحث بعيدا عن التحيز و الأهواء الشخصية ، وقد تكون مباشرة بالأشياء المادية و النماذج المهمة و هذا شيء سهل لأنها تعتمد على العدد و القياس¹.

و تعرف أيضا على أنها أقدم و أكثر وسائل جمع البيانات شيوعا ، حيث إستخدمها الإنسان الأول في التعرف على الظواهر ثم إنتقل إستخدامها إلى العلوم بشكل عام إلى العلوم الإجتماعية و الإنسانية بشكل خاص و تعني الملاحظة الإهتمام أو الإنتباه إلى شيء أو حدث أو ظاهرة بشكل منظم عن طريق الحواس حيث نجمع خبراتنا من خلال ما نشاهده أو نسمع عنه ، و الملاحظة العلمية تعني الإنتباه للظواهر و الحوادث نقصد تفسيرها و اكتشاف أسبابها و الوصول إلى القوانين التي تحكمها².

1- أنواع الملاحظة :

✓ الملاحظة البسيطة :

هي عبارة عن ملاحظة يستخدمها الباحث عشوائيا و لا تخضع للضبط العلمي الدقيق ، لأن الباحث يقوم بما دون تخطيط مسبق .

وجيه محجوب : البحث العلمي و مناهجه ، دار المناهج للنشر و التوزيع ، عمان ، 2014، ص177 .¹
جودت عزت عطوي : أساليب البحث العلمي أدواته و مفاهيمه ، أدواته ، طريقة الإحصائية ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2015 ،² ص125.

✓ الملاحظة المنتظمة :

و هي تلك الملاحظة التي يقوم بها الباحث يكون قد خطط و حدد نوع السلوك المراد ملاحظته بصورة إجرائية و أعد الأداة المناسبة للملاحظة طبقا للهدف الذي يسعى إلى تحقيقه .

✓ الملاحظة المباشرة :

قد يلجأ الباحث إلى المشاهدة المباشرة التي تتم عن طريق الإتصال المباشر بالظاهرة المطلوب ملاحظتها و مراقبة سلوكها بكل دقة و التعايش معها ، بغرض المعلومات المتعلقة بها .¹

✓ الملاحظة بالمشاركة :

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

✓ الملاحظة بدون مشاركة :و يقوم الباحث هنا بدور المراقب للعينة المبحوثة دون أن ينخرط مع المبحوثين ، ولكن المعلومات التي تجمع بهذه الطريقة قد يعثرها التشويه الذي يتكلف و يتصنع أو من قبل الباحث نتيجة للذاتية و التحيز²

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.
- 3- وسيلة شفوية، (مباشرة أو هاتفية أو تقنية لجمع البيانات، يتم خلالها سؤال فرد أو خبير عن معلومات لا

ديوسف لازم كماش : البحث العلمي مناهجه ، أقسامه ، أساليبه الإحصائية ، دار دجلة ، عمان ، 2016. ص 283-284.¹
د. خالد يوسف العمار : أبحاث البحث و إعداد الرسائل الجامعية في العلوم النفسية و التربوية و الإجتماعية ، دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع ، عمان ، 2014، ص267.

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 تجري 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 تماماً 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 وجهاً لوجه بغرض طرح عدد من الأسئلة من قبل الباحث والإجابة عليها من قبل المبحوث.¹

1/أهمية المقابلة:

تعتبر المقابلة من أهم طرق جمع المعلومات والبيانات وأكثرها صدقاً، حيث يستطيع الباحث التعرف على مشاعر وانفعالات المقابل، وكذلك اتجاهاته وميوله، وهذا مالا 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.

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

- تعتبر المقابلة مصدراً كبيراً للبيانات والمعلومات فضلاً 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.¹

3/ 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.

4/أنواع المقابلة:

تنوعت تقسيمات وتصنيفات المقابلة، وربما يعود السبب في هذا التنوع والتعدد إلى تنوع الأهداف والغايات من إجراءاتها فالمقابلات 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.

(ب) المقابلة الجماعية : وتتم بين الباحث وعدد من الأفراد في مكان واحد ووقت واحد من أجل الحصول على

معلومات أوفر في أقصر وقت وأقل جهد وغالباً يستخدم هذا النوع من المقابلات لإعطاء المعلومات أكثر مما يستخدم لجمعها.

¹عبد الله العكش: البحث العلمي و مناهج والإجراءات ، مطبعة عين الحديثة، الإمارات العربية ، 1986، ص55. :

ثانياً : وفقاً 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 كلاماً ليس ذا صلة بالموضوع.

(ت) - **المقابلة المقفلة المفتوحة**: وهي التي تكون الأسئلة فيها مزيجاً من النوعين السابقين (مقفلة ومفتوحة).

وفيها تعطي الحرية للمقابل بطرح السؤال بصيغة أخرى والطلب من المستجيب لمزيد من التوضيح.

ثالثاً: 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.¹

(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.

عيد الله العكش: البحث العلمي و مناهج والإجراءات ، مرجع سابق ،ص 65.1

رابعاً: حسب طول المقابلة ومداهها: تقسم إلى

(أ) -المقابلة القصيرة.

(ب) -المقابلة الطويلة.

(ت) -المقابلة لمرة واحدة.

(ث) -المقابلة المتكررة.

الشرط الواجب ان 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 تحيزاً.
- 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.

مزايا المقابلة :

- 1- تعد في بعض الظروف أفضل الأدوات خصوصا حينما يكون المبحوثين أطفالا او أشخاصا لا يعرفون القراءة والكتابة .
- 2- يتمكن الباحث خلالها دراسة انفعالات المفحوصين وإقامة علاقة معهم تسمح له الحصول على معرفة دقيقة ومتكاملة .
- 3- يستطيع الباحث الإطلاع بنفسه على موضوع الظاهرة كدراسة الأحوال الاجتماعية والنفسية للطلبة¹.

1-2-5 النظرية المقاربة :

البنائية الوظيفية :

يعد المنظور البنائي الوظيفي من أهم المنظورات و أكثرها واقعية حيث ينظر للمؤسسة باعتبارها شبكة للعلاقات الاجتماعية ، بحيث أن استمرار التنظيم و وجوده يعتمد على مدى التوافق و الإنسجام في شبكة العلاقات . ومن ثم فإن دراسة دور العلاقات كإدارة في ظل البنائية الوظيفية يضع لها دورا محدد في التنظيم مما يحقق الكفاءة و الفاعلية في الأداء .

و يمثل المنظور البنائي إطار للعمل يشمل البنائية و تمتد الأصول النظرية لذلك المنظور في النموذج العلمي و الوظيفي في كتابات اميل دور كايم ، ماكس فيبر ، تالكوت بارسونز ، وروبرت ميرتون . و ترى تلك النظرية أن الظاهرة الاجتماعية توجد كنتيجة للتفاعل داخل الأبنية الاجتماعية و تكون الوظيفة هي تعزيز ذلك البناء ، كما تنظر للتنظيم باعتباره رمزا للتفاعل داخل الأبنية الاجتماعي أو نتاجا للتبادل الاجتماعي بحيث يحدث نوع من التوازن بين العلاقات².

إفتراضات النظرية :

✓ تفترض النظرية أن التنظيم و علاقاته يعد جزءا من نسق أكبر ، و العمليات التي تؤدي إلى وجود تلك التنظيمات مثل (التعاون والصراع و الاتصال) تحدث كنتيجة للتفاعل في أجزاء معينة في النسق تتأثر و تتكيف مع بعضها البعض من أجل حماية البناء ككل و يعد النموذج البنائي الوظيفي نموذجا ذاتيا ، إذ يهتم السلوك في انطاق معناه الذاتي عند الفاعل ، فالأفراد من وجهة النظر البنائية الوظيفية يمارسون

¹ عمار عوايدي : مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها في ميدان العلوم القانونية و الإدارية ، مرجع سابق ، ص50
د. عبودي نعمة الجبوري : إدارة العلاقات العامة : بين الابتكار و التطبيق ، ط1 ، دار الرياحين للنشر و التوزيع ، عمان ، 2016 ، ص ص 2
125-124 .

أنواعا شتى من الأفعال ، وأثناء تلك العملية يتبادلون العلاقات فيما بينهم ، و إذا رُؤى أنه من الضروري المحافظة على العلاقات الإجتماعية فلا بد من وجود أنواع أخرى من نشاطات جزئية التي تهدف إلى الحفاظ على الحفاظ على الكل ، و هذا هو المعنى التقريبي للوظيفة ، حيث هي الدور الذي تؤديه الجزء في الحياة الإجتماعية وفي الكل الإجتماعي المتمثل في البناء الذي يتكون من أنساق إجتماعية تتوافق فيما بينها ، و يقصد بالبناء الإجتماعي مجموعة العلاقات الإجتماعية التي تتكامل و تنسق الكل الإجتماعي و تحدد بالأشخاص و الإجتماعات و ما ينتج بينهم من علاقات ، وفقا للدور الإجتماعي الذي تمارس في ضوء الكل و هو البناء الإجتماعي .

✓ و ترى أن المجتمع يمثل بناء معقدا ، كما لو كان تنظيما معقدا ، وبهذا فإن الظاهرة الإجتماعية تعد أكثر من مجرد تجمع من الأفراد ككيان ، و بهذا فإنهم حين تنظر التفاعلية الرمزية للجزء حتى تفهم الكل ، فإن النظرية البنائية الوظيفية تنظر للكل حتى تفهم الجزء ، ويرى " ويلسون " أن المنظور للبناء الإجتماعي كما لو كان بناء تنظيميا يوجد كنتيجة للوظيفة ، ومن منظور البنائية الوظيفية فإنه يفيد أبحاث العلاقات العامة في البناء التنظيمي للمؤسسة .

و يجد الباحثون في ميدان العلاقات العامة حاجة لدراسة العلاقات العامة و دورها في المؤسسة و الذي يمثل فائدة بنائية وظيفية تسهم في فهم بناء المؤسسة و الدور الذي يقوم به الاتصال و العلاقات العامة في التنظيم كنتاج لوضعهم داخل البناء التنظيمي للمؤسسة .

أيضا يفيد ذلك المنظور في دراسة العلاقات العامة المتبادلة بين الممارسين و وظائفهم و أدوارهم ، من خلال إدارة العلاقات العامة بين شبكات العمل في المؤسسة و وضع و مكانة وظيفة العلاقات العامة .¹

إنتقادات النظرية :

ان تدعيم النسق أو الوضع القائم، والتركيز على الجانب الإستاتسكي، وإهمال الصراع مع المبالغة في التأكيد على الانسجام والتوافق في المجتمع والتقليل من أهمية التغير الاجتماعي الذي يعد جزء من طبيعة أي مجتمع هو ما يعاب على ما نادى به النظرية الوظيفية، كما تعرض المنظور الوظيفي للنقد من خلال تركيزه على مسألة الاتفاق حول القيم والمعتقدات، وقد لا يوافق بعض أعضاء المجتمع على بعض القيم والمعتقدات، ولكنهم غالبا ما يتمثلون للقواعد الأساسية في المجتمع حتى يتسنى لهم إشباع حاجاتهم الضرورية اليومية.

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

إن هذه الانتقادات المقدمة أو غيرها لم تكن على الدور المهم الذي لعبته النظرية الوظيفية لوضع النظرية السوسولوجية متميزة تساهم بشكل فعال في دراسة المشاكل والقضايا الاجتماعية الخاصة بالمجتمع الحديث والتي ظهرت خلال القرنين التاسع عشر العشرين، وبذلك فهي أثرت على علم الاجتماع بكل مجالاته وتخصصاته بالكثير من الاسهامات النظرية، والأطر التصويرية المساعدة في توجيه البحوث والدراسات التجريبية حتى وقتنا هذا ، هذه الخلاصة من الاسهامات الوظيفية أصبحت جزءا مهما من التراث العلمي الأكاديمي الذي هو مرجعية العديد من المتخصصين في فروع علم الاجتماع، وغيره من العلوم الاجتماعية الأخرى، مثل علوم الإعلام والاتصال، والأخذ بهذا المنظور كبراديعم للدراسة دليل على ذلك وغيرها من الدراسات الأكاديمية والعلمية الأخرى للنظرية الوظيفية المعاصرة مكانة علمية متميزة نظرا لمحاولتها في وضع نظرية سوسولوجية عامة أو موحدة يمكن عن طريقها الاعتماد في دراسة المشكلات وقضايا المجتمع، كما يمكن اعتبارها بمثابة الإطار المرجعي لتوجيه الباحثين والمتخصصين بصورة علمية لدراسة الواقع الذي يعيشون فيه ولاسيما أن غياب النظرية العلمية السوسولوجية كان من أهم العوامل التي تأخذ علم الاجتماع كغيره من العلوم الاجتماعية الأخرى، التي لم تتبلور لها نظريات علمية على غرار العلوم الطبيعية التي قطعت شوطا كبيرا من التقدم نتيجة إلى توصلها لعديد من النظريات والتي خضعت إلى البحث والتجريب والتطور المستمر إلى جانب هذا حرصت الوظيفة على إلزامية تطوير المداخل التحليلية والبحثية المستعان بهما في النظرية و الميدانية في نفس الوقت ، إذ لجأ كثير من رواد النظرية الوظيفية التقليدية أمثال "وربرت سبنسر" ، " إيميل دوركايم" إلى العديد من المداخل البيولوجية و الطبيعية والرياضية و ذلك لإثراء البحث الميداني ، و مختلف عمليات جمع بيانات واقعية ، و تحليلها وفق طرق علمية سليمة ، و تطور هذا الإهتمام فيما بعد مع المترجمين الجدد لهذه النظرية " بارسونز " في تحليلاته المركزة على المدخل النسقي و غيرها من المداخل التحليلية المعتمدة على تقديم الكثير من النماذج التصويرية ، والتي يمكن الرجوع إليها كأنساق بنائية فكرية تساهم في تطوير النظرية الوظيفية على المستويين النظري و الميداني .

و رغم الإنتقادات الموجهة للنظرية فهي ستظل واقفة على أرض آمنة طالما أن مثل تلك الإنتقادات السابقة ، قد حملت علماء الاجتماع المعاصرين للدفاع عن الإتجاه الوظيفي و العمل على تطوير قضاياها و افتراضاته الأساسية .

وعن الإتجاه الوظيفي الآن يؤدي دور الرائد و مرموق بالنسبة للنظرية السوسولوجية المعاصرة ككل ، لدرجة أصبحنا نلمح فيها معالم هذا الإتجاه في أي باحث سوسولوجي بصفة عامة ، أو أنثروبولوجي بصفة خاصة سواء في دراسته أو منهجه أو تفسيراته .¹

¹ياسين مسيلي:العلاقات العامة في المؤسسات الصحية – دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي ابن باديس ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، قسنطينة ،جامعة منتوري قسنطينة ،كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، 2008-2009، ص ص 46-47.

الفصل الثاني : مدخل عام للعلاقات العامة

تمهيد

1-2 مفهوم العلاقات العامة

1-1-2 مفهوم العلاقات العامة عند الغرب

2-1-2 مفهوم العلاقات العامة عند العرب

2-2 نشأة و تطور العلاقات العامة

3-2 أسباب الإهتمام بالعلاقات العامة

4-2 أهم مبادئ وأسس العلاقات العامة

5-2 وظائف العلاقات العامة

6-2 أهداف و أهمية العلاقات العامة

7-2 أخصائي العلاقات العامة و الخطوات السليمة للممارسته

خلاصة الفصل

تمهيد :

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

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

2-1 مفهوم العلاقات العامة :

2-1-1 مفهوم العلاقات العامة عند الغرب:

- 1- عرف المعهد البراطاني العلاقات العامة: "بأنها جهود مخططة مرسومة هدفها إقامة تفاهم مستمر بين المؤسسة و جمهورها".
- 2- عرفت الجمعية الفرنسية العلاقات العامة: "بأنها مجموعة الوسائل التي تستخدمها لخلق جو من الثقة لدى الموظفين و العمال والهيئات المتصلة بها".¹
- 3- عرفت جمعية العلاقات العامة الدولية: "بأنها وظيفة الإدارة المستمرة و المخططة و التي تسعى بها المؤسس، و ذلك من خلال قياس اتجاهات الرأي العام لضمان و توافقه قدر الإمكان مع سياستها و أنشطتها لتحقيق المزيد من التعاون و الأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل".
- 4- و تعرفها موسوعة العلاقات العامة: "مجموعة من الوظائف الإدارية و الإشرافية و التقنية التي تعزز قدرة المنظمة على الإستماع بشكل إستراتيجي للأفراد الذين لديهم علاقات متبادلة مع المنظمة بشكل يساعدها على تحقيق مهامها".
- 5- و يعرفها قاموس التراث الأمريكي: "الأساليب و الأنشطة المستخدمة لإنشاء و تعزيز العلاقات الإيجابية مع الجمهور". و يعرفها أيضا: "درجة النجاح التي يتم الحصول عليها من خلال تحقيق علاقات إيجابية مع الجمهور".²
- 6- و يعرفها قاموس وسائل الإعلام و الاتصال الصادر من لونغمان: "العلاقات العامة على أنها وظيفة إدارية لتقييم اتجاهات الجمهور ، و يتبع هذه العملية المستمرة السياسات و الأنشطة للمنظمة و التي تتماثل مع مصالح الجمهور".³
- 7- و يعرفها قاموس ويبستر: "إنها الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المؤسسة و جمهورها الداخلي و الخارجي لتحقيق الأهداف مع مراعاة القيم و المعايير و الاجتماعية و القوانين و الأخلاق العامة بالمجتمع".⁴

¹د.سعادة راغب الخطيب، مبادئ العلاقات العامة، دار البداية ناشرون و موزعون ، عمان، ط1، 2009، ص25.
²دياس خضير البياني ، د. عبده محمد داوود ، و آخرون: مقدمة في العلاقات العامة و الإعلان ، الأفق المشرقة الناشرون ، عمان، 2012، ص34-35.

د.عبودي نعمة الجبوري : إدارة العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار الأيام للنشر و التوزيع، الأردن ، ط1، 2016، ص13.³

⁴أ. بسام عبد الرحمان الجرايدة: إدارة العلاقات العامة ، دار الأسامة للنشر و التوزيع، الأردن، ط1، 2013، ص33.

- 8- و يعرفها كانفيلد و مور بأنها : " الفلسفة الإجتماعية و التي تعبر عنها من خلال أنشطتها و سياساتها المعلنة للجمهور لكسب ثقته و تفاهمه " و يؤكد كانفيلد و مور في شرحهما لهذا المفهوم على أهمية الاتصال المزدوج في تحقيق التفاهم بين المؤسسة و جماهيرها ، 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- و قد عرف جريز و ولد 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 و تفاهمه " .
- 10 - و يعرفها بول جاريت : "العلاقات العامة ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة تبدو في صورة مخالفة لصورتها الحقيقية ، و إنما هي الجهود المستمرة من جانب الإدارة لكسب ثقة الجماهير من خلال الأعمال التي تحظى باحترامه " .¹

2-1-1 مفهوم العلاقات العامة عند العرب :

- 1- يعرفها أحمد كمال و عدلي سليمان في كتاب الخدمة الإجتماعية و المجتمع بأن العلاقات العامة هي : " عملية لقياس و تحليل الرأي العام لتوصيل رأي جمهور للمؤسسات من ناحية أو توصيل رأي المسؤولين في المؤسسات إلى الجمهور الجمهور من ناحية أخرى ، وهي عملية مستمرة في نشاط العلاقات العامة " .
- 2- و يعرفها محمود محمد الجوهري : " العلاقات العامة هي فن حصول على رضا الجمهور و ثقته و تأييده و الوصول إلى ذلك عن طريق الاتصال و التفسير الكافيين " .²
- 3- و يعرفها ابراهيم إمام " بأنها الجهود المتصلة الواعية الموجهة التي تستهدف إيجاد صلات ودية تقوم على الفهم المتبادل بين هيئة و جمهورها " .
- و يعرفها محمد فريد الصحن :

¹د. علي عوجة :العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ، القاهرة ، 2006 ، ص15.
²محمد فريد الصحن : العلاقات العامة (المبادئ و التطبيق) ، الدار الجامعية ، الاسكندرية ، 2004، ص21.

- "هي النشاط المخطط الذي يهدف إلى تحقيق الرضا و التفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها سواء داخليا أو خارجيا من خلال سياسات و برامج تستند في تنفيذها على الأخذ بمبدأ المسؤولية الإجتماعية".¹
- 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.²

2-2 نشأة و تطور العلاقات العامة :

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

فالعلاقات العامة نشاط يعتقد كثير من الناس أنه موضوع نشأ حديثا و نشك عقب الحرب العالمية الثانية و أنها كوظيفة جديدة لم تأخذ مكانها في المؤسسات الحديثة إلا قريبا لكن الحقيقة أن العلاقات العامة ظاهرة إجتماعية وجدت بوجود الإنسان و نشأت بالضرورة في كل مجتمع بشري و تطورت بتطور المجتمعات و ذلك أن الإنسان كائن إجتماعي بطبعه من الضروري أن يعيش في مجتمع آدمي و يتواصل مع غيره في إطار مجتمعه الصغير و المجتمعات البشرية الأخرى . و هو ما تفرضه حتمية المصالح و تبادل المنافع فتاريخ العلاقات العامة قديم قدم البشرية .

لقد استخدم مصطلح العلاقات العامة بمعناه الحديث لأول مرة في السنوات الأخيرة من القرن التسع عشر من خلال محاضرة ألقاها المحامي " دورمان إيبتون " بعنوان أن العلاقات العامة و واجبات المهنة القانونية ، و ذلك ما سهل في مستهل عام 1882، أما تعبير مفهوم فقد ظهر لأول مرة *public*

¹ الجوهري محمد محمود : المؤتمرات في العلاقات العامة ، مكتبة الدولية الأنجلو مصرية ، القاهرة ، ص 102
² د. حسن أحمد الشافعي : تطبيقات العلاقات العامة ، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة ، الإسكندرية ، 2006، ص16.

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 و أدرج تعبير العلاقات العامة .

و يمكن 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 لذلك العام ، وقد أدمج المصطلح شائعاً مألوفاً بعد ذلك في العشرينيات من القرن العشرين¹.

كما يعتبر الصحفي إيفلي أول من كشف عن العلاقة المتبادلة بين المنشورات الإيجابية في الصحافة حول شبكة ما أو مجموعة سياسيين و بين تحقيقهم نجاحات جديدة فلقد بدأ إيفلي ممارسة الصحافة عا 1903 بعد أن أسس وكالة خاصة به و في عام 1906 قد إعلان المبادئ الشهيرة التي أضحت موضوعاته تشكل أساس العلاقات العامة المتحضرة و اعتبر إيفلي ان غير مسموح به وضع الأوساط الإجتماعية في متاهة عند تقديم النشرة الصحفية ذلك لأن هذا الأمر غي مفيد وغير لائق و لأن الكذب سيظهر عاجلاً أم آجلاً في 1914 يبدأ إيفلي العمل في خدمة الملياردار " جون رد كفيير " و يجذبه نحو فكرة الأهمية الإجتماعية إدارة الأعمال ، وفي السنوات العشرين التي عمل خلالها إيفلي عند " جون " شكلاً من أشكال ألف باء العلاقات العامة في إدارة الأعمال فقد كان إيفلي لي من أوائل من إستخدم مصطلح العلاقات العامة².

2-3 أسباب الإهتمام بالعلاقات العامة :

لقد ظهرت العلاقات العامة كمهنة وذلك نتيجة العديد من العوامل التي أدت إلى زيادة الاهتمام 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 و يمكن أن نوجز هذه العوامل في الآتي:

1. التوسع الصناعي والتجاري والتقدم التكنولوجي :
- ✓ التوسع وكثرة النشاطات التجارية والإقتصادية والتنموية .
- ✓ إزدیاد التنافس بين المنظمات على غختلف أنواعها ومجالات تخصصها .
- ✓ زيادة عدد الموظفين في المؤسسات والشركات وتنامي مشاكلهم وكذلك الحاجة إلى حل هذه المشكلات .

¹ د.منال هلال لمزاهرة : إدارة العلاقات العامة وتنظيمها ، ط1، دار الميسرة للنشر و التوزيع و الطباعة ، عمان ، 2015، ص25.
² أحمد محمد مصطفى : الخدمة الإجتماعية في مجال العلاقات العامة ، دار المعرفة الجامعية ، 1999 ، ص19.

- ✓ عدم فهم الأهداف المطلوبة لتحقيقها من طرف العاملين بالمنظمة .
 - ✓ تمتين العلاقات بين الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي الذي يعتبر من أبرز وسائل نجاح المؤسسة وتطورها .¹
 - 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 .²
 - 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 يريده وما يحتاجه وما يشبع حاجياته .
 - ✓ حق المواطن في المعرفة والحصول عليها حيث أجازت كافة التشريعات على مقاضات المنظمات التي لا توفر له المعلومة الصحيحة³
 - 4. تقدم وتطور وسائل الإعلام والاتصال :
 - إن وسائل الإعلام هي عصب العلاقات العامة فمن خلال هذه الوسائل يمكن :
 - ✓ تحقيق التفاهم الدائم والمشارك بين الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي من جهة وبين الموظفين وإدارتها
 - ✓ تقوية الروابط و علاقات العمل على إيصال المعلومة الأنوية والدقيقة والحصول على الأخبار والأحداث و فور حدوثها .
 - ✓ تحويل العالم إلى قرية كونية .⁴
- 2-4 أهم مبادئ وأسس العلاقات العامة :

تستند العلاقات العامة في أدائها على مجموعة من أسس المبادئ وتتمثل المبادئ التي تعتمد عليها العلاقات العامة فيما يلي :

¹محمود جودت ناصر : الدعاية والإعلان والعلاقات العامة ، دار المجدلوي ، عمان ، ط1 ، 1997 ، ص 196 .
² للنشر والتوزيع ، عمان ، 2009 ، ص 21 . بشير العلق : العلاقات العامة وإدارة الأزمات ، دار اليازوري العلمية
³علي عوجة : الاعلام وقضايا التنمية ، عالم الكتاب ، القاهرة ، 2004 ، ص 167 .
⁴بشير العلق : مرجع سبق ذكره ، ص 22 .

- 1- إحترام الرأي العام ومسب ثقة إهتمام الجماهير الداخلية والخارجية ، حيث تقوم العلاقات العامة باحترام رأي الفرد وحقه في التعبير وإعطاء الرأي ، كما تسعى إلى الشروط المناسبة لعرض هذه الأراء وتوفير المناخ الحر والمناسب الذي ينشل البيئة المثلى بالنسبة للرأي العام والجمهور ، و تعمل المؤسسة على كسب ثقة الجماهير من خلال ماتتصف به أعمالها من مصداقية في كل ماتعمله وتصرح به .
- 2- العلاقات العامة تبيداً من داخل المؤسسة : أي يجب أن يوجد تفاهم متبادل بين المؤسسة و موظفيها بمختلف مستوياتهم وثقافتهم ، وتحسين العلاقة بالجمهور الداخلي الذي يعتبر هو بداية العلاقة الناجحة مع الجمهور الخارجي¹
- 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 و واضحة²
- 4- المسؤولية الإجتماعية : إن النظريات الإدارية الحديثة تؤمن بأن المنظمة هي نظام مفتوح يتفاعل ويتعامل مع بيئته لخارجية وكل مايحيط به فيؤثر ويتأثر به ولذلك فإن هذه المسؤولية تقع على عاتق المنظمة فيها يتعلق بالمجتمع الذي تعيش فيه .

2-5 وظائف العلاقات العامة :

تتمثل وظائف العلاقات العامة في مختلف المؤسسات فيمايلي :

- 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 و وسائلها بمقاييس إحصائية دقيقة . حيث تقسم البحوث الإعلامية إلى أربعة أنواع :

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

2- وظيفة التخطيط :

¹شدون على شبيبة : العلاقات العامة : بين النظرية والتطبيق ، دار المعرفة الجامعية ، الغسكندرية ، 2012، ص59-60.
²منال محمود طلعت : العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ، الناشر المكتبي الجامعي ، الأزاريطة ، 2002، ص3130

ويقصد بها كيفية توظيف الموارد المادية والبشرية المتاحة او 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 ويسقسم إلى : (تخطيط قصير المدى ، تخطيط متوسط المدى ، تخطيط طويل المدى)¹

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 الإدارات المختلفة وكذلك الاتصال بين المسؤولين وقادة الرأي لربط المؤسسة بجمهورها الخارجي وإبراز صورتها الطيبة وموقعها وأهميتها في خدمة جماهيرها.²

5- 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 و وظائفها في خدمة المجتمع.³

5- وظيفة التقييم : ويعني قياس النتائج الفعلية من خلال تطبيق البرامج الموضوعية للعلاقات العامة ، وتحديد الإنحرافات الحاصلة ومن ثمة وضع الإجراءات التصحيحية لتقويم هذه الإنحرافات وضمان فعالية البرامج وتحقيق الأهداف المنشودة أو المرجوة⁴

¹د.حذيفة زيدان خلف: نشاط العلاقات العامة في هيئة التعليم التقني، العدد17، 2012، ص118
² ياسين مسيلي : العلاقات العامة في المؤسسة الصحية – دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي ابن باديس ، - قسنطينة ، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية ، جامعة مننوري قسنطينة ، 2008-2009، ص109.و
³مرجع نفسه ، ص 109
⁴د. محمد جودت ناصر : الدعاية والإعلان والعلاقات العامة ، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ، عمان ، ص207

2- أهمية و أهداف 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 هذ التغيرات تجلت في :

- ✓ إزدياد 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 اصال دائم بالجمهور الذي تتعامل معه بالمجتمع الذي يتأثر نشاطاتها فيه .
 - ✓ 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 .¹
 - ✓ تطور وسائل الإعلام والنشر تطورا ضخما نتيجة التقدم الفكري والتقني الكبير ، هناك تطر تقني الطباعة ، وفي الإخراج الصحف والمجلات ، كما ظهرت وسائل إعلام لم تكن ومعروفة فيما مضى : كالأفلام السينمائية ، الراديو ، التلفزيون . مما سهل من مهمة العلقات العامة في الاتصال بال جماهير المختلفة واستخدام الوسائل الملائمة مع الجماهير المتنوعة .²
- وتبرز أهمية العلاقات العامة في :

¹منال هلال لمزاهرة : إدارة العلاقات العامة وتنظيمها ، ط1 ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان ، 2015 ، ص34 .
²أنغام حسن أيوب ، د. زاهر عبد القادر جميل ، وآخرون : العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية ، ط1 دار حامد للنشر والتوزيع ، عمان ، 2016 ، ص25 .

- ✓ أن المنشآت الصناعية تنتج العديد من السلع التي تكبح في أن تصل إلى أيادي المشتريين والمستثمرين ، وفي ذلك تربط الموردن بالمنشآت الأخرى التي تعمل معها ، وتمدها باحياجات مختلفة ، بالإضافة إلى احتياجات جمهورها الداخلي والعمال وإلى من يربطهم بالمنشأة وأهدافها ، حيث يزيد من إخلاصهم و ولائهم لها .
- ✓ وتبد أهمية العلاقات العامة في أن المؤسسة الصناعية تسعى دائما في تنمية الإتصالات وتكوين الأراء 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 و اللباقة والحكمة في معالجتها ، لكي لا يظهر رأي مضاد أو كراهية للمؤسسة ومنتجاتها خاصة في المجالات 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 وأجهزتها حيث تقوم بدور هام في تحسين العلاقة بين المؤسسات الحكومية أو الوزارات أو الجمهور ؛ فعن طريقها ينمو الشعور بالمسؤولية عند المواطن ، وبالتالي تحولهم 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 يخبرو الموظفين بسياساتهم ويجسوا نبض الرأي العام قبل هذه السياسات ، من حقهم أيضا أن يردوا على الإنتقادات الموجهة إليهم ويبرروا تصرفاتهم التي تشغل الرأي العام .¹

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 العلاقات العامة إلى تحقيقها مع الجمهور الداخلي :

- ✓ إمداد العاملين بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالمنظمة وتاريخها وأهدافها وسياساتها .

¹كريمة ابراهيم : العلاقات العامة في المؤسسة الساحية الجزائرية - دراسة حالة لزيارة السياحة - مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة الجزائر ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، الجزائر ، 2004-2005 ، ص ص 31-32 .

- ✓ أنشطتها وغيرها مما توافرها لديهم .
 - ✓ رفع الروح المعنوية للعاملين ، وتعريفهم بصفة مستمرة بأهمية العمل الذي يؤديه .
 - ✓ تنمية شعور الإمتناء و الولاء والإعتزاز و غرتباط 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 .¹
 - وتوجد أهداف أخرى :
 - ✓ دعم سياسات المؤسسة وتقبل الجمهور لها .
 - ✓ تنمية التفاهم المشترك بين المؤسسة والجمهور .
 - ✓ تعزيز ثقة الجمهور بالمؤسسة .
 - ✓ تقييم إتجاهات الجمهور والتنبؤ بها والا استجابة لها .
 - ✓ العمل كنظام تحذير مبكر يساعد الإدارة على اتخاذ القرارات .
 - ✓ توسيع مجال خدماتها وتسويقها وتقبلها لدى الجمهور الأوسع .²
- 2-7 أخصائي العلاقات العامة و الخطوات السليمة للممارستها :
- أ-أخصائي العلاقات العامة :

أولا : مفهوم رجل العلاقات العامة :

يعد أخصائي العلاقات العامة الذي عينته المنشأة وتعتمد عليه في إعداد برامج و خطط العلاقات العامة و متابعة نتائجها اقتراح كل مايتعلق بالعلاقات العامة بالشكل الذي تنظمه المنشأة مع فريق عمل في إطار الأهداف التي تحددها الإدارة العليا في وحدة تنظيمية³

د1. أنغام حسن أيوب ، زاهر عبد القادر جميل : العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الإجتماعية ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2016 ، صص 29-31 .

د2. صالح خليل أبو أصبع : العلاقات العامة والاتصال الإنساني ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، رام الله ، ط1 ، ص 97 .

د3. منير حجاب ، سحر محمد عبد الوهاب : المداخل الأساسية للعلاقات العامة ، دار النشر والتوزيع القاهرة ، رقم الإيداع 92\10297 ، ص72.

ثانيا : 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 جذابا ومن مظاهر هذه الصفة هي سماحة الوجه ، و رقة الحديث ، حسن المظهر مع قدرته على استمالة الآخرين لأرائه .
- 2- حب الإستطلاع : المشتغل بالعلاقات العامة بحاجة دائمة إلى المعلومات . لذا يتطلب منه أن يكون لديه الرغبة المستمرة في تتبع المجريات والأحداث والسعي وراء الحقيقة وتفسيرها .
- 3- الاهتمام بالآخرين : يجب أن يكون رجل العلاقات العامة مقيلا على الآخرين ، متطلع إلى معرفة مآلديهم من أفكار وأخبار ، محبا للإندماج معهم حتى يستطيع كسب ثقتهم .
- 4- الحماسة :

- أن يكون متحمسا لعمله وأفكاره ، خاصة أن العلاقات العامة عملية مستمرة لبيع الأفكار للجماهير الداخلية والخارجية من أجل التأثير فيهم . وما لم يكن البائع متحمسا لما باع سلعته .¹
- 5- الكياسة : يتوقف نجاح رجل العلاقات العامة على مدى تأثيره في تفكير الآخرين وهو ما يتطلب قدرا من الدقة والكياسة ، فالغلطة دائما تولد الإمتعاض و الإستياء .²

- 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 مآفيها من ثغرات قبل أن يقدم أفكاره بطريقة مقنعة³

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

تتمثل في :

¹عواج عذراء : واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية -دراسة ميدانية ببلدية قسنطينة - ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، جامعة منتوري قسنطينة ، 2008-2009 ، ص109 .

²عذراء عواج : مرجع سبق ذكره ، ص109 .

³ . محمد منير ، سحر عبد الوهاب : مرجع سابق ، ص ص75-76 .

أولاً: تحديد المسؤوليات :

حيث يمكن تقسيم المسؤوليات وفق للتوصيف الوظيفي :

- 1- مدير الإدارة : يقوم مدير الإدارة بالعمل لبرسمي في الدائرة ، غالباً ما يكون خلف الكواليس كما أنه قد لا يحصل على التقدير الكلي الذي يستحقه و بشكل عام ، فإن الإدارة بدون مدير مسؤول سرعان ما تواجه الكثير من الصعوبات أثناء . و من أحد الواجبات الرئيسية لمدير الإدارة تنسيق جهود العلاقات العامة عن طريق الدائرة و العمل كمتحدث ينوب عن رئيس ، و يتحمل هذا الشخص المسؤولية عن جمع ونشر المعلومات التي تخص الدائرة جميع المعلومات المعنية ، وفي الجامعة ، و مصادر الإعلام المجتمعية ، كما أن إبلاغ الآخرين على اطلاع بالأحداث القادمة أو أهم الأخبار يعتبر من العناصر الهامة لبناء علاقة عمل إيجابية و الرضا عن تغطية نشاطات الإدارة و سمعتها .
- أوقات الأزمات : أما في أوقات الأزمات، فإن الرئيس هو الشخص الوحيد المفوض للتحدث مع وسائل الإعلام ، ويحتاج مدير الإدارة إلى تنسيق أي إتصالات مع وسائل الإعلام و فيما يلي أهم مسؤوليات العلاقات العامة لمدير الإدارة :

- ✓ تنسيق جميع جهود العلاقات العامة في الدائرة .
- ✓ إرسال النشرات الإخبارية إلى الصحف المحلية و الجامعية و إبلاغ وسائل الإعلام عن الأحداث الإيجابية .
- ✓ تنسيق الموقع الإلكتروني للدائرة و ضمان تحديث الموقع بشكل منتظم.
- ✓ تدقيق النشرات الإخبارية للدائرة ، و مواد 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 و قواعد بيانات عن الخريجين .
- ✓ التنسيق العلني للدائرة و مهام الخريجين .¹
- ✓ إبقاء الأعضاء على اطلاع بفرض الجامعة و نظامها .
- ✓ العمل مع مجلس الجمعية للحصول على نشر أخبار الخريجين .

¹د. عبد الرزاق الدليمي : العلاقات العامة في المجال الدليمي ، دار البيازري العلمية للنشر و التوزيع ، عمان ، 2015 ، ص ص 182-183 .

2- الرئيس :

يتحمل رئيس الدائرة مسؤولية عن الدائرة ، و الاتصال مع الموظفين ، و أعضاء الدائرة و المتطوعين من الخريجين ، و موظفي الجامعة و موظفي 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 .
و من الضروري أن يدرك جميع أعضاء الدائرة أنه في أوقات الأزمات ، و الحوادث ... الخ ، فإنه لا يوجد شخص مفوض للتحدث عن تلك المواضيع إلى الجمهور خارج الدائرة ، و يكون المفوض الوحيد هو الرئيس ، يمكن له تفويض مدير الإدارة للقيام بهذه المهمة .

3- مدير إدارة المخاطر :

تم تشكيل منصب مدير إدارة المخاطر لتطوير ، و تنفيذ و الإشراف على برنامج إدارة المخاطر في الدائرة و من أهم الأدوار و الإدارية و إعداد الدائرة للتعامل مع الأزمات و حالات الطوارئ و العلاقات العامة التي تعتبر جزءا رئيسيا من إدارة سياسات إدارة المخاطر و الإجراءات و أن يستطيع التواصل بوضوح مع الضيوف و أفراد المجتمع . و علاوة على ذلك فإن ضمان اتباع الدائرة لإجراءات إدارة المخاطر فيحياتهم اليومية و أن 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 . و قد أدت الحياة الجامعية الإغريقية في الستينات ، والسبعينات ، والثمانينات و التسعينات إلى خلق كابوس ليلي للعلاقات العامة . و قد بنى الذين يعيشون خارج النظام الإغريقي و جهات نظرهم على حقائق عرضت عليهم بسبب أعمال عدد من رجال مكافحة الريق ، و ما تصوره وسائل الإعلام عن الإغريق ، و خبراتهم الشخصية الخاصة . كما أن هذه المصادر ، التي تزامنت مع المفاهيم الخاطئة التي تعرضها الأفلام مثل (بيت الحيوانات) ، و برامج التلفاز و المقالات الإفتتاحية إلى إخافة النظام اغريقي . و يجب أن نسير مسافة طويلة لإعادة إكتساب صورة إيجابية عن رجال مكافحة الحريق و التي يحملها المجتمع عنهم .¹

1. د. عبد الرزاق الدليمي : العلاقات العامة في المجال الدليمي ، مرجع سابق ، ص ص 184-185

خلاصة الفصل :

من خلال ما تتطرقنا 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 و البرامج المدروسة من خلال الوظائف و المهام التي أنطويت به في تلميع صورة المؤسسة ، مرتكزا في ذلك على مجموعة من الأسس و المبادئ و الأخلاقيات ، فاحتل بذلك صدارة الترتيب في الهيكل التنظيمي للمؤسسة .

الفصل الثالث : العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية

تمهيد :

3-1 مفهوم الإذاعة المحلية :

3-2 نشأة وتطور الإذاعة في العالم :

3-1-1 نشأة الإذاعة في العالم الغربي :

3-2-2 نشأة الإذاعة في الوطن العربي:

3-1-3 نشأة وتطور الإذاعة في الجزائر:

3-2 أساسيات الإذاعة المحلية :

3-2-1 أسباب انتشار الإذاعات المحلية:

3-2-2 العناصر الأساسية للجهاز الإذاعي:

3-2-3 أنواع الإذاعات مهام ووظائف الإذاعة المحلية

3-2-4 أهداف و خصائص الإذاعة المحلية:

3-3 إستراتيجية العلاقات العامة داخل المؤسسة الإعلامية:

3-4 أهداف العلاقات العامة تجاه المجتمع المحلي :

3-5 أهمية ممارسة أنشطة العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية:

خلاصة الفصل :

تمهيد :

تعد الإذاعة من أهم وسائل الاتصال الجماهيري التي يصل أثرها إلى كافة المجتمعات و ذلك من خلال إتاحتها لفرصة الاتصال و الاحتكاك به والتفاعل معه و ذلك من أجل تلبية حاجاته و رغباته .

و لكن في السنوات الأخيرة لوحظ اهتمام خاص بالإعلام المحلي في الجزائر ، إذ سخرت إمكانيات معتبرة أفضت

إلى تجسيد مشاريع خاصة بالإذاعات المحلية ، حيث لا تستطيع الإذاعة المركزية تلبية كافة حاجات و رغبات

المجتمع المحلي و بالتالي فالإذاعة المحلية تعنى باهتمامات و انشغالات جماهيرها و مناقشة المشكلات المحلية و محاولة

إيجاد حلول لها من خلال الخصائص التي تتميز بها و الوظائف التي تقوم بها بالإضافة إلى مختلف المهام و الأنشطة

التي تمارس .

3-1 مفهوم الإذاعة المحلية :

الإذاعة المحلية إذاعة تخاطب مستمعا محددًا له مصالحه وارتباطاته الاجتماعية المعروفة وله تقاليده و عاداته و تراثه الفكري و الخاص وهي تبث برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا محدود العدد، يعيش فوق ارض محدودة المساحة، ومجتمعا له خصائص البنية الاقتصادية و الثقافية 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 و تعطيه و تقدم 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.¹

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

وهذا يعني أن الإذاعة عبارة عن مؤسسة تبث مجموعة من البرامج الإعلامية، و التعليمية، و الترفيهية، عن طريق جهاز يسمح بإرسالها في آن واحد.³

- كما يعرفها " محمد منير حجاب " بأنها: " أوسع وسائل الاتصال انتشارا وأكثرها شعبية، وجمهور عام بجميع مستوياته، فتستطيع الوصول إليه مخترة حواجز الأمية، و العقبات الجغرافية و القيود السياسية، التي تمنع بعض

¹ منى سعد الحديدي ، سلوى إمام على :الإعلام و المجتمع ، دار المصرية اللبنانية ، ط1 ، القاهرة ، 2004 ، ص 161 .
² 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 و التوزيع ، 1989 ، ص 403.
³ عبد المجيد شكري : تكنولوجيا الاتصال إنتاج برامج في الراديو و التلفزيون ، مرجع سابق ، ص 11.

الرسائل الأخرى من الوصول إلى مجتمعاتها، يعني أن الإذاعة تخاطب جميع أفراد المجتمع ذلك أنها لا تعرف الحدود إذا قارنها ببعض الوسائل الأخرى.¹

- كما يعرفها " فوضيل دليو" على أنها: " ما ييث 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.²

- و تعرف كذلك أن الإذاعة مسموعة تعتمد على عنصر الصوت باعتباره المادة لبرامجها، ومهما تعددت وتنوعت أشكال البرامج ، فإنها لا تخرج عن كونها صوت ينطلق عبر الأثير ليصل إلى أذن المستمع، وقد يكون هذا الصوت كلمة منطوقة، أو لحنا مغني، أو معزوفة موسيقية، أو مؤثرا صوتيا.³

3-2 نشأة وتطور الإذاعة في العالم :

3-1-1 نشأة الإذاعة في العالم الغربي :

لقد جاء ظهور الإذاعة كنتيجة لأبحاث العلماء المستمرة في الكهرباء والمغناطيسية كبداية 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 تجاربه لنظام الإرسال والاستقبال إلى أن تمكن في يوم 14 سبتمبر 1901 من التقاط الإشارة اللاسلكية عبر المحيط.

¹ منير حجاب : الإعلام والتنمية الشاملة ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2000 ، ص 249.

² مالك شعباني : دور الإذاعة المحلية في النشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي دراسة ميدانية بجامعتي قسنطينة ويسكرة ، مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع والتنمية ، جامعة منتوري قسنطينة ، 2005-2006 ، ص 22

³ د. محمد مصطفى كاظم الطائي : الفنون الإذاعية و التليفزيونية و فلسفة الإقناع ، ط1، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر ، الإسكندرية ، ص16.

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 اعتمد "ماركوني" على نظرية "جيمس ماكسويل" التي ذكر فيها أن موجات الضوء ما هي في الواقع إلا موجات لقوى كهربائية مغناطيسية.¹ وفي عام 1886، أثبتت أبحاث وتجارب العالم الألماني " ه. هرتز" صحة نظرية " ماكسويل"، كما انه استطاع الوصول لقياس الموجات وسرعتها " وفي الوقت الذي كانت تجري فيه التجارب لإرسال 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 و انتقلها إلى المرحلة الراديوفونية (مرحلة المذياع الهاتفي)، ثم استمرت الأبحاث في مجال اللاسلكي والبت الإذاعي لتحسين النوعية والمدى حتى بداية العشرينيات.²

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، تبعها في العام الموالي أول محطة إذاعية تجارية WBZ في " ماساشوستس .

انتقلت الإذاعة إلى أوروبا، أثر التطور الذي حدث في أجهزة الإرسال والاستقبال و كانت 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

¹ عبد القادر، قندوز ، نشأة و تطور الإذاعة محاضرة 4 ، يوم الإثنين 9 نوفمبر/3:15 pm ،
² خالد زعمون: التفاعلية في الإذاعة أشكالها و رسائلها ، سلسلة البحوث و دراسات إذاعية (61) تونس ، 2007 ، ص 28.

من لندن يوميا، وسرعان ما انتشرت محطة الإرسال في كل أنحاء بريطانيا، مما دفع الحكومة للتدخل في ويناير (1927م بإنشاء هيئة الإذاعة البريطانية BBC-British Broadcasting Corporation وتم حل شركة الإذاعة البريطانية، وتعويض حملة أسهمها من الأفراد، وتحويل كل رأس مالها إلى الهيئة الجديدة .¹ وقد توافر لروسيا إمكانيات إرسال الصوت قبل الحرب العالمية الأولى بوقت قصير، وبدأت أولى المحطات تعمل في موسكو سنة 1914م (وبعد انتهاء الحرب بدأت في أغسطس 1922م) (إذاعة تجريبية، ولكن الإذاعة المنتظمة لم تبدأ في روسيا إلا في أكتوبر 1924، وإذا انتقلنا إلى فرنسا وجدنا أن القطاعين العام والخاص قد قاما بتطوير الإذاعة، وخاصة بعد الحرب العالمية الأولى، حيث قدم الكولونيل فرييه في عام 1921م (برامج إذاعية من برج ايفل في باريس والذي يبلغ ارتفاعه ألف وستة أقدام، ثم ظهرت في عام 1923م ثلاث خدمات إذاعية حكومية وخاصة...، وفي النصف الثاني من عام 1923 أصبح في ألمانيا محطة إذاعة تقدم برامج منتظمة من برلين، وفي السنة نفسها 1923 دخلت استراليا ميدان الإذاعة الصوتية، وما إن انتصفت سنة 1924م (حتى كانت هناك (محطة راديو على الأقل، في كل دولة من دول العالم المتقدم، وفي السنة التالية 1925م أصبح في العالم حوالي ستمائة محطة إذاعة، وفي سنة 1925 ارتفع عدد المحطات إلى أكثر من الضعف بقليل، وفي سنة 1960 قفز عدد هذه المحطات إلى أكثر من سبعة آلاف وخمس مائة محطة ولا تكاد توجد اليوم منطقة في العالم لا يغطيها برنامج إذاعي منتظم .²

3-2-2 نشأة الإذاعة في الوطن العربي:

ظهرت الإذاعة المسموعة في الوطن العربي في فترات مختلفة وفي ظروف و أوضاع 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.

1 د. راسم ، محمد الجمال : الاتصال والإعلام في الوطن العربي ، ط3 ، مركز الدراسات الوحدة اعربية ، بيروت ، 2001 ، ص 359.
2خالد ، زعمون :التفاعلية في الإذاعة أشكالها و رسائلها ، مرجع سابق ، ص29

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

ففي مصر عرفت الإذاعة عندما استصدر هواة اللاسلكي في ذلك الوقت رخصة من وزارة المواصلات لإنشاء محطات إذاعية أهلية، و ظهرت عدة محطات أهلية في كل من القاهرة والإسكندرية، ومن هذه المحطات (راديو القاهرة، و راديو الأميرة فوزية، و راديو فؤاد، و راديو الجيش، و راديو مثر الجديدة) وكان بعضها يذيع باللغة العربية، والبعض الآخر باللغة الأجنبية، و تم إلغاء هذه الإذاعات عام 1932 لتترك مكانها للمحطة الحكومية التي بدأت إرسالها عام 1934، ومرت الإذاعة بعد ذلك بمراحل عديدة اتسمت بالتطور والتقدم شكلا و مضمونا، وظهرت عدة إذاعات محلية منها (البرنامج العام، و البرنامج الأوروبي المحلي وإذاعة ركن السودان، و إذاعة صوت العرب، و إذاعة الإسكندرية الإقليمية و البرنامج الثاني ، و إذاعة الشعب، و إذاعة فلسطين ، و إذاعة الشرق الأوسط، و إذاعة القران الكريم، و إذاعة البرنامج و الموسيقى 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.²

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 ، و سوريا عام 1941، و الصومال عام

1943، واليمن الشمالية آنذاك عام 1946

حيث تأسس النظام الإذاعي في السعودية عام 1949 و اقتصر البث الإذاعي على استوديوهات إذاعة جدة في عام 1965 إذ بدأ البث الإذاعي من إذاعة الرياض في عام 1979 ، و تم توحيد البث الإذاعي بين إذاعي جدة و الرياض، ولسعودية عدة إذاعات منها إذاعة البرنامج العام.

¹ د. محمد علي ، القوزي : نشأة وسائل الاتصال و تطورها ، ط1 ، دار النهضة العربية ، بيروت ، 2007 ، ص 178.

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

وفي عقد الخمسينات ظهرت الإذاعة في كل من الكويت عام 1951 و اليمن الديمقراطية عام 1954 وموريتانيا عام 1956 ، وفي قطر عام 1968، و الإمارات العربية المتحدة عام 1969 وسلطنة عمان 1970، أما في فلسطين فقد انطلق صوت فلسطين و لأول مرة من القاهرة عام 1955 كبرنامج يذاع من إذاعة صوت العرب.¹

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

الدولة	تاريخ الإرسال الإذاعي	الدولة	تاريخ الإرسال الإذاعي
مصر و الجزائر	1925	البحرين	1942
المغرب	1928	الصومال	1943
تونس	1935	اليمن	1947
العراق	1936	الأردن	1948
لبنان	1938	السعودية	1949
ليبيا	1939	الكويت	1951
السودان	1940	فلسطين(من مصر)	1955
موريتانيا	1961	قطر	1968
الإمارات إذاعة دبي من الشارقة	19966	الإمارات العربية المتحدة	1969
		سلطنة عمان	1970

-جدول رقم (01) يوضح تواريخ بدء إرسال الإذاعة غي الدول العربية-¹

¹د. محمد علي ، القوزي :نشأة وسائل الاتصال وتطورها ، مرجع سابق ، ص ص 179 - 180

3-1-3 نشأة وتطور الإذاعة في الجزائر:

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

أولا: الإذاعة الجزائرية في الفترة الاستعمارية ما قبل 1962:

إن أول إذاعة عرفتها الجزائر هي فرنسية، ادخلها 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" منبرج حاسم بالنسبة للإذاعة لأنها جزائرية تجهيزا و مضمونا وبالنسبة للثورة لأنها أداة فعالة لإعلام الجزائريين بالثورة و التعريف بها، لقد كانت إذاعة "صوت الجزائر الحرة" تمثل صوت المجاهدين اللذين يشرعون به المعركة و يقصون عليه حكاية التحرير والاستماع إلى هذا الصوت ، حيث أصبح الجزائري يحس بالضرورة الحيوية لتلقي الرسالة و فهمها.²

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

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

ب: نصف ساعة بالقبائلية.

ج: نصف ساعة بالفرنسية.

¹د. محمد علي ، القوزي: نشأة وسائل الاتصال وتطورها ، مرجع نفسه ،ص180
²زهرة ، بلحاجي : الحق الإعلامي - نموذج القناة الأولى و الثانية - ، رسالة ماجستير ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإجتماعية ، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة ، 2006-2007 ، ص 71.

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 و على هذا فان فرنسا شددت من رقابتها عليها (الإذاعة) بتقدمها 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 و القبائلية.¹

ففي الخمسينيات من القرن الماضي، عرف عدد المستمعين الجزائريين للراديو ارتفاعا مذهلا في حين انه عام 1948 لم تكن عدد أجهزة الاستقبال تتعدى الـ 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، و كل هذه الأرقام تمثله بالنسبة التالية: ثلثي المستمعين للإذاعة يمثلهم الأوروبيون الذين كان عددهم المليون أوروبي مقابل 9 ملايين جزائري.

إذا، 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)

1. محمد ، شلوش :الإذاعة الجزائرية النشأة و مسارها ، الإذاعة الجزائرية ، العدد 16 ، 2014 ص ص 2-3 .

وكل هذه المحطات العربية، كانت تنادي إلى الثورة فإنها كانت حافزا في تغيير مجرى التاريخ الجزائري، والتي واصلت مهمتها حتى أثناء الثورة.¹

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

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

و بناء 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 و وهران، و بجاية، كما أدخلت إصلاحات تقنية على محطات الإرسال و الإكثار من محطات الربط في عدة مدن جزائرية ففي سنة 1946، كانت قوة الإرسال الإجمالية تقدر ب 25 كيلواتر.

أما عن الحجم الزمني للإرسال لهذه القنوات الثلاث فانه كان يقدر سنة 1949 بمائة وست و أربعين(146) ساعة أسبوعيا.²

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)، و فيما يتعلق بالمحطات الإذاعية ولهجة التخاطب بها و كما نقول هنا

¹محمد شلوش: الإذاعة الجزائرية النشأة ومسارها، مرجع سابق، ص ص 3- 4

²محمد شلوش: الإذاعة الجزائرية النشأة والمسار، مرجع سابق، ص 5 .

لهجة التخاطب نقصد بها ما كان عندما بدأت اللغة العربية ، فلم تكن تبث من قبل ، إلا باللغة الفرنسية ولم يكن يسمعا الا العدد القليل من الفرنسيين اللذين كانت تتجه إليهم و معهم عدد قليل من المسلمين الجزائريين اللذين كانوا يفهمون اللغة الفرنسية.

اذ دفع السلطة الفرنسية التصدي للدعاية الألمانية النازية أثناء الحرب العالمية الثانية في إفريقيا الفرنسية و خصوصا 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 و جهزت لها أستوديو خاص بها و على أمواج تبث منفصلة عن القناة بالعربية بعد ما كانتا في البداية تبثان برمجها في أمواج إذاعية واحدة ، و كانت حصة البث بالامازيغية في البداية ، ساعة بث في الصباحة و ساعة 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.¹

والشيء الجدهام والذي يجب الإشارة إليه هو أن الملاحظ على البرامج القانتين العربية و القبائلية، أنهما ابعدا ما تكون على أن تعبر على السياق الاجتماعي المتواجد فيه بحيث أنهما لا تتعدى كونها لسانا مترجما لتوجه القناة الفرنسية نفسها، بالإضافة إلى هذا الطابع الفرنسي لبرامج القناتين الناطقتين بالعربية و القبائلية، فانه من جانب التسيير لهذه البرامج نفسها ، فانه كان موضوعا بالجزائر لكي لا تجعلهم منعزلين عن العالم المتقدم والذي تمثل الإذاعة أحد أوجه هذا التقدم، و أيضا للتعرف على ما يجري في العالم الغربي، لذلك كان مضمون هذه الإذاعة أيضا فرنسيا، حتى أنها كانت تابعة للحكومة الفرنسية مباشرة تحت الإشراف الفني لوزارة البريد.²

¹محمد شلوش: الإذاعة الجزائرية النشأة والمسار، مرجع سابق ، ص 5 .

²محمد شلوش: الإذاعة الجزائرية النشأة والمسار، مرجع سابق ، ص 6.

و بتالي 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 و المواصلات الفرنسية أي من السلطة الفرنسية أي من السلطة الفرنسية مباشرة فإنها و جدت نفسها أثناء الحرب العالمية الثانية أمام مسؤوليات كبيرة في التصدي للدعاية الألمانية، فكان ان تدخلت السلطة عن طريق قانون 1940 ، و الذي يضع شبكة الإذاعة الإفريقية تحت السلطة المباشرة للحاكم العام ثم بعده قانون 1942 و الذي 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.

و عليه فان الإذاعة الجزائرية لم تكن لها رواج كبير إلا بعد سنة 1943 ، و ذلك بمراقبة الحصص المقدمة، وحتى البطاريات التي تشغل المذياع مراقبة لذلك ، فان الاستماع للراديو أصبح في اغلب الأحيان يتم بصفة سرية من طرف الجزائريين.¹

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

ثالثا: الإذاعة الجزائرية بعد الاستقلال:

*الموروث التقني:

غداة الاستقلال عام 1962 ورثت الجزائر شبكة الراديو، وذلك في مدن الكبرى و المتوسطة مثل الجزائر العاصمة، قسنطينة، وهران إن كانت تتسم هذه الشبكة بنوع من الجهوية في التغطية، و يعود السبب إلى إنها موروثه من فترة التواجد الفرنسي الأوروبي التي كان هدفها الأساسي و الوحيد هو تغطية المناطق التي تتواجد فيها

¹محمد شلوش: الإذاعة الجزائرية النشأة والمسار، مرجع سابق، ص7.

المعمرون فقط و ليس تطوير البث الإذاعي بالجزائر ، وهذا ما يفسر أن اغلب الموجات التي كانت تعمل على بث برامج القنوات هي الموجات الصغيرة و المتوسطة فقط.¹

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

- 1- شبكة البرامج الناطقة بالعربية: فنجد في الجزائر العاصمة جهازي بث بقوة 100 كيلوواط باولاد 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، و هناك جهاز آخر بالموجات القصيرة دائما في إطار هذه الشبكة بقوة 50 كيلوواط .²

- 2- شبكة البرامج الناطقة بالقبائلية:وهي شبكة تعمل في الجزائر العاصمة بجهازي بث بقوة 40 كيلوواط باولاد 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 قوتهما 100 كيلوواط، وفي وهران جهاز بث بنفس القوة ودائما في إطار نفس الشبكة نجد جهازي بث بقوة 205 كيلوواط في عنابة و آخر في بجاية بقوة 1 كيلوواط اما عن الموجات القصيرة التي تبث بها هذه الشبكة فيتواجد جهازها بالجزائر العاصمة و بقوة 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.³

¹الأمين ، بشيشي : در الإعلام في معركة التحرير ،مجلة الثقافة ، 1994 ، ص 55 .

²Pige (François) : « Radiodiffusion et télévision au Maghreb », « In étude Maghrébines », Série : G.N° 06 Janvier 1996, P 42.

³ Pige (François) : « Radiodiffusion et télévision au Maghreb », « In étude Maghrébines », , op.cit, p 43

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 و التلفزيوني، والمؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي لبصري.¹

بموجب ذلك حظيت المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة باستقلالية تنظيمية مالية، وتقنية مما مكنتها من تطوير إمكانياتها و تحسين أدائها في مجال الخدمة العمومية

بتحويلها إلى مؤسسة عمومية وفق ما نص عليه مرسوم 20 فريل 1991، أصبحت الإذاعة الجزائرية تتمتع بطابع صناعي و تجاري و تمارس مهمة الخدمة العمومية في مجال البث الإذاعي المسموع طبقا لأحكام دفتر الأعباء يحث على ضرورة إعلام المواطن بكل ما يتعلق بالحياة الوطنية ، الجهوية، المحلية، الدولية وتعزيز الاتصال الاجتماعي وكذا حماية و ترقية 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 و ترفيهية ، مكنتها من المساهمة في ترقية ثقافة الديمقراطية و التسامح، ومن ثمة تعزيز مصداقيتها واحتلال موقع متقدم لدى الرأي العام.²

حيث شرعت الإذاعة الجزائرية منذ 1991 في تنوع عرضها البراجمي و توسيع انتشار الأثير، وهذا بإقامة شبكة الإذاعات الجهوية و المحلية والموضوعاتية لتشكيل تدريجيا منظومة الإذاعة الجزائرية و تكتمل كما

هي عليه الآن 48 اذاعة جهوية.³

¹القياضي نصر الدين :مساءلة الإعلام ، المؤسسة الجزائرية للطباعة ، الجزائر ، 1991 ، ص190 .

² القياضي نصر الدين :مساءلة الإعلام ، مرجع سابق ، ص190

³الأمين بشيشي : دور الإعلام في معركة التحرير ،مرجع سابق ، ص 70 .

4-إذاعات موضوعاتية :

*إذاعة الشباب (جيل FM)

*إذاعة القران

*الإذاعة الثقافية

*إذاعة الجزائر الدولية

بالإضافة إلى القنوات الوطنية الثلاث الناطقة باللغات العربية، و الأمازيغية، و الفرنسية، و الإذاعة

الإلكترونية " الإذاعة الجزائرية متعددة الوسائط"¹

وفي يوم 26 نوفمبر 2001 خضعت الإذاعة الجزائرية لتنظيم داخلي يعتمد على 12 مديرية مركزية هي :

- مديرية القناة الأولى
- مديرية القناة الثانية
- مديرية القناة الثالثة
- مديرية إذاعة الجزائر الدولية
- مديرية الإذاعات الموضوعاتية
- مديرية تنسيقية للإذاعات الجهوية
- مديرية الأرشيف ومكتبة الأغاني
- مديرية المصالح التقنية
- مديرية الدراسات و التطوير

¹ 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.

- مديرية المواد البشرية

- مديرية الوسائل العامة

- مديرية المالية و المحاسبة.¹

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 اهراس	سوق اهراس	2005-02-23
الوحدات	ورقلة	1991-05-09	الجلفة	الجلفة	2007-09-09
السهوب	الاعواط	1991-11-05	جيجل	جيجل	2007-11-01
الاهقار	تمنراست	1992-04-16	سعيدة	سعيدة	2008-02-24
البهجة	الجزائر العاصمة	1992-10-01	ام البواقي	ام البواقي	2008-03-19
العالية	تلمسان	1992-10-07	عين	عين تيموشنت	2003-03-26
الهضاب	سطيف	1992-10-10	تيموشنت	تيسمسيلت	2008-04-06
الاوراس	باتنة	1994-12-26	تيسمسيلت	برج بوعريريج	2008-04-23
الباهية	وهران	1995-01-26	برج بويرريج	عين الدفلى	2008-05-01
سيرتا	قسنطينة	1995-02-05	عين الدفلى	تبازة	2009-07-01

¹ محمد شلوش : الإذاعة الجزائرية النشأة والمسار ، مرجع سابق ، ص 11.

2011-07-04	البليدة	تبازة	1995-04-04	تبسة	تبسة
1999-04-25	النعامة	البليدة	1995-06-04	ادرار	توات
1999-05-14	بسكرة	النعامة	1996-08-19	بجاية	الصومام
2001-02-24	غرداية	الزبان	1996-11-21	الوادي	واد سوف
2003-07-24	معسكر	ميزاب	1997-01-13	عنابة	عنابة
2003-09-08	البيض	بني شقرون	1997-01-27	اليزي	الطاسلي
2003-10-07	المسيلة	البيض	1998-10-25	تيارت	تيارت
2004-02-10	مستغانم	الحضنة	1999-03-12	تندوف	تندوف
2008-03-22	المدية	الظهرة	2003-11-15	سكيكدة	سكيكدة
2008-12-27	قالمة	المدية	2004-01-26	الشلف	الشلف
		قالمة	2010-05-30	الطارف	الطارف

- جدول رقم 2 يوضح قائمة الإذاعات المحلية في الجزائر-¹

الهاشمي ، بن بوكريطة أمال : دور الإذاعة المحلية في تكوين وتعزيز الصورة الذهنية للهوية الثقافية و الحفاظ عليها - دراسة مسحية لعينة من طلبة جامعة خميس مليانة - ، مذكر لنيل شهادة الماستر ، تخصص وسائل الإعلام و التنمية المستدامة ، جامعة الجبالي بوعمامة ، خميس مليانة ، 2014-2015 ص34-35.

3-2 أساسيات الإذاعة المحلية :

3-2-1 أسباب انتشار الإذاعات المحلية:

- 1- العامل الجغرافي: يعد العامل الجغرافي من أهم العوامل التي تؤثر على النظام الإذاعي في أي دولة ، فكبر مساحة الدولة يعوق مقدرة الإذاعة المركزية على تغطية كل أجزائها كما لا يمكن تلبية كل احتياجات المواطنين .
- 2- عامل اللغة: إذ تعددت اللغات و اللهجات داخل دولة واحدة قد يشكل عائقاً أمام الإذاعة في بعض الأحيان و هذا يؤكد حاجة إلي الإذاعات المحلية لمخاطبة التركيبات السكانية المختلفة بلغتهم.
- 3- عامل التكنولوجيا: عززت تكنولوجيا التوزيع المقدمة كآليات البصرية و الأقمار الصناعية الزيادة المثيرة في الخدمات الإذاعية المحلية.¹

- 4- العامل الاجتماعي و السياسي: وهو عامل لا يقل أهمية عن العوامل الأخرى فقد كان الدافع المعاصر لمعظم المبادرات في الراديو المحلي في أوربا ، سواء تلك التي اتخذت شكل الإذاعات غير المصرح بها مثلاً إذاعة الحرية و القراصنة ، أو التي اتخذت شكل نشاطها جماعات الضغط لتسبب في نشر قانون يعترف بقطاع جديد في الإذاعة إلى انه يتجه لنمو الوعي في البلدان العالم المتقدم ووجود العديد من الجماهير المهتمة بحركات الضغط و الحركات الاجتماعية ، و الثقافية المختلفة، كان ثمة مطالب عديدة لا بتنوع و التعدد 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 و حرصت أن تتبع كلها من العاصمة تجنبا للاتجاهات و النزاعات الانفصالية فضلا عن أن بعض أنظمة الحكم لا تشجع الإذاعات المحلية حتى لا يستولي عليها الانفصاليون.

¹هدى حمدوش: الإذاعة المحلية و دورها في التنمية - دراسة ميدانية بإذاعة الأوراس بباتنة - ، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال ، جامعة باجي مختار ، عنابة ، 2010-2011، ص ص 149-150 .

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 ، و في ضوء احتياجات و مكونات تلك المجتمعات، فقد أدركت دول عديدة أن أفضل أساليب الإعلام لتحقيق مشاركة فعالة من جانب الجماهير في بيئتها المحلية من خلال و سائل الإعلام المحلية من بينها الإذاعة المحلية، و ذلك بتوفر شروط إقامتها نذكر منها:

- ✓ الكثافة السكانية
- ✓ الخصوصية الثقافية
- ✓ إرادة السلطات المحلية
- ✓ عدم وصول بث الإذاعة المحلية المركزية
- ✓ إقرار إداري للإذاعة المركزية
- ✓ إرادة سياسة للسلطات المركزية
- ✓ تواجد مقر الإذاعة مسبقا
- ✓ رغبة السكان المحليين.¹

¹هدى حمدوش: الإذاعة المحلية و دورها في التنمية – دراسة ميدانية بإذاعة الأوراس بباتنة - ، مرجع سابق ، ص150 .

3-2-2 العناصر الأساسية للجهاز الإذاعي:

لنتقل الآن إلى مناقشة العناصر الأساسية لجهاز الإذاعة باعتبارها المحرك الرئيسي لنشاطهم و تشمل العناصر

التالية:

أ- العناصر البشرية

ب- البرامج و المواد الإذاعية

ج- الأجهزة و المعدات

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

يتولى إعداد البرامج و إنتاجها و تقويمها بل و استهلاكها ، كما أن البرامج بحاجة إلى الأجهزة و المعدات و أن

الأجهزة بحاجة إلى البرامج ، و هكذا نلاحظ أن التخطيط و التنسيق بين هذه العناصر يعد مطلباً مهماً و أساسياً

1-العناصر البشرية:

يتألف الجهاز الإذاعي من عناصر بشرية ذات تخصصات مختلفة أهمها:

✓ **عناصر إدارية:** و تناط بها مسؤولية كافة الأعمال الإدارية كعلاقات المواطنين و العلاقات العامة

خارج نطاق الإذاعة و أيضا التنسيق بين الوحدات المختلفة إلى جانب عمليات الاتصال الإداري ،

و الأعمال المالية و الروتينية، و تختلف خصائص هذه العناصر تبعا لطبيعة الأعمال التي يتولونها، كما

تلعب المؤهلات العلمية و الخبرة العملية دورا كبيرا في كفاءة العنصر الإداري

✓ **عناصر فنية:** و هي التي تستحوذ على الجانب الأكبر من عملية الجهاز الإذاعي و تمثل تشغيل و

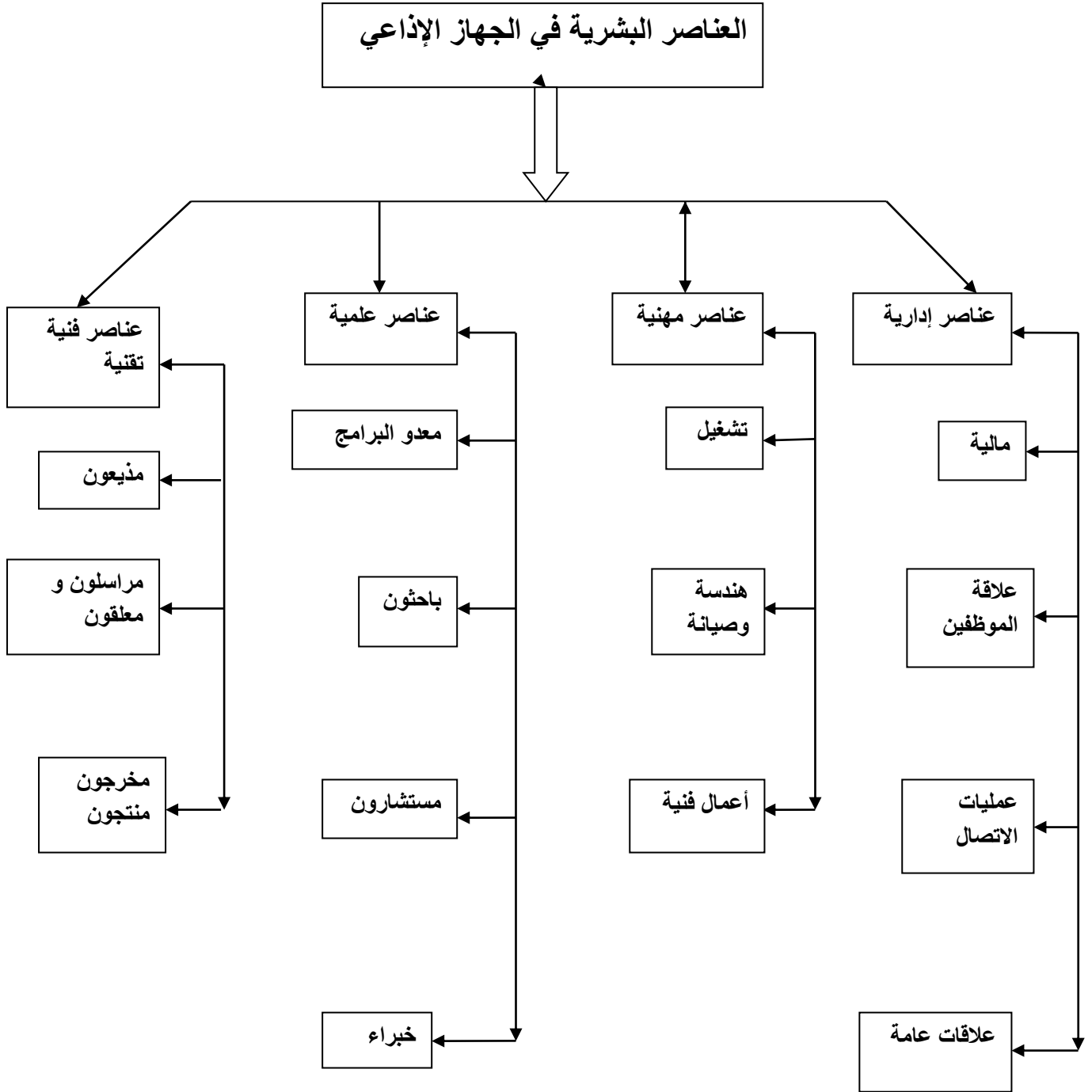
صيانة المعدات و الاستوديوهات، و تبذل الإذاعة جهودها لتأمين عناصر فنية متخصصة ذات

مؤهلات علمية عالية مثل المؤهلات الجامعية و الفنية المتخصصة ، و في جميع الأحوال يعتبر التدريب مطلبا جوهريا في سبيل تنمية كفاءة العناصر الفنية سواء قبل الخدمة أو أثناءها.

✓ **عناصر علمية:** و عي التي تتولى إعداد النصوص الفنية و المواد العلمية و كذلك تقديم المشورة العلمية و إجراء دراسات و القيام بأعمال التقويم و الاختبار، و يجب أن تتوفر في هذه العناصر عمق التخصص و طول الخبرة و غزارة الإنتاج.

✓ **عناصر مهنية:** وهم المذيعون المحترفون و المعلقون المختصون في مختلف المجالات، و يعتمدون في عملهم على المؤهلات العلمية و برمجة أساسية على كفاءتهم المتميزة و مواهبهم الخاصة، وقد يتم النظر إلى العناصر البشرية و تخصصاتها و كما هو واضح في الشكل رقم (1-3) و ينقسم العنصر البشري إلى أربعة حقول (أ) إدارية (ب) مهنية (ج) علمية (د) فنية.¹

¹هدى حمدوش: الإذاعة المحلية و دورها في التنمية- دراسة ميدانية للإذاعة الاوراس بولاية باتنة-، مرجع سابق ، ص129



شكل رقم (1) "يوضح الهيكل التنظيمي للعنصر البشري في الجهاز الإعلامي"¹

¹هدى حمدوش: الإذاعة المحلية و دورها في التنمية- دراسة ميدانية للإذاعة الاوراس بولاية باتنة-، مرجع سابق ، ص12

-البرامج و المواد الإذاعية:

يشمل البرنامج الإذاعي مجموعة من المعلومات المتداخلة التي أعدت لخدمة أهداف محددة و تختلف المعلومات السمعية و تتعدد تبعا لطبيعة البرنامج، ففي برنامج (أوائل الطلبة مثلا) قد تشمل هذه المعلومات أسئلة في الجغرافيا ، أو في الرياضيات أو في التربية الفنية ، و قد يضم البرنامج فقرات موسيقية، أو مؤتمرات ، و البرامج الإذاعية قد تكون يوميا أو أسبوعيا ، و قد تبقى لدورة إذاعية أو أكثر ، تختلف مدة البرامج الإذاعية بين (10-30) دقيقة قد يكون متخصصا لبرنامج المرأة أو الأطفال.¹

أما المادة أو الفقرة الإذاعية فهي وحدة المعلومات المتكاملة و المستقلة بدايتها قد تدخل ضمن محتويات البرامج ، و تبذل الإذاعة جهدا لتطوير برامجها و موادها سعيا وراء الاحتفاظ بأكثر قدر ممكن من المستمعين، و لنا 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 ، و مع ذلك أنها تبث برامجها باللغة العربية لمدة تسع ساعات يوميا التي يحضى بها العالم العربي في برامج متعددة ، بالإضافة إلى تعليم اللغة الانجليزية و بعض البرامج و المواد و الفقرات التي جرى التخطيط لها و إنتاجها بعناية ، و لقد صب الاهتمام في تطوير البرامج بهدف تلبية حاجات المستمع إلى أفق جديدة حيث تخصصت موجات و محطات إذاعية مستقلة من البرامج و المواد من ذلك:

*إذاعات متخصصة في الأخبار السياسية طول النهار و الليل

*إذاعات متخصصة في الأخبار الرياضية

*إذاعات متخصصة في القرآن الكريم

¹هدى حمدوش: الإذاعة المحلية و دورها في التنمية- دراسة ميدانية للإذاعة الاوراس بولاية باتنة-، مرجع سابق،ص130.

مهما يكن فالاهتمام بالبرامج من حيث تطورها و تنوعها يتماشى مع ما أشار إليه أيضا من ضرورة التخطيط لما قبل التفكير في تحديث الأجهزة الإذاعية.

3-الأجهزة و المعدات:

تنقسم الأجهزة و المعدات الإذاعية إلى:

أ-الاستوديوهات و أجهزة غرف المراقبة إلى جانب أجهزة التسجيلات الداخلية و الخارجية و يضاف إليها أجهزة النسخ و المنتجات

ب-أجهزة محطات الإرسال اللاسلكي، إلى جانب أجهزة استقبال الأخبار و المعلومات و أجهزة الاتصال أخرى.

-إن أهم ما يميز هذه العناصر هو أنها مكلفة و بالغة التعقيد و تتطلب تدريسا مستمرا ، لذلك يجب التخطيط الجيد قبل تأمينها.¹

3-2-3 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،

¹هدى حمدوش: الإذاعة المحلية و دورها في التنمية- دراسة ميدانية للإذاعة الاوراس بولاية باتنة-، مرجع سابق،ص131.

تأخذ منه وتعطيه، ويمكن أن يكون أفراد المجتمع المحلي من سكان قرية واحدة، أو مجموعة قرى متقاربة، أو مدينة صغيرة، أو حتى مدن صغيرة ومتقاربة 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 طبقاً للتقسيم الإداري للدولة، فقد يفصل بين هذه الأقاليم حاجزاً 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 تم أبناء الإقليم بأسره، وفي نفس الوقت نجد بالضرورة في كل إقليم مجتمعات محلية متناسقة، ويمكن أن تنشأ بينها إذاعات محلية صغيرة.¹

✓ **الإذاعة الوطنية أو المركزية:** وهي الإذاعة التي تبث برامجها من عاصمة الدولة، ولها من قوة البث ما يغطي

البلد كله، بل ويعبر صوتها حدود الدولة، فهي تقدم ما يهم غالبية المواطنين بصفة عامة، وتهتم في برامجها بالكلية دون التفاصيل، لأنها تخاطب مستمعين مختلف اهتماماتهم ووظائفهم، 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 خلافاً للإذاعة المحلية.

✓ **الإذاعة الدولية:** وهي التي توجه من داخل دولة معينة إلى دول أخرى غيرها، وتكون لغتها باللغات الملائمة

لسكان 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.²

¹ عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر، د.ط، دار الفكر العربي القاهرة، مصر، 1987، ص 58

² عدلي سيد محمد رضا، البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، د.س.ن، ص 146.

4-2-3 مهام و وظائف الإذاعة المحلية

أ-مهام الإذاعة المحلية :

من بين المهام الأساسية للإذاعة المحلية :

- ✓ تقديم الخدمات المختلفة للمجتمع المحلي .
- ✓ تحقيق رغبة الناس في المشاركة و التعبير عن أنفسهم عن طريق ممارستهم و يمكن أن نطلق عليه " حق الاتصال " أي حق كل مواطن في التعبير عن نفسه والإعلام الجوّاري .
- ✓ حق كل مواطن أن يتقف وان تؤدي له الخدمات الإعلامية التي تيسر له حياته
- ✓ المساهمة في حملات محو الأمية و مساعدة مؤسسات التعليم و قطاع الفلاحة و الصحة و نيل ضمان مخططات التنمية¹ .
- ✓ تنشيط المراكز الثقفية و الطقوس الدينية و تدعيم القيم الأخلاقية و الفنون والآداب و الفنون الشعبية المحلية و فتح الأبواب أمام مبادرات الشباب².

ب-وظائف الإذاعة المحلية:

يقوم الإعلام بادوار 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.

¹إسماعيل سليمان أبو جلال : الإذاعة و دورها في الوعي الأمني ، ط1 دار سلمة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2012 ، ص95 .

²طه عبد المعطي نجم : الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ، 2009 ، ص 21 .

الراديو يرتبط بوظيفة هامة وهي انه يحقق نعمة وإيقاعا معيناً للنشاط اليومي، فالأسلوب الإذاعي يناسب الفرد في الصباح، قبل أن يخرج للعالم الخارجي، كما انه 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 إنجاز 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.¹

¹ 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 اشهارية من اجل الترويج لسلعة أو خدمة ما، ويساهم ذلك بطبيعة الحال رفع مدخولاتها.¹

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 اجل تحسين وضعيتهم، فهي مسؤولة عن التنمية الريفية وإنعاش الزراعة والفلاحة

✓ الوظيفة التربوية والثقافية:

وهي وظيفة ليست اقل شأنًا 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، إنها تقوم على تثقيف الجماهير وتلبية احتياجاتهم الفكرية والنفسية والارتقاء بمستوياتهم الثقافية والحضارية، وقد تجمع الإذاعة بين التثقيف والترفيه في آن واحد، فالمادة الترفيهية لا يقتصر أثرها على مجرد تسلية الجمهور، بل تؤثر عليه في إطار سياسة إعلامية محددة.

إن توظيف الإذاعة في المجال الثقافي خلق واقعا جديدا يتميز بالحيوية والنشاط، فهي على حد رأي عدلي محمد رضا: "تساهم في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع، بالعمل على ملاحظة العالم الحديث ونقله في حدود ما

¹رشيد فريخ : الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري - دراسة حالة القناة الأولى - ، رسالة ماجستير ، قسم علوم الإعلام والاتصال ، كلية العلوم الإنسانية و الإعلام ، جامعة الجزائر يوسف بن خدة ، 2008-2009 ، ص 43 .

يناسب الجماهير كمعلومات وأفكار، وبالشكل والأسلوب الذي يمكن من استيعابها والوصول بمن يتلقاها إلى مستوى واقع العصر الذي يعيشه فكرا وطموحا.¹

✓ 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، لان 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 وتقويم السلوك الاجتماعي الفردي من خلال استغلال هذا التأثير بما يعود بالنفع وبما يساعد على البناء السليم للأمة، والتأكيد على الأشياء الحسنة والتنفيذ من الأشياء الضارة.

هذا بالإضافة إلى أن الإذاعة تعمل على بحث مشاكل المجتمع، ومحاولة إيجاد الحلول لها، لتكون الواسطة بين شكاوي المواطنين و المسؤولين.

إن المتتبع للوظائف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية التي أسندت للإذاعة يجد أنها مرتبطة بعملية التنمية كونها تعد من إبعادها، وبما أن الإذاعة تهدف في كل مجال من المجالات إلى تحسين الأوضاع فيه مركزة بصورة أساسية على الإنسان فإنها تهدف إلى التنمية الشاملة.²

الهاشمي بو كريمة أمال : دور الإذاعة المحلية في تكوين وتعزيز الصورة الذهنية للهوية الثقافية و الحفاظ عليها – 1

دراسة مسحية لعينة من جامعة خميس مليانة - ، مرجع سابق ، ص 43.

²ليندة ضيف : دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية ، رسالة ماجستير كلية العلوم السياسية و الإعلام ، جامعة الجزائر 2007 ، ص47.

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.

3-2-5 أهداف و خصائص الإذاعة المحلية:

أ-أهداف الإذاعة المحلية :

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

- ✓ تقديم الإذاعة الجهوية كل الألوان الإنتاج الإذاعي من برامج ترفيهية و برامج دينية و ثقافية و إعلامية و برامج تعليمية و أخرى اقتصادية كما تعدد بعض الخدمات الإعلامية و التجارية ضمن برامجها الإشهارية.
- ✓ خدمة مستمعي المجتمع المحلي و تقديم المواد التي لا يتيسر تقديمها في البرامج العامة للإذاعة بالنظر للقاعدة الشعبية .
- ✓ خدمة الثقافة الوطنية و تعمق جذورها عن طريق ما يقام من برامج و أبحاث تحافظ على الإرث الحضاري و الثقافي لكل منطقة .

✓ إبراز الثقافة الشعبية المحلية خوف من اضمحلالها، كونها أساس الشخصية الوطنية و التعريف بتقاليد المنطقة و خصوصيات سكانها .

✓ تحقيق التنمية الفكرية عن طريق نقل ما يريده الجمهور المحلي .¹

ب- خصائص الإذاعة المحلية:

✓ إن الإذاعة المحلية تمثل الرقابة الشعبية بين أفراد المجتمع المحلي و تهتم بتلبية حاجاتهم وحل مشاكلهم .

✓ بساطة الأسلوب واللغة و استعمال اللهجات المحلية عامل هام في نشر الثقافة بين الأوساط الشعبية و

إحياء التراث المحلي الأدبي و الفني، كما تسعى إلى تقوية الشعور بالتعاون الاجتماعي و بث روح

التضامن بين مختلف الأفراد و تعزيز التقاليد الصالحة .²

✓ تقديم الأخبار و الأنباء الداخلية و الخارجية فالخبر في الإذاعة المحلية لا يقصد به مجرد خبر بل الخبر الذي

يهم أفراد المجتمع المحلي سواء كان الخبر محليا أو قوميا أو عالميا .

✓ الإذاعة المحلية عي الأسبق في بث و نقل للأنباء المتعلقة بالمجتمع المحلي و تقديم الخدمات المتعلقة بتوفير

الاحتياجات الأساسية للشعب و تحسين الخدمات و الاستجابة السريعة لمشاكل المواطنين اليومية و

معاونتهم على حل المشاكل مثل الصيدليات الليلية ، أحوال الطقس...الخ³

✓ يتأثرون بها بصفة جماعية أنها تمتاز بخفة وزنها و قلة ثمنها مما يساعد على الانتشار ووصولها إلى البيوت

النائية في المداشر و المشاتي بالإضافة إلى دورها الكبير في ترسيخ القيم الاجتماعية و الدينية في المجتمع .

¹ ربيحي مصطفى العليان ، محمد عبد الباسط : وسائل الاتصال وتكنولوجيا وتكنولوجيا التعليم ، دار الصفا للنشر والتوزيع ، عمان ، 1999 ، ص 9 .

² حسن عماد مكاوي : الأخبار في الراديو والتلفزيون ، المكتبة الأنجلو مصرية ، مصر ، 1989 ، ص 35 .

³ محمد منير حجاب : الإعلام والتنمية الشاملة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، 1998 ، ص 247 .

✓ كما أثرت في خلق الاتجاهات و أسهمت في تعزيز الاتجاهات الايجابية و جسدت الممارسات الديمقراطية و عمقت من مسارها و اتجاهاتها في توسيع خيال الأفراد و رفع تطلعاتهم و أحاطتهم بكل ما يجري من حولهم من أحداث و تطورات.¹

3-3 إستراتيجية العلاقات العامة داخل المؤسسة الإعلامية:

الإستراتيجية في معناها العام هو التكتيك أو الأسلوب الواجب إتباعه في مواجهة موقف معين فهي بذلك تعتبر منهجا للتفكير يعتمد على التنسيق و التنظيم السليم بغية الوصول إلى الهدف أو بانتقاء الوسيلة المناسبة . و بتعدد أنشطة العلاقات العامة و تنوعها ، تعددت الاستراتيجيات و بحيث أصبح لكل ميدان إستراتيجية خاصة تلائم و تحقق أهدافه و من أهم الاستراتيجيات الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة داخل المؤسسة او التي يختارها خبير العلاقات العامة لتحقيق الهدف هي :

أ- إستراتيجية التوقيت:

و تعتمد على اختيار الوقت المناسب في توجيه الرسائل الإعلامية لضمان الحصول على أكبر قدر ممكن من التأثير، و لتلبية حاجات الجمهور في الوقت المناسب²

ب- إستراتيجية التركيز:

تستخدم في أوقات الحروب و الأزمات و المواقف الطارئة التي تتطلب تحركا سريعا من القائم بالعلاقات العامة لتوصيل الرسائل الإعلامية المتاحة ما يساعد على إيصال المعلومات إلى الجمهور و فهمهم للرسالة و هذا ما

¹حسن عماد مكايي: الأخبار في الراديو والتلفزيون ، مرجع سابق ،ص 35 .

²محمد منير حجاب: المداخل الأساسية في العلاقات العامة، المدخل الاتصالي، ط4، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2006

تفعله إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة لإخطار المواطنين و إمدادهم بالإرشادات اللازمة عن تفشي أي مرض خطير و تستخدم أيضا هنا كافة الوسائل الإعلامية المتاحة للتأكد من تعرض الجمهور للرسائل الإعلامية، و ذلك إن الاقتصار على مجرد وسيلة اتصالية و إعلامية 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 و صحيفة ما تتهمه بتبديد أموال المودعين فهذا الإعلان يمكن أن يكون حملة دعائية سيئة حول نشاطات هذا البنك و بتالي 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 و ما حققه من أرباح¹

د- الإستراتيجية المفاجئة:

تستخدمها العلاقات العامة عندما تكون هناك سلعة او خدمة جديدة فتقوم بمفاجئة الجمهور بكم هائل من الإعلانات و في جميع و سائل النشر تزامنا مع ظهور السلعة في السوق، بالإضافة إلى حملات التعريف بالسلعة و استخداماتها و مزاياها في الصحف العامة و المتخصصة ، و تنظم الرحلات و الزيارات للمصانع التي تنتج هذه السلع .

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

د- إستراتيجية التشخيص:

¹ محمد منير ، حجاب : المداخل لأساسية للعلاقات العامة، مرجع سابق، ص79

وهي تقوم على الاعتقاد السائد بان الناس يحبون الأشخاص أكثر مما يحبون الأشياء و تستخدم دائما في تنشيط المبيعات و الإشهار و في العلاقات العامة ومن أمثلة على استخدام هذه الإستراتيجية مؤسسة "نجمة" 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

3-4 أهداف العلاقات العامة تجاه المجتمع المحلي :

تحتاج الشركات و المنظمات إلى كسب تأييد جماعات و أفراد المجتمع المحلي حتى يمكنها الاستمرار في نشاطها و ينبغي أن تدرك هذه الشركات أن كل نشاط تقوم به يؤثر على علاقتها بالمجتمع ، وبالتالي على مدى تأييده لها .

و يتمثل أهم هذه الأهداف في فيما يلي :

- ✓ إعلام المجتمع المحلي عن سياسات الشركة و عملياتها و مشاكلها ، و يجب أن يتضمن هذا الإعلام توضيحا لعدد العاملين فيها و كيف تنظر الشركة إلى مسؤولياتها تجاه المجتمع المحلي ، و مقدار ماتساهم بها للإرتقاء بالحياة الإجتماعية و الإقتصادية .
- ✓ إعلام العاملين في الشركة بسياساتها و عملياتها ، مع تحفيزهم غلى أن يمرروا هذه المعلومات من خلالهم إلى أصدقائهم و جيرانهم في المجتمع المحلي .
- ✓ تصحيح سوء الفهم ، و الإجابة على الإنتقادات ، رصد الهجمات الموجهة ضد الشركة والتي تقوم بها جماعات معينة ، و ذلك حتى يتيسر فهم أفضل للموضوعات و القضايا المتعلقة بنشاط الشركة .

✓ تقديم فهم أفضل للشؤون السياسية و الإقتصادية و القومية و المحلية من خلال تشجيع النقاش حول هذه

الموضوعات .¹

✓ معرفة موقف المجتمع المحلي من الشركة ، وماذا يقول عن سياستها و عملياتها .

✓ دعم التعاون مع المدارس و الجامعاتو المساهمة في توفير المواد التعليمية ومعدات المعامل و تجهيزاتها ،

وإتاحة الفرصة أمام الطلاب و التدريب في أقسام الشركة الملائمة لتخصصاتهم .

✓ النهوض بالأحوال الصحية في المجتمع و المساهمة بتقديم البرامج الصحية ، ومساندة الهلال الأحمر ،

وتقديم الدعو 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 .²

3-5 أهمية ممارسة أنشطة العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية:

تعتبر الإذاعة المحلية أوسع و سائل الإعلام انتشارا و أكثرها شعبية، و جمهورها هو الجمهور العام بجميع مستوياته،

فتستطيع الوصول إليها مختزقة حواجز الأمية و العقبات الجغرافية و القيود السياسية التي تمنع بعض الوسائل

الأخرى من الوصول إلي مجتمعاتها كما أنها لا تحتاج إلى تفرغ تام.

¹د. محمود يوسف : فن العلاقات العامة ، الدار العربية للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2008 ، ص 99.

²أ. بسام عبد الرحمان الجرايدة : إدارة العلاقات العامة ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط1، عمان ، 2012. ص126.

و تتخذ في ذلك العلاقات العامة للوصول إلي جمهورها أشكالا اتصالية مختلفة مثل التمثيلية و الريبورتاج الإذاعي، و الإعلان و الأغنية و باستعمال الموسيقى و المؤثرات الصوتية يمكن تهيئة ذهن الجمهور لتلقي الرسالة الإعلامية و خلق الجو النفسي المناسب لتقبل الفكرة و الاقتناع 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

و تمتاز الي جانب ذلك بدفء الصوت البشري و تأثيره و هذا يجعلها أكثر الوسائل قدرة على الاستهواء ، و الإيحاء خاصة مع قلبي الحظ من الثقافة ، بالإضافة إلي الإحساس الجماعي الذي يتوفر لجمهورها مهما تباعدت أماكنه، ومع ذلك فالإذاعة في ضوء ممارسة العلاقات العامة لا تغنى عن الاجتماعات ، و المطبوعات ، و الصحف ، و الزيارات الشخصية، فهي وسيلة لزيادة مفعول هذه الوسائل جميعا.¹

و تمتاز الكلمة المذاعة بإمكانية تسجيلها و إعادة إذاعتها أكثر من مرة فتكسب في كل مرة قوة إضافية، فضلا عن قدرتها على بث الاهتمام بالمسائل العامة ، و في سرعة تجميع الجماهير حول رأي معين و خاصة أوقات الشدائد، و الأزمات، لان نطاق نشاطها أوسع و جمهورها غير محدود و يضم كل شرائح و فئات المجتمع (المحلي بدرجة الأولى ، جهوي ، و طني)، و هذا من اجل تحقيق أهدافها التي تسعى إليها وذلك من خلال تحسين صورتها في ضل ممارسة أنشطة و مهام العلاقات العامة .²

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 و حاجات الجمهور الداخلي، و العاملين في

¹ محمد منير حجاب :الاتصال الفعال للعلاقات العامة ،دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط1، القاهرة ، 2007 ، ص507 .

² محمد منير حجاب :الاتصال الفعال للعلاقات العامة، مرجع سابق، ص 508 .

لمؤسسة من الناحية الثقافية و الصحية و الترويجية و دفع الأجور المناسبة ، ووضع الأنظمة المتعلقة بالترفيه و الترفيه و الأمن الوظيفي، و خلق صورة ذهنية طيبة، ايجابية للمؤسسة الإذاعية لدى الجمهور الداخلي و الخارجي.

خلاصة الفصل :

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

إذ تعد الإذاعة من بين الوسائل الإعلامية الموجودة داخل كل بيت تخاطب كل الفئات و ذلك لإستحواذ على أكبر عدد من المستمعين لمتابعة برامجها و تحسين صورتها ما بين الجمهور الداخلي و الخارجي و ذلك من خلال ممارسة مهام و أنشطة العلاقات العامة التي تعد بمثابة عنصر فعال يستلزم تسليط الضوء عليه من خلال أهم الممارسات و الأنشطة الخاصة بالعلاقات العامة من أجل تحقيق أهدافها .

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

تمهيد

- 1- التعريف بالمؤسسة
- 2- الدراسة التحليلية
- 3- إستمارة المقابلة
- 4- نتائج المقابلة
- 5- نتائج الملاحظة
- 6- النتائج العامة
- 7- المقترحات و التوصيات

تمهيد :

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

فكان الدور الرئيسي للإذاعة هو تبليغ الرسالة الإعلامية التي توجه إلى المواطن بصفة خاصة و التي تسمح له من خلال ذلك الترتيب للوصول إلى معارف جيدة تخص المجتمع المحلي الذي لا يقتصر فقط عن العادات و التقاليد بحكم إختلاف الشرائح المجتمعية و اللهجات التي تتداول في أوساطهم .

و هذا يتضح من خلال الدراسة التي قمنا بها في إذاعة قائمة المحلية بل يجب الوقوف عند مختلف جوانب المشكلة و دراستها دراسة شاملة و واقعية مستنديين في ذلك على الملاحظة العلمية بالمشاركة و المقابلة و هذا يضيف الطابع الإمبريقي العلمي على الدراسة ، وفي هذا الفصل سنحاول تحليل و تفسير المعلومات التي جمعت حول هذا الموضوع ثم تحليل نتائج الدراسة المتوصل إليها .

1-التعريف بالمؤسسة : (بطاقة فنية تشمل النشأة)

- التسمية : إذاعة قلمة الجهوية

- الموقع :

تقع إذاعة قلمة الجهوية في وسط مدينة قلمة تبعد عن مقر الولاية بأقل من 700 متر.

- المقر و المساحة:

المقر يقع ببنائة متكونة من طابق أرضي واحد ، مساحة الإذاعة الإجمالية 900 مترمربع, منها 200 متر مربع مبنية + حديقة + حظيرة للسيارات ،عدد المكاتب 08 ، الأستوديوهات 02 و البنائة مزودة بمولد كهربائي.

- يقع المقر بشارع بومعزة السعيد (طريق بلخير- قلمة) يحده من الجنوب موقف لسيارات الأجرة ومن

الشمال مقر الإتحاد العام للعمال الجزائريين ومن الشرق مديرية التربية و من الغرب مباني سكنية .

- تاريخ الإنشاء

- أنشئت إذاعة قلمة الجهوية في 27 ديسمبر 2008

- kalamafm@gmail.com البريد الإلكتروني:

- المدير : موسى يحياوي.

- عدد العمال : 31.

- تطور حجم البث (حجم البث الساعي منذ إنشاء الإذاعة)

كانت انطلاقة البث 07 ساعات و 20 د من 06h40 صباحا إلى غاية الثانية زوالا ، ثم انتقلت

سنة 2009 إلى 10 ساعات و 20 د

- يوميا من 06h40 إلى الخامسة بعد الزوال، 2011 انتقلت إلى 13 ساعة و 05 د إلى يومنا هذا .

- وضعية التجهيزات التقنية:

تجهيزات رقمية : أستوديو البث.

تجهيزات (Analogique): أستوديو التسجيل.

النسب المئوية للشبكة البرمجية العادية 2017/2016

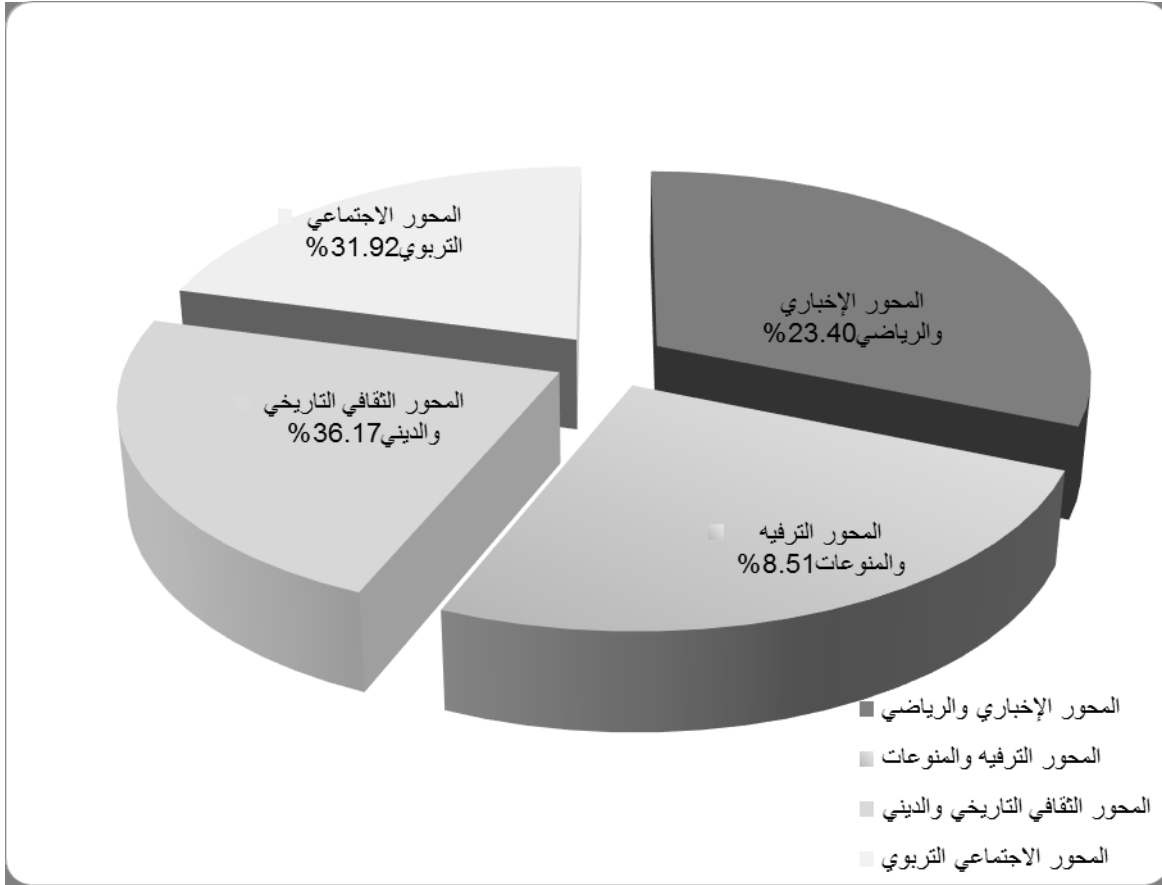
1- البرامج الإخبارية والرياضية : % 23.40

2- البرامج الترفيهية والفنية: % 8.51

3-البرامج الاجتماعية التربوية: % 31.92

4- البرامج الثقافية والتاريخية : % 36.17

وتضم قسمي مهمين هما :



شكل رقم (02) يوضح النسب المئوية للشبكة البرمجية العادية 2017/2016

أولاً : قسم الأخبار :

1- يتم عقد ثلاثة إجتماعات تنسيق الأخبار بصفة عامة .

- إجتماع الصباح : و هو الرئيسي يبدأ في الساعة التاسعة مباشرة يعد نشرات أخبار الصباح ، حيث يتم

تحديد مواضيع المختارة لذلك اليوم .

- إجتماع الظهرية : مراجعة المواضيع و تحديثها تماشيا مع مجريات الأحداث .

- إجتماع المساء : يكون بعد آخر نشرة أخبار في اليوم ، حيث يتم جمع كل العناصر و تحضير نشرات

أخبار الغد .

2- إجتماع التحرير:

المشاركون في الإجتماع يحترمون بعضهم البعض و تكون مدته من 45د إلى الساعة واحدة حتى

يتمكن المحققون من النزول بسرعة إلى الميدان و المقدمون من تحضير نشراتهم الإخبارية .

-أساليب تسيير إجتماع التحرير :

- الأسلوب الأول : يعني أن يأتي رئيس التحرير بقلمه المواضيع و يوزعها على الجميع .
- الأسلوب الثاني : يعتمد على التسيير العصري تنطلق أفكار الصحفيين و آرائهم حول

الأحداث ثم تعديلها لتماش مع ما يمكن تجاوزه .

3-مواعيد تقديم الأخبار :

موجز الأخبار : يتم تقديمه على رأس كل ساعة و هو مختصر لا يتجاوز في الغالب ثلاث دقائق

و يكون مرفقا في بعض الأحيان بفواصل موسيقية .

نشرة الأخبار : نشرة الأخبار هي مسؤولية مقدمها و كل فريق العامل فيها معه تتكون نشرة

الأخبار من عناوين و تمهيدات و ريبورتاجات و مختصرات ما بين 10 إلى 15د أو أكثر حسب

خيارات الإذاعة عادة ما نجد عدة نشرات أخبار في الصباح ، نشرة رئيسية في منتصف النهار و

نشرة رئيسية في المساء و كأى عمل إذاعي فإن نشرة الأخبار تحضر و تكتب و تكتب قبل أن

تبتث على الهواء .

-المصطلحات التقنية لقسم الأخبار :

- ✓ مدخل : النص الذي يقرأه مقدم النشرة لتقدم الروبورتاج و يسمى أيضا التمهيد .
- ✓ العناوين : و يشترط أن تكون قصيرة تحمل دلالة على الموضوع و تجذب إليها أذن المستمع .
- ✓ الخبر القصير : هو خبر لم يتم تطويره باعتباره موضوعا ، و يكون عادة أثناء النشرات و في المواضيع الإخبارية ، أو عندما تكون هناك مستجدات إخبارية .

ثانيا : قسم الإنتاج :

كتابة النص الإذاعي :

✓ الفكرة : الفكرة الأساس الذي تركز عليه بقية المراحل و تأخذ منه مادتها فهي تجيب عن

السؤال العام (ماذا أريد ؟) و هي مأخوذة من الفعل (يفكر) أي أنها أول ترجمة على الورق

لما يدور في الذهن يحسدها في التعريف ببرنامجه .

✓ الأهداف المرجوة من البرنامج : و هنا نجد أهم عنصر من إعداد برنامج من البرامج الإذاعية

هل هو الاعلام بالموضوع أو مناقشته و تحديد المسؤوليات فيه أم تقريب وجهات النظر و

تصحيح التصورات السابقة عنه.

✓ الجمهور و إحتياجاته : معرفة من هو الذي يريد أن يستمع رسالة إذاعية و يشاركفي

صياغتها أيضا فلم يعد الجمهور ذلك الوعاء المتلقي لكل ما يصله من وسائل الاعلام و

وسائله بل أصبح اليوم شريك في الرسالة و يجب التعامل معه على هذا الأساس .

✓ مدة البرنامج : تحديد مدة الحلقة الواحدة و إذا كان ممكنا تحديد عدد الحلقات فهذا أفضل

✓ شكل البرنامج : هل سيكون في الأستوديو أو في الميدان ؟ هل سيقدمه مذيع بمفرده أم أن فيه

مقابلات ؟ هل هو فقرة واحدة أو عدة فقرات ؟ ما الذي بين الفقرات موسيقى أو غناء أم

فلاشات؟ وهكذا.

✓ نوعية البرنامج : هل هو سياسي ، إجتماعي ، إقتصادي ، سياحي ، رياضي ، ... هكذا .

و يعتمدون في هذين القسمين على برنامج نيتيا في عملهم اليومي المتثل في عمليتي المزج

والتكيب لمخلف البرامج وكذلك الروبورتاج و البورتري

2- الدراسة التحليلية :

أولاً : المقابلة :

أجرينا المقابلة مع أربعة صحفيين من قسمي الإنتاج و الأخبار و إعتمدنا على المقابلة المقننة التي تضم ثلاثة محاور و يندرج تحت كل محور على عشرة (10) أسئلة أما المحور الثالث إحتوى على ثمانية (08) أسئلة .

1-مقابلة مع الصحفي محمد شوابنة في قسم الأخبار

أولاً:مكانة العلاقات العامة داخل الإذاعة الحلية

س1 : ما مفهومك للعلاقات العامة ؟

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

التعليق 1 : 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 قلمة ؟

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

التعليق 2 : من خلال هذه الإجابة نستطيع أن نعلق ونقول : بأن مهام العلاقات العامة يقومون بها ولكن دون علم بأنها مهام العلاقات العامة في حد ذاتها ولو كان هناك جهاز لكان أفضل في تنظيم كافة مهام الأفراد داخل الإذاعة .

س3 : هل توجد خلية خاصة بالعلاقات العامة داخل الإذاعة ؟

ج3 : لا توجد خلية أو جهاز خاص بالعلاقات العامة ، نمارس نشاط و مهام و وظائف العلاقات العامة بطريقة روتينية غير منظمة .

التعليق 3 : من خلال إجابة المبحوث يستحسن أن تكون هناك خلية خاصة بالعلاقات العامة في مؤسسة الإذاعية .

س4 : إذا في ظل غياب جهاز خاص بالعلاقات العامة حسب رأيكم ، من هي الجهة المكلفة بنشاط العلاقات العامة في مؤسساتكم ؟

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

التعليق 4 : من خلال إجابة المبحوث ، نرى بأنه لا يوجد حقيقة أي مكلف بنشاط العلاقات العامة داخل الإذاعة بالرغم من أن الإذاعة مؤسسة اعلامية اتصالية جماهيرية تحتاج إلى هذا النوع من النشاطات .

س5 : هل أنتم راضون عن المهام والوظائف و أنشطة العلاقات العامة ؟ ولماذا ؟

ج5 : أكيد راضي : لأن الإذاعة هي وسيط بين المواطن والمسؤول في معالجة إشغالات المواطنين وتساهم في إيصال صوت المواطن .

التعليق 5 : من خلال الإجابة نجد أن المبحوث كان على حق وإجابته واضحة ومقنعة لأن الصحفي يجب أن تكون له روح المبادرة والرضى الوظيفي وخاصة الرضى على المهام المكلف بها من أجل المساهمة في تطوير مؤسسته والحفاظ على سيرورتها .

س6: كيف تصفون علاقات العمل التي تربطكم بالمدير والمسؤول الأول بالمؤسسة؟

ج 6 : المدراء يختلفون في كل مؤسسة ولكن إذاعات الجزائر المحلية تقوم بالتغيير والرسكلة من خلال نقل المدراء من محطة إلى أخرى كل سنتين من أجل إعطاء دفعة لبعض المؤسسات ، وأن المدير الحالي موسى يحيوي قائم بدوره على أكمل وجه حيث تربطنا علاقة أخوية يلعب دور الأب لابنه.

التعليق 6: من خلال إجابة المبحوث كانت إجابة واضحة وحقيقية كانت علاقة أبوة وعلاقة وطيدة جدا من خلال ملاحظتنا في فترة التريص .

س7 : هل تشاركون في إجتماعات المدير والمسؤول الأول؟

ج7: يوميا يوجد إجتماع يحضره مدراء الأقسام بإشراف من المدير ، وتوجد اجتماعات دورية إستثنائية لمناقشة الآراء ولا يوجد فرق بين المدير والصحفي ونعمل على مبدأ الشورى للخروج بنتيجة تخدم الإذاعة والمجتمع المحلي .

التعليق 7: من خلال الإجابة نقول بأن كانت الإجتماعات بالفعل يوميا ولكن بدون حضور الإجتماعات تقتصر فقط على رؤساء الأقسام والصحفيين ، فالمدير يحضر فقط في الإجتماعات الطارئة .

س8 : هل تساهم في صناعة القرار في مؤسستكم؟

ج8: نعم نساهم في صناعة القرار من خلا التشار والتعامل مع مبدأ الأخذ والرد من طرف الجميع والتعامل بديمقراطية والتعاون في اتخاذ القرار للحفاظ على ديمومة المؤسسة.

التعليق 8: من خلال إجابة المبحوث نرى بأن الصحفي أو العامل داخل الإذاعة عنصر هام في إتخاذ القرار بإعتبار أن المدير مهنته هي تسيير المحطة فقط ولكن المهام الضرورية والهامة يمارسها الصحفي وبالتالي هنا بضرورة المساهمة في إتخاذ القرار لأنه مسؤولية الجميع .

س9: ماهو شكل هذه المساهمة ؟

ج9 : حضور اجتماعات الإدارة العليا ، تقديم مقترحات وآراء، تقديم تقارير ودراسات .

التعليق 9 :من خلال الإجابة نرى بأن شكل المساهمة كانت كلها تقريبا في شكل أنشطة العلاقات العامة .

س10: حسب رأيكم ، ماهو إنطباع الجمهور الخارجي حول الإذاعة ؟

ج10: إنطباع جيد وملاحظناه من خلال الإتصال الدائم من مختلف الولايات ومشاركتهم في كافة البرامج التنموية بالإضافة إلى مختلف البرامج سواء البرامج التفاعلية أو البرامج التنموية بالإضافة إلى مختلف البرامج التي تهم المجتمع المحلي .

التعليق 10: من خلال إجابة المبحوث وبإعتبارنا مجتمع محلي ومستمعين لإذاعة قالملة لدينا انطباع جيد من خلال ماتقدمه وما تعالجه لكافة القضايا التي تهم المجتمع المحلي وتعمل على تغطية كافة مجالات الحياة .

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

س 11: هل ترون بأن نشاط العلاقات العامة يقوم بتحسين صورة المؤسسة ؟

ج11: أكيد يحسن صورة المؤسسة .

التعليق 11: من خلال الإجابة نستطيع أن نقول كانت إجابته صحيحة باعتبار أن الهدف الرئيسي للعلاقات العامة هو تحسين صورة المؤسسة .

س12: : في نظرك ، هل هذه الأنشطة العلاقات العامة كافية لتحسين الصورة أو أنها بحاجة إلى أنشطة أو مهام أخرى ؟

ج12: نوعا ما كافية بالإضافة إلى العمليات الإتصالية .

التعليق 12: يرى المبحوث بأن أنشطة العلاقات العامة كافية بالإضافة إلى الإتصال وهذا طبيعي لا بد من عمليات الإتصال كونها مؤسسة إتصالية إعلامية تحتاج إلى أنشطة العلاقات العامة كذلك من أجل بناء صورة ذهنية جيدة لدى الجمهور الداخلي وخاصة الخارجي .

س13: هل ترون أن عدد التقنيين في إذاعتكم كافي ؟

ج 13: نقص في عدد التقنيين ولوحبذا كان عددهم أكثر .

التعليق 13: نعم كانت إجابته على حق عدد التقنيين غير كافي ويتكون عددهم من ثلاثة تقنيين فقط على الرغم من أنها مؤسسة إتصالية إعلامية إقتصادية تحتاج إلى أكبر من التقنيين .

س14 : ماهو تقييمكم للمستوى التأهيلي للتقنيين العاملين بإذاعتكم ؟

ج14 : مستوى عالي جامعي

التعليق 14 : فعلا كان مستواهم جامعي ككل ينحصر بين ليسانس ، ماستير، دكتوراه .

س15 : هل توجد تحفيزات خاصة بالموظفين من قبل إذاعتكم ؟

ج15 : أكيد توجد توجد تحفيزات مادية ومعنوية خاصة المعنوية المتمثلة في الثقة ما بين الموظفين و المشاركة في صناعة القرار وعلاقة اخوة ما بين جميع الموظفين من الحارس الى المدير.

أما التحفيزات المادية متمثلة في : مردودية العمل ، مكافئة الصحفي عند القيام بعمل مضاعف و جيد بالإضافة الى الهدايا في مختلف المناسبات.

التعليق 15: هنا نرى أن التحفيزات المعنوية تطغى على التحفيزات المادية .

س16 : كيف تقيمون تنظيم نشاطات العلاقات العامة بالنظر إلى إمكانياتكم ؟

ج16: متوسط في ظل غياب جهاز العلاقات العامة .

التعليق 16: أكيد متوسط و يبقى هناك نقص في ظل عدم وجود جهاز خاص بالعلاقات العامة لانه يعمل تنظيم هذه الانشطة و كافة الوظائف و المهام .

س17: هل تقومون بدراسات الجمهور ؟

ج17: لم يسبق لنا من قبل بدراسة خاصة للجمهور.

التعليق 17: لا بد من دراسة الجمهور من قبل لمعرفة خصائصه وإتجاهات وأفكاره وميولاته ، ولا بد كذلك من عرض برنامج أو رسالة يجب دراسة الجمهور المحلي قبل عملية البث .

س18 : ما هي أهم مصادر المعلومات والأخبار الوطنية ؟

ج18 : نعتمد أكثر على وكالة الأنباء كمصدر موثوق فيه وكذلك نعتمد على الإذاعة الأم .

التعليق 18: كانت إجابته مقنعة جدا بإعتبار أن وكالة الأنباء هي المصدر الرسمي لكل مؤسسة إعلامية سواء خاصة أو عامة .

س19 : هل ترون أن إذاعتكم تعنى باهتمامات ومشاكل جمهورها ؟

ج 19 : نعم تعنى الإذاعة بالإهتمام بمشاكل جمهورها المحلي قبل الجمهور الوطني .

التعليق 19: من خلال إجابة المبحوث وباعتبارنا جمهور محلي ومستمعين لإذاعة قلمة صحيح تعنى بمشاكل جمهورها المحلي خاصة المشاكل التنموية والبيئية وحتى الإستشارات القانونية بالإضافة إلى إطلاعهم بكافة الأخبار المحلية والوطنية .

س20: حسب رأيكم، ما نوع البرامج المفضلة لدى المتلقي (جمهوركم) ؟

ج 20: البرامج التنموية والبرامج التفاعلية والبرامج التاريخية

التعليق 20: نرى ان البرامج التفاعلية هي الأكثر تفاعل و مفضلة لانها تفتح المجال للجمهور بالتواصل وإبداء رأيه التعبير عنه بكل حرية شفافية .

ثالثا : أثر ممارسة أنشطة العلاقات العامة داخل إذاعة قلمة المحلية .

س21: هل يمارس موظفي إذاعة قلمة أنشطة العلاقات العامة؟

ج21: نعم نمارس أنشطة العلاقات.

التعليق 21: من خلال إجابة المبحوث نرى أن موظفي إذاعة قالمة يمارسون أنشطة العلاقات العامة ولكن هذه الممارسة بطريقة غير منظمة وممنهجة .

س22: فيما تتمثل أنشطة العلاقات العامة داخل إذاعة قالمة ؟

ج22: - الإتصال الداخلي بين الإدارة والعاملين في مختلف الأقسام.

- الإتصال الشفوي ، الملصقات والإعلانات .

- الهاتف في أخذ المواعيد

- التفاعلية مع المواطنين في مختلف البرامج والأخذ بأرائهم .

- أبواب مفتوحة حول الإذاعة .

التعليق 22: إن إجابة المبحوث قد إحتصرت في هذه العناصر ولكن أنشطة العلاقات العامة كثيرة

متعددة ولا تكمن فقط في هذه الأنشطة المذكورة .

س23: هل عدد موظفي الإذاعة كافي بالقيام بهذه الأنشطة داخل مؤسستكم ؟

ج23: نوعا ما ننتظر الدعم بالعاملين بالمقارنة مع الإذاعات الأخرى لها عاملين أكثر من إذاعتنا .

التعليق 23: من خلال فترة التربص في الإذاعة لاحظنا أن الكادر البشري في الإذاعة يعاني من نقص

خاصة الصحفيين .

س24: ما هي الأهداف التي تسعى إليها الإذاعة من خلال ممارستها لأنشطة العلاقات العامة ؟

ج24: - تحسين صورة المؤسسة .

- توطيد جسور الثقة .

- تحسين العلاقات الإجتماعية .

- تحسين العلاقات مع المحيط الخارجي .

التعليق 24 : كانت إجابة المبحوث جيدة بالفعل ومن خلال ذكره للب أهداف العلاقات العامة .

س25: من خلال هذه الممارسات لمختلف أنشطة العلاقات العامة، هل حققت الإذاعة أهدافها المرجوة ؟

ج25: أكيد وهذا يظهر من خلال :

-إستمرارية الإذاعة داخل محيطها .

- حققت نسب كبيرة من الأهداف .

التعليق 25: لم تحقق نسبة كبيرة من الأهداف وهذا إلى نقص في الكار البشري والموارد المالي بالإضافة إلى الوسائل

الإتصالية المستخدمة من قبل الإذاعة لم ترقى مستوى الرقمية على غرار الإذاعات الأخرى .

س26: هل سبق لكم و قتم بصبر آراء على معرفة مامدى أثر الإذاعة على الجمهور المحلي والجواري ؟

ج26: لم يسبق لنا من قبل القيام بهذه العملية باعتبار الإذاعة وسيلة جماهيرية مفتوحة لكافة الجماهير ، وبالتالي

من مشاركتهم الإتصالية والتفاعلية معنا هنا نقوم بالقياس مدى تأثيرهم بالإذاعة من خلال البرامج المتنوعة التي

نقدمها .

التعليق 26: هنا لو حبذا القيام بصبر آراء لمعرفة كل ماهو إيجابي وسلي من طرف المتلقي وهنا يأخذ بعين

الإعتبار هذه الإنتقادات سواء كانت بنائة أو هدامة ومن خلال كل هذا تستطيع المؤسسة الإذاعية الوصول إلى

ذروة أهدافها .

س27: ما أثر ممارسة أنشطة العلاقات العامة على الأداء الوظيفي؟

ج27 : من خلال ممارساتنا لأنشطة العلاقات العامة سواء على الصعيد الشخصي أو المهني قد حققنا الكثير من الأهداف منها كسب المعارف ، المعاملة الحسنة من طرف الجمهور الخارجي وكسب محبته ، وهذا ما جعل الجمهور المتلقي يعطينا أكثر ثقة للمزيد من الإجتهد والمزيد والتألق في الأداء الوظيفي .

التعليق 27: نعم بالفعل الهدف الأساسي والضروري لممارسي أنشطة العلاقات العامة هو كسب ثقة الجمهور الخارجي هذا مايسهل مهمة الصحفي للإعطاء أكثر فأكثر، وكون أن الجمهور الخارجي عنصر فعال لا بد من كسب ثقته .

س28: وفي الأخير كيف تقيمون نشاط العلاقات العامة في مؤسستكم الإذاعية ؟

ج28: نقول بأن نشاط العلاقات العامة متوسط .

التعليق 28: نعم ممارس العلاقات العامة وهذا راجع لعدم وجود جهاز خاص بالعلاقات العامة أو الجهة المكلفة أو البديلة بهذا النشاط .

مقابلة مع أحمد بو خديم مخرج في قسم الإنتاج :

أولا : مكانة العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية بقالمة .

س1 : ما مفهومك للعلاقات العامة ؟

ج1: حسب رأبي هي كافة المهام والوظائف الإعلامية والإتصالية التي نقوم بها داخل الإذاعة المحلية بقالمة .

التعليق 1: حسب إجابة المبحوث نستطيع القول بأنه قام بخلط بين مفهوم الإعلام والاتصال و العلاقات العامة ولكن هذه المفاهيم غير متشابهة لا في المفهوم أو الوظائف أو الأنشطة وحتى المهام ولكل مفهوم يعرف على حدى .

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

ج2:نوعا ما .

التعليق2: باعتبار أن نشاط العلاقات العامة لم تكن مندرجة ضمن الهيكل يصعب عليه إستيعابها وإعتبر أن نسبة قليلة منها فقط مهمة داخل الإذاعة .

س3 : هل توجد خلية خاصة بالعلاقات العامة داخل الإذاعة ؟

ج3:لا .

التعليق 3: من خلال إجابة المبحوث يمكننا القول أنه لا بد من توفر خلية خاصة بالعلاقات العامة أو حتى فريق لأنها ضرورية ومهمة جدا كون أن العلاقات العامة وسيلة إعلامية إتصالية جماهيرية تحتاج إلى خلية خاصة بالعلاقات العامة داخلها شأنها شأن باقي الأقسام والفروع الأخرى .

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

ج4: بطبيعة الحال لا يوجد .

التعليق4:من خلال إجابة المبحوث نرى أن سبب عدم وجود أي مكلف بالعلاقات لأنه يمارس بصفة تلقائية وبطريقة غير ممنهجة من الحارس إلى المدير وكونه ضروري و مهم داخل الإذاعة .

س 5 : هل أنتم راضون عن المهام والوظائف ؟ ولماذا ؟

ج5: إلى حد ما والأمر راجع إلى قلة الإمكانيات المتاحة للعمل بالإضافة إلى العامل البشري.

التعليق 5: نستطيع القول بأن المبحوث كان على حق في نقطة قلة الإمكانيات حيث لاحظنا أن عمال الإذاعة مضغوطين في العمل اليومي المتبع وهذا راجع إلى كثرة المهام و الوظائف في ظل نقص المورد المادي وخاصة المورد البشري .

س 6 : كيف تصفون علاقات العامل التي تربطكم بالمدير أو المسؤول الأول بالمؤسسة ؟

ج6: جد طيبة .

التعليق 6: من خلال إجابة المبحوث وملاحظتنا نرى بأن نوع العلاقة هي علاقة طيبة حقيقة ولا يوجد فيها أي ضغط أو تسلط من طرف المسؤول الأول في الإذاعة .

س 7 : هل تشاركون في إجتماعات المدير والمسؤول الأول ؟

ج7: بالطبع .

التعليق 7: نعم كان يشارك في إجتماعات مع المدير ولكن إلا الإجتماعات الضرورية فقط .

س 8 : هل تساهم في صناعة القرار في مؤسستكم ؟

ج8: إلى حد ما .

التعليق 8: نعم كان يساهم في صناعة القرار ولكن كون مخرج تقصر قرارته في تغيير في التحكم في البرنامج الذي يخرجها أو يتخذ قرار مع رئيس المصلحة في نوعية البرامج التي يخرجها فقط .

س9: ماهو شكل هذه المساهمة ؟

ج9: تقديم مقترحات ،حضور إجتماعات الإدارة العليا .

التعليق 9: كونه مخرج يعتبر عنصر نشط داخل الإذاعة لابد منه أن يقدم كل التفاصيل عن أي برنامج أ حصة قام بإخراجها لمعرفة كافة النقائص وتفاديها مرة أخرى .

س10:حسب رأيكم ، ماهو إنطباع الجمهور الخارجي حول الإذاعة ؟

ج10: إنطباع جيد .

التعليق 10: نعم كانت إجابتها صحيحة وباعتبارنا مستمعين لإذاعة قالمة لدينا إنطباع جيد حول برامجها وخاصة العاملين بها من الحارس إلى المدير .

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

س 11:هل ترون بأن نشاط العلاقات العامة يقوم بتحسين صورة المؤسسة ؟

ج11: نعم ولكن بنسبة قليلة .

التعليق 11: بإعتبار أن الهدف الأول للعلاقات العامة هو تحسين صورة المؤسسة فلا بد من توفرها داخل كل

مؤسسة ولكن من إجابة المبحوث قد نفى تقريبا در هذه الأنشطة في تحسين صورة المؤسسة .

س12: : في نظرك ، هل هذه الأنشطة العلاقات العامة كافية لتحسين الصورة أو أنها بحاجة إلى أنشطة أو مهام

أخرى ؟

ج12: كافية نوعا ما ولكن تحتاج إلى مهام أخرى .

التعليق12: كان المبحوث على حق ولكن لم يحدد نوع المهام التي تساعد أنشطة العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الإذاعية بقالمة .

س13: هل ترون أن عدد التقنيين في إذاعتكم كافي ؟

ج13: غير كاف .

التعليق13: من خلال إجابة المبحوث نستطيع التعليق بأن عدد التقنيين حقيقة غير كاف يوجد ثلاثة تقنيين تصب عليهم كافة الأعباء والأعمال التقنية الخاصة بكل أستوديو .

س14 : ماهو تقييمكم للمستوى التأهيلي للتقنيين العاملين بإذاعتكم ؟

ج14: مستوى عالي .

التعليق14: حقيقة أن التقنيي كلهم يملكون شهادات عليا .

س15 : هل توجد تحفيزات خاصة بالموظفين من قبل إذاعتكم ؟

ج15: نعم و لكن توجد إلا التحفيزات المعنوية فقط.

التعليق15: حقيقة كان المبحوث على حق من ناحية التحفيزات المعنوية وهذا يظر من خلال : الصداقة بين

العمال ، الإذاعة بمثابة البيت الثاني لكل عامل ، العلاقة الطيبة مع مدير المحطة ، التعاون في العمل ، المحبة، التفاهم

وإضافة إلى هذه التحفيزات توجد تحفيزات مادية متمثلة : الهدايا في الأعياد والمناسبات الوطنية ، زيادة مردية العامل أو الصحفي ، الرحلات

س16 : كيف تقيمون نشاطات العلاقات العامة بالنظر إلى إمكانياتكم ؟

ج16:تقييم نسبي .

التعليق 16: حقيقة يبقى دائما التقييم نسبي لأنشطة العلاقات العامة وهذا بسبب عدم وجود خلية خاصة بالعلاقات العامة تعمل على تنظيم وتقييم هذه الأنشطة داخل الإذاعة المحلية بقالملة .

س17: هل تقومون بدراسات الجمهور ؟

ج17: لا .

التعليق 17: نستطيع التعليق بأنه يجب أن يقومو بدراسة الجمهور لأنها تعتبر ساس كل برنامج أو حصة تبث على الإذاعة وهذه الدراسة يقوم بها رجل العلاقات العامة قبل بث البرنامج وبعد بثه لمعرفة مدى تأثيره وتقبله من طرف المواطن والمستمع .

س18 : ما هي أهم مصادر المعلومات والأخبار الوطنية ؟

ج18:الوسيلة الأولى والرسمية هي وكالة الأنباء الجزائرية والقناة الأولى .

التعليق18: كانت إجابتها صحيحة بإعتبارها أن الصحفي يجب أن يأخذ المعلومة من مصدر رسمي و موثوق فأى شك في المعلومة تلغى لأن الإذاعة تعتبر هي مرجع للمواطن المحلي والجهوي الوطني .

س19 : هل ترون أن إذاعتكم تعنى باهتمامات ومشاكل جمهورها ؟

ج19: نعم .

التعليق19: نعم بطبيعة الحال كل اذاعة محلية تعنى بمشاكل وإهتمامات المجتمع المحلي بالدرجة الأولى وذلك بمعالجة مختلف القضايا في كافة المجالات من أجل التنمية المحلية .

س20: حسب رأيكم، ما نوع البرامج المفضلة لدى المتلقي (جمهوركم) ؟

ج20: البرامج التفاعلية والرياضية .

التعليق20: من خلال إجابة المبحوث صحيح لأن هذا النوع من البرامج التفاعلية والرياضية تهم فئة الشباب أكثر تلقى إقبالا كبيرا من طرف كافة الجمهور المحلي .

ثالثا : أثر ممارسة أنشطة العلاقات العامة داخل إذاعة قالمة المحلية

س21: هل يمارس موظفي إذاعة قالمة أنشطة العلاقات العامة؟

ج21: نعم.

التعليق21: من خلال إجابة المبحوث نرى أن موظفي إذاعة قالمة يمارسون أنشطة العلاقات العامة ولكن هذه الممارسة بطريقة غير منظمة وممنهجة و روتينية .

س22: فيما تتمثل أنشطة العلاقات العامة داخل إذاعة قالمة ؟

ج22: التوعية ، الحملات التحسيسية المتواصلة في جميع المجالات عن طريق التغطيات المباشرة والمسجلة .

التعليق 22: كان المبحوث على خطأ حين شمل كافة أنشطة العلاقات العامة في المحلات التحسيسية ولكن حسب مدارسنا أن أنشطة العلاقات العامة واسعة ومتنوعة .

س23: هل عدد موظفي الإذاعة كافي بالقيام بهذه الأنشطة داخل مؤسستكم ؟

ج23: لا يزال غير كاف .

التعليق 23: بالفعل يوجد نقص في المورد البشري سواء على مستوى القسم الأخبار أو الإنتاج وحتى القسم التقني .

س24: ما هي الأهداف التي تسعى إليها الإذاعة من خلال ممارستها لأنشطة العلاقات العامة ؟

ج24: تحسين العمل الإعلامي للمؤسسة فقط من خلال خلق جو ملائم للعمل بين موظفي المؤسسة .

التعليق 24: بالفعل كل مؤسسة تسعى إلى خلق الجو المناسب للعمل والحفاظ على رضى عمالها وهذا يساعدهم على النهوض بالمؤسسة و العمل الزائد من أجل رقي وتطور المؤسسة

س25: من خلال هذه الممارسات لمختلف أنشطة العلاقات العامة، هل حققت الإذاعة أهدافها المرجوة ؟

ج25: إلى حد ما .

التعليق 25: كان المبحوث غير متأكد من أن الأهداف المرجوة حققت نوعا ما ولكن نحن حسب ما لاحظناها قد أنها لم تحقق أهدافها بل حققت نسبة ضئيلة من أهدافها فقط .

س26: : هل سبق لكم و قمتم بصبر آراء على معرفة مامدى أثر الإذاعة على الجمهور المحلي والجواري ؟

ج26: لا .

التعليق 26: باعتبار أن أحد مهام العلاقات العامة هي القيام بتقصي الآراء لمعرفة مدى تأثير الجمهور بالبرامج التي تبث على مستوى إذاعة قالمة .

س27: ما أثر ممارسة أنشطة العلاقات العامة على الأداء الوظيفي؟

ج27: أثر إيجابي.

التعليق 27: بالفعل لأنشطة العلاقات العامة أثر جد فعال وإيجابي في العمل الإذاعي حيث تسمح لكافة الموظفين في تكوين علاقات جيدة مع كافة المسؤول وإكتساب معارف وتبادل الأفكار والآراء.....

س28: وفي الأخير كيف تقيمون نشاط العلاقات العامة في مؤسستكم الإذاعية؟

ج28: تقييم معتبر بالنسبة للإمكانيات .

التعليق 28: مادام أنه لا توجد أي جهة مكلفة بهذا النشاط بطبيعة يكون تقييم نسبي متوسط .

نتائج المقابلة :

ومن خلال المقابلات التي أجريناها توصلنا إلى النتائج التالية :

1. تؤكد إجابة المبحوثين انه يوجد خلط مابين مفهوم العلاقات العامة و مفهوم الاتصال و اعتبروا ان مهام

و أنشطة العلاقات العامة لا تختلف عن المهام الاتصالية.

2. تشير نتائج الدراسة أن مهام و أنشطة العلاقات العامة ضرورية داخل الإذاعة المحلية بقالمة و تمارس من

خلال العمل اليومي من طرف كافة الصحفيين و المنشطين.

3. أكدت نتائج الدراسة لا يوجد جهاز خاص بالعلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية بقالمة يحمل هذا

الاسم غير أن مهامه موجودة تتقاسمها مجموعة من المصالح و المكاتب.

4. اتفق جميع الباحثين بأنه لا توجد أي جهة مكلفة أو بديلة خاصة بتنظيم أنشطة العلاقات العامة في ظل غياب هذه الخلية، و بالرغم من أن الإذاعة مؤسسة إعلامية اتصالية اقتصادية تحتاج أي مكلف خاص بهذه الأنشطة من اجل التنسيق بين مصالح المؤسسة الإذاعية وموظفيها.
5. أوضحت دراستنا معظم عمال إذاعة قالمة راضون عن المهام و الوظائف و ممارسات أنشطة العلاقات العامة باعتبارها أساسية و مهمة في العمل الصحفي مما يساعد المؤسسة الحفاظ على ديمومتها و التطور الدائم و المستمر.
6. لقد اتفق كافة أفراد العينة على أن نوع العلاقات التي تربطهم مع المسؤول الأول هي علاقة جيد و طيبة يسودها نوع من التفاهم و عدم التسلط أو التحيز فيما بينهم.
7. تؤكد إجابات الباحثين أن المشاركة في الاجتماعات أمر ضروري و مهم و يعتبر بمثابة نشاط دائم و ملزم به كل صحفي وذلك للخروج بنتائج تخدم أفراد المجتمع .
8. المشاركة في صناعة القرار داخل الإذاعة المحلية بقالمة تعد عملية جد مهمة في العمل الصحفي و ذلك للخروج بنتيجة تخدم الصالح العام.
9. كشفت النتائج أن نوع المساهمة المتمثلة في اتخاذ القرار تكمن في المشاركة في تقديم تقارير و دراسات، و تقديم مقترحات و آراء تأخذ بعين الاعتبار من اجل تفادي كافة النقاط السلبية وذلك لخروج بسياسة جديدة تخدم الجمهور الداخلي و الجمهور الخارجي.
10. انطباع الجمهور الخارجي للإذاعة المحلية بقالمة جيد من خلال الاتصال الدائم و الفعال من مختلف ولايات الوطن.
11. كشفت دراستنا أن اغلب الباحثين يعتبرون أن مهام ونشاط العلاقات العامة تساهم في تحسين صورة المؤسسة.

12. كشفت النتائج أن أنشطة العلاقات العامة ليس كافية لوحدها لتحسين صورة المؤسسة الإذاعية و تبقى دائما نسبية نوعية تحتاج إلى مهام أخرى من بينها النشاط الاتصالي و الإعلامي ليكملا نشاط العلاقات العامة.
13. أكدت النتائج بشكل عام أن الإذاعة المحلية بقالة تعاني من نقص كبير على المستوى التقني سواء على المورد البشري او المورد المالي و هذا يعد من اهم السلبيات التي تعرقل العمل و النشاط الإذاعي.
14. أظهرت نتائج الدراسة أن المستوى التأهيلي لتقنيين و العاملين ككل سواء على المستوى الإداري أو الإعلامي داخل الإذاعة المحلية مستوى جامعي وما بعد التدرج.
15. أثبتت إجابات الباحثين أن هناك بالفعل تحفيزات مادية و معنوية خاصة بالموظفين ولكن تطغى عليها التحفيزات المعنوية و المتمثلة في الثقة فيما بينهم و الاحترام التعامل الجيد من قبل المرؤوس الأول و معرفة مشاكل الموظفين و حلها من وجهة نظر تواصلية.
16. يؤكد الباحثين أن تقييم تنظيم نشاط العلاقات العامة في ظل الإمكانيات التي تحظى بها الإذاعة المحلية بقالة متوسطة في ظل غياب جهاز العلاقات العامة.
17. فندت إجابات الباحثين انه لم يسبق للإذاعة المحلية بقيام بدراسة خاصة للجمهور المحلي. بمعنى أن الإذاعة تعتمد فقط على التواصل مع جمهورها المحلي إلا من خلال برامجها و التفاعل معها و لكن أهملت دراسة جمهورها المحلي و خصائصه على ارض الواقع.
18. من أهم المصادر و المعلومات التي تعتمد عليها إذاعة قالة المحلية في نقل الأخبار الوطنية هي وكالة الأنباء كمصدر موثوق فيه بالإضافة إلى الإذاعة الوطنية الأولى.

19. تؤكد نتائج دراستنا أن الإذاعة المحلية بقالة تهم باهتمامات ومشاكل جمهورها المحلي و ذلك من خلال المساهمة في تقرب المواطن المحلي من الدولة و الولاية و البلدية و تطلعه عن المستجدات اليومية و الحقائق العلمية و مختلف المواضيع الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية و الثقافية .
20. أثبتت نتائج دراستنا أن أهم البرامج التي تتلقى أكثر استماع من قبل الجمهور المحلي هي البرامج التفاعلية.
21. أفادت النتائج المتعلقة بالسؤالين 21 و 22 أن موظفي إذاعة قالة المحلية يمارسون أنشطة العلاقات العامة فقط و تتركز هذه فيما يلي: الاتصال الداخلي بين العاملين في مختلف الأقسام، الاتصال الشفوي ، الملصقات، اللافتات، الهواتف في اخذ المواعيد ، التفاعلية مع المواطنين في مختلف البرامج و الأخذ بالرد بآرائهم ، أبواب مفتوحة ، الحملات التحسيسية ، مؤتمرات، ندوات... هذه كأبرز أنشطة التي يمارسها موظفو العلاقات العامة.و لكن هذه الممارسة كانت ممارسة نوعية فقط
22. تشير نتائج دراستنا إلى أن عدد الموظفين غير كافي للقيام بمهام ووظائف العلاقات العامة .
23. تبين الدراسة أن ابرز الأهداف التي تسعى إليها إذاعة قالة المحلية لتحقيقها تتمثل في: تحسين صورة المؤسسة ، توطيد جسور الثقة، تحسين العلاقات الاجتماعية، التغلب على كافة الأزمات و المشاكل التي تواجه المؤسسة ، تعريف بولاية قالة بمورثها الثقافي العادات و التقاليد.
24. كشفت دراستنا أنه من خلال أنشطة العلاقات العامة الممارسة من قبل موظفي إذاعة قالة المحلية قد حققت أهدافها، ولكن بنسبة قليلة، وهذا راجع إلى النقص في الكادر البشري والموارد المالي والوسائل الاتصالية المستخدمة لم ترقى إلى مستوى الرقمية .
25. أوضحت نتائج الدراسة انه لم يسبق للمؤسسة الإذاعية و أن قامت بعملية دراسة الجمهور أو القيام بصبر آراء لمعرفة مدى تأثير جمهورها بالإذاعة المحلية.

26. أثبتت إجابة الباحثين إن أثر أنشطة العلاقات العامة على الرضا الوظيفي له دور أساسي في

كسب ثقة الجمهور الخارجي وهذا ما يسهل مهمة الأداء الصحفي للإعطاء أكثر فأكثر.

27. أظهرت نتائجنا للتقييم العام لنشاط العلاقات العامة تقييم متوسط وهذا راجع بالدرجة الأولى

إلى عدم توفر جهاز أو خلية خاصة بالعلاقات العامة.

ثانيا : الملاحظة :

من خلال فترة التربص التي دامت ثلاثة أسابيع كاملة حيث على الملاحظة بالمشاركة فتوصلنا إلى النتائج التالية :

نتائج الملاحظة :

1- إن واقع العلاقات العامة في إذاعة قالمة المحلية هو عبارة عن نشاط فقط يمارس من قبل موظفي الإذاعة

المحلية و هو عبارة عن نشاط يمارس فقط من قبل موظفي الإذاعة وخاصة الصحفيين والمنشطين ولكن

بطريقة غير ممنهجة وغير منظمة .

2- العلاقات مابين الصحفيين أو المنشطين ومدير الأول هي علاقة أخوة يسودها نوع من التفاهم والتعاون

حيث يعتبرونها هي الأسرة الثانية لأن معظم وقتهم يقضونه داخل الإذاعة .

3- كذلك لا حظنا أن بعض الصحفيين ومن بينهم الصحفيين القدامى يبذلون جهدا مضاعف (جد عقلي

ومالي) خارج نطاق المهام المكلفون بها من أجل إيصال معلومة صادقة في الوقت المناسب و المكان

المناسب .

4- حب كافة الصحفيين أو المنشطين أو العمال الإداريين العمل الإذاعي بولاية قالمة والإجتهاد الزائد من

أجل المنافسة فيما بينهم و التميز وإثبات الذات .

5- لا حظنا كذلك نقص في الإمكانيات على المستوى التقني إضافة إلى الكادر البشري (عدد التقنيين

والصحفيين غير كافي) وكذلك وسائل النقل (سيارتين + سائقين) الخاصين بنقل الصحفيين و المنشطين

إلى التغطيات و الخرجات الميدانية ، و رغم هذه النقائص إذ أن الصحفيين بإذاعة قامة المحلية لعب دورا فعالا في تغطية النقائص وأعطى صورة حسنة للإذاعة المحلية بقامة بالنسبة لجمهور الخارجي .

6- إستقبال الجمهور الخارجي داخل الإذاعة في كل وقت و الإحتكاك عمال الصحفيين و تعريفهم على الإذاعة ككل أستوديوهات ، منشطين و تقبل كافة الإنتقادات سواء كان إيجابية أو سلبية بصدور ربح وإعتبروا الجمهور الخارجي هو الحافز لهم .

7- لا حظنا أن كافة مصادر المعلومات التي يعتمدون عليها داخل الإذاعة من الوكالة الوطنية للأبناء و الإذاعة الوطنية الأولى .

8- يعتمدون على العلاقات الشخصية المنتظمة الغير المنتظمة في بعض الأحيان .

- العلاقات الشخصية : تكون من طرف الصحفي من معارفه .

- الغير منتظمة : تكون مندرجة ضمن الهيكل التنظيمي .

9- إحترام الوقت ودقة المواعيد التي يقوم بها الصحفي من خلال التغطيات المباشرة و أو التسجيلات مع السلطات المحلية أو مع المواطن العادي ، رغم الضغط في العمل الصحفي وهذا لا يمنع التأخر أو إلغاء المواعيد.

10- كذلك تعنى الإذاعة المحلية بقامة بتخصيص دورات تدريبية لموظفي الإذاعة تتم كل سنة لتحسين العمل الصحفي و صورة المؤسسة .

11- كذلك أفراد أو عمال الإذاعة ذوي مؤهلات علمية جامعية مختلفة تتنوع من ليسانس إلى دكتوراه .

12- أيضا تهتم إذاعة قامة بالمناسبات التاريخية و العادات و التقاليد أن لها دور فعال في إحيائها و المشاركة فيها كما أنها تساعد على نشرها و هذا لإبقائها وترسيخها لدى الأجيال الصاعدة .

13- نظرا للمجهودات الجبارة التي يقوم بها الإذاعة من أجل أن تقدم المادة الإعلامية الجيدة النافعة وإرضاء مستمعيها لاحظنا أن فئة الإناث أكثر إستماعا و تفاعلا مع برامج الإذاعة خاصة المرأة الماكثة بالبيت أكثر من فئة الشباب .

النتائج العامة:

- 1- ضعف ممارسة العلاقات العامة بإذاعة قالمة المحلية ، لعدم وجود قسم خاص بالعلاقات العامة.
- 2- افتقار الإذاعة المحلية بقالمة إلى مختصين في العلاقات العامة بحكم أن كل عمال الإذاعة يمارسون نشاط العلاقات العامة بصفة غير رسمية و غير ممنهجة.
- 3- تعتمد الإذاعة المحلية في اتصالها الداخلي شكل الاتصال الدوري التبادلي (سيران المعلومة بشكل دوري و تبادلي من الرئيس إلى المرؤوسين) و بتالي هنا تسعى جاهدة إلى تنمية روح التعامل و التعاون و التفاهم المشترك لدى العاملين الذي يجعلهم يشعرون بالانتماء و المسؤولية تجاه عملهم .
- 4- تقوم الإذاعة المحلية بقالمة إلى توطيد العلاقات الإنسانية و الاجتماعية داخلها، و تظهر في العلاقات الغير الرسمية بين العمال ، مما يكفل التواصل المستمر و خلق روح الفريق و لعمل الجماعي و بناء علاقات متواصلة على ضوء التفاهم المتبادل.

المقترحات و التوصيات:

يمكننا وضع بعض التوصيات و المقترحات فيما يلي:

- 1- ضرورة الاهتمام بوظيفة العلاقات العامة و العمل على إبراز دورها الفعال داخل المؤسسة الإذاعية.

2- ينبغي علة المؤسسة الإذاعية توظيف كوادر مؤهلة و مختصة في مجال العلاقات العامة و حسن اختيار العامل الأفضل والكفاء .

3- ضرورة تكثيف الدورات التدريبية المختلفة لعمال إذاعة قالمة من اجل الارتقاء أكثر بالعمل الإذاعي.

4- العمل على تطوير الأجهزة التقنية و الوسائل الاتصالية ترقى بالحدثة و المرونة و السرعة و الفعالية و مواكبة العصرنة.

5- توظيف استراتيجيات العلاقات العامة و استغلالها استغلالا امثل و حسنا.

6-زيادة العمال في كافة المصالح (مصلحة الأخبار، الإنتاج، القسم التقني).

7-العمل على زيادة الحوافز المادية و خاصة المعنوية.

8-يجب على الإدارة العليا للإذاعة المحلية إدراج قسم أو مصلحة خاصة بالعلاقات العامة ضمن هيكلها

التنظيمي و كذلك توظيف مكلف او مختص بالعلاقات العامة لتنظيم كافة الأنشطة و إعادة تنظيمها.

استمارة مقابلة

مذكرة لنيل شهادة الماستير تحت عنوان
واقع العلاقات العامة داخل الإذاعات المحلية
_ دراسة ميدانية إذاعة قالمة المحلية _

إشراف:

الأستاذ زودة مبارك

من إعداد:

بن قيراط وفاء

قرفي سليمة

السنة الجامعية :

2017_2016

الزميلات والزملاء المحترمين:

موظفي بمؤسسة الإذاعة الجهوية بقلمة :

تشكل هذه المقابلة جزءا من دراسة الماستير تخصص اتصال وعلاقات عامة بهدف التعرف على واقع العلاقات العامة

بمؤسسة الإذاعة الجهوية بقلمة ونرجو منكم الإجابة عن أسئلة المقابلة دون تسجيل أي معلومات شخصية علما أن

المعلومات ستعامل بالسرية التامة ولا تستخدم إلا لدراسات علمية

مع جزيل الشكر والامتنان لتعاونكم

أولاً : مكانة العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية
بقالمة

س1: ما مفهومك للعلاقات العامة ، حسب رأيك ؟

ج1 :

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

ج2:.....

س: 3 هل توجد خلية خاصة بالعلاقات العامة داخل الإذاعة ؟

ج:3.....

س:4 حسب رأيك ، من هو المكلف بنشاط العلاقات العامة في مؤسستكم؟

ج:4:.....

س: 5 هل أنتم راضون عن المهام والوظائف ؟ ولماذا؟

ج 5:.....

س6: كيف تصفون علاقات العمل التي تربطكم بالمدير والمسؤول الأول بالمؤسسة؟

ج:6.....

س: 7 هل تشاركون في الإجتماعات المدير او المسؤول الاول بمؤسستكم؟

ج:7.....

س: 8 هل تساهم في صناعة القرار في مؤسستكم؟

ج:7.....

س:9: ماهو شكل هذه المساهمة؟

ج:9.....

س 10 : حسب رأيكم ماهو انطباع الجمهور الخارجي حول الإذاعة؟

ج:10 :

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

س

11:

هل ترون بأن نشاط العلاقات العامة يقوم بتحسين صورة المؤسسة؟

ج:11.....

س 12 : في نظرك ، هل هذه الأنشطة العلاقات العامة كافية لتحسين الصورة أو أنها بحاجة إلى أنشطة أو مهام أخرى؟

ج 12 :

س:13 هل ترون أن عدد التقنيين في إذاعتكم كافي؟

ج:13.....

س:14 ماهو تقييمكم للمستوى التأهيلي للتقنيين العاملين بإذاعتكم؟

ج:14.....

س:15 هل ترون أن الميزانية المخصصة كافية في إذاعتكم؟

ج:15.....

س 16 : كيف تقيمون نشاطات العلاقات العامة بالنظر إلى إمكانياتكم؟

ج:16.....

س:17 هل تقومون بدراسات بالجمهور؟

ج:17.....

س:18 ما هي أهم مصادر المعلومات والأخبار الوطنية؟

ج:18.....

س 19: هل ترون أن إذاعتكم تعنى باهتمامات ومشاكل جمهورها؟

ج 19 :

س:20 حسب رأيكم، ما نوع البرامج المفضلة لدى المتلقي (جمهوركم)؟

ج:20.....

ثالثاً: أثر ممارسة أنشطة العلاقات العامة داخل الإذاعة
المحلية بقالمة

س 21 : هل يمارس موظفي إذاعة قالمة؟

ج 21 :

س: 22 فيما تتمثل أنشطة العلاقات العامة داخل إذاعة قالمة ؟

ج: 22 :

س: 23 هل عدد موظفي الإذاعة كافي بالقيام بهذه الأنشطة داخل مؤسستكم ؟

ج: 23:

س: 24: ما هي الأهداف التي تسعى إليها الإذاعة من خلال ممارستها لأنشطة العلاقات العامة ؟

ج: 24:

س 25: من خلال هذه الممارسات لمختلف أنشطة العلاقات العامة، هل حققت الإذاعة أهدافها المرجوة ؟

ج: 25:

س 26 : هل سبق لكم و قمتم بصبر أراء على معرفة مامدى أثر الإذاعة على الجمهور المحلي والجواري ؟

ج: 26:

س: 27 ما أثر ممارسة أنشطة العلاقات العامة على الأداء الوظيفي؟

ج: 27:

س 28 وفي الأخير كيف تقيمون نشاط العلاقات العامة في مؤسستكم الإذاعية ؟

ج 28 :

بيانات المستجو بين :

القسم الذي تعمل فيه : - قسم الاخبار () -

- القسم التقني ()

- قسم الانتاج ()

الجنس : ذكر () أنثى ()

العمر: 20 سنة () من 21 إلى 30 سنة ()

من 31 إلى 40 سنة () أكثر من 41 سنة ()

سنوات العمل والخبرة في المؤسسة : اقل من ثلاثة اعوام ()
من ثلاث اعوام الى ستة اعوام ()
من سبعة اعوام الى عشرة ()

المستوى التعليمي : ثانوي () جامعي ()
دراسات عليا ()

الملخص :

تلخص دراستنا المندرجة تحت عنوان "واقع العلاقات العامة في الإذاعت المحلية - دراسة ميدانية إذاعة قالمة المحلية -"

و حيث حاولنا من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على واقع العلاقات العامة و الدور الذي تؤديه بالإذاعة المحلية في تفعيل الرسالة الإعلامية و تطوير الإعلام المحلي في سبيل تحسين صورة المؤسسة الإذاعية على الصعيد الداخلي و الخارجي (أصحاب المصالح) ، وفي ظل غياب جهاز خاص بالعلاقات العامة أو جهة بديلة و لكن بقيت قائمة من خلال ممارسة أنشطتها من قبل الموظفين . ومن خلال هذا جاء موضوع بحثنا ليعالج الإشكالية التالية :

ماهو واقع العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية بقالمة؟

و ضمن هذه الإشكالية تتفرع خمسة تساؤلات فرعية :

- ماالمكانة التي تحظى بها أنشطة العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية بقالمة ؟
 - ما مدى أثر نشاط العلاقات العامة في تحسين الأداء الموظفين داخل الإذاعة المحلية بقالمة
 - من هم القائمون على تجسيد العلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية بقالمة ؟
 - ماهي أهم نشاطات العلاقات العامة المعتمدة من قبل موظفي الإذاعة ؟
 - ما الدور الذي تساهم به العلاقات العامة في تطوير الأداء داخل الإذاعة المحلية ؟
- حيث تناولنا في دراستنا أربعة فصول فصل منهجي إحتوى على غشكالية الدراسة ، منهج الدراسة (دراسة وصفية و منهج المسح بالعينة) أما عينة الدراسة إستخدمنا العينة المتاحة ، و اعتمدنا في جمع البيانات و المعلومات على إستمارة المقابلة المقننة و الملاحظة بالمشاركة ، من أجل إبراز دراستنا أكثر و اعتمدنا على دراسات سابقة بالإضافة إلى النظرية المقارنة (النظرية الوظيفية) .
- إضافة إلى فصلين في الجانب النظري :
- فصل خاص بالعلاقات العامة .
- فصل خاص بالإذاعة الذي إحتوى على ثلاثة مباحث تربط بين متغيرا الدراسة .
- أما بالنسبة للفصل التطبيقي :

قمنا بإجراء أربعة مقابلات بالإضافة إلى الملاحظة العلمية العلمية بالمشاركة حيث لخصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها :

- تؤكد دراستنا أنه يوجد خلط مابين مفهوم العلاقات العامة والاتصال و اعتبروا أن مهام و أنشطة العلاقات العامة لا تختلف عن مهام الاتصال
- أكدت نتائج الدراسة أنه لا يوجد جهاز خاص بالعلاقات العامة داخل الإذاعة المحلية بقالة و تمارس من خلال العمل اليومي من طرف الصحفيين والمنشطين .
- أظهرت نتائجنا للتقييم العام لأنشطة العلاقات العامة تقييم متوسط و هذا راجع بالدرجة الأولى إلى عدم توفر جهاز خاص بالعلاقات العامة
- إن واقع العلاقات العامة في إذاعة قالة المحلية هو عبارة عن نشاط فقط يمارس من قبل موظفي الإذاعة و خاصة ما بين الصحفيين و المنشطين لكن بطريقة غير منظمة و ممنهجة .

Abstract

Under the title of “the reality of public relations in local radios” we are going to examine the radio of Guelma. We try through this study to shed light on the public relations and how it helps not only in making the mass media messages more effective, but also promoting the local radio and giving a good picture of it both inside and outside the country.

Despite of the absence of a unique company or alternative side that is responsible in public relations, the workers in radio still do their activities in a normal way. Thus, our thesis is aimed to tackle the actual situation and the impotence of the public relations in local radios. This topic arise the following questions:

- ✚ What is the value of the public relations inside the radio of Guelma?
- ✚ To what extent do the public relations help the workers to improve their achievements in this local radio?
- ✚ Who are the people who are able to in realizing and putting the public relations into practice?
- ✚ What are the official activities that the public relations do in the radio of Guelma?
- ✚ What is the role that the public relations play to improve the performance within the local radio?

We divide this thesis into four chapters. In the first chapter, we state the problem, the methods that we use, we choose a sample, and we use also a questionnaire. In order to make the topic clearer, we depend on the previous studies as well. In addition, we employ the theory of converging (the functional theory). In the second, we will devote it to give details about the public relations; the third chapter entails three titles about radio. However, the last chapter is completely practical; we have done three interviews beside the scientific observations which lead to many points such as:

- ✚ There is a misunderstood between the notion of public relations and communication; they believe that the role of public relation is the same as communication.
- ✚ There is no special device or company that is responsible in public relations within the radio of Guelma; there is no real practice of it by the workers and the journalists there.

- ✚ Concerning our evaluations of the public relations' activities is average, this refer mainly to the absence of this device (the public relations)
- ✚ We can say that the public relation is only an activity that is practiced between the journalists and the presenters, but not in organized and structural way.

الخاتمة:

من خلال دراستنا لموضوع واقع العلاقات العامة في الإذاعات المحلية، و تحديد اذاعة قلمة المحلية. أدركنا أن العلاقات تعد وظيفة أساسية من وظائف الادارة الحديثة باعتبارها همزة وصل بين المؤسسات و الجماهير من أجل إنشاء علاقات وطيدة، كونها تعمل على احداث التكييف بين كل من المؤسسة و الجماهير المتعاملة معها، و رغم إهتمام مؤسسات الدول المتقدمة بالعلاقات العامة إلا أن هذا الإهتمام ناقص في الدول النامية.

و اعتماد على نتائج الدراسة نستطيع القول أن إذاعة المحلية، لم تسوعب بعد الدور الفعال الذي تأديه برامج و ممارسات العلاقات العامة لكسب ثقة و تأييد الجمهور المتعامل مع المؤسسة، وهذا راجع لغياب جهاز أو مصلحة خاصة في الإذاعة، الا ان هذا لم يؤثر سلبيا عليها بدليل أنها تحضى بثقة كبيرة لدى جمهورها الداخلي و الخارجي ، إذ تبين لها مصداقية في التعامل و أنها و التفاهم ، بالإضافة الى أن الأساليب و الوسائل الاتصالية و الخطوات التي تؤطر الممارسة السليمة للعاملين في العلاقات العامة تزيد من فعاليتها .

و في الأخير نرجو أن تكون دراستنا قد اعطت فكرة واضحة عن ماهية العلاقات العامة و دورها و أهميتها في المؤسسة اذاعية المحلية ، و أن نكون من خلالها قد اثرنا اهتمام المسؤولين في الاذاعة باهمية العلاقات العامة خاصة في المجال الخدماتي و المجال التنموي و التوعوي.

قائمة المصادر والمراجع :

1- الكتب :

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

- 18-الدليمي عبد الرزاق : العلاقات العامة في المجال الدليمي ، دار اليازري العلمية للنشر و التوزيع ، عمان ، 2015
- 19- راسم محمد الجمال : الاتصال والإعلام في الوطن العربي ، ط3 ، مركز الدراسات الوحدة اعرية ، بيروت ، 2001.
- 20- رنجي مصطفى العليان ، محمد عبد الباسط : وسائل الاتصال وتكنولوجيا و تكنولوجيا التعلم ، دار الصفا للنشر والتوزيع ، عمان ، 1999 .
- 21- شدوان على شيبية : العلاقات العامة : بين النظرية والتطبيق ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، 2012.
- 22- شكري عبد المجيد:الإعلام الحلي في ضوء متغيرات العصر ، دار البردي ، القاهرة ، 2007 .
- 23- طلعت منال محمود : العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق ، الناشر المكتبي الجامعي ، الأزاريطة ، 2002..
- 24- طه عبد المعطي نجم : الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ، 2009.
- 25- 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
- 26- عبودي نعمة الجبوري : إدارة العلاقات العامة : بين الابتكار و التطبيق ، ط1 ، دار الرياحين للنشر و التوزيع ، عمان ، 2016 .
- 27- عبودي نعمة الجبوري : إدارة العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ، دار الأيام للنشر و التوزيع ،الأردن ، ط1، 2016.
- 28- العكش عبد الله ا: البحث العلمي و مناهج والإجراءات ، مطبعة عين الحديثة ،الإمارات العربية ، 1986
- علاق بشير : العلاقات العامة و إدارة الأزمات ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، عمان ، 2009 .
- 29- علي عجوة : الإعلام وقضايا التمنية ، عالم الكتاب ، القاهرة ، 2004.
- 30- علي عجوة :العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ، القاهرة ، 2006.
- 31- عماد مكاوي حسن:الأخبار في الراديو والتلفزيون ،المكتبة الأنجلو مصرية ، مصر ، 1989 .
- 32- عوايدي عمار : مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها في ميدان العلوم القانونية و الإدارية ، 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 و التطبيق)، الدار الجامعية ، الاسكندرية ، 2004.
- 35- القياضي نصر الدين: مساءلة الإعلام ، المؤسسة الجزائرية للطباعة ، الجزائر ، 1991.
- 36- كاظم الطائي محمد مصطفى: الفنون الإذاعية و التليفزيونية و فلسفة الإقناع ، ط1، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر ، الإسكندرية 2007 .
- 37- لازم كماش يوسف: البحث العلمي مناهجه ، أقسامه ، أساليبه الإحصائية ، دار دجلة ، عمان ، 2016.
- 38- لعبان عزيز : مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال "التعريف بوسائل الاتصال الجماهيرية " ، الوسيط في الدراسات الإعلامية ، الجزء الثالث ، دار هومة للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2003 .
- 39- محجوب وجيه: البحث العلمي و مناهجه ، دار المناهج للنشر و التوزيع ، عمان ، 2014.
- 40- محمد أحمد عبد المحسن بدوي: العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية و دعم تنسيقها مع وسائل الإعلام ، دار الحامد ، الرياض ، ط1، 2014.
- 41- المزاهرة منال هلال : إدارة العلاقات العامة و تنظيمها ن ط1، دار الميسرة للنشر و التوزيع و الطباعة ، عمان ، 2015.
- 42- حجاب محمد منير: المداخل الأساسية في العلاقات العامة، المدخل الاتصالي، ط4، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2006 .
- 43- حجاب محمد منير: الاتصال الفعال للعلاقات العامة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط1، القاهرة ، 2007 .
- 44- يوسف العمار خالد: أبحاث في البحث و إعداد الرسائل الجامعية في العلوم النفسية و التربوية و الإجتماعية ، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع ، عمان ، 2014 .
- 45- يوسف محمود : فن العلاقات العامة ، الدار العربية للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2008 .

2-المذكرات :

- 46- بلحاجي زهرة : الحق الإعلامي - نموذج القناة الأولى و الثانية - ، رسالة ماجستير ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإجتماعية ، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة ، 2006-2007.

47-بن بوكريطة آمال الهاشمي :دور الإذاعة المحلية في تكوين وتعزيز الصورة الذهنية للهوية الثقافية و الحفاظ عليها - دراسة مسحية لعينة من طلبة جامعة خميس مليانة - ، مذكر لنيل شهادة الماستر ، تخصص وسائل الإعلام و التنمية المستدامة ، جامعة الجليلي بوعمامة ، خميس مليانة ، 2014-2015.

48-حمدوش هدى :الإذاعة المحلية و دورها في التنمية - دراسة ميدانية بإذاعة الأوراس بباتنة - ، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة باجي مختار ، عنابة ، 2010-2011.

50-شعباني مالك :دور الإذاعة المحلية في النشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة وبسكرة ،مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع والتنمية ، جامعة منتوري قسنطينة ،2005-2006.

51-كورمية ابراهيم : العلاقات العامة في المؤسسة السياحية الجزائرية -دراسة حالة لوزارة السياحة - ،أطروحة ماجستير ، جامعة الجزائر ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، الجزائر ، 2004-2005

52-مسيلي ياسين:العلاقات العامة في المؤسسات الصحية - دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي ابن باديس ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، قسنطينة ، جامعة منتوري قسنطينة ، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، 2008-2009.

3-القواميس و المعاجم :

53-محمد علي ، القوزي : نشأة وسائل الاتصال و تطورها ، ط1 ،دار النهضة العربية ، بيروت ، 2007

4-المجلات :

54-بشيشي الأمين : در الإعلام في معركة التحرير ،مجلة الثقافة ، 1994.

55-زيدان خلف حذيفة:نشاط العلاقات العامة في هيئة التعليم التقني ،العدد17، 2012.

56-شلوش محمد :الإذاعة الجزائرية النشأة و مسارها ، الإذاعة الجزائرية ، العدد 16 ، 2014.

5-المراجع بالفرنسية :

56-Pige (François) : « Radiodiffusion et télévision au Maghreb », « In étude Maghrébines », Série : G.N° 06 Janvier 1996, P 42.

6-المواقع الإلكترونية :

57-قندوز عبد القادر ، نشأة و تطور الإذاعة محاضرة 4 ، يوم الإثنين 9 نوفمبر/3:15 pm ،
الجمعة 17 فيفري 2017 ، <http://2032-topic.com/justgo.30dz>