

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

واقع العلاقات العامة في المؤسسات

الإعلامية الجزائرية

إذاعة الجزائر من غرداية نموذجا

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الاتصال والعلاقات العامة

إشراف الأستاذ(ة):

- طوالبية محمد.

إعداد الطالبين (ة):

- زهواني سفيان.

- بن ديبة مختار.

الموسم الجامعي:

1443-1444هـ/2021-2022م



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

واقع العلاقات العامة في المؤسسات

الإعلامية الجزائرية

إذاعة الجزائر من غرداية نموذجا

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الاتصال والعلاقات العامة

إشراف الأستاذ(ة):

- طوالبية محمد.

إعداد الطالبين (ة):

- زهواني سفيان.

- بن ديبة مختار.

الموسم الجامعي:

1443-1444هـ/2021-2022م

## شكر وعرفان

نحمد الله عز وجل أولاً وآخراً، أن وفقنا لإنجاز هذا العمل المتواضع

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: «من لم يشكر الناس لم يشكر الله»

إلى من ملكنا حين علمنا، ومن علمك حرفاً صرت له عبداً

إلى أستاذنا الفاضل "طوالبية محمد" المشرف على هذا البحث المتواضع

نخصه بالذكر ونتقدم بجزيل الشكر وخالص الامتنان لما تفضل به من إشراف على هذا العمل

بتوجيهاته وتسديداته القيمة

جزاك الله عنا كل خير أستاذنا المحترم

كما نتقدم بعبارة الشكر الخاص إلى كل من ساهم معنا في إنجاز هذه المذكرة

والشكر موصول لكل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة غرداية ولكافة زملائنا طلبة

قسم الإعلام والاتصال وكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة غرداية

نشكركم جميعاً وفقكم الله لما يحبه ويرضاه وجزاكم الله عنا خير الجزاء

## إهداء

بكل عبارات الامتنان والحب والاحترام، بكل قدسية الكلمة وصفاتها، بكل نبضة قلب وتردد أنفاس، أهدي ثمرة جهدي هذا:

إلى رمز الطهر والعفاف الى منبع العطف والحنان الى صاحبة القلب الكبير  
أمي اطل الله في عمرها

إلى الذي وهبني اول قلم في طفولتي على درب التعلم الى مثلي الاعلى وسندي في الحيات  
ابي الحبيب حفظه الله

إلى قرة عيني أختي: مسعودة واخوتي أحمد و بدر الدين وسعد الدين.

إلى كل أفراد عائلي أعمامي وعماتي وأخوالي وخالاتي وأبنائهم وبناتهم

إلى رفيق الدرب: "مختار بن ديبة"

إلى أصدقائي الأعزائي هشام

إلى كل طلبة قسم اعلام و اتصال.

إلى كل من أحبهم في الله ويبادلوني نفس الشعور

إلى كل من وسعهم قلبي ولم يكتبهم قلبي.

إلى من كان سببا في نجاحي أساتذتي الكرام من الابتدائي إلى الجامعي.

إلى كل من لم يسعني ذكره.....

”سفيان“

## إهداء

إهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى من قال عنها المصطفى عليه الصلاة والسلام

أمك ثم أمك ثم أمك.

أمي الغالية ونبع الحنان ومريتي وحبيبة قلبي أطال الله في عمرها

إلى سندي وتاج رأسي وعزتي في هاته الدنيا وفخري أبي الحبيب أطال الله في عمره

إلى من كانوا سنداً ودعماً لي إخوتي الأعزاء: محمد، عبد الكريم، خديجة، عبد الحميد، عبد

المجيد، خضرة، بشير، سيدي علي، عبد الوهاب

إلى زوجات إخوتي وبنائهم وإلى نصيبي بإذن الله زوجتي المستقبلية

إلى رفقاء دربي أدامهم الله لي:

نذير، عبد الكريم، زكرياء، محمد، سفيان، ياسين، مسعود، عبد الغني، عبد الهادي، محمد عبد الهادي،

أنس مصطفى

“مختار”

## ملخص الدراسة:

تناولت دراستنا موضوع واقع العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية من خلال دراسة حالة لإذاعة غرداية كنموذج، وتمحورت الإشكالية حول كيف هو واقع العلاقات العامة لإذاعة غرداية. اعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة باستخدام الأدوات المقابلة المفتوحة كأداة للدراسة والتي تم إجرائها مع مدير وأحد الصحفيين من قسم الأخبار لمؤسسة إذاعة غرداية المحلية والملاحظة البسيطة، ليتم بعد ذلك التحليل الكيفي لنتائج المقابلة والملاحظة في الإطار الميداني للدراسة ثم عرض النتائج العامة للدراسة.

توصلنا فب الأخير إلى نتائج أهمها ان إذاعة غرداية لا تحتوي على مكتب خاص بالعلاقات العامة كما أنها تسعى إلى خلق جو عمل مناسب يتمثلي تقوية العلاقات العامة بين موظفيها لزيادة الأداء الوظيفي وخلق ديناميكية عمل تضمن الوصول للأهداف المرجوة في ظل غياب خلية خاصة بالعلاقات العامة .

**الكلمات المفتاحية:** العلاقات العامة، المؤسسة الإعلامية، الإذاعة.

## **Abstract :**

Our study dealt with the reality of public relations in media institutions, through a case study of radio Ghardaia as a model, the problem centered on how the reality of public relations for radio Ghardaia ?

The study relied on a case study method, using tools : open interview as a study tool it was done with the directeur and one of the journalists from the news section of local radio Ghardaia, and a simple note, after that, a qualitative analysis of results of the interview is carried out in the field framework of the study then display the general results of the study.

Finally, we reached the most important results are that radio Ghardaia does not have a public relations office, it also strives to create a suitable working atmosphere it is to strengthen public relations between employees in increase job performance, and create a business dynamic ensuring achieving the desired goals in the absence of a public relations cell.

**Key words :** public relations, media institutions, radio



## فهرس المحتويات

|                      |  |
|----------------------|--|
| ..... شكر و عرفان    |  |
| ..... إهداء          |  |
| ..... ملخص الدراسة:  |  |
| ..... فهرس المحتويات |  |
| 1..... مقدمة         |  |

### الفصل الأول: الاطار المنهجي

|   |  |
|---|--|
| 5..... تمهيد:                             |  |
| 5..... أولاً: الإشكالية                   |  |
| 5..... 1-موضوع الدراسة:                   |  |
| 6..... 2- أسباب وأهداف وأهمية لدراسة:     |  |
| 8..... 3- مصطلحات ومفاهيم الدراسة:        |  |
| 10..... 4-الدراسات السابقة:               |  |
| 14..... ثالثاً: الخطوات الإجرائية للدراسة |  |
| 14..... 1- عينة الدراسة:                  |  |
| 14..... 2- نوع الدراسة:                   |  |
| 15..... 3-منهج الدراسة:                   |  |
| 15..... 4- أدوات الدراسة:                 |  |

### الفصل الثاني: مدخل للعلاقات العامة

|                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| 21..... تمهيد:                        |  |
| 21..... أولاً: تعريف العلاقات العامة  |  |
| 24..... ثانياً: خصائص العلاقات العامة |  |
| 25..... ثالثاً: مبادئ العلاقات العامة |  |

|    |                                     |
|----|-------------------------------------|
| 28 | رابعاً: وظائف العلاقات العامة ..... |
| 31 | خلاصة الفصل: .....                  |

### الفصل الثالث: العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| 33                          | تمهيد: .....   |
| Erreur ! Signet non défini. | أولاً: الهيكل التنظيمي للعلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية ..... |
| Erreur ! Signet non défini. | ثانياً: إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية .....          |
| Erreur ! Signet non défini. | ثالثاً: العلاقات العامة كتنظيم إداري في المؤسسات الإعلامية .....   |
| 37                          | رابعاً: العلاقات العامة ومكانتها في المؤسسات الإعلامية .....       |
| 39                          | خلاصة الفصل: .....   |

### الجانب التطبيقي للدراسة

|    |  |
|----|--|
| 45 | تمهيد: .....                               |
| 45 | أولاً: تعريف بالمؤسسة "إذاعة غرداية" ..... |
| 49 | ثانياً: الدراسة التحليلية .....            |
| 52 | ثالثاً: نتائج المقابلة .....               |
| 54 | رابعاً: النتائج العامة للدراسة .....       |
| 55 | خامساً: المقترحات والتوصيات .....          |
| 43 | خاتمة .....                                |
| 60 | خاتمة .....                                |
| 82 | قائمة المراجع والمصادر .....               |

مقدمة

## مقدمة

تعتبر العلاقات العامة نشاط مهم وحيوي لا يمكن لأي مؤسسة الاستغناء عنها بما لها من دور وتأثير على النشاط الجماهيري، حيث تعد نقطة قوة ودفع داخل كل المؤسسات التي تعمل بها لكونها الواجهة الرسمية التي تقابل بها المؤسسة جمهورها، فوجب عدم الاستغفال عنها في الهيكل التنظيمي للمؤسسة لما لها من أثر على توطيد العلاقات الحسنة والمتينة ما بين موظفيها على المستوى الداخلي للمؤسسة وجمهورها في الخارج .

تعد المؤسسات الإعلامية من بين المؤسسات التي تقوم بمهام العلاقات العامة نظرا لطبيعة نشاطها الموجه لمخاطبة عقول جمهورها الخاص والذي يوجب عليها اتخاذ ديناميكية عمل محكمة قائمة على أنشطة العلاقات العامة التي أثبتت الدراسات الحديثة على نجاعتها في تحقيق انسجام وتوافق مع أفراد المجتمع وأهميتها في تحسين وتكوين صورة جيدة للمؤسسة لدى جمهورها بحلته (الداخلي والخارجي) لتصبح بذلك احد اسباب الرئيسية في نجاح المؤسسة سواء الإعلامية منها او اي مؤسسة اخرى .

كما للمؤسسة الإعلامية أجهزة إعلام والاتصال أسهمت بشكل كبير في جعل العالم ككل قرية صغيرة في تقربها المسافات وجعل أفراد هذا العالم يتواصلون بكل سهولة فيما بينهم كما أصبحت وسائل الإعلام وهاته الاجهزة من بين أهم الوسائل التي لها تأثير على المستوى الثقيفي والتعليمي والإعلامي ، خاصة في وجود تنوع البث التلفزيوني والإذاعي .

وتعتبر الاذاعة واحدة من اكثر وسائل الاتصال و الاعلام الجماهيري تأثيرا باعتبارها وسيلة شعبية شائعة في أغلب المجتمعات كونها الأقرب للجمهور رغم التطور التكنولوجي والعصرنة الذين لم يغيرا من قيمتها الفعلية وظلت منافسا لوسائل الاعلام الجماهيري الاخرى بخصائصها ومميزاتها التي جعلتها تصمد طويلا قرونا من الزمن، ومن ابرز هذه المميزات فكرة انها موجهة للجمهور بسهولة كونه المستقبل الذي لا يستلزم منه ان يكون من طبقة متعلمة او غير متعلم لان توليفة البرامج فيها متعددة وتمس جميع أطراف المجتمع، وهذا المسعى الذي يجعلها تحقق اهدافا مختلفة ترجع بالنفع على الفرد والمجتمع في تلك البيئة من حيث الترفيه والتنمية والاستفادة من المسائل الثقافية والقضايا الاجتماعية والتربوية.

وفي خضم الدور الفعال للإذاعة في المجتمع الجزائري فقد أولت الجزائر أهمية كبيرة للإذاعة بالخصوص بغض النظر عن التلفزيون كونها من الجزائر من الدول النامية . وقد كان البث في أوله من الإذاعة المركزية في الجزائر العاصمة ثم بعض الاذاعات الجهوية مثل (قسنطينة ، وهران ، العاصمة) ثم مع زيادة الكثافة السكانية على مستوى الوطن صار من الصعب استيفاء متطلبات وانشغالات جميع المواطنين وهذا أدى الى فتح اذاعات على المستوى الوطني بكله مع مرور الوقت .

ونظرا لواقع ان العلاقات العامة داخل المؤسسات الاعلامية خاصة أصبح ملحوظا كونها وظيفة اتصالية مهمة نراها ايضا في المؤسسة الاذاعية الذي يستلزم الاهتمام بها واعطائها حيزا داخلها إرتأينا أن نتناول موضوع " واقع العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية " اذاعة الجزائر بغارداية نموذجاً " لاثراء وتوضيح هذه الوظيفة ومدى اهميتها الحقيقية وتحديد المشاكل التي تعزف من فاعليتها ولقد تناولت دراستنا ثلاث جوانب الجانب المنهجي تطرقنا فيه إلى اشكالية الدراسة وتساؤلاتها مع تحديد أهدافها وأهميتها كما تضمنت دراستنا الدراسات السابقة المشابهة للموضوع كما حددت المنهج المتبع والأدوات ومجتمع البحث والعينة .

تناولنا في الجانب النظري الذي قسم إلى فصلين : الفصل الأول كان مدخل للعلاقات وضم التعريف والخصائص ومبادئ ووظائف الخاصة بالعلاقات العامة ،الفصل الثاني كان بعنوان العلاقات العامة في المؤسسة الإعلامية تطرقنا فيه إلى الموقع التنظيمي والعلاقات العامة كإدارة وتنظيم هاته العلاقات في المؤسسة مع إبراز مكانة العلاقات العامة كإدارة في المؤسسة .

أما الجانب التطبيقي فقد تضمن الإجراءات الميدانية للدراسة تقدمنا فيها بنبذة تعريفية لإذاعة غرداية المحلية وهيكلها التنظيمي كما بعرض وتحليل نتائج المقابلة والملاحظة والخروج بنتائج عامة للدراسة وخاتمة .

# الفصل الأول

## الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد.

أولاً: إشكالية الدراسة

- 1- موضوع الدراسة
- 2- أسباب وأهداف وأهمية الدراسة
- 3- مفاهيم ومصطلحات الدراسة
- 4- الدراسات السابقة

ثانياً : مجال الدراسة

- 1-المجال المكاني
- 2- المجال الزمني
- 3-المجال البشري

ثالثاً : الخطوات الإجرائية للدراسة

- 1- عينة الدراسة
- 2- نوع الدراسة
- 3-منهج الدراسة
- 4- أدوات الدراسة

تمهيد:

يتضمن هذا الفصل الإطار المنهجي للدراسة حيث تناولنا فيه إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وأسباب اختيار الموضوع وأهميته والأهداف المراد الوصول إليها من خلال الدراسة كما عرجنا على بعض المفاهيم التي لها صلة بدراستنا كما حاولنا عرض بعض أهم الدراسات السابقة المتعلقة بموضوعنا كذلك حددنا مجال هاته الدراسة كما تطرقنا إلى الإجراءات المنهجية المتبعة الخاصة بمنهج الدراسة وأدوات جمع البيانات مع تحديد مجتمع البحث وعينته .

أولاً: الإشكالية

1- موضوع الدراسة:

تعد العلاقات العامة من المواضيع الحديثة بجميع أنواعها والتي أصبحت تحظى باهتمام الحكومات والدول بالإضافة إلى اهتمام الشركات والمؤسسات، كما اعتبرت على مدى السنوات الماضية وظيفة ثانوية لا يلجأ إليها إلا في حالات خاصة وظروف محددة، لكن في السنوات الأخيرة لم يبق الأمر على حاله بحيث أصبحت العلاقات العامة وظيفة أساسية لا يستغنى عنها في الإدارات المعاصرة بل أصبح نجاح الكثير من المؤسسات مرهوناً إلى حد كبير بقوة إدارة العلاقات العامة وتنظيمها وفعاليتها، إذ تعد حلقة وصل بين المؤسسة وجمهورها تهدف إلى إقامة علاقات ودية مفعمة بالثقة و الاحترام المتبادل بين الجماهير و المحافظة عليها.

تعد المؤسسات الإعلامية كالمؤسسات الصحفية، الإذاعية والتلفزيونية، الفضائيات، وكالات أنباء، دور النشر وشركات الإعلانات الواحدة من أهم تلك المؤسسات نظراً لطبيعة نشاطها الإنتاجي الذي يخاطب العقول، فهي لا تنشئ من فراغ وإنما هي بدورها محكومة بشروطها الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية فهي تحتاج إلى إدارة علاقات عامة ذات مهارات عالية وفعالة ومؤثرة في الجمهور ترسم سياسات وقرارات وتحدد ايدولوجيا معينة تناسب تلك المؤسسة الإعلامية، التي بدورها تساعد في إنجاح عملها وتكوين صورة ذهنية وانطباعات ايجابية عنها لدى كافة الأطراف المرتبطة بها سواء كانت داخل المؤسسة او خارجها لتحقيق التميز المهاري والإبداعي شكلاً ومضموناً من أجل الحفاظ على البقاء والاستمرار والتواصل مع الجمهور على اختلافه. و من بين المؤسسات الإعلامية نذكر الإذاعة و التي أصبحت تعتمد على مجال العلاقات العامة في الآونة الأخيرة والتي هي محل دراستنا.

تعد الإذاعة من بين أهم وسائل الإعلام الجماهيرية الراسخة والأكثر انتشارا لدى مختلف فئات المجتمع او الجمهور و التي أثبتت مكانتها رغم المنافسة القوية من طرف وسائل الإعلام الحديثة وخاصة التلفزيون، وبالرغم من أنها استفادت من التقنيات التي أتاحتها الأقمار الصناعية وأجهزة الكمبيوتر في ظل العولمة الاتصالية، إلا أنها لم تعد جاذبة للجماهير وبالتالي لا يمكن أن تستمر إذا كانت بعيدة عن جماهيرها، و بذلك تكون الحاجة لإنشاء جهاز خاص للعلاقات العامة من أجل بناء علاقة قوية و متينة و دائمة ما بين الإذاعة و جمهورها. فدراستنا جاءت كإلقاء الضوء على واقع العلاقات العامة في المؤسسة الإعلامية الإذاعية المحلية لولاية غرداية، ومدى إعطائها المكانة اللائقة من خلالدراسة وسائلها وأساليبها ومعرفة أنشطتها والمعوقات التي تحد من فاعليتها انطلاقا من التساؤل الرئيسي التالي: ما واقع العلاقات العامة بإذاعة غارداية؟

وانطلاقا من الإشكالية اندرجت عنه جملة تساؤلات فرعية وهي:

هل توجد هناك علاقات عامة في إذاعة غارداية ؟

- ما هي العلاقات العامة في إذاعة غارداية ؟

- ما هو أثر العلاقات العامة على الروابط بين إذاعة غارداية و جمهورها ؟

- ما هو أثر العلاقات العامة في إذاعة غرداية على صورتها الذهنية و الداخلية؟

**2- أسباب وأهداف وأهمية الدراسة:**

تعنالدراسات العلمية في بنائها بعدة أسباب منها ذاتية أو موضوعية ولا تقوم في بنيتها على الاعتباطية، ومن بين هذه الموضوعات العلاقات العامة التي أصبحت من أبرز المواضيع التي يهتم بها الباحثين و الإداريين باعتبارها حلقة وصل بين المؤسسة و جمهورها.

➤ الأسباب الذاتية:

-الميل الشخصي لمجال العلاقات العامة.

-الرغبة الشخصية في إبراز أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية

-السعي لمعرفة دور العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية ومكانتها.



### ➤ الأسباب الموضوعية:

- قابلية الموضوع للدراسة والبحث نظريا وتطبيقيا.
- التعرف على مفهوم إدارة العلاقات العامة وأهم مبادئها في مجال المؤسسات الإعلامية .
- الرغبة في معرفة مكانة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة الإعلامية .

### \*أهداف الدراسة:

- إن أي دراسة علمية في أي مجال كان تقوم على أهداف معينة تسعى إلى تحقيقها، ومنه وجب على كل باحث أن يسيطر الخطوط العريضة لبحثه يضعها تصب عينة رغبة في تحقيقها، من هذا المنطلق حصرت أهداف الدراسة في النقاط التالية :
- محاولة فهم واقع العلاقات العامة لإذاعة غرداية
  - التعرف على مكانة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للإذاعة غرداية .
  - التعرف على الصعوبات التي تحد من فعالية العلاقات العامة في إذاعة غرداية .
  - إبراز ضرورة هذا النشاط الفعال في المؤسسات وخاصة إذاعة غرداية التي تسعى إلى كسب وارضاء الجمهور.
  - الاستفادة من نتائج هذا الدراسة ووضع الإقتراحات.

### \*أهمية الدراسة:

تعتبر العلاقات العامة ظاهرة إجتماعية مهمة للمؤسسات التي تتعامل مع الافراد والجماعات وخاصة تلك المؤسسات التي تمارس نشاطا أو خدمة لها إرتباط بالجمهور، وتكتسب هذه الدراسة أهميتها من أهمية العلاقات العامة، خاصة وأن العلاقات العامة هي الشريان الذي يربط بين المؤسسة وجمهورها وهو ما يثبت فشل المؤسسات التي ينعدم بها نشاطات العلاقات العامة، فنجاح أي مؤسسة يتوقف على وجود وفاعلية هذا النشاط .

كما أن أهمية هذه الدراسة تكمن في الدور الحيوي والفعال الذي تلعبه العلاقات العامة كوظيفة إدارية في تسهيل العمل الاداري ورفع كفاءته، كما تكمن أهمية الدراسة أيضا في تقديم دراسة جديدة عن العلاقات العامة في المؤسسات الاعلامية الجزائرية كونه موضوع حديث من حيث الدراسة مفاهيم و مصطلحات الدراسة:

### 3- مصطلحات ومفاهيم الدراسة:

#### 1- الواقع:

لغة: الواقع الذي ينقم الرحي، و الجمع: وقعه و الحاصل، يقال أمر واقع و طائر وقع إذا كان على شجر أو نحوه.

و الجمع وقوعا و وقع، وقع: سقط في يد فلان.<sup>1</sup>

إصطلاحا: هو فهم أحوال الناس و الوقائع المعاصرة و الأحداث الجارية و أسبابها و أثرها.<sup>2</sup>

التعريف الاجرائي: نقصد بمصطلح الواقع في دراستنا بأنه الحالة او الوضع الواقعي الذي توجد فيها العلاقات العامة في اذاعة غارداية بمختلف مصالحها

#### 2- العلاقات العامة:

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

ب- إصطلاحا: يذكر أيضا أن مصطلح Relation public يعني به Relation with Puplic أي العلاقات مع الجمهور أكثر دقة في التسمية فالمهمة الاولى في العمل العلاقات العامة تركز على الاتصال بالجمهور النوعي<sup>3</sup>

التعريف الإجرائي: هي الجهود التي تقوم وسط نسيج اداري يبني علاقات سليمة تقوم بالأساس على التواصل والتفاعل المتبادل داخل المؤسسة وبين جمهورها لتحقيق الاهداف المرجوة.

المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، ط<sup>1</sup> 4، القاهرة، 2004م، ص 1050.

<sup>2</sup> عبد العزيز صالح: الإدارة العامة المقارنة، ط 1، الدار العالمية الدولية للنشر، عمان، 2000م ص3.

<sup>3</sup> د عبد المحسن بدوي محمد أحمد: العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ودعم تنسيقها مع وسائل الإعلام، دار الحامد، الرياض، ط 2014م،

### 3- المؤسسة الإعلامية:

أ- المؤسسة: هي منظمة اقتصادية واجتماعية مستقلة نوعا ما تؤخذ فيها القرارات حول ترك الوسائل البشرية، المالية، المادية، والإعلامية بغية خلق قيمة مضافة حسب الأهداف في نطاق زماني ومكاني<sup>1</sup>  
**تعريف الإجرائي:** المؤسسة تنظيم اقتصادي اجتماعي يعتمد على كوادرات وكفاءات بشرية موارد مادية من أجل انتاج جملة من السلع أوخدمات بغية تحقيق

ب- الإعلام: كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والاختبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الامور بطريقة موضوعية وبدون تحريف بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والادراك والاحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور والمتلقين للمادة الإعلامية لكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة بم يسهم في تنوير الرأي العام<sup>2</sup>.

**التعريف الإجرائي:**الإعلام عبارة عن نشاط اتصالي يقوم بنشر الحقائق بموضوعية ومصداقية إلى الجمهور المستهدف بغية تعزيز الرأي العام

الإذاعة: لغة : أ- من "ذاع الشيء" والخبر" يذيع وذيعا وذيوعه "محرمة : فشاو انتشر المذيع بالكسر ومن لا يكتم السر أو من لا يستطيع كتم خبره ، والجمع المذاييع ويقال : "فلان للاسرار مذيع ولاسببا مذيع و" أذاع سره وبه أفشاه وأظهره ونادى به في الناس"

إصطلاحا: "يعرفها عبد الحافظ سلامة "بأنها الإنتشار المنظم المقصود بواسطة المذيع لمواد إخبارية يؤكد على أن المادة المذاعة تكون من نفس مجتمع الاذاعة بمختلف النظم الإجتماعي والثقافية والدينية والنشرات الإخبارية الخاصة بذلك المجتمع يكون هناك تأثير بين أفراد المجتمع والبرامج المذاعة والتي ثبت في آن واحد وتلتقط من طرف المستمعين .

**التعريف الاجرائي:**هي وسيلة اعلامية تقوم ببث البرامج المختلفة والهادفة ،وتقوم بنقل الاخبار بصفة آنية الخاصة بالمجتمع المحلي بهدف التأثير والتأثر وذلك عبر قناة اتصالية مباشرة مع المستمعين عن طريق البرامج التي يتم بثها والتي تتسم بالمصداقية والتنوعية.

عمر الصخري :اقتصاد المؤسسة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، ط3 ، الجزائر، 2003م ص281  
 محمود يوسف مصطفى : مقدمة في العلاقات العامة ،الدار العربية، ط2، مصر ،2008،ص23.

#### 4-الدراسات السابقة:

تشكل الدراسات السابقة تراثا هاما ومصدرا غنيا لا بد من الإطلاع عليه لما له من إسهامات سواء في التخطيط، أو التوجيه أو ضبط المتغيرات، كما يمكن أن يساعد ذلك على بلورة مشكلة البحث وتحديد أبعادها، ويمكن أن توظف في حكم المقارنة أو الإثبات و النفي، وهي تزود الباحث بالكثير من الأفكار والأدوات والإجراءات والتعرف على الكثير من المراجع والمصادر . وعلى الرغم من أهمية الدراسات السابقة، إلا أننا لم نجد الدراسات التي تناولت العلاقات العامة في المؤسسة الإعلامية، لذا قمنا بوضع الدراسات المتشابهة وهذا في حدود إطلاعنا.

#### 1- الدراسة الأولى:

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة بعنوان "دور العلاقات العامة في تفعيل أداء المؤسسة الخدمائية من إعداد الطالبين طالب أحمد أسماء و منصورى زينب تحت إشراف الأستاذ صيتي أبو بكر،دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز بغرداية ،السنة الجامعية 2020/2021. وتتمحور إشكالية هاته الدراسة في ما مدى مساهمة أنشطة العلاقات العامة في تفعيل أداء مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز بغرداية ؟

حيث اعتمدت الباحثتان على المنهج الوصفي الذي هو طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصورها كميًا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة. كما وظفت الباحثتان على أدوات جمع البيانات المتمثلة في (الإستبيان، المقابلة، الملاحظة)

#### ● أهداف هاته الدراسة كانت:

- الوقوف والتعرف على أهم المقترحات التي تزيد من كفاءة العلاقات العامة وتأثيرها على أداء الموظفين.
  - تحديد طبيعة العلاقة التي تربط العلاقات العامة وأداء الموظفين بالمؤسسة الخدمائية.
  - إبراز الدور الذي تلعبه وسائل العلاقات العامة في الرفع من مستوى فعالية أداء الموظفين.
- واستخلصت نتائج هاته الدراسة كما يلي:

من الضروري تواجد مصلحة قائمة بذاتها تهتم بالعلاقات العامة داخل التنظيم الخدماتي، لإعتبارها ورقة رابحة ترجع بالفائدة على نشاط المؤسسة و صورتها من خلال تحسين جودة الخدمة المقدمة من قبل الموظف، لما تحتله من مكانة هامة في الهيكل التنظيمي لإتصالها المباشر بالإدارة العليا.

أهمية عملية التخطيط مما يسهل على الموظف عملية زيادة كفاءته وإنتاجيته في العمل و هذا تماشيا مع أهداف و تطلعات المؤسسة.

### • التعقيب على الدراسة:

أوجه التشابه: تتشابه هذه الدراسة بدراستنا كونها تهتم بدراسة أنشطة العلاقات العامة في مؤسسة سونلغاز تشابه في أدوات البحث المتمثلة في المقابلة والملاحظة فقط

أوجه الاختلاف: تختلف مع دراستنا في كونها تدرس دور العلاقات العامة في المؤسسة ذات طابع اقتصادي أما دراستنا تهتم بواقع العلاقات العامة في المؤسسة الإعلامية كما اختلفت مع دراستنا في إشكالية الدراسة وفي المنهج والعينة .

أوجه الإستفادة: استفدنا من هاته الدراسة أنها قدمت لنا لمحة عن دراستنا وتوجيهنا إلى مراجع فيما يتعلق بالعلاقات العامة كما أفادتنا في الإحاطة بالموضوع المدروس من الناحية النظرية أو المنهجية .

### 2- الدراسة الثانية:

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة بعنوان " دور العلاقات العامة في ترقية الصناعة التقليدية " من إعداد الطالبين: ايكار عبد القادر نسيم وثقاني بوجمعة ، تحت إشراف الأستاذ: كانون جمال، دراسة ميدانية بغرفة الصناعات التقليدية والحرف بولاية تلمسان ، السنة الجامعية 2021/2020

وتتمحور إشكالية هاته الدراسة ماهو دور العلاقات العامة في تطوير وترقية أداء غرفة الصناعات التقليدية والحرف بولاية تلمسان ؟

اعتمد الباحثان في هاته الدراسة على منهج دراسة حالة كما وظفا أدوات جمع البيانات المتمثلة في (المقابلة، الاستبيان)

### • أهداف هاته الدراسة كانت:

- إيضاح ماهية العلاقات العامة والصناعات التقليدية خاصة
- التعرف على دور العلاقات العامة في مؤسسة غرفة الصناعات التقليدية
- التعرف على ماهية الغرفة الصناعات التقليدية بولاية تلمسان
- الاطلاع على آراء الحرفيين والعمال في غرفة الصناعات التقليدية حول وضعية العلاقات في مؤسساتهم .

واستخلصت أهم نتائج هاته الدراسة كما يلي :

— تتسم العلاقات العامة في قطاع الصناعة التقليدية لولاية تمنراست بالعديد من الأمور والاستراتيجيات الايجابية، فالعلاقات العامة في الغالب بإعتبارها صيغة موثوقة للغاية لكل العمليات، وتتمحور إحدى نقاط القوة الرئيسية التي تستند إليها العلاقات العامة من خلال الإفادة من طرف ثالث (وسائل الإعلام المختلفة)

— تعتبر دائرة العلاقات العامة في قطاع الصناعات التقليدية والحرف من أهم الدوائر التي ينعكس نتائج عملها سلبا أو إيجابا على سمعة القطاع ويتعداه بالتالي إلى مدى الثقة والمصادقية التي سيوليها لها الجمهور

— تعتبر مكانة العلاقات العامة في قطاع الصناعة التقليدية و الحرف مؤشرا مدى اهتمامها بالجوانب الإنسانية و احترام الآخر كونها تعرف على أنها فن كسب الآخر أو هي في معاملة الناس.

#### ● التعقيب على الدراسة:

أوجه التشابه: اتفقت هاته الدراسة مع دراستنا كونها تهتم بدراسة العلاقات العامة في الغرفة الصناعات التقليدية والحرفية كما اتفقت في أداة البحث المتمثلة في " المقابلة " فقط كما تندرج كلا الدراستين ضمن الدراسات الوصفية .

أوجه الاختلاف: تختلف هاته الدراسة مع دراستنا في إشكالية الدراسة وفي المنهج المستخدم ونوع العينة ومكان الدراسة

أوجه الإستفادة: توجيها إلى مراجع فيما يتعلق بالعلاقات العامة بصفة عامة، مع ايفادنا بمعلومات حول دور العلاقات العامة وأهميتها في المؤسسات بإختلاف.

#### ثانيا: مجال الدراسة

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

ومن بين هذه المؤسسات الاذاعية اذاعة غارداية المحلية التي أنشأت في 7 جوان 2001و والتي تقع وسط مدينة غارداية .

ب - المجال الزمني: ويقصد به المدة الزمنية المستغرقة في إجراء الدراسة الإستطلاعية إلى نهاية البحث العلمي وعليه فقد استغرقت دراستنا الميدانية لموضوع بحثنا اسبوعا كاملا حيث دامت من 2022/5/22 الى غاية 2022/5/26 وقسمت هاته الفترة إلى ثلاثة مراحل:

المرحلة الأولى: أين تمت الزيارة الاستطلاعية لمقر إذاعة غرداية المحلية حيث تم إعطاء لمحة وجيزة عن العمل الصحفي وطريقة بث البرامج الإذاعية وكيفية التعامل مع الأخبار والمعلومات  
المرحلة الثانية: تم فيها التعرف والقيام بدورة تدريبية على كيفية العمل الصحفي والتعامل مع المعلومة وكيفية بثها والتعرف على أنواع البرامج التي تساعد الصحفي أو المنشط في إعطاء عمل متميز يرقى لمستوى المطلوب.

المرحلة الثالثة: تم فيها إجراء المقابلة مع المدير والصحفيين من قسمي الإنتاج والأخبار .

### ج - المجال البشري:

بما أن موظفي إذاعة غارداية مجتمع متجانس ومتاح يناسب موضوع دراستنا والممثل في "واقع العلاقات العامة في المؤسسات الاعلامية - إذاعة الجزائر بغارداية نموذجا" والذي وفر لنا سهولة الوصول الى المعلومات الكافية التي نحتاجها مع وفرة الجهد والوقت .  
حيث يتكون مجتمع دراستنا من موظفي إذاعة غارداية المحلية والبالغ عددهم 35 اطار يتوزعون على الاقسام التالية:

- الإدارة 11 موظفا + 01 رئيس مصلحة الادارة والمالية.
  - الانتاج: 08 مخرجا ومنشطا + 01 رئيس مصلحة الانتاج والبرمجة.
  - الاخبار: 07 صحفيين + 01 رئيس مصلحة الأخبار.
  - المصالح التقنية: 05 تقنيين + 01 رئيس مصلحة التقنيين
- ويتعاون مع الاذاعة: 05 منتجا و 06 مراسلين يتابعون مختلف الاحداث والأنشطة عبر مختلف الدوائر الولاية: القرارة - بريان - زلفانة - متليلي - ضاية بن ضحوة - العطف - بنورة - إضافة الى ولاية المنيعه الجديدة.

### ثالثا: الخطوات الإجرائية للدراسة

#### 1- عينة الدراسة:

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

حيث استخدمنا في دراستنا العينة القصدية التي تعتبر الأكثر الأساليب المعاينة شيوعا وانتشارا تعتمد على مبدأ كل ما هو متاح بحيث يختار الباحث المفردات المتاحة والمتوفرة . وتمتاز كون مفرداتها يمكن الوصول إليها بسهولة وذلك لوفرة الوقت والجهد كما أنها تقدم للباحث بيانات ومعلومات ذات أهمية وفائدة كبيرة قد تساعد في إزالة أو التخلص من العقبات التي تواجه الباحث من خلال المراحل المختلفة لإجراء دراسته .

ولقد تم إختيار هذا النوع من العينة باعتبارها تناسب مع موضوع الدراسة ولها علاقة مباشرة مع إشكالية البحث، وعليه فقد إختارنا عينة تتكون من 8 موظفين بإذاعة غرداية المحلية ، حيث قمنا بإجراء مقابلة مع مدير الاذاعة وصحفيين في قسمي الأخبار و الانتاج وعليه تمت عملية اجراء المقابلات في الفترة الممتدة من 2022/05/22 إلى 2022/05/26.

#### 2- نوع الدراسة:

تتنمي دراستنا إلى نوع الدراسات الوصفية والتي تساعد الباحث في التعرف على ظاهرة الدراسة ووصفها كما هي في الواقع وصفا كاملا دقيقا، كما تقوم بتحديد خصائصها كفيها وكميا، وتكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية، وتحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل، باختصار فهي تهتم بماضي الظواهر وحاضرها ومستقبلها، وتستعين في جمع بياناتها بمنهج دراسة الحالة، ففي دراستنا سنقوم بالوصف الكيفي لواقع العلاقات العامة في إذاعة غرداية وصفا دقيقا، وكما هو موجود في صورته الحالية.

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



### 3- منهج الدراسة:

لابد لنا عند القيام بأي دراسة علمية من اتباع خطوات وافكار عقلانية ومنظمة من اجل الوصول إلى نتيجة ما وذلك بإتباع منهج معين يتناسب مع طبيعة الموضوع والدراسة .  
تعريف المنهج :هو الطريق المؤدي الى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة،التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته الفكرية ،حتى يصل الى نتيجة معلوماته <sup>1</sup> .  
أما المنهج العلمي سيمكن التعريف بأنه (تحليل منسق وتنظيم للمبادئ والعمليات العقلية والتجريبية التي توجه بالضرورة للبحث العلمي او ماتألفه بنية العلوم الخاصة<sup>2</sup> .

ومنهج دراسة الحالة يشير إلى البحث المتعمق للحالات الفردية في إطار المحيط الذي تتفاعل فيه بحيث تقوم هذه الدراسة كما ذكر عبد الباسط محمد حسن هو ذلك المنهج الذي يتجه لجمع البيانات العلمية المتعلقة بأي وحدة سواء كانت فردا أو مؤسسة أو نظاما إجتماعيا أو مجتمعا محليا،ويقوم على اساس التعمق في دراسة مرحلة معينة من تاريخ الوحدة ،أو دراسة جميع المراحل التي مرت بها ،وذلك قصد الوصول إلى تعليمات علمية متعلقة بالوحدة المدروسة

### 4- أدوات الدراسة:

**الملاحظة:** هي أسلوب من الأساليب الجيدة لكشف المشاكل وهذا يتطلب الموضوعية والدقة وأن يكون الباحث بعيدا عن التحيز والأهواء الشخصية،وقد تكون مباشرة بالأشياء المادية والنماذج المهمة وهذا شيء سهل لأنها تعتمد على العدد والقياس.

وتعرف أيضا على أنها أقدم وأكثر وسائل جمع البيانات شيوعا،حيث استخدمها الإنسان الأول في التعرف على الظواهر ثم انتقل استخدامها إلى العلوم بشكل عام إلى العلوم الاجتماعية والإنسانية بشكل خاصوتعني الملاحظة الاهتمام أو الانتباه إلى شيء أو حدث أو ظاهرة بشكل منظم عن طريق الحواس حيث نجمع خبراتنا من خلال مانشاهده أو نسمع عنه،والملاحظة العلمية تعني الإنتباه للظواهر والحوادث نقصد تفسيرها واكتشاف أسبابها والوصول إلى القوانين التي تحكمها.

الداعيلج إبراهيم ابن عبد العزيز : مناهج وطرق البحث العلمي،عمان ،دار صفاء للنشر ، 2009م،ص1.70  
محي الدين مختار:الاتجاهات النظرية والتطبيقية في منهجية العلوم الاجتماعية ، دار المنشورات الجامعية ،ط1 ،ص1992

## أنواع الملاحظة:

\*الملاحظة البسيطة: هي عبارة عن ملاحظة يستخدمها الباحث عشوائيا ولا تخضع للضبط العلمي الدقيق، لأن الباحث يقوم بها دون تخطيط مسبق.

\*الملاحظة المنتظمة: وهي تلك الملاحظة التي يقوم بها الباحث يكون قد خطط وحدد نوع السلوك المراد ملاحظته بصورة إجرائية وأعد الأداة المناسبة للملاحظة طبقا للهدف الذي يسعى إلى تحقيقه

\*الملاحظة المباشرة: قد يلجأ الباحث إلى المشاهدة التي تتم عن طريق الإتصال المباشر بالظاهرة المطلوب ملاحظتها ومراقبة سلوكها بكل دقة والتعايش معها، بغرض المعلومات المتعلقة بها .

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

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

وقد إعتدنا على الملاحظة للتأكيد والحصول على معلومات ذات مصداقية ومضبوطة.

المقابلة: في اللغة: المواجهة، والتقابل أما في إصطلاحا 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 تتوفر عادة في الكتب أو المصادر الأخرى. من هذه التعريفات وغيرها نستنتج أن المقابلة هي: لقاء بين شخصين فأكثر لتحقيق هدف ما، من خلال طرح الأسئلة الهادفة من قبل المقابل على شخص تحري معه المقابلة، والتي يصاحبها عدة الكثير من الانفعالات الناجمة عن سؤال ورد فعل على هذا السؤال، وكل هذه العملية تهدف إلى جمع أكبر قدر من المعلومات والبيانات المقصودة من الباحث ليستفيد منها في تحقيق هدفه من المقابلة.. أما تعريف (ماكوبي) للمقابلة بأنها

"تفاعللفظي يتم بين شخصين في موقف مواجهة حيث يحاول أحدهما وهو القائم بالمقابلة أن يستثير بعضالمعلومات أو التعبيرات لدى المبحوث والتي تدور حول آرائه ومعتقداته. "وكما هو واضح تماما أن هذه التعريفات كلها وإن اختلفت في ألفاظها فهي تتركز حول هدف واحد وهو أن المقابلة هنا تختلف للمحادثة الشخصية التي تتم بين الناس في حياتهم الاجتماعية نتيجة لتفاعلهم مع متغيراتهما هذا ما تعنيه المقابلة بصفة عامة أما المقابلة العلمية التي نحن بصدد الحديث عنها فهي أداة من أدواتالبحث، يتم بموجبها جمع البيانات والمعلومات التي تمكن الباحث من إجابة تساؤلات البحث أو اختبار فروضة، وتعتمد على مقابلة الباحث للمبحوث وجها لوجه بغرض طرح عدد منالأسئلة منقبل الباحث والإجابة عليها من قبل المبحوث<sup>1</sup>

### أهمية المقابلة:

تعتبر المقابلة من أهم طرق جمع المعلومات والبيانات وأكثرها صدقة، حيث يستطيع الباحث التعرف على مشاعر وإنفعالات المقابل، وكذلك إتجاهاتها وميوله، وهذا مالا يستطيع الوصول إليه إلا من خلال الإستمارة .

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

- تعتبر المقابلة مصدر كبيرا للبيانات والمعلومات فضلا عن كونها أداة للتعبير والنوعية والتفاعل الديناميكي.

- تختلف أهداف المقابلة بإخلاص الغاية التي تستهدف المقابلة إلى تحقيقها في نهاية المطاف، ويتضح ذلك من الأنواع المختلفة للمقابلة فلكل نوع هدفه وغرضه المحدد وغايات يحاول المقابلون الوصول إليه<sup>2</sup>

خصائص المقابلة: للمقابلة عدد من الخصائص كمثل في الآتي:

- تتم المقابلة بين شخصين هما القائم بالمقابلة والمبحوث في موقف واحد.
- يكون للمقابلة هدف واضح ومحدد موجه نحو غرض معين.

<sup>1</sup> عمار عوايدي : مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في ميدان العلوم القانونية والادارية ، ط 4 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2002، ص3.

<sup>2</sup> عبد الله العكش البحث العلمي ومناهج والاجراءات ، مطبعة عين المدينة والإمارات العربية ، 1986، ص55

## أنواع المقابلة:

تنوعت تقسيمات وتصنيفات المقابلة، وربما يعود السبب في هذا التنوع والتعدد إلى تنوع الأهداف والغايات من إجراءاتها فالمقابلات تختلف في أغراضها وطبيعتها ومداها. 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 الجمعية:** 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

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 إجابات دقيقة ومحددة، ولا تفسح مجالاً للشرح المطول، وإنما يطرح السؤال وتسجل الإجابة التي يقرها المستجيب.

ب- **المقابلة المفتوحة Unstructured:** وهي المقابلة التي يقوم فيها الباحث بطرح أسئلة غير محددة الإجابة، وفيها يعطي المستجيب الحرية في أن يتكلم دون محددات للزمن أو للأسلوب وهذه عرضة للتحيز وتستدعي كلام ليس ذا صلة بالموضوع.

(ت) - **المقابلة المقفلة المفتوحة:** وهي التي تكون الأسئلة فيها مزيج من النوعين السابقين (مقفلة ومفتوحة). وفيها 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<sup>1</sup>

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

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

رابعاً: **حسب طول المقابلة ومدتها:** تقسم إلى:

أ- المقابلة القصيرة.

ب- المقابلة الطويلة.

ت- المقابلة مرة واحدة.

ث- المقابلة المتكررة.

**الشرط الواجب أن تتوفر في المقابلة:** هنالك عدة شروط يجب أن تتوفر في المقابلة الناجحة منها:

1- أن تحدد أهداف المقابلة، وأن تكون واضحة ومفهومة.

2- أن يقوم شخص ماهر ومدرب بالمقابلة.

3- أن يعد من يقوم بالمقابلة قائمة الأسئلة.

4- أن لا يشعر من يقوم بالمقابلة الطرف الآخر بأنه سيقوم بإعطاء إجابة معينة أو تحيزه.

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 إختيار الأشخاص.

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

وقد اعتمدنا في دراستنا هاته على المقابلة المفتوحة كأداة رئيسية لجمع البيانات، وهذا النوع يعطي

للمستجيب الحرية في الكلام دون محددات للزمن والأسلوب.

<sup>1</sup> عبد الله العكش : البحث العلمي ومناهج الإجراءات ، مرجع سابق ، ص 65.

## الفصل الثاني

### مدخل الى العلاقات العامة

تمهيد.

أولاً: تعريف العلاقات العامة

ثانياً: خصائص العلاقات العامة

ثالثاً: مبادئ العلاقات العامة

رابعاً: وظائف العلاقات العامة

خلاصة الفصل.

## تمهيد:

ترجع أهمية العلاقات العامة لعدة اعتبارات تزيد من مكانتها داخل المنظمة كونها تخصص يخدم نشاطها ويحقق أهدافها .

"إن للعلاقات العامة أهمية لما تقوم به في تخفيض معاناة الجماهير وفي بعض المؤسسات من خلال تقليل حدة السلبيات والأمراض الإدارية من جهة وتحسين صلة الجمهور بالمؤسسة وتدعيم ثقته بها من جهة أخرى فهي في واقع الأمر تمثل ضمير المؤسسة وتعمل على تحليل آراء واتجاهات الجماهير وتنقلها إلى إدارة المؤسسة، ولذلك هي حلقة وصل أمنية بين المؤسسات وجماهيرها"<sup>1</sup>.

"وقد انعكس الإدراك المتزايد لأهمية العلاقات العامة في شكل الإدارات المتخصصة في الهيئات والمنظمات والتي تقوم بأداء مهام العلاقات العامة... وتمثل العلاقات العامة اليوم أهمية بالغة للمؤسسات المعاصرة، حيث تستهدف تحقيق التوافق والتكيف بينها وبين جماهيرها التي تتعامل معها. وبهذا التوافق والتكيف يتوفر للمؤسسات المعاصرة مناخ نفسي أكثر ملائمة لتطورها تطوراً سليماً ومستقر بينما يتوفر للجماهير المتعاملة معها حياة اجتماعية مشتركة أفضل

## أولاً: تعريف العلاقات العامة

رغم كثرة التعريفات التي قدمت للعلاقات العامة من الجانب الدارسين أو جانب الهيئات المهتمة بالعلاقات العامة فإنه هناك سمة مشتركة بين التعريفات رغم اختلاف الأسلوب أو التفاصيل بين تعريف وآخر<sup>2</sup>.

تعتبر العلاقات العامة كفرع من فروع علم الاتصال من العلوم الحديثة نسبياً، وفي ذات الوقت تعد العلاقات العامة كمكان من مكونات علم الاجتماع من أقدم المفاهيم التي عرفها الإنسان منذ تكوين المجتمعات البشرية .

فالعلاقات العامة من حيث الممارسة هي ظاهرة اجتماعية إنسانية ظهرت مع ظهور أول التجمعات البشرية. والعلاقات العامة من حيث تبلورت معالمه وقواعده منذ بداية القرن الماضي كفرع من فروع علوم الإعلام بوجه عام<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>السردى محمد الدبس: الاتصال والعلاقات العامة في إدارة المكتبات ومراكز المعلومات، مرجع سابق، ص281

<sup>2</sup> محمد كمال القاضي، العلاقات العامة (الاتصال - التنظيم - الإدارة)، المركز الاعلامي للشرق الاوسط، القاهرة مصر، الطبعة 2، 2003، ص4

<sup>3</sup>إبن منظور: لسان العرب، دار صادر للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، 1997، ص40

العلاقات: مصرفة من العلاقة، وهي جمع علائق، أي ما تعلق به الإنسان من مال، جمعها علاقات: وتعني الارتباط والصلة ويقال ما بينهما علاقة "أي شئيين يتعلق به أحدهما ويقال "لي في هذا علاقة " العامة: جمع عوام من عم وهي مؤنث العام، وتعني عامة الناس أي خلاف خاصتهم، ويقال "جاء القوم عامة أي جميعا "

### - تعريف معجم مصطلحات الإعلام:

تقوم العلاقات العامة بعملية الاتصال بين المنظمات والجمهور وتشرح وتفسر كل منهما للآخر وحتى يمكن لهذه المنظمات النجاح في كسب ثقة الجمهور وفهمه وتأييده أي أن العلاقات العامة تعمل على إيجاد صلات ودية تقوم على أساس الفهم المتبادل "

### - تعريف المركز الاوروبي للعلاقات العامة:

هي الوظيفة أو نشاط ادارة مؤسسة أو هيئة عمومية أو خاصة لفرد أو لجماعة، تهدف الى خلق وإقامة واستمرار أو تحسين الثقة والود من جهة ومن جهة أخرى اقامة علاقات مع جماعات، عادة ماتسمى جماهير، التي سواء وجدت داخل أو خارج المؤسسة فإنها تؤثر على وجودها وتطورها

يقوم هذا التعريف على العناصر التالية:

- أن العلاقات العامة وظيفة ادارية، أي أنها تقوم على اسس علمية، وتقوم على مجموعة من المفاهيم والصلاحيات المحددة الواضحة، تنصهر في اطارها الجهود المبذولة لإقامة العلاقات الطيبة
- وظيفة العلاقات العامة تشمل جميع الميادين بما فيها المؤسسات الخاصة والهيئات العمومية
- تهدف الى علاقات طيبة على التفاهم والثقة
- وجود الجماهير التي تنقسم الى جمهور داخلي يمثل العاملين في المؤسسة وجمهورها الخارجي المتابعين لها، وتؤثر وتتأثر بأعمال المؤسسة<sup>1</sup>.

فقد عرف كانفيلد ومور: العلاقات العامة بأنها " الفلسفة الاجتماعية للإدارة والتي تعبر عنها من خلال أنشطتها وسياستها المعلنة للجمهور تكسب ثقته وتفاهمه " ويؤكد كانفيلد ومور في شرحه لهذا التعريف على أهمية الاتصال المزدوج في تحقيق التفاهم بين أي مؤسسة وجمهورها وأن الثقة بين الطرفين لا تتحقق بسهولة، وإنما تحتاج الى جهود مستمرة .

<sup>1</sup> ليلي فقيري ، العلاقات العامة ، مقدمة لطلبة الماستر إتصال وعلاقات عامة، جامعة احمد بوضياف ، المسيلة، الجزائر ، 2016- 2017، ص2



وكذلك العلاقات العامة ليست بديلا عن الادارة الجيدة أو علاجا للسياسات القاصرة أو المنتجات السيئة. فالإتفاق على العلاقات العامة في هذه الاحوال يضيع سدى لأنه لن يتحقق أي نتائج طيبة للمؤسسة .

**ويرى بول جاريت:** الذي تولى مسؤولية العلاقات العامة في شركة جنرال موتورز الامريكية أن العلاقات العامة ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة تبدو في صورة مخالفة لصورتها الحقيقية وإنما هي الجهود المستمرة في جانب الادارة لكسب ثقة الجمهور من خلا الاعمال التي تحظى بإحترامه<sup>1</sup>.  
تعريف إبراهيم إمام: فن معاملة الناس والفوز بثقتهم ومحبتهم وتأييدهم، ومعنى ذلك ببساطة هو كسب رضا الناس بحسن المعاملة الصادرة عن صدق وإيمان بقيمة الإنسان في المجتمع . وقد لخص الدكتور إبراهيم إمام بأن: العلاقات العامة عبارة عن فن يستهدف طرق التعامل مع الناس بغية جذبهم وكسب ثقتهم وهذا مراعاة للقيمة الكبيرة للفرد في مجتمعه.

**تعريف جون مارستون:** يعتبر جون مارستون العلاقات " وظيفة هامة من وظائف الادارة معينة بتحليل سلوك الجمهور لمعرفة الاتجاهات والعمل على وضع البرامج التي تنفق من الصالح العام في مقابل هذه الاحتياجات "<sup>2</sup>.

تعريف محمد البادي : هي وظيفة الادارة التي تستهدف تقييم اتجاهات الجماهير وتحديد السياسات والاجراءات التي تدير عليها المؤسسة ، وتكون متفقة مع مصالح هذه الجماهير ، مع وضع وتنفيذ برامج الاتصال تحقق بها الفهم والقبول للمؤسسة وسياستها واجراءاتها.  
يشترك التعريفات في ثلاث نقاط وهي :

ان وظيفة العلاقات العامة لا تقتصر على المعلومات في اواسط الجماهير بل تقوم كذلك على دراسة سلوك الجمهور الداخلي والخارجي لمعرفة رغباته وإحتياجاته .  
- سهر العلاقات العامة على تحقيق الصالح العام قبل الخاص  
انطلاقا من هذه التحليل تقوم ادارة العلاقات العامة بوضع السياسات والانجازات اللازمة لبرنامجها المتمثل في الاتصال بتلك الجماهير المختلفة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> محمد علي أبو العلاء، العلاقات العامة والانسانية في ظل عالم متغير، دار العلم والامان ، الجزائر ، 2020، ص6

<sup>2</sup> محمد صاحب سلطان :العلاقات العامة ووسائل الاتصال ، الطبعة 4 ، دار المسيرة ، 2015، ص57

<sup>3</sup> السردى محمد الدبس : الاتصال والعلاقات العامة في ادارة المكتبات ومراكز المعلومات ، عمان ، دار اثراء للنشر والتوزيع، 2010، ص200

**التعريف الإجرائي:** تعددت التعاريف بخصوص العلاقات العامة من قبل علماء ودكاترة من الوطن العربي وكذا علماء اجانب، وقد توصلنا من خلال ماقدموه الى هذا التعريف الذي نحاول من خلاله حصر أهم نقاط الدراسة:

العلاقات العامة هي اسلوب وفن تواصل مع الغير بهدف نقل وتبادل المعارف كما أنها أسلوب اتصالي تفاعلي لبناء العلاقات الطيبة بين الموظفين في الادارات والمؤسسات وهذا مايعود بالإيجاب على هاته الاخيرة وذلك بخلق صورة ذهنية حسنة لجمهورها وبذلك تكسب تأييده في سياستها التي انتهجتها.

### ثانيا: خصائص العلاقات العامة

حظيت العلاقات العامة بجملة من الخصائص كونها علم مستقل بذاته كغيرها من العلوم التي تنفرد بمميزات تجعل منها الفرق، ونلخصها في النقاط التالية:

أن العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية من حيث الأهمية بل تشكل عنصرا أساسيا في أنشطة المنشأة فهي ضرورية بغرضها المجتمع الحديث.

القصدية للعلاقات العامة: نشاط مخطط مرسوم لإحداث تأثير مرغوب في وقت محدد وبأسلوب معين ومختار<sup>1</sup>.

العلاقات العامة هي همزة وصل بين فلسفة المشروع والجمهور: وهذا الاتصال ضروري لجعل الجمهور يتفهم أنشطة المنظمة، ويرتكب كثير من المديرين خطأ كبيرا عندما يتصورون أن الجمهور لا يهتم بما تعطيه المنظمة، وكثيرون منهم يعتبرون إعلام الجمهور إنما هو مصدر للافتخار والزهو بالنفس.

تستهدف العلاقات العامة تحقيق الرضا العام وانتزاع موافقة الجماهير: أي أنها تدار بمهارة الأسلوب التأثيري الصاعد والهابط من أجل إحداث التوافق والتكيف والتعاون.

ترتكز العلاقات العامة على التخطيط القائم على الملاحظة العلمية وطرق البحث العلمي التي تساعد على تلمس احتياجات الجماهير ودراسة آرائها واتجاهاتها وتحسس مشكلاتها، ونقل هذه الدراسات بأمانة وصدق إلى المستويات الإدارية العليا. لهذا فهي لا تعتمد على الارتجال أو الصدفة

<sup>1</sup> الصيرفي محمد : إدارة العلاقات العامة ، مؤسسة حورس الدولية ، الاسكندرية ، 2005، ص23

العلاقات العامة عمليات تطبيقية للعلوم الاجتماعية والسلوكية: لأنها تتعامل مع كائنات إنسانية حية ذات طبائع مختلفة وتكوينات نفسية متغيرة ولذلك تحتاج هذه الوظيفة إلى متخصصين لممارسة أنشطتها المختلفة .

تتصف العلاقات العامة بالشمولية: فنشاطها لا يقتصر على ميدان دون آخر بل يمتد ليشمل كافة الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية.... الخ وكافة المؤسسات بأشكالها وأنواعها كما تخدم أصحاب الحرف .

العلاقات العامة نشاط موقوت، بمعنى أن اختيار الوقت المناسب لتنفيذه برنامج معين من برامج العلاقات العامة أمر ضروري وحيوي لنجاح هذا البرنامج.

العلاقات العامة جوهرها الاتصال بالمفهوم العلمي، فهي تستخدم وسائل الاتصال المختلفة لكي تنشر المعلومات والأفكار وتشرحها وتفسرها للجماهير، كما تتعرف على اتجاهات الجماهير عن طريق البحوث التي تجربها لجمع المعلومات التي تتعامل معها<sup>1</sup>.

### ثالثاً: مبادئ العلاقات العامة

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

1- انطلاق نشاطها في اية منظمة من داخل هذه المؤسسة .

فجميع العاملين في المنظمة يساهمون في تكوين السمعة الطيبة والانطباع الجيد عن المنظمة وبالتالي لا يمكن لأية منظمة مهما كانت أن تقوم بتحسين علاقاتها مع الوسط الخارجي إن لم تكن العلاقات فيما بين الجمهور الداخلي على أحسن وجه ومبنية على المحبة والتعاون والاحترام المتبادل .

2- الديمومة والاستمرارية<sup>2</sup>: إن اكتساب ثقة الجماهير (الداخلية والخارجية) لن تتحقق إلا عن طريق العمل المستمر والدؤوب للعلاقات العامة وفي كافة الأوقات ودون انقطاع من أجل الحفاظ على التواصل لتبادل الآراء والمعلومات والسعي لتحقيق ما يطلبه الجمهور .

<sup>1</sup> عبد الحي محمود صالح وآخرون: العلاقات العامة والاعلام في الخدمة الاجتماعية (د،ط) : المكتبة الجامعية (د،ت،ط) الأردن ،ص33

<sup>2</sup> محمد العازي وأحمد إدريس ، العلاقات العامة المعاصرة وفعالية الإدارة، مصر ، جامعة الرقازيق ، 2007،ص300

**3- التعاون المتبادل بين المنظمات:**

إن ممارسة أية منظمة لنشاطها وتوطيد علاقاتها مع جماهيرها الداخلية والخارجية لا يكفي في غالب الاحيان لنجاحها في تأدية رسالتها وخاصة إذا كانت قد اغفلت تعاونها وتضافرها مع المنظمات الأخرى لذلك أصبح هذا التعاون أحد مرتكزات وأسس العلاقات العامة نظرا لأهميته وضرورته .

**4- شمولية العلاقات العامة:**

إن نشاط العلاقات العامة يجب أن يشمل جميع المجالات والايقتصر على مجالات معينة أو محددة، لأن العلاقات العامة ضرورية ولا بد منها في كافة الميادين التجارية والصناعية والادارية والتعليمية والصحية وحتى على المستويين العام والخاص وبكل فروع التابعة لهما وعلى الصعيد الداخلي والخارجي<sup>1</sup>.

**5 - أخلاقية العلاقات العامة:**

إن العلاقات العامة تقوم على أسا من الثقة والاحترام المتبادل بين المنظمات وجماهيرها وهذا يتطلب منها أن تقوم على مبادئ أخلاقية، يعني أن تتبعد عن التحيز والتفرقة والعنصرية والحزبية والدينية وعن وسائل الغش والتضليل والدعاية المزيفة، وأن تقوم في تعاملها مع الجماهير على أساس من الصدق والامانة والثقة.

**6- ديناميكية العلاقات العامة وحيوتها:**

إن نشاط العلاقات العامة يجب أن يتصف بالفاعلية والايجابية (بالتأثر والتأثير) عن طريق استخدام الاتصال العام المناسبة التي من شأنها أن تأخذ دورا هاما بين الطرفين "المنظمات والجماهير" وذلك من أجل تكوين رأي عام مستنير لدى الجماهير<sup>2</sup>.

**7- انسانية العلاقات العامة:**

وتعني التركيز على الجانب الانساني واعتبار أن الانسان هو محور كل نجاح في أية منظمة كانت والاهتمام بالعاملين كافة دون تمييز واعتبارهم حجر الأساس في أية منظمة وتحسين ظروفها وظروف عملهم، كذلك إتاحة الفرصة للابتكارات وعرض المقترحات والحيلولة دون الفردية وسيطرة القلة على

<sup>1</sup> مصطفى يوسف كايف : العلاقات العامة وإدارة الأزمات والمراسم ، عمان، دارأسامة، 2015، ص 60-64

<sup>2</sup> انعام حسن أيوب وآخرون : العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية ، دار الخامد ، ط 1، عمان، 2017، ص 40

المؤسسة كذلك توفير الحياة الكريمة للعاملين والابتعاد عن المحاباة والتميز في المعاملة الأطراف التي تتعامل مع هذه المنظمة<sup>1</sup>.

### 8- اجتماعية العلاقات العامة:

إن العلاقات العامة يجب أن تقوم على قواعد واسس اجتماعية من أجل تحقيق عنصر التماسك والتضامن بين المنظمة والجمهور من أجل تحقيق أهداف اجتماعية عن طريق قيامها بتدريب الجمهور الداخلي للمنظمة كما تحمل المسؤولية الاجتماعية من خلال تعريفهم بإمكانياتها وسياساتها ومسؤولياتها وبالعبقات والصعاب التي تواجهها وبما يجب عليهم من تأييد ومشاركة في تحمل هذه المسؤولية للمساهمة في تأدية رسالتها .

### 9- تناسب العلاقات العامة مع الظروف والمستجدات:

من المعروف أن حاجات الجماهير ومطالبهم دائما في تزايد مستمر وأن النفس البشرية في حاجة إلى التشويق والإقناع وأن التجديد يعد من أهم وسائل الإغراء وجذب الانتباه وإثارة الاهتمام لذلك من الضروري أن تقوم العلاقات العامة على أساس مراعاة الظروف والمواقف ولاستجابة للمستجدات من أجل تمكنها من مقابلة حاجات المجتمع وملاءمة هذه الحاجات عن طريق دراسة أنسب الأساليب التي تعكس ردود الفعل المناسبة من الجماهير المتعاملة مع المنظمة أو بعبارة أخرى أن برامج العلاقات العامة يجب أن تتميز بالتجديد المستمر في أساليبها لتتمكن من إقناع جمهورها وكسب تأييدهم<sup>2</sup>.

### 10- احترام العلاقات العامة لآراء الجمهور وإيمانهم بمعتقداتهم :

العلاقات العامة ونجاحها متوقف على إرضاء جماهيرها وهذا يتحقق إلا إذا أعدت برامجها في ضوء تيارات الرأي العام وهذا فقط بقيام العلاقات العامة باحترام العادات الموروثة والتقاليد المعروفة واعتماد ذلك كفلسفة أساسية في كافة برامجها<sup>3</sup>

<sup>1</sup> الصرايرة محمد نجيب : العلاقات العامة والأسس والمبادئ ، الأردن ، مكتبة الرائد العلمية ، 2000، ص12

<sup>2</sup> الصرايرة محمد نجيب : المرجع نفسه ، ص 12

<sup>3</sup> أنغام حسن أيوب وآخرون ، العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية مرجع سابق ، ص41

## رابعاً: وظائف العلاقات العامة

- هناك اختلاف كبير بين الأكاديميين والممارسين حول ماهية الأنشطة التي تؤدي داخل إدارة العلاقات العامة، وقد يكون من المفيد أن نعرض لبعض آراء الكتاب في هذا الصدد وكذلك نتائج بعض الدراسات الميدانية التي تهدف إلى التعرف على وظائف والأنشطة التي تؤدي داخل المنظمة<sup>1</sup> ويشير الباحث من رؤيته إلى أن تحديد وظائف العلاقات العامة يكون فيما يلي:
- (1) العناية الفائقة بتصوير الأسس العامة التي تقوم عليها المؤسسة التي تعمل فيها.
  - (2) دعم الاتصال بين المؤسسة وغيرها من المؤسسات الأخرى.
  - (3) تعريف الجماهير بالمؤسسة وشرح رسالتها و أهدافها.
  - (4) مساعدة القيادات المهنية التي تعمل معها لكي يكونوا قادرين على مسيرة التطور
  - (5) الحصول على المساعدات والخبرات من المؤسسات الأخرى.
  - (6) رعاية القدرات الفردية والجماعية والمهنية وتوجيهها لخدمة المؤسسة.
  - (7) تشجيع المؤسسة لخدمة المجتمع.
  - (8) تعزيز المفهوم بان العامل الأول للعلاقات العامة هو الشخص نفسه ومدى قربها للعلاقات العامة وبرايجها.
  - (9) التنسيق بين مختلف الإدارات التي تضمها المؤسسة لتحقيق الانسجام بينها وبين البيئة الخارجية ويتفق مع ما أشاره إليه الدكتور صالح أبو أصبح فيما يلي: (تحسين صورة المؤسسة لدى الجماهير الخارجية)<sup>2</sup>
- ويرى أغلب الباحثين والأكاديميين أن وظائف العادات العامة التي يجب أن تتبعها إدارة العلاقات العامة في أي منظمة التحقيق أهدافها، هي:
- 1. البحث والتحري:**

تعتبر من أهم الخطوات التي تبين عليها المقومات الأساسية لنجاح نشاطات العلاقات العامة، فالمنظمة بحاجة إلى معرفة آراء المجتمع وردود الفعل عند اتخاذ أي قرار أو تنفيذ أي نشاط لذا ينبغي الاجابة في النهاية الى بحث عن سؤال مهم مفاده: ماذا يجري الان؟

<sup>1</sup> محمد فريد الصحن : العلاقات العامة ، مبادئ والتطبيق ، ط 1 ، الاسكندرية :الدار الجامعية ، 2014 ، ص 43

<sup>2</sup> صالح أبو اصبع ، الاتصالات والعلاقات العامة ، ط 1 ، القاهرة : الشركة العربية للتسويق والتوريدات ، 2011 ، ص 183-184

**2. التخطيط:**

تشمل تحديد الاهداف القصيرة والطويلة المدى، ورسم البرامج التنفيذية، وغيرها وهذا ينبغي الاجابة عن: ماالذي يجب القيام به.

**3.التنفيذ والاتصال:**

تعتبر الخطوة التي تتضمن القيام بتنفيذ البرنامج الموضوع من خلال التواصل الذيالى تحقيق الهدف الأساسي من البرنامج المعد سواء لتعريف المجتمع بالمعلوماتالمطلوبة أو خلق علاقة إنسانية واجتماعية، ويوجب هذا الإجراء عن سؤال: كيف يمكن أن ننفذ الاتصال بأيسر السبل وأقواها تأثيراً؟

**4. القياس والتقييم:**

تسعى الإدارة لمعرفة ما حققه البرنامج، وقياس مدى تأثير واستفادة الجمهور منه، وفيهذه الخطوة نجب على السؤال الأساسي: ماذا حقنا من نتائج؟<sup>1</sup>  
-هناك رأي آخر أن العلاقات العامة تقوم بمجموعة من الوظائف يمكن معالجتها منخلال ثلاث محاور أساسية وهي:

**أولاً: وظائف العلاقات العامة بالنسبة للجمهور بصفة عامة:**

1. تعريف الجمهور بالمنظمة وإنتاجها وخدماتها بلغة مبسطة بهدف الحصول على تأييد الجماهير للمنظمة وأنشطتها..
2. شرح سياسة المنظمة للجمهور وإبلاغه بالتعديلات أو التغيرات التي تمر عليها بهدفقبوله إياها والتعاون معها.
3. مساعدة الجمهور على تكوين رأي سليم وذلك من خلال مدة بكافة المعلومات الصحيحةوالصادقة ليكون رأيه مبنية على أساس من الواقع والتدقيق
4. التأكد من أن جميع الأخبار التي نشر على الجمهور صحيحة وسليمة.
5. تهيئة جو صالح في المنظمة والأفراد وبعضهم البعد داخل المنظمة<sup>2</sup>

<sup>1</sup> رؤوف حسين الزبيدي : مبادئ العلاقات العامة ، ط1 ، عمان : الأكاديميون للنشر والتوزيع ، 2014 ، ص33-35

<sup>2</sup>فؤادة عبد المنعم البكري : العلاقات العامة وتغيير ثقافة المنظمات ، ط1 ، القاهرة : عالم الكتب ، 2014 ، ص102

ثانيا: وظائف العلاقات العامة بالنسبة للمنظمة ككل:

1. مد المنظمة بكافة التطورات التي تحدث في الرأي العام.
2. حماية المنظمة ضد أي هجوم يقع عليها نتيجة نشر أخبار كاذبة أو غير صحيحة عليها.
3. التأكد من أن أهداف المنظمة وأغراضها وأعمالها تلقي الاهتمام الكافي من فئات الجمهور المختلفة<sup>1</sup>.

ثالثا: وظائف العلاقات العامة بالنسبة لإدارة المنظمة:

1. أخبار الإدارة العليا بردة فعل سياساتها بين فئات الجمهور المختلفة.
2. بحث وتحليل وتلخيص جميع المسائل التي تهم الإدارة العليا ورفعها إليها.
3. مساعدة وتشجيع الاتصال بين المستويات الإدارية العليا والمستويات الدنيا والعكس.
4. تعمل كمنسق بين الإدارات المختلفة في المنظمة لتحقيق الانسجام بين هذه الإدارات من ناحية وبينها وبين الجمهور الداخلي والخارجي من ناحية أخرى.
5. تعمل كمستشار شخصي لأعضاء مجلس الإدارة ولجميع مديري الإدارة العليا للمنظمة، وإسداء النصح للمسؤولين عن إصدار القرارات وتعديل السياسات<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> عبد الرزاق محمد الدليمي: العلاقات العامة في التطبيق ، ط1، عمان : دار جرير للنشر والتوزيع ، 2013، ص118

<sup>2</sup> محمد فريد الصحن : العلاقات العامة ، مبادئ والتطبيق، مرجع سابق ص46



## خلاصة الفصل:

نستخلص من خلال ماتطرقنا اليه في هذا الفصل الذي عرجنا في على بعض المفاهيم الخاصة بالعلاقات العامة انها علم قائم بذاته وضع لنفسه مكانة مرموقة وفي غاية الأهمية وذلك مانتج عنه من تحسين صورة المؤسسة من خلال التخطيط الدقيق والبرامج المدروسة وذلك تبعا للوظائف والمهام الموكلة إليها مرتكزا على مجموعة من المبادئ والأخلاقيات التي جعلتها تحتل صدارة الترتيب في الهيكل التنظيمي لأي مؤسسة .

# الفصل الثالث

## العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية

تمهيد.

أولاً: تعريف المؤسسة الإعلامية

ثانياً: إدارة المؤسسات الإعلامية

ثالثاً: العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية

رابعاً: العلاقات العامة ومكانتها في المؤسسة الإعلامية

خلاصة الفصل

## تمهيد:

لقد أصبح للمؤسسة الإعلامية مكانة كبيرة في أوساط الجماهير وذلك لمل تقوم به من وظائف تثقيفية و تعليمية وتربوية وتكوين الرأي العام وتزويد الجمهور بالأخبار والبرامج السياسية والتعليمية والترويجية وتكوين الاتجاهات من خلال اهتمامها بتشجيع الحوار والنقد ونشر الرأي والرأي الآخر حيث أصبحت المؤسسة الإعلامية تلعب دورا هاما في المجتمع وذلك من خلال ما تقوم بتوصيله من معلومات وحقائق إلى الجمهور، كما تعمل على صيانة ثقافة المجتمع ونقلها من جيل إلى جيل آخر ويعتمد نجاح المؤسسة الإعلامية على حسن تنظيم إدارتها وتوزيع الصلاحيات بين أقسامها الإدارية والفنية بشكل يساعد على دفع العملية الإنتاجية في المؤسسة بأسلوب أفضل، وإعداد قسم يعمل على توجيه وتنظيم أعمالها ويتواصل مع جمهورها الداخلي والخارجي، وممثل في قسم للعلاقات العامة وهذا ما نحاول عرضه في هذا الفصل من خلال معرفة مكانة العلاقات العامة في المؤسسة الإعلامية.

## أولاً: تعريف المؤسسة الإعلامية :

**مفهوم المؤسسة:** تشتمل المؤسسة على عدة مفاهيم وكل منها يركز على جانب من الجوانب كالهيكلة التنظيمية ، طبيعة نشاطها وأهدافها ، والاختيار بين تلك المفاهيم المختلفة يتوقف على الغرض من استعمالها والأهمية التي تعطى لكل جانب. ومن بين تعاريف المؤسسة ما قدمه "لابستين" بأنها " مجموعة مستقرة من الرجال وظيفتهم تقديم للجماعات منتوجات أو خدمات عن طريق إستخدام وسائل تقنية ومالية".<sup>1</sup>

## مفهوم المؤسسة الإعلامية :

يشير الدكتور محمد فريد محمود عزت ، في كتابه قاموس المصطلحات يشير الدكتور محمد فريد محمود عزت ، في كتابه ( قاموس المصطلحات الإعلامية) أن المؤسسات الإعلامية هي كل الوسائل والأدوات

<sup>1</sup> حاج أحمد كريمة ، العلاقات العامة داخل المؤسسة ، دراسة حالة مؤسسة الصناعات النسيجية ، جامعة وهران السانينا ، الجزائر ، 2009/2010، ص98

أو الوسائط الغير شخصية للاتصال التي عن طريقها تنقل كل المعلومات السمعية البصرية بشكل مباشر إلى الجماهير وتشمل التلفزيون الراديو الصحف والمجلات والصور المتحركة والسينما والكتب... الخ<sup>1</sup>

يطلق مفهوم المؤسسة الإعلامية على الإعلام بشكل عام وهو مفهوم يستخدم لوصف أي مؤسسة تجارية أو وسيلة أو منظمة رسمية أو غير رسمية وتأخذ على عاتقها مهمة نقل المعلومات ونشر الأخبار. ومن خصائص المؤسسة الإعلامية أن الإعلام يعد ذراعاً من أذرع القوى الأساسية في الدولة والمجتمع وهو محمي من قبل الأنظمة والقوانين ومن أبرز خصائصها المصدقية، الكفاءة، التغذية الراجعة، الحيادية، أخلاقية المهنة<sup>2</sup>

### ثانياً : إدارة المؤسسات الإعلامية :

تتمثل إدارة المؤسسات الإعلامية على جانبين متكاملين للعملية الإدارية، أولهما: إدارة التحرير التي تهتم بجوانب إعداد الرسالة الإعلامية ونشرها وثانيهما: إدارة المؤسسة باعتبارها تنظيم ذو نشاط إنساني، و اقتصادي و التي يمكن أن نسميها بإدارة الأعمال وفي الأغلب ما يطغى لدى الناس مفهوم الإدارة بجانبها الثاني، ولا يلقي الجانب الأول عناية مناسبة على الرغم من أن النشاط الأساسي لإدارة المؤسسات هو نشر الرسالة الإعلامية سواء كانت مكتوبة أو مسموعة أو مرئية.<sup>3</sup>

و تشمل المؤسسات الإعلامية على مؤسسات صحفية وإذاعية وفضائيات و وكالات الأنباء ودور النشر وشركات الإعلانات بإضافة إلى الإعلام الجديد عبر شبكة الأنترنت وهي تحتاج إلى أسلوب خاص لإدارتها من أجل الخروج بأفضل المخرجات الإعلامية والأهداف من تأسيسها وهي تتفق مع أي منظمة أخرى في أنها لها نفس أوجه نشاط المؤسسات والمنظمات التجارية مثل الإنتاج

<sup>1</sup> ياسر عبد الله طيب، العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية، كلية الإعلام جامعة إفريقيا العالمية، 2019، ص55  
هيئة الجندي، مفهوم المؤسسة الإعلامية، موقع حياتك<sup>2</sup>

والمشتريات والتسويق والأفراد والأعمال المكتبية والتمويل و إن كانت تختلف طبيعة هذا النشاط باختلاف المؤسسة<sup>1</sup>

إن أي مؤسسة تهدف إلى تحقيق أهداف معينة ومهما اختلفت طبيعة المؤسسة فإن أنشائها من المفترض أن تسعى إلى تحقيق هدف يتلائم مع هاته الطبيعة ومن ثم فإن المؤسسة الإعلامية تهدف إلى الإخبار والتوجيه والترفيه.... الخ.

ستختلف عن أي مؤسسة تهدف إلى التعليم مثل الجامعة، أن كل واحد من هذه المؤسسات يمكن إعتبارها مؤسسة ذات طبيعة معينة ومن ثم فإن شكل إدارتها يختلف باختلاف هذه الطبيعة<sup>2</sup> وهناك سببين رئيسين لدراسة إدارة المؤسسات الإعلامية:

- ضخامة الإستثمارات في المجال الإعلامي.
- صعوبة الإنتاج في المجال الإعلامي.
- أهم المهارات الإدارية الواجب توافرها في العاملين بالمؤسسات.
- المهارات الفكرية: أي مهارات عقلية خاصة بالتفكير بطريقة موضوعية.
- المهارات الإنسانية: فن التعامل مع الأفراد والجماعات.
- المهارات الفنية: القدرة على تنفيذ الخطط والبرامج إلى أفعال على أرض الواقع.<sup>3</sup>

### ثالثا : العلاقات العامة في المؤسسة الإعلامية :

من الضروري الإشارة إلى أن للعلاقات العامة ثلاثة أبعاد مترابطة ومتداخلة داخل كل

المؤسسات الإعلامية لدعم المحتوى الإعلامي وهي :

1\_ أن إعتبار العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية ممارسة يومية .

2\_ أنها عبارة عن نظام إقتصادي وإجتماعي .

<sup>1</sup> معتصم عبد العزيز سيد محمد، دور استراتيجيات لعلاقات العامة في تطوير أداء المؤسسات الإعلامية ، دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على قناة الشروق السودانية ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ،السودان 2019،ص 59  
محمد فريد عزت، إدارة المؤسسات الإعلامية ، دراسات في الإعلام ،العربي للنشر والتوزيع ، 1994 ص 22  
يحيى إبراهيم المدهون، محاضرات في إدارة المؤسسات الإعلامية، جامعة غرب كردفان، جمهورية السودان. 2018، ص 53

## 3\_أنها عبارة عن قناعة وإيمان بأهداف المؤسسة ورسالتها

وكمفهوم تعتبر العلاقات العامة مرتبطة بالفوائد المجتمعية المتبادلة بين المؤسسة الإعلامية

والجمهور.<sup>1</sup>

ونظرا لأهمية العلاقات العامة لأي مؤسسة سواء كانت صغيرة أو كبيرة في الحجم

فلا بد أن يتولى أمر إدارتها أشخاصا مؤهلون في العلاقات العامة والعلوم السلوكية والصحفية،

بالإضافة إلى وجود بعض الصفات والميزات الشخصية ومن أهمها:

" الصفات الأخلاقية، قوة الشخصية، المعرفة الموضوعية، المظهر الحسن، القدرة على الإتصال،

الديناميكية، حب الإستطلاع، الخيال الخصب، اللغة".<sup>2</sup>

و تأسس العلاقات العامة على تصور قائم على التماثل بين الجمهور الداخلي والجمهور

الخارجي، وينظر إلى الأخير كأفراد مستهلكين لمواد وسائل الإعلام الجماهيرية ووفق هذا

المنظور، يمكن إعتبار العلاقات العامة أداء مساهمة في خدمة إعلامية موجهة لخدمة المتلقي

، بمعنى أن الهدف الأساس للإعلام هو إشباع رغبات و أفضليات المستهلك بدلا عن إشباع

حاجات الجماعة، أو حاجات فكرة المواطنة وهذا المفهوم لم يكن مقبولا كثيرا في قبل الثورة

المعلوماتية و بلورة الإعلام الجديد.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> معتصم عبد العزيز سيد محمد، دور استراتيجيات لعلاقات العامة في تطوير أداء المؤسسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 68

<sup>2</sup> حاج أحمد كريمة، العلاقات العامة داخل المؤسسة، دراسة حالة مؤسسة الصناعات النسيجية، جامعة وهران السانبا، الجزائر، 2009/2010، ص 110

<sup>3</sup> معتصم عبد العزيز سيد محمد، دور استراتيجيات لعلاقات العامة في تطوير أداء المؤسسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 69

#### رابعاً: العلاقات العامة ومكانتها في المؤسسة الإعلامية

تعتبر مكانة إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية مؤشراً على مدى اهتمام المؤسسة بالعلاقات العامة ومدى ما تنتجه لها من تسهيلات و إمكانيات، و تحتل إدارة العلاقات العامة مكانة مساوية لباقي الإدارات الأخرى نجد أن لها دوراً فعالاً في اتخاذ القرارات العليا ومساعدة الإدارة العليا في وضع السياسات المختلفة للمؤسسة إزاء فئة الجمهور المختلفة للحفاظ على الثقة و لهذا لا بد من أن تكون لإدارة العلاقات العامة مكانة في المؤسسة الإعلامية و باقي المؤسسات الأخرى، و ستمثل مكانة إدارة العلاقات العامة في المؤسسة الإعلامية من خلال الأعمال والنشاطات التي تقوم بها<sup>1</sup>.

إن إدارة العلاقات العامة ليست من الدوائر التنفيذية و هي لا تتمتع بصلاحيات رسمية، حيث تعتبر هيئة استشارية تصدر توجيهات و مقترحات إرشادية تتعلق بتوظيف و اختيار أفضل الوسائل و الأساليب المؤدية إلى تحقيق الثقة التفاهم المتبادلين، و تتأكد قوة و نفوذ جهاز العلاقات العامة في المؤسسة بمدى اقتراب ذلك الجهاز تنظيمياً من الإدارة العليا و توظيفها لإرشادات و نصائح جهاز العلاقات العامة و درجة الإفادة منها في صياغة و رسم سياسة المؤسسة، و تتوقف أهمية ذلك الدور على مدى قوة اتصال إدارة العلاقات العامة بمراكز السلطة، و من الأفضل أن يكون مدير العلاقات العامة أحد أعضاء هيئة الإدارة العليا بالمؤسسة<sup>2</sup>.

وتتأثر المكانة التي تحتلها إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة بمجموعة من العوامل مثل حجم المؤسسة وقيمة العلاقات العامة كمفهوم و كتطبيق بالنسبة للإدارة العليا، و أيضاً المتطلبات الخاصة للعلاقات العامة داخل التنظيم و حجم الإمكانيات المتاحة لها<sup>3</sup>.

و يتكون قسم العلاقات العامة من المدير والسكرتارية و بعض المتخصصين الذين يتحملون مسؤولية دراسة الاتجاهات و الرأي العام، و تتمثل مسؤولية المدير في تحديد الأولويات التي تسعى

<sup>1</sup> عبد الرزاق محمد الدبيلي : العلاقات العامة في التطبيق ، مرجع سابق ، ص 85

عبد المحيي صالح وآخرون، العلاقات العامة والاعلام في الخدمة الاجتماعية ، دار المعرفة الجامعية ، مصر، 2004، ص 93<sup>2</sup>

<sup>3</sup> عبد الرزاق محمد الدبيلي، المرجع نفسه ، ص 86

إدارة العلاقات العامة إلى تحقيقها و هناك ثلاث اعتبارات تحدد مكانة إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لأي مؤسسة إعلامية:

إن إدارة العلاقات العامة تعتبر الإدارة المتخصصة في الاتصال والمسؤولية عن مساعدة الإدارات الأخرى في التعامل السليم الفعال مع جماهير المؤسسة، كما لها من تأثير في مواقف الجماهير نحو المؤسسة

2- إن إدارة العلاقات العامة تقوم بمراقبة سائر الإدارات الأخرى حرصا على عدم حدوث ما يقلل من فعالية التأثير المطلوب الأنشطة العلاقات العامة.

3- إن تقارير إدارة العلاقات العامة حول علاقة المؤسسة بجماهيرها النوعية واتجاهاتها ومواقفها تم بالدرجة الأولى الإدارة العليا للمؤسسة، حيث تقوم بوضع سياستها وأعمالها وتعديلها بما يتفق وما يتطلبه تكيف مصالحها الخاصة مع المصالح العامة للجماهير<sup>1</sup>.

تعتمد مكانة إدارة العلاقات العامة في أي مؤسسة على أهم العوامل المؤثرة و تكمن في:

- قدرات ومهارات متخصص العلاقات العامة.
- الهيكل التنظيمي للمؤسسة والسياسة التي تتبعها المؤسسة.
- حجم المؤسسة ومكانتها في المجتمع.
- أهداف المؤسسة<sup>2</sup>.

وبصفة عامة فإن المكانة التي تحتلها إدارة العلاقات العامة في المؤسسة الاعلامية تعد دليلا لتقدم المؤسسة، فكلما إرتفعت مكانة العلاقات العامة كلما كان ذلك ذليل على علو مستواها ومكانتها في المجتمع وكلما انخفضت مكانة نشاط العلاقات العامة كان ذلك دليل على عدم اهتمام المؤسسة بوجودها، والمشكلة المطروحة والتي تعاني منها المؤسسات هو اعتبار ادارة العلاقات العامة ثانوية داخلها ولا تهتم بها وهذا لان الادارة العليا لديها مفهوم خاطئا للعلاقات العامة ولهذا تهتمش مكانتها داخل المجتمع .

<sup>1</sup> عبد المحيي صالح وآخرون، المرجع نفسه، ص 94

<sup>2</sup> عبد الرزاق محمد الدبلي، المرجع نفسه، ص 86



## خلاصة الفصل:

من خلال ماتوصلنا إليه في هذا الفصل والذي ركزنا فيه على إدارة العلاقات العامة في المؤسسة الإعلامية ومختلف جوانبها والتي من خلالها يتضح لنا من أهمية إدارة العلاقات العامة تلعب دورا كبيرا في الوقت الراهن في أي مؤسسة، وذلك نتيجة إلى التحولات التي طرأت علي بيئة الإدارة والتي تسعكل مؤسسة إعلامية أو غير إعلامية إلى مواكبة هذا التحول والتطور سعيا منها للحفاظ على استمراريتها من خلال كسب ثقة الجماهير للحفاظ على مكانة المؤسسة، وتلعب المؤسسة الإعلامية دورا مهما في تقديم جملة من الخدمات والوظائف المتنوعة لأنها تتعامل مع جماهير متنوعة لذلك يجب عليها تنظيم أعمالها من خلال اعتمادها على قسم العلاقات العامة لذلك يجب أن تحتل إدارة العلاقات العامة المكانة المناسبة واللائقة بها في الهيكل التنظيمي لأي مؤسسة إعلامية، والذي يسمح لها بدراسة العوامل التي تؤثر في الجمهور وتحليل اتجاهاته النفسية والفكرية وإقناع هذا الجمهور عن طرق وسائل الاتصال المختلفة في العلاقات العامة وعلى الرغم من وجود بعض المفكرين لأهمية إدارة العلاقات العامة عن قصد أو سوء فهم، غلا أنه يبقى القول أن إدارة العلاقات العامة أهمية ودور كبير في المؤسسة الإعلامية .



# الجانب التطبيقي للدراسة

تمهيد.

أولاً: التعريف بالمؤسسة

ثانياً: الدراسة التحليلية للمقابلة

ثالثاً: الدراسة التحليلية للملاحظة

رابعاً: نتائج العامة

خامساً: توصيات ومقترحات

## تمهيد:

تعتبر إذاعة غرداية الجهوية من أبرز وسائل الإعلام الناشطة بصفة رسمية في ولاية غرداية وذلك لعدم وجود قنوات تلفزيونية وصحف مكتبة في المنطقة، لقد شهدت الإذاعة بغرداية تطورا كبيرا منذ تربعها على عرش وسائل الإعلام المحلية وأصبح لها دور فعال في إعلام سكان المنطقة بكل ما يدور في غرداية وحتى في الجزائر والعالم كما أن إذاعة غرداية حتى الكوارث التي جرت لم تقف عائقا في وجهها وظلت مستمرة وتغطي بكل ما يدور في الولاية .

سنتعرض في هذا الفصل هاته إلى كل ما يخص إذاعة غرداية من تعريف والهيكلة التنظيمي وعمل مكتب العلاقات العامة فيها.

### أولا: تعريف بالمؤسسة "إذاعة غرداية "

**1- تعريف الإذاعة:** الإذاعة الجهوية هي الإذاعة التي تخدم مجتمعا محدودا ومتناسقا من الناحيتين الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية مجتمعا له الخصائص البيئية الاقتصادية والثقافية المتميزة على أن تحدد حدود جغرافية حتى تشمله رقعة الإرسال الجهوي. فالإذاعة الجهوية كوسيلة اتصال جماهيري مرتبطة أساسا بمجتمع خاص ومحدود المعالم أو الظروف، وقد يكون هذا المجتمع مدينة أو قرى أو مدن صغير متقاربة وتكون هذه الإذاعة هي مجاهم الطبيعي للتعبير عن مصالحهم وتعكس فهمهم وتراثهم وأذواقهم بل وحتى لهجاتهم وتلبي احتياجاتهم الخاصة .

كما تعرف بأنها وسيلة تعمل على الجماهير بالأقاليم، وتشتغل الإذاعة في عملها على كل الإمكانيات المتاحة لكل إقليم وتشرح الموضوعات الاجتماعية التي تخطط لها الدولة من أجل تطوير المجتمع المحلي. تلعب دورا كبيرا في خدمة المجتمع المحلي. تلعب دورا كبيرا في خدمة المجتمع المحلي والدفاع عن مصالحه، كما تمكننا الإذاعة الجهوية من التعرف على الاحتياجات الجهوية والعمل على تعريف الناس بها للمحافظة على الثقافة المحلية وتطويرها .

### 2- تأسيسها:

بداية البث: بدأ البث التجريبي يوم 24 فيفري /شباط 2001م بمعدل 8 ساعات في اليوم. التدشين الرسمي: تعد إذاعة غرداية أول إذاعة جهوية دشنها فخامة رئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة وتم تمديد البث الى 12 ساعة يوميا في 17 جوان /حزيران 2006م ليصل الى 18 ساعة بث منذ 15 جوان 2007.

### 3- الهيكل التنظيمي:

يتكون الهيكل التنظيمي في إذاعة غرداية الجهوية من ما يلي:

**المدير:** يعتبر المدير في إذاعة غرداية الجهوية عنصر أساسي في أي مؤسسة ،فهو بتسيير أمور المؤسسة.

ويقوم مدير الإذاعة بعدة مهام وهي:

- التوقيع على الوثائق.
- استقبال الضيوف.
- عقد الاجتماعات مع الموظفين.
- عقد الاجتماع الصباحي يوميا مع رئيس التحرير والصحفيين.
- إبرام عقود مع المتعاملين.

**الأمانة:** السكرتارية أو مساعدة المدير في المؤسسة ولا يختلف عمل الأمانة من ادارة الى أخرى ومن بين مهام الأمانة وهي:

- تنظيم المواعيد للمدير
- استقبال الرسائل الصادرة والواردة للمؤسسة.
- التنسيق مع الإدارة وقسم الأخبار وقسم الإنتاج.

**قسم الأخبار:** يضم مجموعة من الموظفين داخل القسم، ورئيس قسم الأخبار هو رئيس التحرير ومساعدته (نائب) كما يضم مجموعة من الصحفيين ومراسلين عبر كافة تراب الولاية ،وأهم المهام التي يقدمها:

- استقبال الأخبار والمعلومات من المراسلين وحتى المكالمات الهاتفية ومراسلات مكتوبة من مديريات ومؤسسات وجمعيات .... الخ
- التأكد من صحة الأخبار التي تأتي من مصادر غير معلومة بالنزول لمكان الحدث ونقل الأخبار.
- تحرير الأخبار من طرف الصحفيين المحررين ورئيس التحرير وإرفاق الأخبار بالتسجيلات.
- تذاع الأخبار على الهواء مباشرة من طرف الصحفيين وحتى رئيس التحرير وذلك لنقص الصحفيين وصغر الإذاعة.

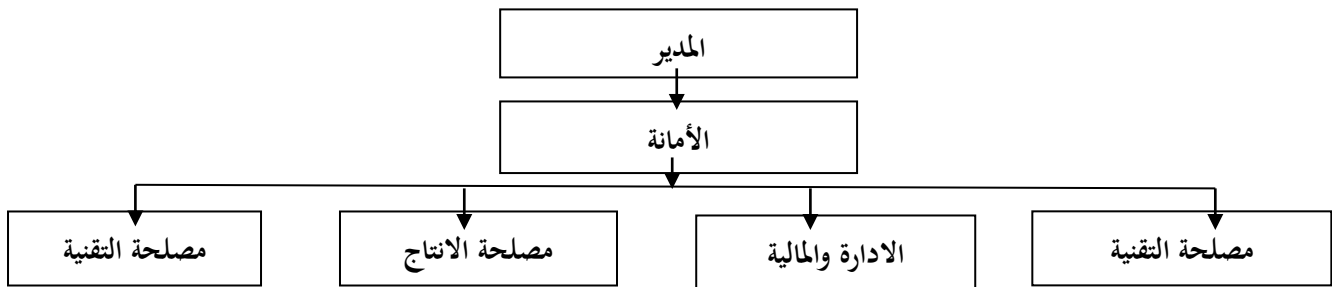
رئيس التحرير: له مهام كثيرة بالإضافة الى الاشراف على قسم الأخبار:

- عمل تسجيلات مع المسؤولين من أجل عمل اضافة لنشرة الأخبار .
- الإشراف على تحرير الأخبار .
- توزيع المهام على الصحفيين .
- التدخل في المادة الاخبارية ومدى تطابقها مع الخط الافتتاحي للإذاعة .

**قسم الإنتاج:** يضم قسم الإنتاج عدد من المنشطين والمخرجين ويشرف عليه مدير الإنتاج، هو عبارة عن قسم يهتم بكل ما يخص اعداد البرامج اليومية و الأسبوعية وكل ما يخص البرمجة، ومن بين مهامه نذكر:

- التنسيق مع معدي البرامج سواء كانوا منشطين دائمين ومخرجين متعاملين.
- قسم الإنتاج مكلف بالبرمجة اليومية والاسبوعية..... الخ

**الشكل رقم: (05) يوضح الهيكل التنظيمي للإذاعة غارداية**



#### 4- مهام الإذاعة غارداية

يعمل عمال الإذاعة وإدارتها على حسن تسيير هذه الموارد المادية واستغلالها بالطرق السلمية بغرض تحقيق الرضا الشخصي عن الأعمال التي يقومون بها ورضا المؤسسة التي يعملون بها وذلك عبر تكريس العلاقات العامة في الاتصال الداخلي والخارجي الذي يسعى من خلالها إلى تحقيق الهدف النهائي للإذاعة المحلية في إطارات تأثير على البيئة المحيطة ومن أبرز مهامها المحافظة على التوازن بين الرسالة الإعلامية والمداخيل.

#### 5- أهداف إذاعة غارداية

وضعت إذاعة أهداف واضحة المعالم تسعى إلى تحقيقها ومن أبرز تلك الأهداف التي سطرتها الإذاعة وهي كالتالي:

- تفعيل دور الإعلام الجوّاري .
- تقديم خدمة عمومية تهتم بمشاغل المواطن
- إبراز وتثمين الرصيد الثقافي والموروث الحضاري لسكان ولاية غرداية .
- مواكبة الحركة المشهودة بغرداية كقطب واهتمامه محوري للتبادل الاقتصادي.
- التنمية المحلية والخدمة العمومية الإنسانية

## 6- ورقة الشبكة:

أ- البراجمية: وقسمت إلى مرحلتين

المرحلة الأولى: افتتاحية تبدأ من الساعة 7:00 إلى حدود 14:00 وهي فترة أولى تحتوي على برامج ومواعيد إخبارية وروبورتاجات وبرامج علمية واجتماعية إضافة إلى حصص قصيرة  
المرحلة الثانية: وتمتد من 14:00 إلى نهاية الإرسال وتشكل العمود الفقري للشبكة البراجمية، وتحتوي على مادة دسمة يغلب عليها الطابع الثقافي والفني والتفاعلي والفكري وهي حصص نهدف من خلالها إلى إيصال رسالة إعلامية إلى جميع المهتمين بالبرامج الإذاعية سواء داخليا أو خارجيا .  
وبالتفصيل نذكر فترات العمل الإذاعي اليومية:

من 7 إلى 9: حصّة صباح الخير يكون فيها ضيف شرف مثال: الأمن، غرفة الفلاحة وإرشادات صحية .....

مع 8:00 موجز اخباري بالعربية مع فواصل اشهارية

مع 9:00 موجز اخباري بالميزانية مع فواصل اشهارية

مع 10:00 موجز اخباري بالعربية مع فواصل اشهارية

مع 11:00 موجز إخباري بالميزانية مع فواصل إشهارية

مع 11:30 عناوين الأخبار

مع 12:00 نشرة الأخبار المفصلة

مع 13:00 الربط بالقناة الأولى

مع 14:00 النشرة الميزانية مع فواصل اشهارية

مع 16:00 الربط بالقناة الأولى

مع 17:00 موجز إخباري

مع 17:30 النشرة الجوية

مع 18:00 النشرة المفصلة بالعربية

مع 19:00 أحلى النغمات

مع 19:30 نشرة الأخبار

## ب - الشبكة البرمجية:

تنقسم الشبكة البرمجية كالاتي:

1-العادية: من سبتمبر إلى جوان

2-الصيفية: فترة الصيف

3-الرمضانية: خاصة في شهر رمضان

العادية: التحدث عن الدخول المدرسي وكذلك مشاريع تنموية وحصص تنموية وأخبار ...

الصيفية: تكون مخففة وترفيهية تتمثل في أنشطة جمعوية وشبانية مثال على ذلك منتدى الإذاعة

يتخصص له 2سا في الأسبوع يعد أكبر حصة تنموية تكون باستضافة الوالي مثلا

الرمضانية: مسابقات، حصص رمضانية، الطبخ، برامج موجهة للمستهلك، حصص نوعية ...

## ثانيا: الدراسة التحليلية

### 1- المقابلة:

لقد قمنا بإجراء مقابلة مع مدير إذاعة غرداية السيد: جريدي علي، والصحفي محمد ملين معيز من

قسم الأخبار،

### المحور الأول : أهمية العلاقات العامة في صناعة القرارات في مؤسسة إذاعة غارداية

يعتبر مفهوم العلاقات العامة لمدير مؤسسة إذاعة غارداية هو ترابط الاقسام الفاعلة في المؤسسة

وتيسير تنقل المعلومة والتحديث لكل المعطيات الموجودة في المؤسسة يوميا وآنيا وفي الوقت

المناسب،وكمفهوم آخر هي ممارسات الجهود الإتصالية التي تقوم به المؤسسات داخليا وخارجيا

لضمان ديناميكية عمل جيد والترويج لصورة المؤسسة بطريقة أفضل ونجد أن الدول المغاربية بمختلف

مؤسساتها على غرار دول الخليج لا يوجد فيها خلايا معينة للعلاقات العامة بل فقط ممارسة تلقائية لها



يتبين من خلال التعريفات السابقة نلاحظ أن كليهما يصب في مفهوم العلاقات العامة لكن بدرجة متفاوتة فنجد أن المفهوم الأول قدم تعريفا شاملا بها يتناسب مع نشاطها في إذاعة غارداية لكن على غرار هذا قدم الصحفي "محمد الامين معيز" مفهوما مغايرا وهو الأصح بدرجة كبيرة .  
أما مهام العلاقات العامة فهي جد ضرورية ومهمة وداخل إذاعة غارداية إلا أنه حسب مافهمنا من خلال المقابلة فهي تحتاج إلى تحسين أكثر وهذا لوجود بعين النقائص على صعيد الإتصال بين الموظفين.

مؤسسة إذاعة غارداية لا تتوفر في هيكلها التنظيمي على مكتب خاص العلاقات العامة ،ويقوم بهذه أفراد من بينهم مدير الاذاعة ورئيس التحرير ومديرة الانتاج وأيضا الملحق التجاري المعني بالجانب الإشهاري وعقد الشراكات.

أما من ناحية القائم بنشاط العلاقات العامة في الإذاعة يقوم بها رؤساء المصانع أي الإدارة لكل من عقد إجتماع للخروج بأفكار وخدمات عديدة .

كما تسهم فاعلية العلاقات العامة في صناعة القرارات داخل المؤسسة في عقد الإجتماع الصباحي بين موظفي الاذاعة وينتج عن ذلك إتخاذ بعض القرارات التي تخدم النشاطات والبرامج الإذاعية في المؤسسة التي تعود عليها بالنفع والإيجاب في زيادة نسبة السابقة والحفاظ على جمهورها والعمل على إشباع حاجياته .

### المحور الثاني: أثر العلاقات العامة في تحسين صورة مؤسسة إذاعة غارداية .

يتميز نشاط العلاقات العامة في تحسين صورة مؤسسة إذاعة غارداية كما يساعدها في تحقيق الإنسجام ويبرز هذا مباشرة على الأداء الوظيفي .

كما يساهم هذا النشاط في تقديم خدمات ذات جودة وفعالية بحيث تعطي صورة جيدة لمؤسسة إذاعة غارداية تبقى في اذهان جماهيرها .

ومع هذا يعتبر نشاط العلاقات العامة غير كاف ، بل يحتاج إلى أنشطة أخرى مع مؤسسات تجمع بينهم علاقة عمل تتمثل في أنشطة ومعاملات تصب في فائدة كلا الطرفين من ناحية تحسين صورتهم مع الجماهير

ومن خلال ما وضح لنا ، نستنتج أن ماتقوم به "مؤسسة إذاعة غرداية" من نشاطات كافية إلى حد ما وذلك لسهولة التواصل مع الموظفين فيما بينهم وحجم الامكانيات البشرية المتوفرة لدى المؤسسة التي تساهم الى حد ما في تسهيل القيام بماته النشاطات .

تبين من خلال اجابة المبحوث أن "مؤسسة إذاعة غرداية" لاتقوم بعملية دراسة الجمهور وهذا راجع لعدة صعوبات من بينها أن ولاية غرداية لها تمازج ثقافي متنوع يُصعب من عملية القيام بعملية دراسة الجمهور .

كما يمكننا القول بأن عملية دراسة الجمهور أساسية ولها الكثير من الأهمية من اجل وضع برامج إذاعية وحصص ذات محتوى متنوع

### المحور الثالث : القائم بالعلاقات العامة في مؤسسة إذاعة غرداية

تسعى المؤسسة لتحسين نسبة تعداد الموظفين الا أن هناك جهود بارزة و متمكنة من طرف موظفيها لكنهم لم يحققوا الأهداف المرجوة منهم وهذا راجع لنقص الموظفين والممارسة الغير احترافية للعلاقات العامة

تمارس إذاعة مؤسسة إذاعة غرداية نشاط العلاقات العامة بصفة غير مباشرة من طرف موظفيها إلا أن هذا غير كاف لتحقيق نشاط العلاقات العامة بحيث تعتمد مؤسسة إذاعة غرداية على القيام بجميع نشاطاتها معتمدة على جميع موظفيها الذي يبلغ عددهم الكلي 36 عامل ويعتبر هذا نقصا كبيرا لدى المؤسسة نظرا للتغطية التي تشمل ولاية غرداية ويؤثر أداء كل الأنشطة

كما تقوم مؤسسة إذاعة غرداية بممارسة الأنشطة التي تهتم بأحوال الناس مثل برنامج أحوال الناس بحيث تسعى من خلاله لتكوين شريك إجتماعي بدرجة أولى لما يخدم مصلحة جمهورها .

### المحور الرابع :أثر العلاقات العامة على الأداء الوظيفي لموظفي مؤسسة إذاعة غرداية

يعتبر الهدف الأسمى لمؤسسة إذاعة غرداية هو نقل المعلومة للمواطن بكل موضوعية وحياد وإفادتهم بما يقع من أحداث ووقائع وكلما كانت هناك قناة إتصالية سليمة بينهم كان الأداء الوظيفي أحسن ويعطي إنطباع إيجابي يراه المبحوث في ممارسة العلاقات العامة بحيث يبين معرفته بنشاط العلاقات العامة وفي نفس الوقت يحتاج لكثير من العمل من أجل تحسين هذا النشاط .

للعلاقات العامة أهمية بالغة في تسيير الأداء الوظيفي بحيث يعود بالنفع للمؤسسة إلا أنه بالرغم من أهميته الا أن إذاعة غرداية تفتقر لمكتب للعلاقات عامة

ويمكن الاستنتاج من قوله أنه يثني على زملائه إلى حد ما في عملهم آملا أن يكون هناك ديناميكية أحسن في نشاط العلاقات العامة مستقبلا .

### ثالثا: نتائج المقابلة

توصلنا من خلال ما أجريناه من هاته المقابلات إلى النتائج التالية:

1- يتبين لنا من إجابة الباحثين أن هناك تداخل مابين مفهوم العلاقات العامة ومفهوم الإتصال حيث يرون وذلك حسب رأيهم أن أنشطة ومهام العلاقات العامة لا تختلف مع مهام وأنشطة الإتصال .

2- أكدت نتائج الدراسة على ضرورة أنشطة العلاقات العامة في مؤسسة إذاعة غرداية حيث تكون ممارستها يومية من قبل موظفي الإذاعة .

3- أكدت نتائج هاته الدراسة بعدم وجود خلية أو مصلحة خاصة بالعلاقات العامة إلا أن أنشطة هاته الأخيرة موجودة وهي مقسمة على جميع أقسام الإذاعة .

4- في ظل غياب خلية العلاقات العامة في الإذاعة اتفق جميع الباحثين على أنه لا يوجد أي جهة مكلفة بهاته الأنشطة بالرغم من الإذاعة مؤسسة إعلامية واتصالية هي بحاجة إلى وجود مكلف بهاته الأنشطة لخلق نسق مستمر بين جميع جهات الإذاعة وعمالها.

5- من خلال ما أشارت إليه النتائج أيضا أن صناعة القرار يعد من أهم العمليات المساعدة في العمل الصحفي وهذا ما يخدم الصالح العام من خلال النتائج المحققة.

6- توصلت هاته الدراسة أن معظم الباحثين اتفقوا على فاعلية أنشطة العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة.

7- أوضحت الدراسة مهام العلاقات العامة غير كافية لوحدها لرسم صورة حسنة للمؤسسة إذن تحتاج إلى أنشطة أخرى مكملة لها مثل النشاط الإعلامي والنشاط الإتصالي.

8- يذهب جميع الباحثين إلى القول أن تقييم تنظيم العلاقات العامة في إذاعة غرداية نظرا إلى امكانياتها متوسط وذلك لإفتقارها إلى مكتب خاص بيها الذي يعد ركيزة أي مؤسسة اتصالية إعلامية .

9- ماظهرت هاته الدراسة وبناءا على نظر المبحوثين أنه لم يرد في سجل سوابق إذاعة غرداية المحلية قيامهم بدراسة الجمهور بل تعتمد على التواصل مع جماهيرها من خلال ماتبته من برامج والتفاعل معها.

10- أكدت نتائج الدراسة أن موظفي إذاعة غرداية هم من يقومون بممارسة أنشطة العلاقات العامة وتمثل فيما يلي: الاتصال الداخلي الأفقي في جميع مصالح الإذاعة،الاتصال الشفوي،الرسائل، التفاعل مع الجماهير في مختلف البرامج المعروضة مع الأخذ والرد بآرائهم،الأبواب المفتوحة،الحملات التحسيسية .... لكن تبقى هاته الانشطة نوعية.

11- اشارت النتائج الدراسة إلى قلة عدد موظفي إذاعة غرداية الذي يصعب من ممارسة هاته المهام وتوليد ضغط كبير على الموظفين .

12- توصلت نتائج هاته الدراسة أن الهدف الرئيسي التي ترغب إذاعة غرداية إلى بلوغه هو تحسين صورتها

و يتمخض عن هذا الهدف مجموعة من الأهداف من بينها: تحسين العلاقات الاجتماعية ،التغلب على الأزمات والعثرات التي يمكنها مواجهتها مستقبلا ،التعريف بولاية غرداية وماتملكه من موروث ثقافي ....

13- أوضحت النتائج أنه لم يسبق لمؤسسة إذاعة غرداية المحلية بدراسة الجمهور من أجل وضع برامج تتناسب مع ميولاته ورغباته.

14- أكدت نتائج هاته الدراسة وإجابة المبحوثين أن أثر أنشطة العلاقات العامة على الرضا الوظيفي له دور أساسي في كسب ثقة جمهور المتابع لإذاعة غرداية وهذا ما أدى إلى تسهيل مهام الصحفي وتقديمه لمزيد من العطاء .

#### • نتائج الملاحظة:

من خلال فترة التربص التي اجريناها في إذاعة غرداية والتي دامت أسبوعا والذي قمنا فيها بالإحتكاك مع موظفيها وبعتمادنا على أداة الملاحظة توصلنا إلى النتائج التالية :

1- الإستقبال من طرف موظفي الإذاعة المحلية بغرداية جد حسن وحفاوة كبيرة منذ أول وهلة لبداية تربصنا.

- 2- أيضا الإستقبال بصفة عامة للجمهور الخارجي في الإذاعة يوميا وفي أي وقت والإحتكاك معهم اعطائهم أي معلومة يحتاجونها وأيضا تقبلهم الرحب للانتقادات الموجهة لهم .
- 3- لاحظنا أن واقع العلاقات العامة في إذاعة غرداية هو مجموعة من الأنشطة التي تمارس من قبل موظفي هاته الإذاعة نخص بالذكر منهم المنشطين والصحفيين لكن بطريقة عشوائية تفتقر إلى تنظيم ومنهجية.
- 4- أحسن ميزة لاحظناها أن العلاقة بين جميع من في الإذاعة من مديرها إلى أقل رتبة فيها أنها علاقة أخوية أسرية يسودها التفاهم والتعاون.
- 5- أيضا لاحظنا نقص في الإمكانيات التقنية والكوادر البشرية كما أن هناك نقص في وسائل النقل الخاصة بنقل الصحفيين لتغطية ما يدور من وقائع في الميدان مع ذلك اعطى هؤلاء الصحفيين صورة ممتازة لإذاعة غرداية بالنسبة لجمهورها الخارجي.
- 6- لاحظنا الدقة في نقل المعلومة بكل موضوعية ومصداقية واحترام المواعيد في وقتها من قبل الصحفيين في تغطية المباشرة للبرامج والأخبار
- 7- كما لاحظنا تخصيص جزء من البرامج والأخبار وإيصالها للمستمع باللهجة الميزابية إضافة إلى اللغة العربية لتشمل هاته البرامج جميع شرائح المجتمع .
- 8- لاحظنا أيضا قيام المؤسسة بتوفير دورات تكوينية للمراسلين و الصحفيين من اجل تطوير مستواياهم وتحسين العمل الصحفي وكذا صورة المؤسسة .
- 9- لاحظنا تقريبا جميع أفراد وعمال إذاعة غرداية ذوي شهادات ومؤهلات علمية مختلفة تتراوح من ليسانس إلى دكتوراه.
- 10- كما لاحظنا أن إذاعة تولى اهتمام كبير بالعادات والتقاليد والمناسبات الدينية والتاريخية وإحيائها وترسيخها لدى الناشئة والجيل القادم .

#### رابعا: النتائج العامة للدراسة

\*عدم وجود قسم خاص بأنشطة بالعلاقات العامة داخل مؤسسة إذاعة غرداية المحلية أدى إلى ضعف هاته الأنشطة .

\* يعتمد موظفي إذاعة غرداية في اتصاهم الداخلي الأفقي وهذا ما أدى إلى تشارك في صناعة القرار فيما يخص البرامج والترتيبات التي تسعى لتقديم محتوى يتلائم مع أذواق الجمهور .

\* تمارس العلاقات العامة في إذاعة غرداية بطريقة تفتقر إلى التنظيم والمنهجية وهذا راجع إلى ندرة المختصين في العلاقات العامة .

\* تسعى ادارة الاذاعة المحلية بغارداية إلى خلق جو عمل مناسب يمثّل في تقوية العلاقات بين موظفيها مما يؤدي الى زيادة الاداء الوظيفي وخلق ديناميكية عمل تضمن الوصول للاهداف المرجوة.

#### خامسا: المقترحات والتوصيات

يمكن وضع بعض التوصيات والمقترحات فيما يلي :

- نشاء خلايا العلاقات العامة وإبراز دورها الفعال داخل المؤسسات الإعلامية.
- ضرورة الانتقاء المحكم لموظفي وكوادر المؤسسات الاذاعية وأصحاب الاختصاص وخاصة المكلفين بالعلاقات العامة .
- زيادة عدد الموظفين لتقاسم الادوار والقيام بأنشطة العلاقات العامة على أكمل وجه .
- العمل على تحسين الإتصال الداخلي بين الموظفين وذلك عبر خلق قناة إتصال مباشرة كإستعمال وسائل التواصل الاجتماعي ( واتساب - تلغرام- فايبر )
- توظيف "صحافة الموبايل" وهي خاصية جديدة وفعالة تسمح بتطوير وتسهيل العمل الاذاعي والتي تعتبر تقنية جديدة ورائدة في المجال السمعي .
- مراعاة وتخصيص حوافز مادية ومعنوية لموظفين من أجل تحسين الأداء الوظيفي ورسم صورة جيدة للمؤسسة.

خاتمة

## خاتمة

من خلال دراستنا لموضوع "واقع العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية " اذاعة الجزائر بغاردائية، ادركنا أن العلاقات العامة من أبرز الوظائف في ادارة المؤسسات وتعتبر همزة وصل بين المؤسسة وجمهورها وذلك في خلق علاقة وطيدة بين المؤسسة وجمهورها مما يحسن الصور الذهنية لديهم ويسهم في تكيف دائم بينهم ورأينا انه رغم الاهتمام بالعلاقات العامة في المؤسسات لدى الدول المتقدمة الاجنبية الا ان فكرة العلاقات العامة غير مفعلة بطريقة ممنهجة في الدول العربية والمغربية .

واعتمادا على نتائج الدراسة التي قمنا بها نستطيع القول ان المؤسسات الإعلامية عموما والمؤسسة الاذاعية خصوصا لم تعي دور العلاقات العامة وفعاليتها في كسب جمهور المؤسسة وهذا راجع لغياب خلية العلاقات العامة في الاذاعة وممارسة العلاقات العامة كنشاط تلقائي فقط ، مع هذا نرى ان الجهود المبذولة من طرف العاملين فيها ساهم في ان يكون هناك ثقة ومهنية لدى جمهورها الداخلي مما انعكس بالايجاب في كسب ثقة جمهورها الخارجي ايضا، مع السعي في تطوير اساليب التعامل والوسائل الاتصالية لضمان فاعلية العلاقات العامة .

وفي الاخير نرجوا أن تكون دراستنا قد اعطت صورة كاملة عن ماهية العلاقات العامة، اهميتها وواقعها في المؤسسات الاعلامية وان نكون من خلالها اوضحنا اهمية العلاقات العامة في الاذاعة وماقد يخدمه تفعيلها بشكل ممنهج.



# قائمة المراجع

## قائمة المراجع و المصادر

الكتب:

1. إبن منظور : لسان العرب، دار صادر للطباعة والنشر، بيروت، لبنان،1997.
2. انغام حسن أيوب وآخرون : العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية ، دار الخامد ، ط1 ، عمان، 2017.
3. الداعيلج إبراهيم إبن عبد العزيز : مناهج وطرق البحث العلمي، عمان، دار صفاء للنشر، 2009م.
4. رؤوف حسين الزبيدي: مبادئ العلاقات العامة، ط1، عمان: الأكاديميون للنشر والتوزيع، 2014.
5. السردى محمد الدبس: الاتصال والعلاقات العامة في ادارة المكتبات ومراكز المعلومات، عمان، دار اثراء للنشر والتوزيع، 2010.
6. شدوان علي شيبية : العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2007.
7. صالح أبو اصبع، الاتصالات والعلاقات العامة، ط1، القاهرة : الشركة العربية للتسويق والتوريدات، 2011.
8. الصرايرة محمد نجيب : العلاقات العامة والأسس والمبادئ، الأردن، مكتبة الرائد العلمية، 2000.
9. الصيرفي محمد: إدارة العلاقات العامة ، مؤسسة حورس الدولية ، الاسكندرية ، 2005.
10. عبد الحي محمود صالح وآخرون :العلاقات العامة والاعلام في الخدمة الاجتماعية (د،ط) : المكتبة الجامعية (د،ت،ط) الأردن .
11. عبد الرزاق محمد الدليمي :العلاقات العامة في التطبيق ، ط1، عمان : دار جرير للنشر والتوزيع ، 2013 .
12. عبد العزيز صالح: الإدارة العامة المقارنة، ط1،الدار العالمية الدولية للنشر، عمان، 2000م.
13. عبد المحسن بدوي محمد أحمد: العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ودعم تنسيقها مع وسائل الإعلام، دار الخامد، الرياض، ط2014، 1م.
14. عبد المحيي صالح وآخرون: العلاقات العامة والاعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية ، مصر، 2004.
15. عمار عوايدي: مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في ميدان العلوم القانونية والادارية، ط 4، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2002.
16. عمر الصخري :اقتصاد المؤسسة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، ط3 ، الجزائر، 2003م.

17. غريب عبد السميع غريب: "الاتصال والعلاقات العامة في المعاهد مؤسسة شباب الجامعة، ط1، مصر، 1996.
18. فرح محمد سعيد : لماذا؟ وكيف نكتب بحثا إجتماعيا ؟ دار المعارف، الاسكندرية ،2002.
19. فؤادة عبد المنعم البكري: العلاقات العامة وتغيير ثقافة المنظمات ، ط1 ، القاهرة : عالم الكتب ، 2014 .
20. كركاطو مروان، فنينش يونس، العلاقات العامة في المؤسسة الاعلامية الجزائرية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2015-2014.
21. محمد العزازي وأحمد إدريس، العلاقات العامة المعاصرة وفعالية الإدارة، مصر، جامعة الزقازيق، 2007.
22. محمد صاحب سلطان: العلاقات العامة ووسائل الاتصال، الطبعة 4، دار المسيرة، 2015.
23. محمد علي أبو العلاء، العلاقات العامة والانسانية في ظل عالم متغير، دار العلم والايمان، الجزائر، 2020.
24. محمد فريد الصحن: العلاقات العامة، مبادئ والتطبيق، ط1، الاسكندرية: الدار الجامعية، 2014.
25. محمد كمال القاضي، العلاقات العامة ( الاتصال –التنظيم – الادارة)، المركز الاعلامي للشرق الاوسط، القاهرة مصر، الطبعة 2، 2003.
26. محمود يوسف مصطفى: مقدمة في العلاقات العامة ،الدار العربية، ط2، مصر، 2008.
27. محي الدين مختار:الاتجاهات النظرية والتطبيقية في منهجية العلوم الإجتماعية، دار المنشورات الجامعية، ط1.
28. مصطفى يوسف كايف: العلاقات العامة وإدارة الأزمات والمراسم ، عمان، دارأسامة، 2015.
29. المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، ط4، القاهرة ،2004م.
30. ياسر عبد الله طبت ،العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية ،كلية الإعلام جامعة إفريقيا العالمية، 2019.
31. محمد فريد عزت ،إدارة المؤسسات الإعلامية ، دراسات في الإعلام ،العربي للنشر والتوزيع ، 1994
32. محمد عبد البديع السيد، إدارة الحديثة في المؤسسات الإعلامية ، جامعة القاهرة. مصر .  
الرسائل الجامعية:

1. عبد الله العكش البحث العلمي ومناهج والاجراءات، مطبعة عين الحديثة والإمارات العربية، 1986.
2. ليلي فقيري، العلاقات العامة، مقدمة لطلبة الماستر إتصال وعلاقات عامة، جامعة احمد بوضياف ، المسيلة، الجزائر، 2016- 2017.
3. حاج أحمد كريمة ، العلاقات العامة داخل المؤسسة ، دراسة حالة مؤسسة الصناعات النسيجية ،جامعة وهران السانيا ،الجزائر ،2009/2010
4. معتصم عبد العزيز سيد محمد ،دور استراتيجيات لعلاقات العامة في تطوير أداء المؤسسات الإعلامية ، دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على قناة الشروق السودانية ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ،السودان 2019

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة مقابلة بعنوان:

## واقع العلاقات العامة في المؤسسات

### الإعلامية الجزائرية

#### إذاعة الجزائر من غرداية نموذجا

إشراف الأستاذة(ة):

- طوالبية محمد.

إعداد الطالبين (ة):

- زهواني سفيان.

- بن ديبة مختار.

أسئلة مقابلة موجهة إلى السيد جريدي علي مدير إذاعة غرداية والصحفي محمد لمن معيز صحفي من قسم

الأخبار

الموسم الجامعي:

1443-1444هـ/2021-2022م

## أسئلة المقابلة :

**المحور الأول : أهمية العلاقات العامة في صناعة قرارات مؤسسة إذاعة غرداية :**

السؤال 1: حسب رأيك ماهو مفهوم العلاقات العامة ؟

السؤال 2 : هل هناك مكتب خاص بالعلاقات العامة داخل الإذاعة؟

السؤال 3: من المكلف بنشاط العلاقات العامة في المؤسسة؟

السؤال 4: هل تسهم العلاقات العامة في صناعة القرارات ؟

السؤال 5: مامدى ضرورة مهام العلاقات العامة؟

**المحور الثاني :أثر العلاقات في تحسين صورة مؤسسة غرداية**

السؤال 1: في رأيك هل يعود فضل تحسين صورة المؤسسة إلى نشاط العلاقات العامة ؟

السؤال 2: هل هي كافية لتحسين صورة المؤسسة أو أنها بحاجة إلى أنشطة أخرى ؟

السؤال 3: بالنظر إلى إمكانيتكم ماتقييمك لنشاط العلاقات العامة داخل المؤسسة ؟

السؤال 4: هل تقومون بدراسة الجمهور ؟

**المحور الثالث : القائم بالعلاقات العامة في مؤسسة غرداية ؟**

السؤال 1: هل تارس أنشطة العلاقات العامة في إذاعة غرداية من قبل موظفيها على أكمل وجه ؟

السؤال 2 : هل تترى بأن عدد موظفي الإذاعة كافي لتغطية هاته الأنشطة ؟

السؤال 3 : هل تمارس الإذاعة نشاط فرعي لتحسين صورة المؤسسة (عمل خيري)

**المحور الرابع : أثر العلاقات العامة على الأداء الوظيفي لموظفي مؤسسة إذاعة غرداية ؟**

السؤال 1: ماالهدف الأسمى الذي تسعى إليه الإذاعة في ظل هاته الأنشطة ؟

السؤال 2: ماهو أثر ممارسة العلاقات العامة على الأداء الوظيفي