

جامعة محمد بوضياف - المسيلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



الدور التوعوي للعلاقات العامة من وجهة نظر الجمهور  
دراسة حالة الحماية المدنية في ظل جائحة كورونا  
بمدينة سيدي عيسى

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص : اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ

بوبكر بوعزيز

إعداد الطالبة

هانية بن عروس

السنة الجامعية : 2021/2020



## كلمة شكر وتقدير

الحمد لله تعالى على نعمه وأفضاله، والشكر الجزيل له على توفيقه وتسميله لي إنجاز هذا العمل المتواضع، والصلاة والسلام على من جاء بشري ورحمة للعالمين.

والشكر الجزيل لأستاذي بومعيز بوبكر على تفضله بقبول الإشراف على هذا البحث، والتقدير لتوجيهاته وملاحظاته القيمة.

والشكر الجزيل أيضا للسادة الأساتذة المناقشين على تفضلهم بقبول مناقشة هذه المذكرة.

والشكر والتقدير أخيرا، لكل من قدم لي يد العون بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، من أجل إتمام هذا البحث.





# إهداء

إلى كل من أضاء بعلمه عقل غيره

أو هدى بالجواب الصحيح حيرة سائليه

فأظهر بسماحته تواضع العلماء

وبرحابته سماحة العارفين

ومنه نهدى هذا العمل المتواضع والبسيط إلى أعز الناس بعد الله ورسوله ألا وهما  
الوالدين الكريمين اللذين لم يبخلنا علينا بشيء يوماً و كانا دائمى الدعاء لنا فنقول فيهما

كما قال فيهما العزيز الجليل الخبير العليم بكل علم سليم :

(واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيراً)

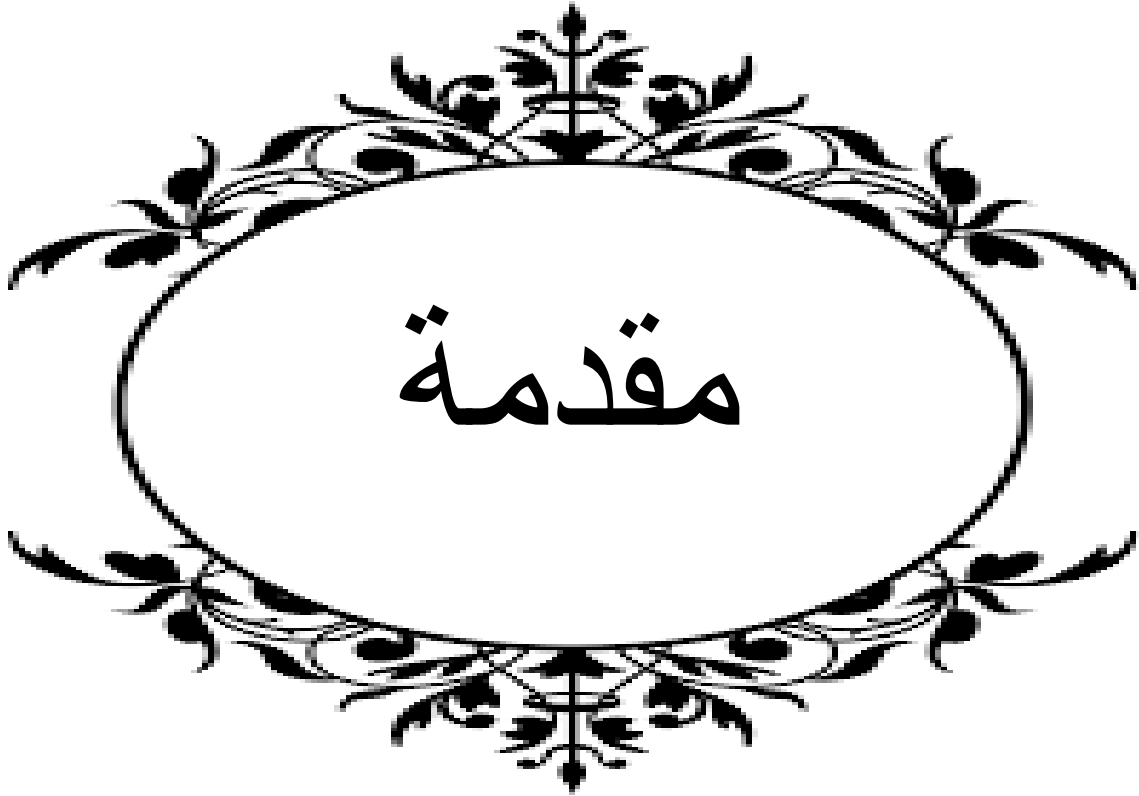
وإلى كل من علمنا الصبر والنجاح

إلى كل من نفتقدهم في مواجهة الصعاب

وإلى كل من إختوتني وأصدقائي

وإلى كل من علمني حرفاً وإلى كل من ساهم من قريب أو بعيد و إلى كل من تميز  
بالوفاء والعطاء .





## المقدمة :

من المسلم به أن موضوع العلاقات العامة هو إحدى العوامل المهمة لبناء المنظمات الناجحة , ويعتبر العنصر البشري والعنصر الفعال فيها , لأنه يقوم بإعداد أعمال وأدوار ومهام والأداء الفعلي لهذه المنظمات , كما أنه يتحمل مسؤولية تدبير الموارد وتوجيه استخداماتها , وعليه فإن فهم طبيعة الأفراد النفسية والاجتماعية ومعرفة دوافعهم وسلوكهم وتأثيراتهم وعلاقاتهم ونجد أن الجمهور أو الرأي العام ألعو سبب وجود العلاقات العامة في الأسس فهو مفسر لتلك المحاولات التي يبذلها المؤسسات والمنظمات والهيئات بهدف إعلامه وإقناعه وكسب تأييده .

ومع تطور الزمن وكثرة الممارسات الاجتماعية بين الأفراد والجماعات ظهرت الحاجة إلى الاهتمام بالعلاقات العامة كوظيفة حساسة وجوهرية في مختلف المنظمات التي تولي أهمية كبرى لجمهورها باعتبارها المرآة العاكسة لصورتها ونشاطها .

إن العلاقات العامة كفيلة بفتح قنوات اتصالية دائمة بين المؤسسات وبين الجماهير الداخلية والخارجية وهذا بالتعريف بأهدافها وبرامجها وسياستها والتعرف على دورها .

إن من مقتنيات الحياة الاجتماعية الصحية تفهم الأفراد لمجتمعاتهم وما يدور فيها خاصة في زمن الكوارث والأزمات ومع ظهور جائحة كورونا هذا الأخير يجب أخذه بعين الاعتبار حتى يتسنى إصدار الأحكام الصحيحة عما يؤديه الجهاز المسؤول إلى المواطن والمجتمع ويأتي دور المطبوعات المختلفة أو النشرات الدورية أو حملات تحسيسية التي تبث على التلفزيون ووسائل الاتصال المختلفة لنشر الوعي سواء على مستوى الجهاز أو على مستوى الجماهير المعنية بالخدمة التي يقدمها الجهاز المسؤول مما لا شك فيه أن عملية التوعية هذه ليست سهلة وبسيطة , فهي تحتاج إلى جهد ووقت , وتقوم على مقاييس مختلفة تعي أهداف الجهاز وأهداف المجتمع وفي هذا الإطار سعت هذه الدراسة إلى التركيز على الدور التوعوي للعلاقات العامة من وجهة نظر الجمهور للحماية المدنية في ظل جائحة كورونا بمدينة سيدي عيسى المسيلة , قصد الوصول إلى معرفة دور الذي قامت به مديرية الحماية المدنية ورجل العلاقات العامة في ظل الجائحة

هذه الدراسة قسمت إلى ثلاثة فصول وهي :

الفصل الأول : تناول الإطار المنهجي للدراسة من خلال طرح الإشكالية والتساؤلات , كما يتبين في هذا الفصل سبب اختياري لهذا الموضوع وأهداف الدراسة وأهميتها بالإضافة إلى ضبط المفاهيم الأساسية للدراسة والمنهج المستخدم في الدراسة والمجتمع وعينة البحث ومجالات الدراسة الميدانية وأداة جمع البيانات , إضافة إلى الدراسات السابقة والنظرية المعتمدة في الدراسة.

الفصل الثاني : تناول الإطار النظري للعلاقات العامة من خلال نشأة وتطور العلاقات العامة , تعريفها خصائصها ومبادئها وأهميتها وأهدافها ووظائفها , أما المبحث الثاني تعرضت فيه إلى التعريف برجل العلاقات العامة مواصفاته ودوره وخصائصه وأهدافه ومزاياه وعيوبه

الفصل الثالث : وسيتناول الجانب التطبيقي للدراسة الميدانية وتحليل النتائج وعرضها .



الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

- 1-الإشكالية
- 2-التساؤلات
- 3-أسباب اختيار الموضوع
- 4-أهداف الدراسة
- 5- أهمية الدراسة
- 6-ضبط المفاهيم الأساسية للدراسة
- 7-المنهج المستخدم في الدراسة
- 8-مجتمع وعينة البحث
- 9-مجالات الدراسة الميدانية
- 10-أداة جمع البيانات
- 11- الدراسات السابقة
- 12-حدود الاستفادة من الدراسات السابقة
- 13-النظرية المعتمدة في الدراسة



## 1- الإشكالية :

- تعتبر العلاقات العامة نشاط مورست منذ أقدم العصور التاريخية مارسها الإنسان كوسيلة لتحقيق التفاهم والتعاون مع باقي أفراد المجتمع الذي يعيش فيه ولكنها كمفهوم محدود وظيفة إدارية متخصصة ظهرت وترسخت في منتصف القرن العشرين نتيجة للعديد من العوامل كالتطور والتقدم التكنولوجي ووسائل الإعلام والاتصال وزيادة مستوى وعي وثقافة الأفراد وانتشار العلم والتعليم وزيادة حدة المنافسة في المجالات الصناعية والتجارية وغيرها
- لقد أصبحت العلاقات العامة في عصرنا الحالي ضرورة لكل الأطراف, الجمهور أو المواطنين والإدارات وأصحاب العمل , وذلك من خلال استخدام وسائل الإعلام والإشهار لإطلاعهم بأعمالها وأنشطتها .
- إن العلاقات العامة أخذت على عاتقها نصيبا لا بأس به من الواجبات التي تسهم في تحقيق الأهداف وفي مقدمتها الدور التوعوي للعلاقات العامة ونظرة الجمهور له خاصة في زمن الكوارث والأزمات .
- فالعلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية أو في أية إدارة يجب أن تمتلك من خلال الوسائل والخبرات مايمكنها من القيام بذلك الدور التوعوي من خلال الوسائل العديدة والمختلفة التي يمكن أن تتعامل معها خاصة وسائل الإعلام والاتصال المباشر وغير ذلك من الأساليب
- ماهو الدور الذي يلعبه جهاز العلاقات العامة لمدينة سيدي عيسى في توعية الجمهور بمخاطر جائحة كورونا ؟

## 2-التساؤلات :

- ما الموضوع التوعوي التي تهتم بها العالقات العامة من خلال اتصالها بالجمهور ؟
- مامدى فاعلية الوسائل الاتصالية والإعلامية في تنفيذ المهمات التوعوية للعلاقات العامة نحو الجمهور ؟

- مامدى رضا الجمهور عن الأساليب المتبعة في العلاقات العامة في عملية التوعية تجاه الجمهور ؟

### 3-أسباب اختيار الموضوع :

هناك عدة أسباب دفعتني بإلحاح إلى اختيار هذا الموضوع وصياغة الإشكالية ومن أهمها :

#### أسباب الذاتية :

- الشغف العلمي والاهتمام الشخصي بالموضوع
- الاهتمام بمعرفة الدور التوعوي للعلاقات العامة من وجهة نظر الجمهور
- اختياري للموضوع كان نتيجة لرغبتى الذاتية وهذا نظرا للأهمية التي يكتسبها

#### أسباب موضوعية :

- قرب هذا الموضوع من تخصصي في الدراسة
- إبراز دور العلاقات العامة في الدور التوعوي ونظرة الجمهور له
- قابلية هذا الموضوع للدراسة سواء من الناحية النظرية أو التطبيقية وذلك لإمكانية نزول إلى الميدان لتحقيق أهداف الدراسة

### 4-أهداف الدراسة :

- تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقات العامة ودورها في توعية الجمهور وإلى معرفة طبيعة الموضوعات التوعوية التي تهتم بها العلاقات العامة من خلال مؤسسة الحماية المدنية
- الوقوف على تقييم الجمهور المستهدف لمدى فاعلية الوسائل الإتصالية والإعلامية التي تستخدمها العلاقات العامة لمؤسسة الحماية المدنية للتواصل مع الجمهور
- التعرف على مدى الرضى العام للجمهور , نحو الأساليب المتبعة في العلاقات العامة للحماية المدنية في عملية التوعية تجاه الجمهور

### 5- أهمية الدراسة :

- تكمن أهمية هذه الدراسة في معرفة الدور التوعوي للعلاقات العامة , ومدى تطور المهمات التي تقوم بها مؤسسة الحماية المدنية نحو الجمهور العام عموماً , خصوصاً من حيث استخدامها للوسائل الحديثة في التواصل مع الجمهور بهدف التوعية وإقامة علاقة حسنة مع أفراد الجمهور
- كما نقيدنا الدراسة في معرفة دور القائم بالعلاقات العامة , في مختلف الهيئات

### 6- ضبط المفاهيم الأساسية للدراسة :

- الدور ( يعرف الدور بأنه الحركة أي الفعل والعمل ) ونلاحظ خلال هذا التعريف أن الدور مرتبط بالقدرة على الحركة والنشاط<sup>1</sup>
- اصطلاحاً : تناولت العديد من الأبحاث مفهوم الدور وتواصل عدد من العلماء إلى إعطاء تعاريف متباينة كل حسب تخصصه واتجاهه العلمي ومنها تعريف limton
- الدور : هو مجموعة النماذج الاجتماعية المرتبطة بمكانة معينة ويحتوي على مواقف وقيم وسلوكيات محددة من طرف المجتمع لكل فرد يشغل هذه المكانة<sup>2</sup>

### التعريف الإجرائي :

هو عبارة عن نشاط أو وظيفة الفرد في الجماعة يرتبط بمكانه معينة ويحتوي على قيم وسلوكيات الفرد ومواقفهم الإجتماعية

### تعريف التوعية :

لغة : وعىء المعنى حفظ الوعي , الحفظ والإدراك , فالتوعية تعني لغة " التفهيم والتوضيح

<sup>1</sup> فؤاد أفوام البستاني " منجد الطلاب . بيروت دار الشرق . د ت ص 211.

<sup>2</sup> محي الدين مختار محاضرات في علم النفس اجتماعي الجزائر ديوان مطبوعات جامعية 1989 ص 201

- توعية مصدر وعى توعية الناس من أس المواطنة جعلهم يدركون حقائق الأمور ووعى فلانا , نصحه وحمله على إدراك موضوع من المواضيع<sup>1</sup>
- إصطلاحا :ويقصد بها عملية تعليم الناس عادات صحية سليمة وسلوك صحي جديد ومساعدتهم على نبذ الأفكار و الإتجاهات الصحية الخاطئة , وإستبدالها بسلوك صحي سليم وخلق وعي صحي لدى أفراد المجتمع , وتحذيرهم من مخاطر الأوبئة والأمراض التي تهدد الإنسانية وتربيتهم على القيم الصحية والوقاية المنبثقة من عقيدة المجتمع وطبيعة ثقافته<sup>2</sup>

**التعريف الإجرائي :** التوعية هي عملية تعليمية توضيحية بحيث تعلم وتوضح للناس مجموعة عادات وسلوكات صحية وتجعلهم يدركون حقيقة الأمور وتخلق فيهم وعي صحي وتحذرهم من مخاطر وأزمات التي قد تهدد صحة المجتمع

العلاقات العامة : تعتبر العلاقات العامة من المصطلحات الحديثة التي استخدمت من أجل التغيير عن شي الخدمات التي تستهدف الاتصال بالجمهور وتقوية الروابط بين المؤسسة والمجتمع

تعددت التعاريف واختلفت وجهات نظر الباحثين والمهتمين , فهناك من يعتبرها علم وهناك من يعتبرها مهنة والبعض الآخر اعتبرها فن , وللوقوف على جميع أبعاد المفهوم أستعرض مجموعة من التعاريف :

التعريف اللغوي : إن كلمة العلاقات العامة تعني الروابط والصلات وخيوط الاتصال بين الإدارة والعامة

<sup>1</sup>إبن منظور أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم إبن منظور الإفريقي المصري ولسان العرب بيروت 6 دار صادر والنشر الجدين 8-15 ط1 - 2000 ص 245

<sup>2</sup>عبد الرزاق الديلمي ومصعب عبد السلام المعاينة , دور التلفزيون الأردني في التوعية الصحية , دراسة تحليلية للفترة الأولى من حزيران الأول من أيلول عمان 2014

أما العامة يقصد بها عامة الناس والشعب جماهير متعاملة مع الإدارة والمؤسسة<sup>1</sup>

**التعريف الاصطلاحي :** هي اصطلاح يطلق على جمهور المنظمة والعمليات التي تقوم بها

هيئة أو مؤسسة أو منظمة لتحقيق علاقات إيجابية مع هذه الجماهير

**التعريف الإجرائي :** العلاقات العامة هي فن اتصالي وهندسة العلاقات الإنسانية تشمل

عمليات التفاعل والتوصل مع الجمهور في المجتمع .

**وجهة النظر :** يعرف الآن راباتال وجهة النظر كما يلي :

تعني وجهة النظر الطريقة التي ينظر بها أحد الفاعلين إلى موضوع ما بكل المعاني

التي يتضمنها الفعل " ينظر " سواء كان الموضوع موضوعا ماديا أو لغويا , أما الفاعل

القائم بالإحالة إلى الموضوع , فيعبر عن وجهة نظره سواء بطريقة مباشرة بتعليقات

صريحة أو بطريقة غير مباشرة ,بواسطة الإحالة أي من خلال اختيارات الانتخاب أو

التوفيق .... وهذا في كل الأوضاع إنطلاق من الإختيارات الأكثر ذاتية إلى إختيارات

الأكثر موضوعية ظاهريا ,ومن العلامات الأكثر وضوحا حتى العلامات القرائن الأقل

تلميحا<sup>2</sup> .

**التعريف الإجرائي :** هي الطريقة التي ينظر بها أحد الفاعلين إلى موضوع ما فيعبر عن

وجهة نظره بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بواسطة الإحالة<sup>3</sup>.

**الجمهور :** تتعامل العلاقات العامة أساسا مع عدد من فئات الجماهير ذات العلاقة

بالمؤسسة , فتكون إدارة المؤسسة طرفا أولا في هذا التعامل وفئات الجماهير هي الطرف

الثاني

<sup>1</sup> مصطفى يوسف كافي، العلاقات العامة، ط الأولى دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ص 19.

<sup>2</sup> Robotel aloim–perspective etpoint de vue – ih . commumcotion .85.2009.l’homme a-t-il encore une perspective p .pp.23.35

<sup>3</sup> عبد العزيز صالح بن حبتور .الإدارة العامة المقارنة 6ط1الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع عمان ص 203.204

**اصطلاحاً :** (التعريف الاصطلاحي) هو تلك المجموعات من الناس التي تقوم المؤسسة بالاتصال معهم داخليا وخارجيا<sup>1</sup> .

كما يعرف الجمهور على أنه فئة أو جماعة من الناس تتميز عن غيرها بخصائص وتجمع أفرادها صفات مشتركة أو روابط معينة<sup>2</sup>

التعريف الإجرائي : الجمهور هو مجموعة من الناس يتلقون إتصالا أو عملا من طرف المؤسسة ويكون هذا الإتصال داخلي وخارجي , فمفهوم الجمهور هنا يفيد في معرفة أهم ميزات وخصائص الجمهور في كافة مجالات الحياة

### 7- المنهج المستخدم في الدراسة :

#### المنهج المسحي :

أولا يعرف المنهج على أنه أفق التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة من أجل الكشف عن الحقيقة<sup>3</sup>

المنهج : هو العمود الفقري لأي بحث علمي فهو عبارة عن جملة من الخطوات التي يجب على الباحث إتباعها في إطار الالتزام بقواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتائج المسطرة<sup>4</sup> .

#### اعتمدت في دراستي على المنهج المسحي :

- يعرف بأنه محاولة منظمة لتحليل وتفسير وتقرير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو جماعة أو بيئة معينة وينص البحث المسحي على الوقت الحاضر وليس على اللحظة الحاضرة , كما أنه يهدف إلى الوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها وذلك للإستفادة بها في المستقبل وخاصة في الأغراض العلمية

<sup>1</sup>مصطفى يوسف كافي الرجع السابق ص 41

<sup>2</sup> Scottm – cutlip and allem h . center . op. cit .p.128

<sup>3</sup>عبد الرحمان بدوي 1977 ص7

<sup>4</sup>أحمد بن مرسلني مناهج البحث في علوم إعلام واتصال 2005 ص 223

- ويعرف أيضا بأنه الدراسة العلمية لظروف المجتمع وحاجاته بقصد تقديم برنامج إنشائي للإصلاح الاجتماعي .
  - وقد عرفه " هوبنتي " أحد الباحثين = محاولة منظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو جماعة أو بيئة معينة<sup>1</sup>
- 8-مجتمع وعينة البحث :**

يقصد بمجتمع الدراسة : مصطلح علمي منهجي يراد به كل من يمكن أن تعمم عليه نتائج البحث سواء كان مجموعة أفراد أو كتب أو مباني<sup>2</sup>

العينة القصدية

- حيث أن هذه الدراسة معينة على سكان مدينة سيدي عيسى " حي الكورس " أما عينة البحث التي تعتبر من أهم المراحل المهمة في البحوث
- تعريف العينة :**

هي تلك الجزء من المجتمع التي يجرى اختيارها وفقا لقواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا<sup>3</sup>

إن العينة لها أهمية بالغة في إجراء البحوث ويجب اختيارها بعناية وكاملة وصحيحة لمجتمع البحث الأصلي للدراسة بطريقة علمية , وقد اخترت عينة لمجموعة مواطنين بسيدي عيسى

### 9-مجالات الدراسة الميدانية :

#### المجال الزمني :

امتد المجال الزمني لهذه الدراسة من 19 ماي إلى 20 ماي 2021

<sup>1</sup> اعداد الباحثة زينب حسن عبد الحليم، كتاب الباحث عبد الباسط، أصول البحث الاجتماعي بإسم المنهج المسحي، pdf ...researchgate

<sup>2</sup> مدرسية أحمد مرسل، مناهج البحث في العلوم، إعلام واتصال، ديوان مطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص166

<sup>3</sup> عبد المجيد لطفي، علم الاجتماع، دار المعارف، القاهرة مصر، 1976م، ص 353

من خلال النزول إلى الميدان وتوزيع الاستمارات على مفردات العينة

**المجال المكاني :**

اقتصرت المكان في هذه الدراسة على مدينة سيدي عيسى

**المجال البشري :**

اعتمدت على العينة القصدية المتمثلة في سائقي النقل الحضري

تعد مرحلة جمع المعلومات من المراحل الأساسية في البحث العلمي الذي يحتاج إلى عناية خاصة من قبل الباحث , تطلبت مني هاته الدراسة الاعتماد على أداة واحدة تمكيني من تناول موضوع ومعالجته من جميع الجوانب ولقي :

**الاستمارة :**

- تستخدم لجمع المعلومات من أفراد مجتمع الدراسة , والاستمارة هي تلك الأداة التي وأفكار المبحوثين حول موضوع البحث وتمتاز هذه الطريقة بكونها تساعد في جمع المعلومات جديدة ومستمدة مباشرة من الواقع<sup>1</sup>

**11-الدراسات السابقة :**

الدراسة الأولى : للباحث وليد مرزوق الفضلي , الدور التوعوي والإرشادي لإدارة العلاقات العامة والإعلام في الإدارة العامة للإطفاء من وجهة نظر سكان مدينة الكويت , من هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام جامعة الشرق الأوسط عام (2012 - 2013 )

- تناول الباحث دراسة لمعرفة مدى قيام إدارة العلاقات العامة والإعلام في الإدارة العامة للإطفاء بالدور التوعوي والإرشادي للمواطنين الكويتيين والمقيمين من وجهة نظر هؤلاء فيما يتعلق بالوقاية من أخطار الحوادث الطارئة بمختلف أنواعها

تساؤلات الدراسة :

<sup>1</sup>عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1986، ص38



- مامدى قيام العلاقات والإعلام في الإدارة العامة للإطفاء بدور توعوي وإرشاد للمواطنين الكويتيين والمقيمين ؟ وما الوسائل المستخدمة في ذلك ؟
  - ما الموضوعات التوعوية التي تهتم بها العلاقات العامة في الإدارة العامة للإطفاء خلال إتصالها بالجمهور الخارجي من وجهة نظر الجمهور الخارجي من وجهة نظر الجمهور الخارجي ؟
  - مامدى فاعلية الأساليب والوسائل الإتصالية في معالجة الموضوعات التوعوية التي تهم الجمهور الخارجي
  - ومامدى رضا الجمهور الخرجي عن الأساليب المتبعة في العلاقات العامة في عمليتي التوعية وإرشاد تجاه الجمهور الخارجي ؟
- فرضيات الدراسة :**
- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي لمدى فاعلية الأساليب الإتصالية المستخدمة في معالجة الموضوعات تبعا لحسن المستجيبين
  - لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الجمهور الكويتي لمدى فاعلية الوسائل والوسائط الإتصالية المستخدمة من قبل العلاقات العامة في معالجة الموضوعات التوعوية تبعا للفئة العمرية للمستجيبين
  - ولا يوجد فروق كذلك تبعا للمستوى التعليمي وللفئة الإجتماعية للمستجيبين
- منهج الدراسة : إعتد الباحث على المنهج الوصفي بحيث يهدف هذا المنهج إلى وصف واقع المشكلات والظواهر في ظل معايير محددة
- عينة الدراسة : اعتمد على عينة طبقية عشوائية وهي تمثل عدة شرائح من المجتمع استهدف الباحث الحصول على عينة 450 شخص من مختلف الفئات المهنية
- نتائج الدراسة : أن أكثر الحوادث التي تؤرق أفراد الجمهور تلك المتعلقة بزيادة حوادث الأطفال في المنزل والشارع , ثم تلك المتعلقة بأخطار حوادث أجهزة المنزل من حرائق

- وغيره وأن وسيلة التحذيرات المباشرة عن طريق وسائل الإعلام الجماهيري تعد من أكثر الوسائل فاعلية في الحد من الحوادث المدنية من وجهة نظر الجمهور الكويتي
- أن أسلوب المشاهد التلفزيونية التمثيلية ثم أسلوب الإحصاء عن الأحداث يعد من أكثر الأساليب فاعلية في معالجة الموضوعات التوعوية التي تستخدمها العلاقات العامة من وجهة نظر الجمهور الخارجي
- التعليق على هذه الدراسة تتفق هذه الدراسة مع دراستي في الاهتمام بجمهور العلاقات العامة والدور التوعوي التي تقوم به , ساعدتني هذه الدراسة في معرفة بعض الحقائق بمكانة العلاقات العامة في الإدارة .
- الدراسة الثانية :** ل خوف علاء الدين , دور برامج العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية , دراسة ميدانية مؤسسة الأمن الولائي بالمسيلة , مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والإتصال , تخصص إتصال وعلاقات عامة
- تناول الباحث أهم البرامج المكونة لأنشطة العلاقات العامة في المؤسسات بصفة عامة والمؤسسة الأمنية بصفة خاصة
- تساؤلات الدراسة :** ما أهم البرامج المنجزة من قبل مؤسسة الأمن الولائي بالمسيلة ؟
- هل توجد أنواع عديدة لبرامج العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية؟
- مامدى تحقيق الاكتفاء الوظيفي لبرامج العلاقات العامة المستخدمة ؟
- البيانات الشخصية والإحصائية حول هذه الدراسة
- برامج العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية
- نوعية البرامج والأنشطة المستخدمة في العلاقات العامة
- الاكتفاء الوظيفي لبرامج العلاقات العامة المستخدمة
- منهج الدراسة :** إعتمده على منهج دراسة حالة
- عينة الدراسة :** إن مجتمع البحث الأصلي لدراسة الوسط الداخلي للمؤسسة أي الموظفين ورؤساء مؤسسة الأمن الوطني .

إعتمده على العينة القصدية

- نتائج الدراسة : حاول التسليط الضوء على أهم البرامج المكونة لأنشطة العلاقات العامة في المؤسسات بصفة عامة والمؤسسة الأمنية على وجه الخصوص ومن أهم هذه البرامج
- برامج بسيطة ومحدودة التأثير والبرامج الكبيرة ومتعددة الاتجاهات والتأثير والبرامج الإعلامية الهجومية وبرامج إعلامية دفاعية .... وبرامج إعلام داخلي وخارجي
- فالعلاقات العامة حسب رأيه هدفها إنشاء تفاهم مشترك بين المؤسسة وجمهورها في تحسين صورة المؤسسة , أما الجمهور هو غاية العلاقات العامة الأساسية , تتبنى هذه الصورة الجيدة على أساس تنفيذ برامج جيدة للعلاقات العامة , تقوم على الأمانة والصدق من خلال التفاهم بين المؤسسة وجمهورها فمسؤولية العلاقات العامة ليست مسؤولية مدير أو موظفي العلاقات العامة وحدهم , بل هي مسؤولية جميع أفراد المؤسسة .
- التعليق على الدراسة : تظهر أهمية هذه الدراسة أنها كشفت عدة أمور ترتبط بالبرامج المكونة لأنشطة العلاقات العامة في المؤسسات بصفة عامة والمؤسسة الأمنية بصفة خاصة .
- تتفق هذه الدراسة مع دراستي من حيث الدور الذي تقدمه برامج العلاقات العامة في المؤسسة وخاصة إظهار دور القائم بالعلاقات العامة في المؤسسة الأمنية
- الدراسة الثالثة : دراسة عروسي شيماء , دور العلاقات العامة في تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الاقتصادية , مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
- تمحورت إشكالية هذه الرسالة حول التالي : ماهو دور العلاقات العامة في تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الاقتصادية ؟
- تساؤلات الدراسة :
- مامدى مساهمة العلاقات التامة في توظيف إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الاقتصادية؟

- ماهي محاور إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الاقتصادية ؟
- ما أهم الإضافات التي تقدمها العلاقات العامة للمؤسسات الاقتصادية ؟
- مامدى مساهمة العلاقات في توظيف إدارة الجودة الشاملة في فرع مؤسسة سونلغاز المسيلة
- **منهج الدراسة :** اعتمدت على المنهج الوصفي
- **عينة الدراسة :** اعتمدت على طريقة المسح الشامل التي تمتاز بأهميتها العلمية في جمع المعلومات , تمثل مجتمع الدراسة في مجموع موظفي إدارة سونلغاز فرع 5 جويلية بالمسيلة والبالغ عددهم 42 موظف
- **نتائج الدراسة :** إن تبني منهج إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات يؤدي إلى إحداث تغيرات إيجابية تمس كل شيء داخل المؤسسة وتمكنها من تحقيق كفاءة وفعالية تضمن لها التفوق والتميز والنجاح على منافسيها , وبالتالي تكسبها ثقة العملاء والمجتمع ككل من خلال ما تقدمه العلاقات العامة في توعية الموظفين داخل المؤسسة بأهمية الجودة والحرص لترسيم معالم إيجابية عن المؤسسة باستعمال مجموعة من الوسائل لتطبيقها .
- **التعليق على هذا الدراسة :**
- تظهر أهمية هذه الدراسة بالنسبة لي في دور العلاقات العامة في تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الاقتصادية , اهتمت هذه الدراسة مع دراستي من خلال إبراز أهمية العلاقات العامة داخل المؤسسة وأهمية أن تكون المؤسسة صورة حسنة عنها لاستقطاب الجماهير وضمان وفاء جماهير المؤسسة الحاليين مثل الدور الذي يقوم به القائم بالعلاقات العامة في مديرية الحماية المدنية عن أن دراستي ركزت على دور التوعوية للعلاقات العامة من وجهة نظر الجمهور .
- **الدراسة الرابعة :** للطالبتين بختة بطاش وكريمة قوادي , دور القائم بالعلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية , دراسة حالة لوكالة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية - عين الدفلى - مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والإتصال تخصص إتصال وعلاقات عامة .

- تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول السؤال التالي : ماهو دور القائم بالعلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الخدماتية - وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية .
- تساؤلات الدراسة : ماهو الدور القائم بالعلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الخدماتية وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية ؟
- ماهي المكانة التي يحظى بها رجل العلاقات العام في وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية ؟
- ماهي النشاطات التي يستخدمها رجل العلاقات العامة في وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية ؟
- ماهي وسائل الإتصال التي يستخدمها رجل العلاقات العامة في وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية؟
- ماهي المشاكل التي تواجهه رجل العلاقات العامة في وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية ؟
- ماهي الأهداف التي يسعى ممارسة العلاقات العامة إلى تحقيقها في وكالة الصندوق الوطني .....؟
- **منهج الدراسة :** إعتمدت على منهج دراسة حالة الذي يقوم على جمع بيانات ومعلومات عن حالة فردية واحدة أو عدد محدود من الحالات
- عينة الدراسة : إختيار موظف مكتب الإتصال والعلاقة العامة
- **نتائج الدراسة :**
- أن العلاقات العامة أصبحت تمثل نظام متكامل قائم على وسائل إتصال مصممة وموجهة للتأثير على الجمهور المستهدف خاصة في قطاع الخدمات فالعلاقات العامة أصبحت تلعب دور مهم في نشاط المؤسسة ونجاحها
- أن المؤسسة الخدماتية تعتمد نشاطها على رضا الجمهور .

### التعليق على الدراسة:

- تظهر أهمية هذه الدراسة في معرفة دور رجل العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية وهذه الدراسة قريبة من دراستي حيث تناولت الباحثين إلى إبراز دور رجل العلاقات العامة ونشاطه وخصائصه وأهدافه في المؤسسة وهو قريب إلى نشاط رجل العلاقات العامة في مديرية الحماية المدنية , دراستي مشابهة لهم من حيث أن المؤسسة تعتمد على رضا الجمهور الانطباع الذي تحمله عنها وخاصة الجمهور الخارجي .

### 12- حدود الاستفادة من الدراسات السابق :

- من خلال الدراسات السابقة التي اطلعت عليها وكانت حول العلاقات العامة والدور الذي تقوم به سواء في المؤسسات الخدمائية أو الأمنية وخاصة دور رجل العلاقات العامة والدور التوعوي ووجهة نظر الجمهور له , كانت سباقة في إبراز دور العلاقات العامة داخل المؤسسات
- ما لاحظت فيها أن أغلب الدراسات كان محورها الأساسي هو دور العلاقات العامة أو مدى قيام العلاقات العامة بدورها داخل المؤسسات الخدمائية والأمنية والإقتصادية
- وتميزت هذه الدراسات بتأكيداتها على أهمية العلاقات العامة داخل الإدارات ودورها الفعال في تفعيل النشاط وخلق الوعي وكس الثقة بين المؤسسة والجمهور .

### 13- النظرية المعتمدة في الدراسة

#### 1 نظرية الاعتماد على الوسائل:

- الفكرة الأساسية في هذه النظرية تقول بأن وسائل الإعلام تصبح حاجة أساسية من حاجات الجمهور لأنها توفر لهم بعض الاحتياجات التي لا توفرها أي جهة أخرى خصوصا المعلومات والأخبار وغير ذلك من الحاجات التي توفرها وسائل الإعلام أكثر من غيرها من الوسائل , ونتيجة لهذا الدور لوسائل الإعلام تنشأ علاقة اعتماد على وسائل الإعلام من

قبل الجمهور , مما ينبغي أن وسائل الإعلام أصبحت جزء من النية الاجتماعية في المجتمع (مناقية 2011)

- يأتي الإعتماد من قبل الأفراد على وسائل الإتصال , لأفراد مثل النظم الاجتماعية ينشئون علاقات اعتمادا على وسائل اتصال , ولأن أفراد توجههم الأهداف وبعض الأهداف تتطلب الوصول إلى مصادر تسلط عليها وسائل الإعلام الجماهيرية .

- وقد وجدت هذه النظرية أن هناك عوامل خاصة بجمهور وسائل الإعلام تؤدي إلى إحداث الأثر المعرفي من مثل متغير المعلومات التي يحصل عليها جمهور وسائل الإتصال سواء أكانت معلومات قبلية , أم معلومات نتيجة التعرض لوسائل الإتصال , أم كنتيجة لإنخراط الجمهور في القضية إضافة إلى كل من متغيري حجم التعرض , والإنتباه للقضايا في وسائل الاتصال أو عوامل خاصة بالمتغيرات الديمغرافية للجمهور مثل (السن .الجنس .والمستوى العلمي ) (الحديدي 2006)

- إن نظرية الإعتماد على وسائل الإتصال تقترض قيام درجة من إعتماد الأفراد على معلومات التي تنقلها وسائل الإتصال في المجتمع الحديث .

- وقد إستفادت الدراسة الحالية من هذه النظرية من خلال توظيفها في شرح وتفسير العلاقة بين الجمهور وبين العلاقات العامة في مديرية الحماية المدنية إذ تعتمد العلاقات العامة إعتمادا كبيرا على وسائل الإعلام والإتصال من جهة التوعية .

من مذكرة = وليد مزروق الفضلي = الدور التوعوي والإرشادي لإدارة عع الإعلام في

الإدارة العامة للإمضاء من وجهة نظر سكان مدينة الكويت

## 2 النظرية الوظيفية

تعريف النظرية الوظيفية : هي من بين النظريات المهمة في علم الإجتماع .تتسم أصولها وأفكارها من لأراء مجموعة كبيرة من علماء الإجتماع التقليديين والمعاصريين الذين أظهروا

على وجه الخصوص في المجتمعات الغربية الرأس مالية , يرمو في أساس هذا الإتجاه تحليل بنية ووظائف التكوينات الإجتماعية وبالدرجة الأولى المؤسسات الإجتماعية<sup>1</sup>.

- تركز النظرية الوظيفية بصورة عامة على أهمية البناءات والنظم الإجتماعية ومعرفة دورها الوظيفي وتوجيهها من أجل الحفاظ على النظام العام وإستمرارية تطور وتحديثه في نفس الوقت<sup>2</sup>.

تطورت النظرية نتيجة مبدأها الأساسي هو أن الظاهرة الأجتماعية تنشأ نتيجة التفاعل الإجتماعية أو نتائج للتبادل الإجتماعي

يؤكد الإتجاه الوظيفي في دراسة تفسير الظواهر الإجتماعية وأن لكل ظاهرة وظيفة تؤديها في المجتمع , وأن لكل مؤسسة إجتماعية وظيفية<sup>3</sup>

جاءت أهمية النظرية الوظيفية في دراسة القائم بالعلاقات العامة قصد التعرف على الدور الوظيفي المحاط بالعلاقات العامة داخل المؤسسة ممثلة في مديرية الحماية المدنية

<sup>1</sup> هلال المزهرات منال، نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2011 م، ص 45

<sup>2</sup> خلق عبد الجود مصطفى، نظرية علم الاجتماع المعاصر، ط1، المسيرة للنشر والتوزيع، 2009 م ص 65

<sup>3</sup> الداسوقي إبراهيم، وسائل وأساليب الاتصال الجماهيري والإتجاهات الحديثة، دار الوفاء لنديا للطباعة والنشر، مصر، 2004



A decorative floral frame with intricate scrollwork and leaf patterns, surrounding a central oval area. The frame is symmetrical and has a classic, ornate design.

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

الفصل الثاني : الإطار النظري للدراسة

تمهيد :

المبحث الأول : ماهي العلاقات العامة :

م1 : نشأة وتطور العلاقات العامة

م2 : تعريف العلاقات العامة

م3 : خصائص العلاقات العامة

م4 : مبادئ العلاقات العامة

م5 : أهمية العلاقات العامة

م6 : أهداف العلاقات العامة

م7 : وظائف العلاقات العامة

المبحث الثاني : ماهي رجل العلاقات العامة

م1 - تعريف القائم بالعلاقات العامة

م2- مواصفات رجل العلاقات العامة

م3- دور رجل العلاقات العامة

م4- خصائص القائم بالعلاقات العامة

م5- أهداف القائم بالعلاقات العامة

م6- مزايا وعيوب أخصائي العلاقات العامة

## تمهيد :

اكتسبت العلاقات العامة أهمية بالغة ومكانة مميزة في الفكر الإداري الحديث وأصبحت إحدى أهم وظائف الإداري في المجتمع المعاصر , فهي تعد حلقة وصل تربط المؤسسة بجمهورها الداخلي والخارجي , كما أنها تقوم بنشاطات أولها تحسين خدمات المؤسسة وتلبية حاجات الجمهور , كما أنها دخلت مجالات تطبيقية عديدة في الوزارات الحكومية , المؤسسات الاجتماعية , المنظمات الدولية وتواصل وأداة تفاعل نشطة داخل المؤسسة وخارجها .

سأعرض في هذا الفصل إلى ماهية العلاقات العامة نشأتها ومفهومها والتعريف بالقائم بالعلاقات العامة لأصل إلى دوره وأهدافه .

## المبحث الأول : ماهية العلاقات العامة

## المطلب الأول : نشأة وتطور العلاقات العامة

مع مطلع القرن العشرين ظهرت العلاقات العامة الحديثة , فإنها كنشاط إعلامي وجهود تبذل للإقناع وحدث الناس لاعتناق أفكار معينة أن الإتيان بتصريحات معينة وجدت حتى في المجتمعات البدائية وتطورت مع تطور تلك المجتمعات ومع أن مصطلح العلاقات العامة من مصطلحات الحديثة جدا والتي يختلف الكاتب في تحديد تاريخ ظهوره فالمحاورات للتفاهم مع الآخرين والتأثير في آرائهم قديمة قدم بشرية نفسها ويكن الاختلاف هو في الوسائل المستخدمة وسعة النشاط في الزمن الحاضر عنه في الأزمنة القديمة .

ويمكن تقسيم التطور التاريخي للعلاقات العامة إلى قسمين رئيسيين :

العلاقات العامة القديمة وتشمل النشاطات التي يمكن اعتبارها البذور الأولى لها والتي تمتد منذ وجود الإنسان البدائي حتى القرن التاسع عشر .

العلاقات العامة الحديثة وهو النشاط والعلم الذي ولد مع مطلع القرن العشرين وتطور إلى ما هو عليه في وقتنا الحاضر<sup>1</sup> .

## العلاقات العامة القديمة :

## العلاقات العامة في العصور البدائية

كانت القبائل البدائية تحتاج إلى الإعلام للمحافظة على بقائها وذلك سواء في الحصول على مصادر الغذاء أو الوقوف في وجه الأعداء فكانت القبيلة تعين من أجل ذلك حارسا على الأفق ينبئها عن كل ما يستجد فيه , فقد يلوح في الأفق قطع من حيوانات الصيد أو غيوم تنذر بعاصفة شديدة أو عدو عند ذلك تستعد القبيلة لمواجهة الموقف

<sup>1</sup>دكتور مصطفى كافي، العلاقات العامة، الأردن، عمان، دار حامد للنشر والتوزيع، ط1، 2015م، ص 11

## العلاقات العامة في الحضارات القديمة

لقد تقدمت أساليب ممارسة النشاط تقدماً كبيراً لدى القدماء في كل من حضارة وادي الرافدين ووادي النيل في الشرق والحضارتين اليونانية والرومانية في المغرب .

فلقد وجد علماء الآثار العراق نشرة زراعية يعود تاريخها إلى 1800 قبل الميلاد ترشد المزارعين إلى كيفية بذر بذورهم والتخلص من فئران الحقل ثم إلى كيفية حصاد محصولهم ولا يختلف هذا الجهد الإعلامي في جوهره عن النشرات التي تصدرها الدوائر المسؤولة عن الإرشاد الزراعي في البلدان المتقدمة اليوم<sup>1</sup>

## العلاقات العامة الحديثة :

بالرغم من أن جذور العلاقات العامة تمتد بعيداً في الماضي إلا أنه من الممكن القول أن العلاقات العامة الحديثة نشأت في الولايات المتحدة الأمريكية في بداية القرن العشرين ولكن هذا لا يعني بالطبع أنها ولدت بين عشية وضحاها وإنما كان هناك أنواع من النشاطات التي سبقتها ومهدت لها ، أهمها وكالات المؤسسة لشؤون الصحافة والنشاط الاتصالي المرافق للحملات الانتخابية وحملات جمع التبرعات وغيرها ، ولكن المصدر الذي كان له النصيب الأكبر في مولد العلاقات العامة هي المؤسسات الناعية والتجارية<sup>2</sup> .

ومنذ عام 1919 ، وخاصة بعد انتهاء الحرب العالمية الأولى ازدادت النشرات والأبحاث عن العلاقات العامة كما أصبح لها قواعد وأصول ومبادئ أخلاقية ومهنية بفضل إنشاء جمعيات للعلاقات العامة كجمعية العلاقات العامة الأمريكية والمعهد البريطاني للعلاقات العامة وغيرها من المعاهد والجمعيات العلمية ، ومع زيادة الاهتمام بهذا النشاط زاد عدد الكليات

<sup>1</sup>تابع للمرجع السابق ص 12

<sup>2</sup>مصطفى يوسف كافي، العلاقات العامة، الأردن، عمان، دار حامد للنشر و التوزيع، ط 1، 2015، ص 14

والمعاهد التي تدرس موضوع العلاقات العامة ضمن برامجها الدراسية ومنح الشهادات العيا في هذا الموضوع<sup>1</sup>.

والجدير بالذكر أن من أشهر المشتغلين بالعلاقات العامة والذي يعتبر المؤسس الحقيقي للعلاقات العام الحديثة هو إيفي لي وكان أول من نادى به هو نصحه للمؤسسات التجارية الكبيرة أن تبتعد عن السرية وتكشف للجمهور كل مل يتعلق بأعمالها عد الأسرار الصناعية . ساهم إيفي لي بنصيب كبير في وضع مبادئ العلاقات العامة وتطوير أساليبها المتبعة حاليا فكان من الأوائل اللذين أدركوا بأن الدعاية للمؤسسة لاتجدي مالم تدعمها الأفعال .

وقد أوضح إيفي لي أن مهمة العلاقات العامة مهمة مزدوجة فهي تبدأ بدراسة الرأي العام واستطلاع رغبات الجمهور لرسم سياسة المؤسسة أو تعديلها على ضوء ذلك ثم إعلام الجماهير بأمانة ودقة عما تقوم به المؤسسة من أعمال وما تتخذه من سياسات<sup>2</sup>.

كما ظهر جنبا لجنب مع خبير العلاقات العامة إيفي لي الرائد إدورد بيرنيز ظهر في العشرينات وهو من رواد العلاقات العامة الحديثة , كان مهمتها بدراسة الرأي العام . ولقد لخص بيرنيز نشاط العلاقات العامة في فترة السلام مابين الحربين بقوله . لقد طبقت في بداية الأمر تلك الأسباب التي استعملت في الحرب العالمية الأولى , وذلك لتنظيم العلاقات العممة للجامعات والكليات والمستشفيات , وبعد ذلك في نواحي النشاط الاقتصادي وهو أول من استخدم عبارة مستشار العلاقات العامة عام 1920<sup>3</sup>.

ومن هذا نستنتج أن العلاقات العامة قد نشأت مع بداية الجمهور الذي كانت تمثله المجتمعات الأولى كالأسرة والقبيلة , ثم تطور إلى الدول ثم مع نشو الحضارات التي كانت تربطها علاقة

<sup>1</sup>حسن محمد خير الدين، العلاقات العامة (المبادئ والتطبيق )، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1976 م، ص 65 66

<sup>2</sup>دكتور مصطفى كافي ، العلاقات العامة - الأردن - عمان دار حامد للنشر والتوزيع، ط1، 2015 م، ص 15

<sup>3</sup>نفس المرجع السابق ص 16

ضرورية مع الجمهور ثم جاء الإسلام فأوجد علاقة شديدة التفاعل والإيجابية مع الجمهور إذ قامت فكرة إنتشار على الدعوة ومخاطبة الناس والتعرف على مشكلاتهم ومساعدتهم في حلها .

### المطلب الثاني : تعريف العلاقات العامة :

إختلفت وتعددت تعاريف ومفاهيم العلاقات العامة من وجهات نظر الباحثين ويمكن عرض بعض المفاهيم الخاصة بالعلاقات العامة على النحو التالي :

تعريف الجمعية الدولية للعلاقات العامة : وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر

تهدف من خلالها المنظمات والهيئات العامة والخاصة إلى كسب والمحافظة على تفهم وتعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم وذلك عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها من أجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان ولتحقيق تعاون مثمر أكبر ومقابلة المصالح العامة بدرجة أكفأ عن طريق المعلومات المخططة ونشرها<sup>1</sup> .

تعريف المعهد البريطاني للعلاقات العامة : فقد نظر إليها على أنها : تلك الجهود المخططة والمرسومة والتي يقصد من ورائها إقامة التفاهم المستمر بين المنظمة و جماهيرها<sup>2</sup> .

تعريف جمعية العلاقات العامة الفرنسية : هي الوظيفة الإدارية التي تعمل على تقسيم الرأي للجمهور وتطالب سياسات وإجراءات المنظمة مع الصالح العام وتنفيذ برنامج للعمل والإعلام يهدف إلى تفهم الجمهور للمنظمة وتأييد لها<sup>3</sup> .

يعرف القاموس العالمي الجديد ويستر العلاقات العامة على النحو التالي :

<sup>1</sup> محمد الصيرفي، العلاقات العامة ( من منظور إداري )، ط1، الإسكندرية، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، 2005

م، ص 6

<sup>2</sup> نفس المرجع السابق ص 7

<sup>3</sup> نفس المرجع السابق ص 7

1-ترويج الإتصال والثقة بين شخص أو مشروع أو هيئة وأشخاص آخرين ، أو جمهور

خاص ، أو المجتمع بأكمله وذلك من خلال توزيع المعلومات التي تشرح وتفسر

وتوضح وإنشاء نوع من العلاقات المتبادلة وتقييم رد الفعل

2-أ- درجة الفهم التي تتحقق بين فرد أو منظمة أو هيئة والجمهور

ب- تطبيق الأساليب والوسائل التي تؤدي إلى تحقيق هذه العلاقة

3-أ- الفن أو العلم المتعلق بخلق الفهم المتبادل والثقة

ب- الأفراد الإستشار بين المحترفين الذين توكل إليهم هذه المهمة<sup>1</sup>.

تعريف الدكتور محمود محمد الجوهري رئيس جمعية العلاقات العامة العربية

مسؤوليات وأنشطة الأجهزة المختلفة في الدولة ، سياسية واقتصادية واجتماعية وعسكرية ،

للحصول على ثقة وتأييد جمهورها الداخلي والخارجي ، وذلك بالأخبار الصادقة والأداء

النافع الناجح في جميع مجالاتها العمل وفقا للتخطيط العلمي السليم حتى يصبح عملها

مرشد وهاديا ومميزا في بناء الوطن ورسم سياسته في إطار ميثاقها الوطني<sup>2</sup>.

ومن هنا يمكن القول بأن العلاقات العامة هي التي تتبنى توجهات المنظمة وفكرها وهي

حلقة الوصل بينها وبين الجمهور فهي تستخدم الوسائل الملائمة مع كل نوع من الجماهير لكي

تبلغ رسالتها إليها

### خصائص العلاقة العامة :

- أن العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية الأهمية بل تشكل عنصر أساسيا في أنشطة

المنشآت فهي ضرورية يفرضها المجتمع الحديث

- أن العلاقات العامة نشاط مخطط مرسوم لإحداث تأثير مرغوب في وقت محدد وبأسلوب معين

مختار

<sup>1</sup> نفس المرجع ص 7

<sup>2</sup> محمود محمد الجوهري، 1968 ، ص 58



- العلاقات العامة هي همزة الوصل بين فلسفة المشروع والجمهور وهذا الإتصال ضروري لجعل الجمهور يتفهم أنشطة المنظمة , ويرتكب كثير من المديرين خطأ كبيرا عندما يتصورون أن الجمهور لا يهتم بما تفعله المنظمة , وكثيرون منهم يعتبرون إعلام الجمهور لا يهتم بما تفعله المنظمة , وكثيرون منهم يعتبرون إعلام الجمهور إنما هو مسار للإفتخار والزهو بالنفس .
- تستهدف العلاقات العامة تحقيق الرضا العام وإنتزاع موافقة الجماهير أي أنما تدار بمهارة الأسلوب التأثيري الصاعد والهابط من أجل إحداث التوافق والتكيف والتعاون
- تركز العلاقات العامة على التخطيط القائم على الملاحظة العلمية وطرق الحث العلمي التي تساعد على تلمس إحتياجات الجماهير ودراسة آرائها وإتجاهاتها وتحس مشكلاتها .
- العلاقات العامة عمليات تطبيقية للعلوم الإجتماعية لأنها تتعامل مع كائنات إنسانية حية ذات طابع مختلف وتكوين نفسي متغير .
- تتفق العلاقات العامة بالشمولية فنشاطها لا يقتصر على ميدان دون آخر بل يمتد ليشمل كافة الميادين السياسية والإقتصادية والإجتماعية وكافة المؤسسات بأشكالها وأنواعها<sup>1</sup> .
- ومن هنا يمكن القول أن للعلاقات العامة عدة خصائص مهمة فهي تعتبر همزة وصل بين الجمهور والمؤسسة .

### مبادئ العلاقات العامة :

توجد عدة مبادئ تتمثل في :

- العمل على إيجاد تفاهم متبادل بين المؤسسة وجميع العاملين بها , والعمل على تماسك الجمهور الداخلي وتدعيم روح الجماعة والتعاون داخل المؤسسة
- مراعاة الصدق والأمانة في شرح كل ما يصدر عن المؤسسة حرصا على كسب ثقة الجمهور

<sup>1</sup> محمد الصيرفي، العلاقات العامة من منظور إرادي، ط1، الإسكندرية ، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، 2005 م، ص

- التمسك بالأسلوب المهني وبأهداف العمل وإتباع القيم الأخلاقية الرفيعة في كل التصرفات
- الإبتعاد عن إتخاذ موقف دفاعي عن تغطية المساوئ وأوجه التعقيد , لأن ذلك يضرب ستارا من التضليل ويحجب الحقيقة
- المساهمة في رفاهية المجتمع وتقدم أفراده أكثر من مجرد تحقيق أكبر كسب مادي وهذا يعمل على كسب تأييد الجمهور داخل المؤسسة وخارجها
- إظهار الحقائق في صراحة ووضوح حرصا على كسب ثقة الجمهور , ذلك لأن إخفاء الحقائق إذا نجح بعض الوقت فإن هذا النجاح مؤقت وسرعان ماتكتشف الحقيقة ويفقد الجمهور ثقته في المؤسسة , كذلك فإن إخفاء الحقائق يترك المجال للصائدين في المياه العكرة إلى نشر الإشاعات والأخبار الكاذبة التي بالمصالح العامة للمؤسسة وبلبلة أفكار جماهيرها<sup>1</sup>.
- من خلال هذه المبادئ يمكن القول أن للعلاقات العامة مبادئ أساسية تقوم عليها بالأخذ والعتاء والفهم المتبادل والإستجابة من جانب الطرفين , فهي تعكس وجهة نظر الجمهور لمؤسسة وتعكس وجهة نظر المؤسسة لفئات الجمهور

### اهمية العلاقات العامة

- إن العلاقات العامة السليمة تبدأ من داخل المنظمة , أي من خلال تطوير مفاهيم ومعارف ومدرجات ومعنويات القوى العاملة وفي هذا المجال يجب أن تدرك الإدارة الحقائق التالية
- أن العلاقات العامة السليمة والفعالة يتجه مسارها من الداخل حيث العاملين إلى الخارج حيث أن الجماهير الخارجية , وهو أمر يقتضي الإهتمام بدعم الصلة مع الجمهور الداخلي وتوثيق الروابط معه وتوجيه قراته وإمكانياته لتعزيز مكانة المنظمة وإزدهار صورتها .

<sup>1</sup> محمد الصيرفي ، العلاقات العامة من منظور إرادي، ط1، الإسكندرية ، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، 2005 م ،

- إن كافة العاملين لديهم مهارات وخبرات ومعلومات وأفكار ، يمكن أن تفهم في تحقيق فاعلية المنظمة
- إن تود الشعور بالمسؤولية لدى العاملين ، يعتمد على مدى توافر الفرصة لديهم للمشاركة في القرارات التي تؤثر عليهم وفي وضع الأهداف ورسم السياسات ووضع خطط ونظم العمل
- إن المنظمة تعمل بنجاح وفاعلية وكفاءة أكبر إذا كان جميع العاملين بها على علم بما يحدث في المنظمة ، سواء في ذلك الإنجازات الجيدة ، والأخبار السارة أو الصعوبات والجهود التي يبذل لحلها
- إن تحقيق المنظمة لأهدافها مرهون بدرجة أساسية بمعرفة أعضاء المنظمة وموظفيها بهذه الأهداف ، وبفهمهم للدور الذي يجب أن يؤديه للإسهام في تحقيق تلك الأهداف
- إن العاملين ينتظرون من الإدارة أفعالا ونضرات وليس وعودا
- لو أن أعضاء المنظمة غير راضين عن الطريقة التي تعاملهم بها الإدارة فإنهم سوف يجدوا مخرجا للتعبير عن مشاعرهم بطريقة سلبية ضد المنظمة .
- نستنتج من نا أن للعلاقات العامة أهمية كبيرة داخل المنظمة فهي تساهم في بناء سمعة حسنة عن المؤسسة من أجل دعم إستمراريتها وتأكيد هويتها<sup>1</sup> .

#### أهداف العلاقات العامة

- لابد من توفر أهداف العلاقات العامة من أجل أداء دورها في المنظمة على الوجه الصحيح ومنها :
- تعريف الجمهور بسياسة تلك المؤسسة أو خدماتها أو منتجاتها حتى يكونوا على إطلاع دائم وذلك لتوثيق وتيسير التعاون البناء

<sup>1</sup> الدكتور رؤوف حسين الزبيدي ، مبادئ العلاقات العامة، ط1، الأردن، الأكاديميون للنشر والتوزيع، 2014، ص 26 27

- تنمية الشعور بالانتماء للجماهير ، ومحاربة الإشاعات والدعايات المغرضة ، ونقد الأخطاء والسلبيات للمسؤولين وتقديم النصائح ، وتعبئة الجماهير للتغيرات
- تنشيط المناقشات الهادفة إلى التطوير الإداري ، وتشجيع مبادرات بعض الإداريين لحل المشكلات التي قد تعرقل العمل ، ونقد الإجراءات والقوانين التي تعيق حرية الإبداع والعمل
- نقل متطلبات وأفكار ورغبات الجمهور إلى إدارة المؤسسة من أجل دراستها وتلبيتها قدر الإمكان ، ومعرفة إحتياجات العاملين في المؤسسة من النواحي الثقافية والترولوجية ، أو إستحقاق المكافآت والعمل على مساعدتهم في حل مشاكلهم وتشجيعهم على المساهمة في النشاطات الفكرية والاجتماعية
- المشاركة مع إدارات المؤسسة الأخرى على إعداد المواد الإعلامية والمطبوعات الثقافية والنشرات المتعلقة بأعمال ومنتجات المؤسسة كإدارة التسويق أو الإنتاج أو الأفراد لتعريف الجمهور بذلك
- توثيق الاتصال بين المؤسسة والجهات الأخرى ، واستخدام مختلف وسائل الاتصال المكتوبة أو المرئية أو مختلف وسائل الاتصال كالهاتف والبريد الإلكتروني والأنترنات
- تنمية وتشجيع الوعي الادخاري ، وترشيد الإنفاق الحكومي ونشر الوعي التأميني وترشيد الاستهلاك (الماء ، الكهرباء ، الثروات الطبيعية ) وتقديم الإرشاد والتثقيف في مختلف المجالات<sup>1</sup> .
- ومنه يتضح من خلال الأهداف التي ذكرتها بأن العلاقات العامة في المنظمة أو المؤسسة تسعى لتحقيق التوفيق بين عناصر المجتمع ومنظماتها ولها دور مشارك في جميع المجالات وأنشطة المؤسسة وتعمل في الوسط الداخلي والمحلي والخارجي

### وظائف العلاقات العامة :

<sup>1</sup> رؤوف حسين الزبيدي، مبادئ العلاقات العامة، ط1، الأردن، الكادميون للنشر والتوزيع، 2014 م، ص 25.26

- يوجد ثلاث وظائف تاريخية للعلاقات العامة ألا وهي : إعلام الناس , إقناعهم , إدماجهم مع بعضهم البعض<sup>1</sup> .
- ويذهب العديد من الكتاب إلى أن هناك خمس وظائف أساسية للعلاقات العامة وهي
  - 1-البحث : تقوم العلاقات العامة بجمع وتحليل وبحث ودراسة إتجاهات الرأي العام لجماهير المؤسسة أو الهيئة , ومعرفة آرائهم وإتجاهاتهم , حتى يمكن الحصول على حقائق صحيحة
  - 2-التخطيط : يقوم جهاز العلاقات العامة برسم السياسة العامة للمؤسسة والبرامج الخاصة به في ضوء البحوث والدراسات التي يقوم بها هذا الجهاز وذلك بتحديد الأهداف والجماهير المستهدفة وتصميم البرامج الإعلامية , فهي بذلك تقوم بشرح سياسات المنشأة للجمهور .
  - 3-الإتصال : يعني القيام بتنفيذ الخطط والإتصال بالجماهير المستهدفة , وتحديد الوسائل الإعلامية المناسبة لكل جمهور , وعقد المؤتمرات , وإنتاج الصور والشرائح والأفلام السينمائية والاحتفاظ بمكتبة تصم البيانات التاريخية وتنظيم الندوات والمحاضرات والمناظرات .... ولجهاز العلاقات العامة وظيفة إدارية فهو يقدم الخدمات لسائر الإدارات ومساعدتها على أداء وظائفها المتصلة بالجمهور .
  - 4-التنسيق : تعمل العلاقات العامة على التنسيق بين الإدارات المختلفة لتحقيق التقاهم بينها كما تعمل كحلقة إتصال وأداة تنسيق بين الموظفين والشخصيات المختلفة أي بينها وبين الجمهور الداخلي والخارجي
  - 5-التقويم : ويقصد به قياس النتائج الفعلية لبرامج العلاقات العامة , والقيام بالإجراءات الصحيحة لضمان فعالية البرامج وتحقيقها لأهدافها<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>صالح أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار ادام للدراسات والنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ،

ومما سبق ذكره فإن العلاقات العامة هي حلقة الوصل بين أي مؤسسة وبيئتها الخارجية ، ولاستطيع المؤسسة أيا كانت أن تقوم بمهامها وتحقيق أهدافها إلا إذا كانت هناك علاقة متبادلة مبنية على الثقة بينها وبين الجمهور .

---

<sup>1</sup>مصطفى يوسف كافي، المرجع السابق ص 36-37-38

## المبحث الثاني : ماهية رجل العلاقات العامة

### المطلب الأول : تعريف القائم بالعلاقات العامة

فهو كما يقول الباحث إبراهيم إمام يشبه الوتر الحساس الذي ينقل الأنغام الصادقة الأصيلة من الرأي العام إلى المؤسسة الذي يدور حوله كل نشاط اتصالي وإعلامي<sup>1</sup>.

### مواصفات رجل العلاقات العامة :

يجب على رجل العلاقات العامة أن يتصف بمواصفات خاصة وهي كالآتي :

- اكتساب مهارات عملية في المجالات التالية : الإقتصاد والإعلام والتحليل السياسي
- القرب من مصادر المعلومات المهمة
- الإدراك الشامل لمجريات الأمور في المجتمع المحلي والإقليمي والدولي
- العلاقات الواسعة مع وسائل الإعلام
- الوعي بالمنظمات المنافسة في السوق
- الصلة بقيادة الرأي العام في المجتمع
- يجب أن يكون رجل له قدرة عالية على تسويق السلع والخدمات

غير أن هناك معايير يجب الأخذ بها عند اختيار المستشار ومنها :

- المهارات والقدرات المهنية التي يتمتع بها في مجال العلاقات العامة
- الانتماء إلى هيئة أو جمعية أو وكالة كبرى في مجال العلاقات العامة
- السمعة الخاصة التي يتمتع بها
- قيامه بسد العجز للإحتياجات الفعلية ومساهمته في تحقيق الأداء الأفضل لها<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>شذا سليم ابو سليم، مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لاهدافها في الكليات التقنية بمحافظات غزة من وجهة نظر العاملين ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية التجارة، قسم إدارة أعمال، الجامعة الإسلامية غزة، 2006، ص 36

ومن هنا نستنتج أن هناك عدة مواصفات يجب أن يتصف بها رجل العلاقات العامة وذلك حتى يتم قبوله وقبول دوره داخل المؤسسة ويجب أن يتمتع بأخلاقيات الصدق والأمانة .

### دور رجل العلاقات العامة

رجل العلاقات العامة يلعب دورا أساسيا في مساعدة المؤسسة في تحقيق أهدافها وفيما يلي

إبراز المهام والواجبات التي يؤديها رجل العلاقات العامة :

- تعريف الجمهور بالمؤسسة وشرح الخدمة أو السلعة التي تنتجها بغية اهتمام الجمهور بها
- شرح سياسة المؤسسة أو المنشأة إلى الجمهور بغية قبوله والتعاون معها
- متابعة الأخبار التي تنشر على الجمهور حول المؤسسة والتأكد من صحة ذلك من حيث

الشكل والمضمون

- حماية المؤسسة من أي هجوم قد يقع عليها نتيجة نشر أخبار كاذبة أو غير صحيحة عنها
- إخبار الإدارة العليا للمؤسسة برد فعل سياستها بين فئات الجمهور المختلفة<sup>2</sup>
- تهيئة الجو بين المؤسسة والأفراد
- مد المؤسسة بكافة التطورات التي تحدث في الرأي العام
- بحث وتحليل جميع المسائل التي تهم الإدارة العليا ورفعها إليها
- تعمل كمستشار شخصي لأعضاء مجلس الإدارة ولجميع الأفراد في مستويات الإدارة العليا
- تعمل كمنس بين الإدارات المختلفة لتحقيق الإنسجام في المؤسسة بينها وبين الجمهور

الداخلي والخارجي

- التأكد من أن أهداف المؤسسة وأعمالها ترقى للاهتمام الكافي من فئات الجمهور<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> علي عجوة محمد يوسف، إدارة وتخطيط العلاقات العامة، القاهرة، 2005م، ص 38

<sup>2</sup> دريحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، عمان، دار صفاء للنشر وتوزيع، 2005،



أهداف القائم بالعلاقات العامة :

- التعريف بالمؤسسة
- التعريف بنشاط جهاز العلاقات العامة
- الحصول على المعلومات والاتصال والتنسيق والتخطيط
- البحث وجمع المعلومات إجراء بحوث الرأي العام والاستطلاع وجمع المعلومات عن المؤسسات أو الشركات المنافسة
- الاتصال : توفير قنوات الاتصال المناسبة في الاتجاهين من المنظمة إلى الجمهور ومن الجمهور إلى المنظمة , وذلك عن طريق الاتصال الشخصي أو الاتصال التنظيمي
- تخطيط برامج العلاقات العامة وتنفيذها : تضع خطط وقائية وعلاجية لتحسين صورة المؤسسة أو المنشأة لدى الجماهير
- تقييم برامج وخطط تقييمها قبلي ومرحلي ( أثناء التنفيذ ) وتقييم بعدي
- التنسيق بين المؤسسة وجماهيرها
- التواصل : يعتبر رجل العلاقات العامة النقطة الموصلة بين الأقسام داخل الشركة<sup>2</sup>
- مواجهة الشائعات والحملات الدعائية المقرضة
- قياس وتغيير اتجاهات الرأي العام المؤثرة في المؤسسة
- مساعدة وتشجيع الاتصال بين المستويات الإدارية العليا والمستويات الإدارية العليا والمستويات الأخرى للمؤسسة .
- متابعة كل ما ينشر عن المؤسسة في الصحف المحلية أو الخارجية

<sup>1</sup>حمدي شعبان، وظيفة العلاقات العامة (الأسس و المهارات )، القاهرة، مصر، مؤسسة اطواجي للتجارة والطباعة والنشر،

2008، ص 27

<sup>2</sup>البكري تامر، الاتصالات التسويقية والترويج، ط1، الأردن - عمان - دار حامد للنشر والتوزيع، 2006 م، ص 36

- تنشيط العلاقات والاتصالات بين المؤسسة الإعلامية والمؤسسات الأخرى فضلا عن تطوير العلاقات مع وسائل الإعلام<sup>1</sup>.

### خصائص القائم بالعلاقات العامة :

حب الاستطلاع : يجب أن تتوفر في القائم بالعلاقات العامة الرغبة المستمرة في أن يعرف عناصر الأحداث ماذا ؟ لماذا؟ متى ؟ أين ؟ من ؟ فبدون ذلك لن يحصل على حقائق ولن يفسر الأحداث

الإحساس العام : أن يكون لديه القدرة على الشعور بمدى توافقه أو تشاركه مع الآخرين وأنه يعرف متى يتكلم ومتى يدافع , كما أن الحرص ضروري حتى لا تؤدي زلة لسان إلى مشكلات يصعب حلها

الالتزان : نشاط العلاقات العامة يتضمن الاتصال بالأفراد , وخلق انطباع طيب عند الجماهير التي تمثلها العلاقات العامة والالتزان أحد مكوناته

الكياسة : نجاح رجل العلاقات العامة يتوقف على مدى تأثير فكره في الآخرين وهذا ما يتطلب قدرا من الدقة والكياسة , فالغلطة دائما ثم تولد الاستياء

الموضوعية : وهي القدرة عن النظر بتجرد عن الذات إلى المشكلات المعروضة والتوصيات المطروحة وأسوب العمل , والتعرف على العيوب حتى ولو كان مصدرها الشخص نفسه , وعدم التحيز لأي فريق على حساب الآخرين .

الاهتمام بالآخرين : أي أن يكون القائم بهذه الوظيفة محبا للآخرين , مقبلا عليهم لكي يتعرف على طريقة تفكيرهم , وأساليب التأثير فيهم<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>مصطفى يوسف كافي، العلاقات العامة، ط1، الأردن، عمان، دار حامد للنشر والتوزيع، ص 31

<sup>2</sup>رضوان بلخيري، سارة الجبري، مدخل للاتصال والعلاقات العامة، ط1، جسور للنشر والتوزيع، 2013م، ص 193-194

مزايا وعيوب أخصائي العلاقات العامة :

1-مزايا أخصائي العلاقات العامة :

- الخبرة الواسعة والمهارات المتعددة للمستشار نظرا لاتصاله بوسائل الإعلام وتعامله مع المشكات المتنوعة بالإضافة إلى وجود المتخصصين في فروع المهنة في مكتبة مما قد لايتوافر لإدارة العليا للمنظمة
- زيادة مصداقية المستشار لدى الإدارة العليا للمنظمة
- القدرة على النظر إلى الأمور بموضوعية تامة دون تأثر بخلافات شخصية التي تحدث بين أفراد رجال الإدارة بالمنظمة
- الإبتعاد عن المشكلات المتعلقة بالعمل اليومي<sup>1</sup>.

2-عيوب أخصائي العلاقات العامة :

- عدم إرتياح إدارة العلاقات العامة بالمنظمة للتعامل مع المستشار
- عدم التواجد المستمر في المنظمة
- عدم معرفة الأسباب الغير المعلنة للمشاكل وذلك لإعتبار شخصا غريبا لا ينبغي إطلاعها عليها
- التعامل مع أكثر من منظمة في وقت واحد وقد تكون متنافسة
- معايشة لمشكلات المؤسسة قد يفقده نقطة القدرة على تطور حلول إبتكار وغير تقليدية<sup>2</sup>

**خلاصة :** من خلال ماسبق عرضه في هذا الفصل نستنتج أن العلاقات العامة أصبحت

تمثل نظاما متكاملا قائما على وسائل إتصالية مصممة وموجهة خصيصا للتأثير على

ذهنية الجمهور .

<sup>1</sup>علي عجوة مرجع سابق ص 37

<sup>2</sup>مرجع سابق 37

- فلقد أصبحت العلاقات العامة قوة مؤثرة على الجمهور وفي مختلف القطاعات فالعلاقات العامة أصبحت تلعب دورا مهما في نشاط المؤسسة فهي جزء لا يتجزأ من وظيفة المؤسسة , فنجاح المؤسسات مرهون بقوة وتنظيم إدارة العلاقات العامة .

A decorative floral frame with intricate scrollwork and leaf patterns, surrounding a central oval area. The text is centered within this oval.

الفصل الثالث

الإطار التطبيقي للدراسة

## مقابلة مع مديرية الحماية المدنية

ماهي النشاطات التي قتم بها خلال فترة الجائحة:

قامت مصالح الحماية المدنية بالمسيلة بعدة نشاطات للوقاية والحد من إنتشار الجائحة تمثلت في عمليات التعقيم التي مست كل المناطق والساحات العمومية وأماكن التجمعات بالولاية وكذا عمليات التوعية والتحسيس عن طريق الخرجات الميدانية للتواصل المباشر مع المواطنين وكذا بمكبرات الصوت عبر قوافل تجوب الأحياء، وعن طريق وسائل الإعلام المرئية، المسموعة، المكتوبة والصفحة الإلكترونية ( الفيسبوك )

الوسائل والامكانيات التي تم استخدامها:

تم استخدام العديد من الإمكانيات المادية والبشرية

1-الامكانيات البشرية تمثلت في مختلف أعوان الحماية المدنية بكافة رتبهم للتعقيم

والتحسيس والمناورات، فرقة خاصة بالتدخل لإجلاء أو دفن المصابين والمشتبه

بإصابتهم بفيروس كورونا .

2-الامكانيات المادية: سيارات الإسعاف لإجلاء المصابين وكذا التوعية والتحسيس،

شاحنات الإطفاء للتعقيم، سيارة الاتصال بمكبرات الصوت، مضخات يدوية و اخرى

ميكانيكية للتعقيم ، كامات ، معقمات ومطويات، ملصقات، لباس خاص بالوقاية

من الفيروس، بوابات التعقيم خاصة بالأعوان.

كما تم إستخدام عدة وسائل لتغطية مختلف النشاطات الإعلامية وأخرى لإيصالها لأكبر عدد

ممكن من المواطنين تمثلت في: آلات تصوير، وأجهزة الحواسيب.

ماهو الدور التوعوي الذي تلعبه خلية الإعلام بمديرية الحماية المدنية لولاية المسيلة في

التحسيس وكيفية الوقاية من جائحة كورونا:

تقوم خلية الإعلام بإعلام أكبر عدد ممكن من الأعوان والمواطنين بمخاطر الفيروس وطرق

الوقاية الواجب إتباعها وذلك بتطبيق البروتوكول الصحي المتمثل في التباعد الاجتماعي،

تعقيم اليدين مرارا، لبس الكمامة، تهوية المنازل تجنب المصافحة ، الأماكن المغلقة

والمزدحمة وذلك عن طريق مكبرات الصوت، التواصل المباشر مع الأشخاص، حملات

تحسيسية لمختلف المؤسسات، التواصل عن طريق وسائل الإعلام المختلفة مرئية، مسموعة ومكتوبة.

ماهي النصيحة التي تقدمونها في هذا المجال:

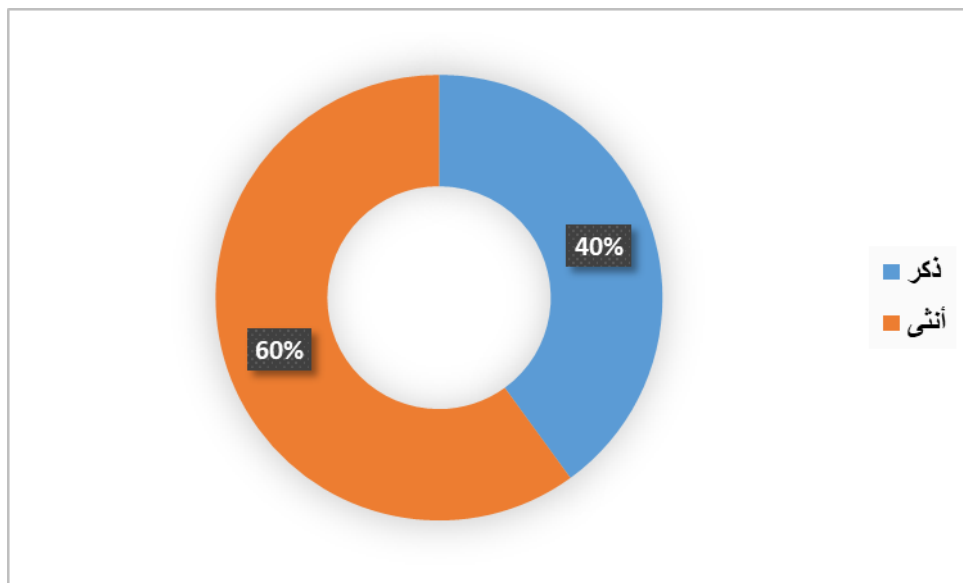
نقدم نصيحة لكافة شرائح المجتمع بضرورة التزام بالبروتوكول الصحي كي لا تكون سببا في نقل العدوى لنفسك وأهلك.

سائلا المولى عز وجل بأن يرفع عنا هذا الوباء.

الحماية المدنية في خدمتكم عن طريق الاتصال بالرقمين 14 أو 1021.

عرض وتحليل نتائج الدراسة

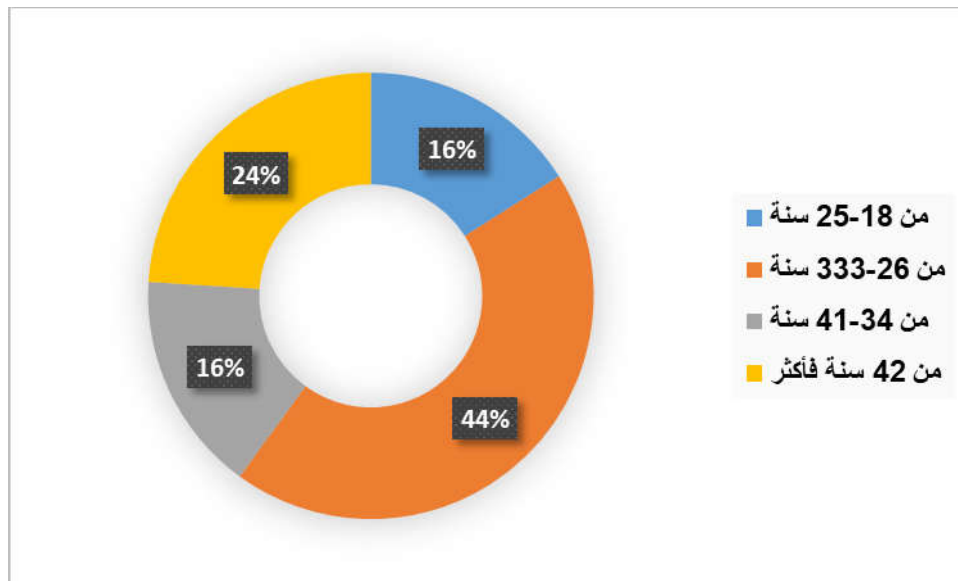
الجنس		
النسبة %	التكرار	
40	10	ذكر
60	15	أنثى
100	25	المجموع



من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (25) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "إناث" وقد بلغ عددهم (15) فرداً بنسبة مئوية بلغت 60%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "ذكور" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 40%،

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن أغلب أفراد العينة من الإناث.

العمر		
النسبة %	التكرار	
16	4	من 25-18 سنة
44	11	من 33-26 سنة
16	4	من 41-34 سنة
24	6	من 42 سنة فأكثر
100	25	المجموع

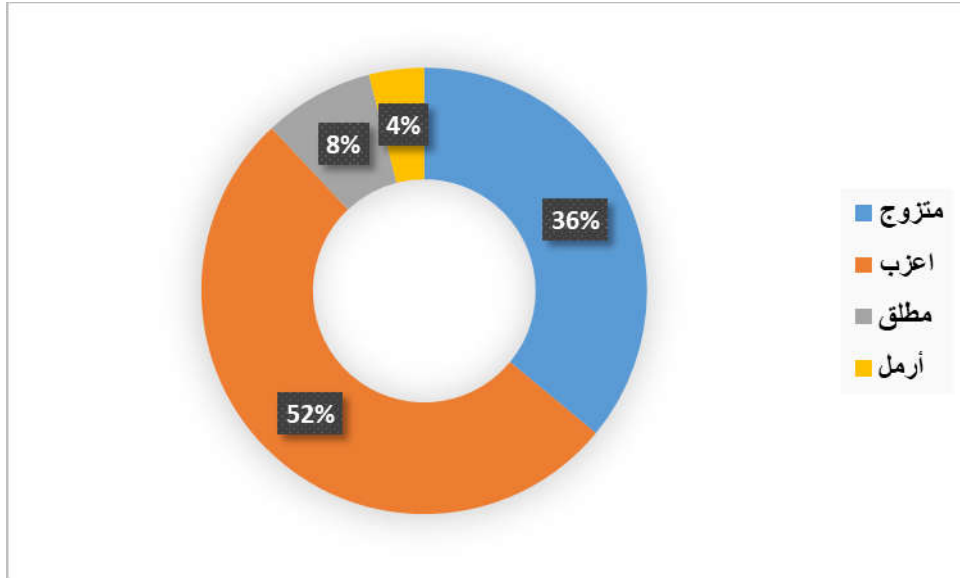




من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (25) فرداً قد انقسمت إلى أربعة مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "من 26-33 سنة" وقد بلغ عددهم (11) فرداً بنسبة مئوية بلغت 44%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "من 42 سنة فأكثر" والبالغ عددهم (6) بنسبة مئوية قدرت بـ 24%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "من 34-41 سنة" والبالغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ 16%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "من 18-25 سنة" والبالغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ 16%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن أغلب أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين 26-33 سنة .

الحالة_ الاجتماعية		
النسبة %	التكرار	
36	9	متزوج
52	13	اعزب
8	2	مطلق
4	1	أرمل
100	25	المجموع

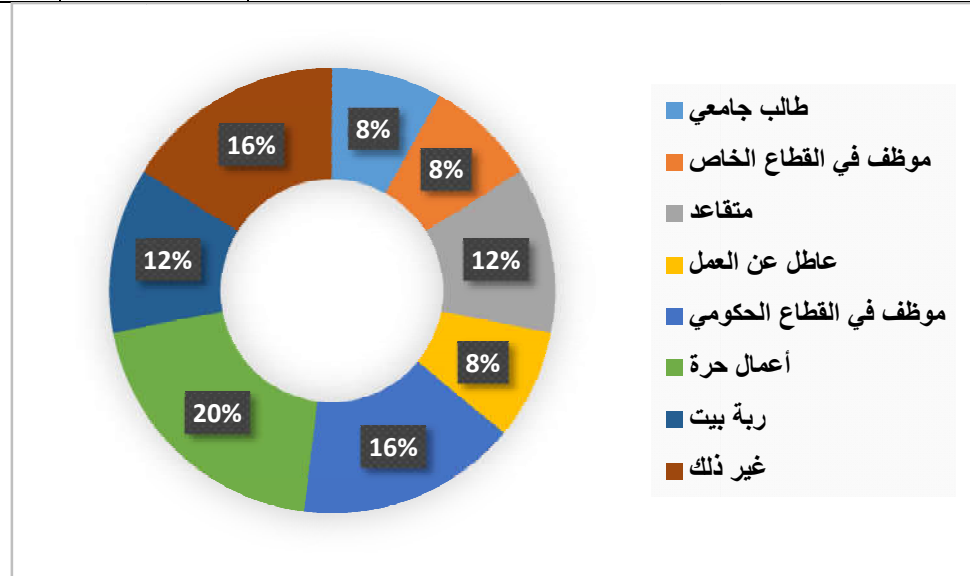


من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (25) فرداً قد انقسمت إلى أربعة مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "اعزب" وقد بلغ عددهم (13) فرداً بنسبة مئوية بلغت 52%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "متزوج" والبالغ عددهم (9) بنسبة مئوية قدرت بـ 36%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "مطلق" والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـ 8%، أما

المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أرمل" والبالغ عددهم (1) بنسبة مئوية قدرت بـ 4%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن أغلب أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين 26-33 سنة .

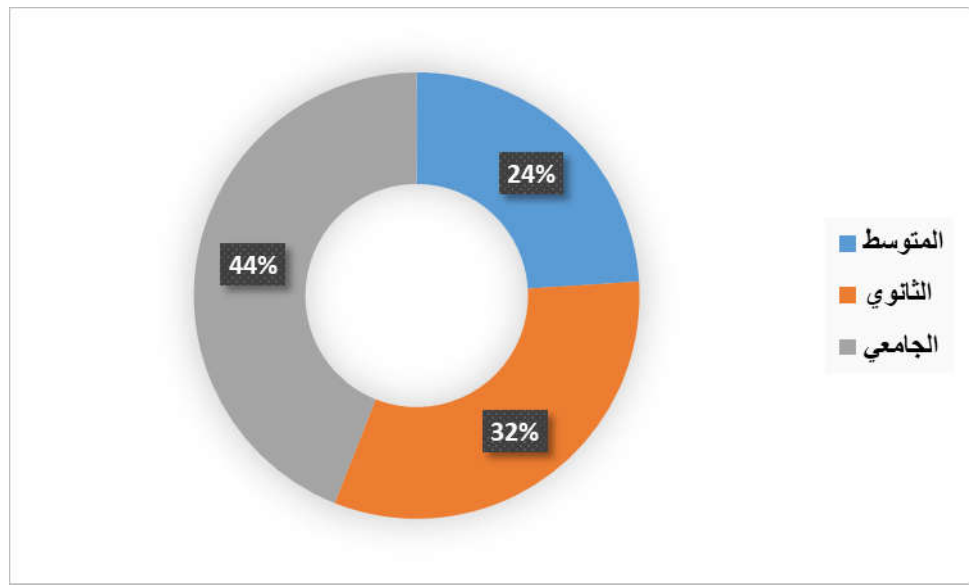
المهنة		
النسبة %	التكرار	
8	2	طالب جامعي
8	2	موظف في القطاع الخاص
12	3	متقاعد
8	2	عاطل عن العمل
16	4	موظف في القطاع الحكومي
20	5	أعمال حرة
12	3	ربة بيت
16	4	غير ذلك
100	25	المجموع



من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (25) فرداً قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "أعمال حرة" وقد بلغ عددهم (5) فرداً بنسبة مئوية بلغت 20%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال البديلين "موظف في القطاع الحكومي غير ذلك" والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـ 16%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "ريت بيت ومتقاعد" والبالغ عددهم (6) بنسبة مئوية قدرت بـ 12%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "طالب جامعي، موظف في القطاع الخاص، عاطل عن العمل" والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـ 8%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن أغلب أفراد العينة من يزاولون وظيفة الأعمال الحرة.

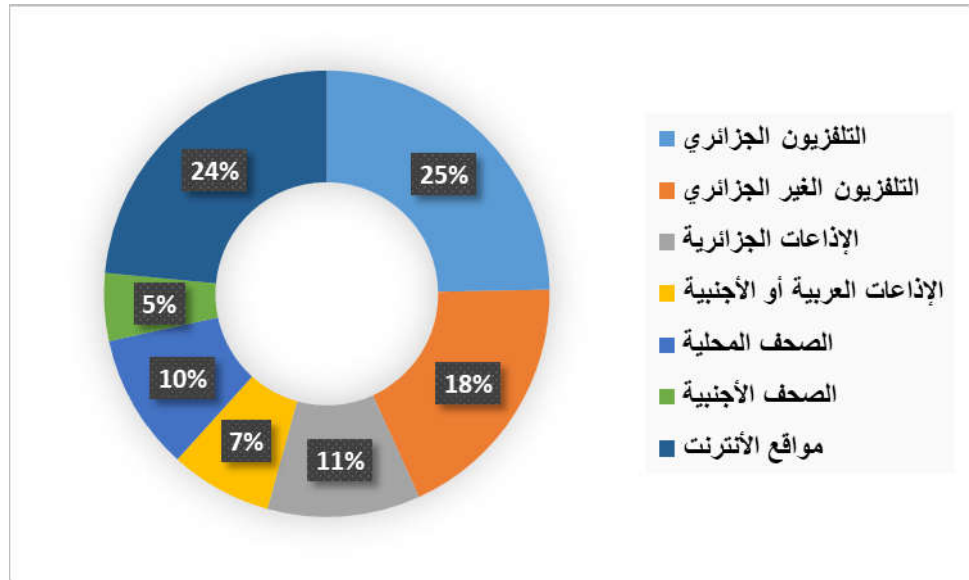
المستوى_التعليمي		
النسبة%	التكرار	
24	6	المتوسط
32	8	الثانوي
44	11	الجامعي
100	25	المجموع



من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (25) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "جامعي" وقد بلغ عددهم (11) فرداً بنسبة مئوية بلغت 44%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "ثانوي" والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـ 32%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "متوسط" والبالغ عددهم (6) بنسبة مئوية قدرت بـ 24%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن أغلب أفراد العينة من الجامعيين.

\$الوسائل_الإعلامية		
النسبة%	N	
24,70%	20	التلفزيون الجزائري
18,50%	15	التلفزيون الغير الجزائري
11,10%	9	الإذاعات الجزائرية
7,40%	6	الإذاعات العربية أو الأجنبية
9,90%	8	الصحف المحلية
4,90%	4	الصحف الأجنبية
23,50%	19	مواقع الأنترنت
100,00%	81	المجموع

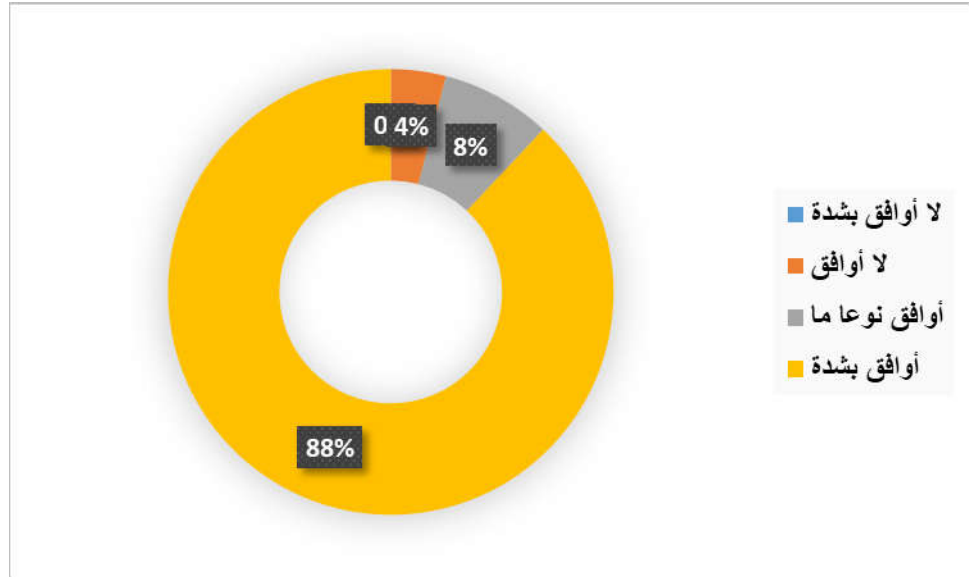


من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (25) فرداً قد انقسمت إلى سبعمجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "التلفزيون الجزائري" وقد بلغ عددهم (20) فرداً بنسبة مئوية بلغت 24.70%، أما المجموعة الثانية فتتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل

"مواقع الأنترنت" والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ **23.50%**، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "التلفزيون الغير الجزائري" والبالغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـ **18.50%**، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الإذاعات الجزائرية" والبالغ عددهم (9) بنسبة مئوية قدرت بـ **11.10%**، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الصحف المحلية" والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـ **9.90%**، أما المجموعة السادسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الإذاعات العربية أو الأجنبية" والبالغ عددهم (6) بنسبة مئوية قدرت بـ **7.40%**، أما المجموعة السابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الصحف الأجنبية" والبالغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ **7.40%**.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن أغلب أفراد العينة يتابعون التلفزيون الجزائري.

التوعية بأخطار كورونا		
النسبة %	التكرار	
0,00%	0	لا أوافق بشدة
4	1	لا أوافق
8	2	أوافق نوعا ما
88	22	أوافق بشدة
100	25	المجموع

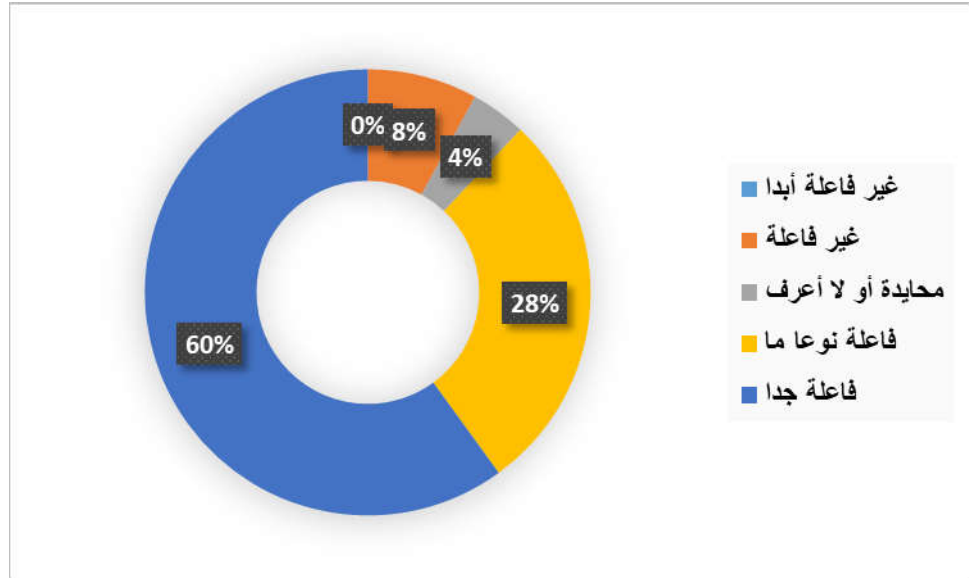


من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (25) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "أوافق بشدة" وقد بلغ عددهم (22) فرداً بنسبة مئوية بلغت 88%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أوافق نوعاً ما" والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـ 8%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا أوافق" والبالغ عددهم (0) بنسبة مئوية قدرت بـ 4%، أما البديل "لا أوافق بشدة" فلم نسجل أي نسبة 0%.



وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن أغلب أفراد العينة يعون بأخطار كورونا بشدة.

أسلوب التحذيرات المباشرة عن طريق وسائل الإعلام الجماهيري		
النسبة %	التكرار	
0	0	غير فاعلة أبدا
8	2	غير فاعلة
4	1	محايدة أو لا أعرف
28	7	فاعلة نوعا ما
60	15	فاعلة جدا
100	25	المجموع

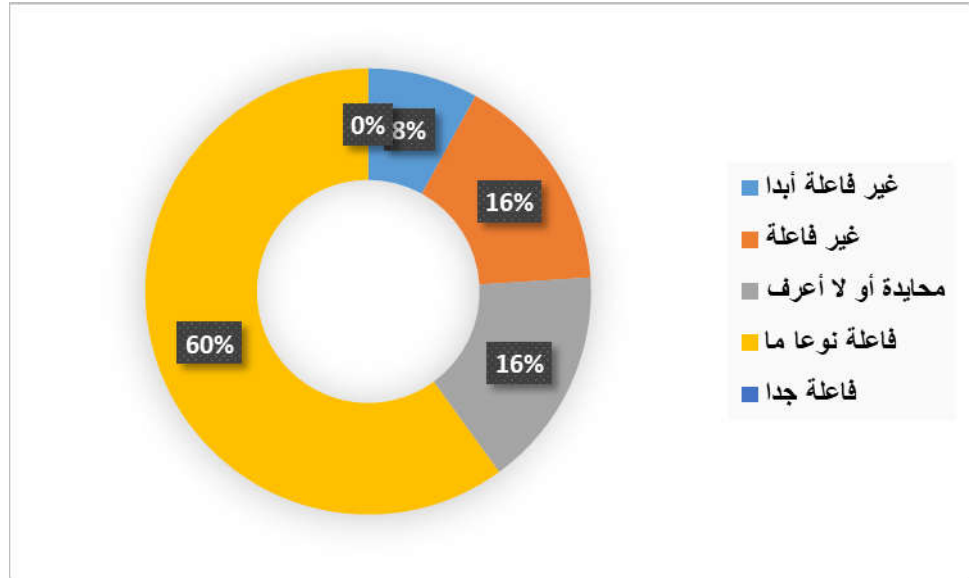


من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (25) فرداً قد انقسمت إلى أربعة مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "فاعلة جداً" وقد بلغ عددهم (15) فرداً بنسبة مئوية بلغت 60%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "فاعلة نوعاً ما" والبالغ عددهم (7) بنسبة مئوية قدرت بـ 28%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير فاعلة" والبالغ عددهم (1) بنسبة مئوية قدرت بـ 8%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل

"محايدة أو لا أعرف" والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـ 00%، أما البديل "غير فاعلة أبدا" فلم تسجل أي نسبة 0%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن أسلوب التحذيرات المباشرة عن طريق وسائل الإعلام الجماهيري فاعل جدا.

أسلوب الصور الإيضاحية		
النسبة %	التكرار	
8	2	غير فاعلة أبدا
16	4	غير فاعلة
16	4	محايدة أو لا أعرف
60	15	فاعلة نوعا ما
0	0	فاعلة جدا
100	25	المجموع

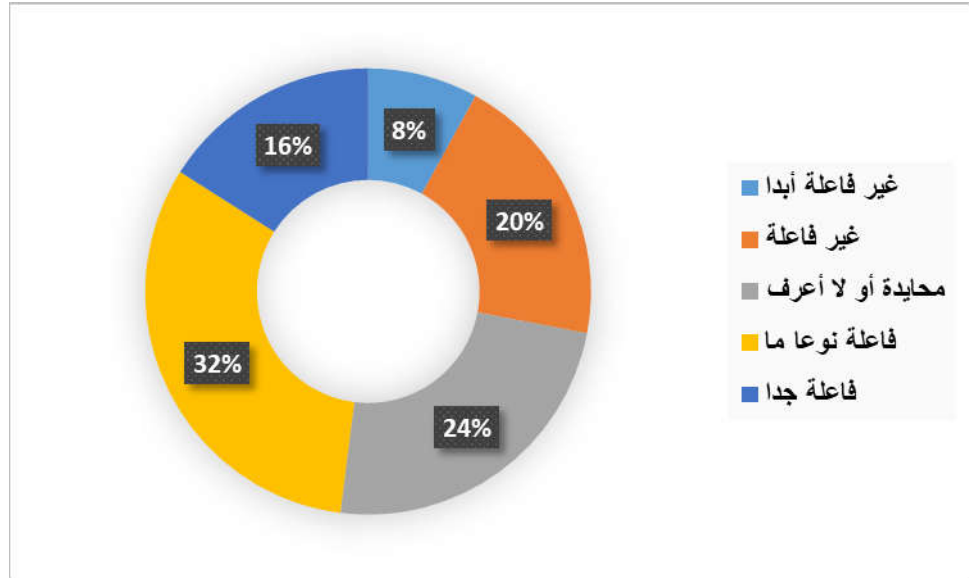


من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (25) فرداً قد انقسمت إلى أربعة مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "فاعلة نوعاً ما" وقد بلغ عددهم (15) فرداً بنسبة مئوية بلغت 60%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "محايدة أو لا أعرف" والبالغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ 16%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير فاعلة" والبالغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ 16%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال

بالبديل "غير فاعلة أبدا" والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـ 8%، أما البديل فاعلة جدا فلم نسجل أي نسبة 0%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن أسلوب الصور الإيضاحية فاعلنوعا ما.

أسلوب الأفلام التفسيرية والتحليلية		
النسبة %	التكرار	
8	2	غير فاعلة أبدا
20	5	غير فاعلة
24	6	محايدة أو لا أعرف
32	8	فاعلة نوعا ما
16	4	فاعلة جدا
100	25	المجموع

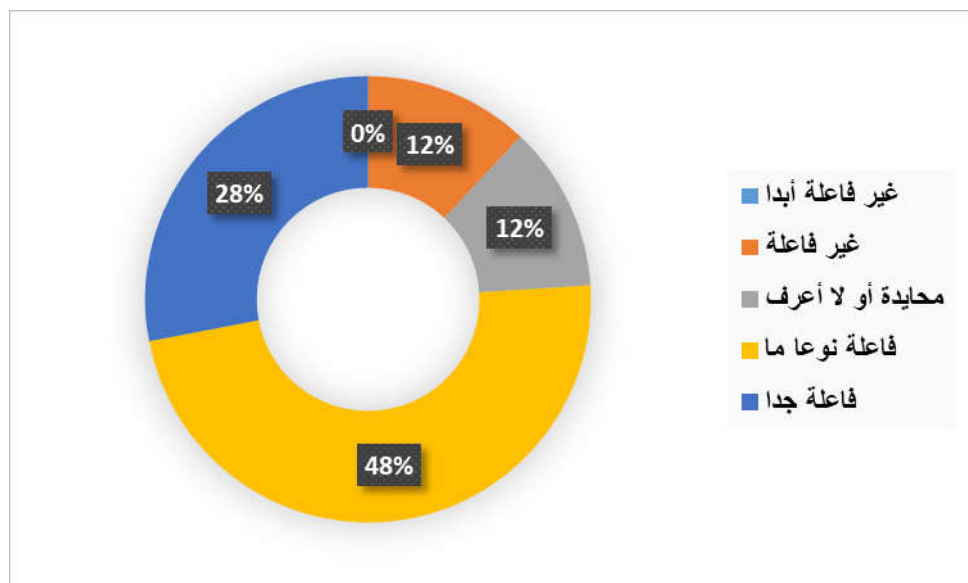


من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (25) فرداً قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "فاعلة نوعاً ما" وقد بلغ عددهم (8) فرداً بنسبة مئوية بلغت 32%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "محايدة أو لا أعرف" والبالغ عددهم (6) بنسبة مئوية قدرت بـ 24%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير فاعلة" والبالغ عددهم (5) بنسبة مئوية قدرت بـ 20%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "فاعلة جداً" والبالغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ 16%، أما المجموعة

الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير فاعلة أبداً" والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـ 8%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن أسلوب الأفلام التفسيرية والتحليلية فاعل نوعاً ما.

أسلوب الرسائل الشفوية المباشرة		
النسبة %	التكرار	
0	0	غير فاعلة أبداً
12	3	غير فاعلة
12	3	محايدة أو لا أعرف
48	12	فاعلة نوعاً ما
28	7	فاعلة جداً
100	25	المجموع

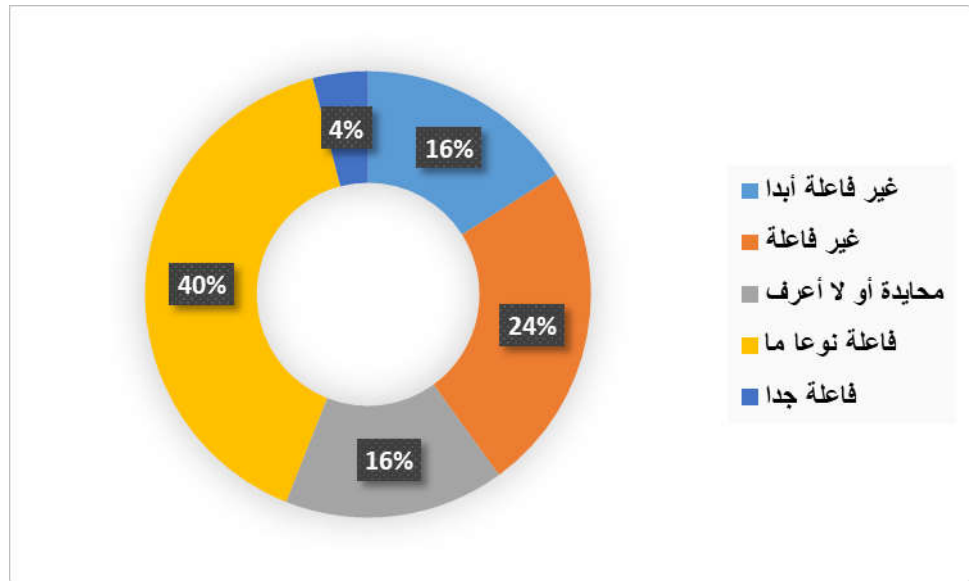


من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (25) فرداً قد انقسمت إلى أربعة مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "فاعلة نوعاً ما" وقد بلغ عددهم (12) فرداً بنسبة مئوية بلغت 48%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "فاعلة جداً" والبالغ عددهم (7) بنسبة مئوية قدرت بـ 28%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "محايدة أو لا أعرف" والبالغ عددهم (3) بنسبة مئوية قدرت بـ 12%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير فاعلة" والبالغ عددهم (3) بنسبة مئوية قدرت بـ 12%، أما البديل غير فاعلة أبداً فلم نسجل أي نسبة 0%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن أسلوب الرسائل الشفوية المباشرة فاعل نوعاً ما.



أسلوب الرسائل المكتوبة		
النسبة %	التكرار	
16	4	غير فاعلة أبدا
24	6	غير فاعلة
16	4	محايدة أو لا أعرف
40	10	فاعلة نوعا ما
4	1	فاعلة جدا
100	25	المجموع

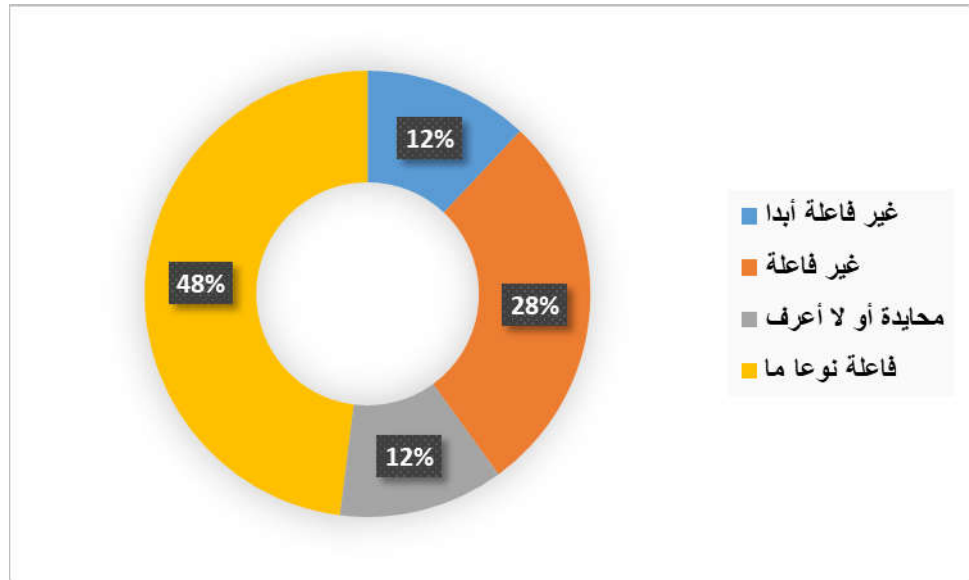


من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (25) فرداً قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "فاعلة نوعاً ما" وقد بلغ عددهم (10) فرداً بنسبة مئوية بلغت 40%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير فاعلة" والبالغ عددهم (6) بنسبة مئوية قدرت بـ 25%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "محايدة أو لا أعرف" والبالغ عددهم (4) بنسبة مئوية

قدرت بـ 16%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير فاعلة أبدا" والبالغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ 16%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "فاعلة جدا" والبالغ عددهم (1) بنسبة مئوية قدرت بـ 4%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن أسلوب الرسائل المكتوبة فاعل نوعا ما.

المنشورات المكتوبة		
النسبة %	التكرار	
12	3	غير فاعلة أبدا
28	7	غير فاعلة
12	3	محايدة أو لا أعرف
48	12	فاعلة نوعا ما
0	0	فاعلة جدا
100	25	المجموع

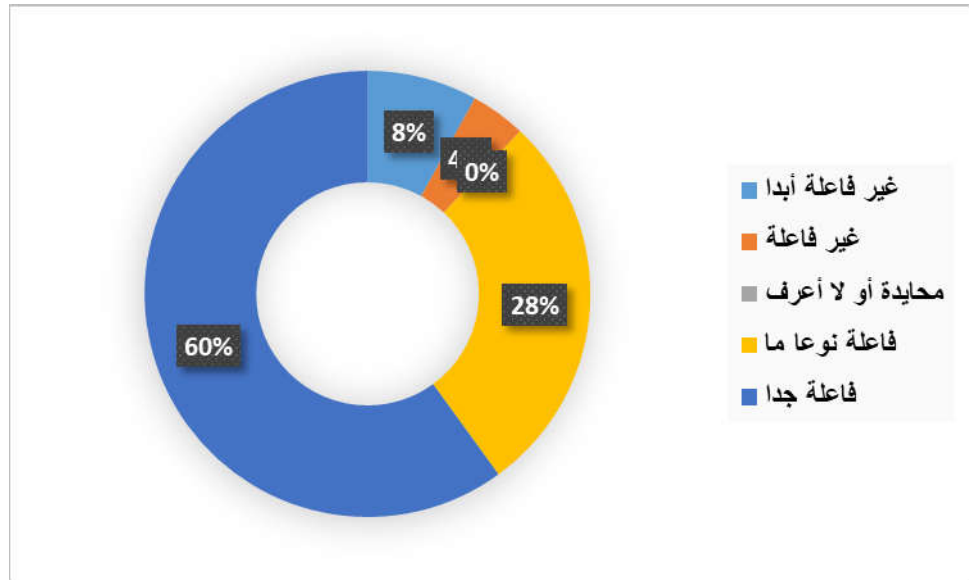


من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (25) فرداً قد انقسمت إلى أربعة مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "فاعلة نوعاً ما" وقد بلغ عددهم (12) فرداً بنسبة مئوية بلغت 48%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير فاعلة" والبالغ عددهم (7) بنسبة مئوية قدرت بـ 28%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "محايدة أو لا أعرف" والبالغ عددهم (3) بنسبة مئوية قدرت بـ 12%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال

بالبديل "غير فاعلة أبدا" والبالغ عددهم (3) بنسبة مئوية قدرت بـ 12%، في حين لم نسجل أي نسبة للبديل فاعلة جدا أي 0%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن المنشورات المكتوبة فاعل نوعا ما.

أسلوب عرض برامج وثائقية تجسد دور رجال الحماية المدنية في عمليات التوعية		
النسبة %	التكرار	
8	2	غير فاعلة أبدا
4	1	غير فاعلة
0	0	محايدة أو لا أعرف
28	7	فاعلة نوعا ما
60	15	فاعلة جدا
100	25	المجموع

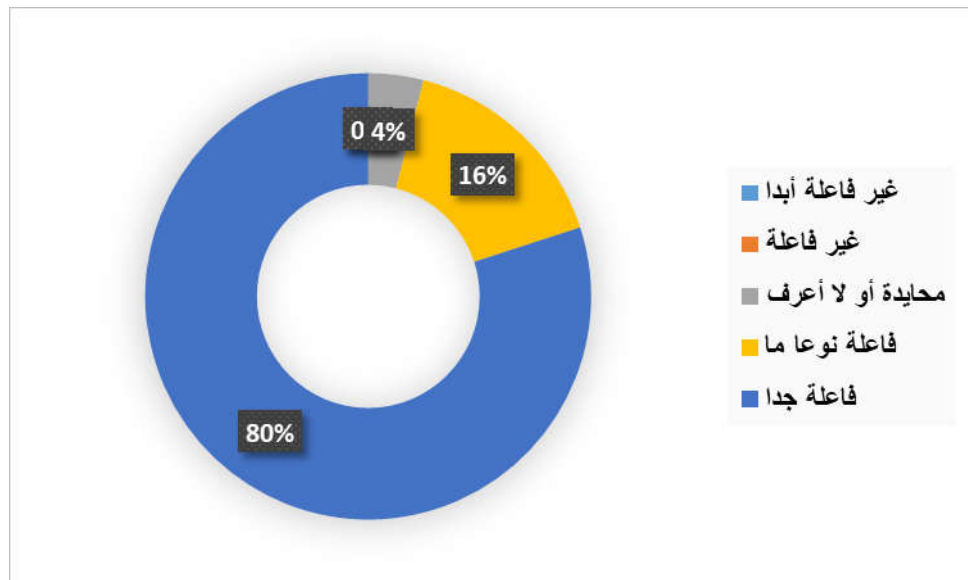


من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (25) فردا قد انقسمت إلى أربعة مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "فاعلة جدا" وقد بلغ عددهم (15) فردا بنسبة مئوية بلغت 60%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "فاعلة نوعا ما" والبالغ عددهم (7) بنسبة مئوية قدرت بـ 28%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "غير فاعلة أبدا" والبالغ عددهم (7) بنسبة مئوية قدرت بـ 8%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال

بالبديل "غير فاعلة" والبالغ عددهم (1) بنسبة مئوية قدرت بـ 4%، في حين لم نسجل للبديل محايد أو لا أعرف أي نسبة 0%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن أسلوب عرض برامج وثائقية تجسد دور رجال الحماية المدنية في عمليات التوعية فاعل جدا.

الإعلان والتوعية عن طريق التلفزيون		
النسبة %	التكرار	
0	0	غير فاعلة أبدا
0	0	غير فاعلة
4	1	محايدة أو لا أعرف
16	4	فاعلة نوعا ما
80	20	فاعلة جدا
100	25	المجموع

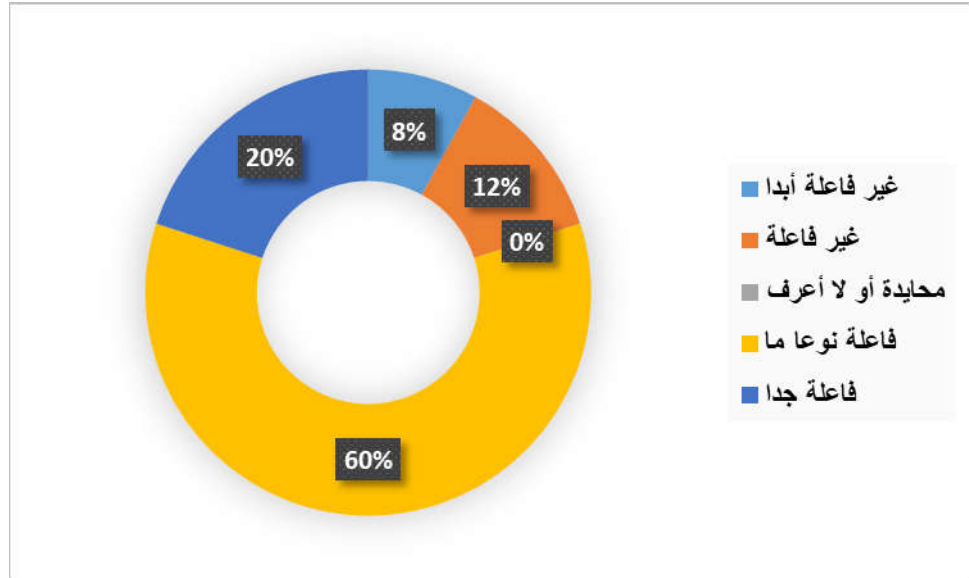


من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (25) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت

إجاباتهم بالبديل "فاعلة جدا" وقد بلغ عددهم (20) فردا بنسبة مئوية بلغت 80%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "فاعلة نوعا ما" والبالغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ 16%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "محايدة أو لا أعرف" والبالغ عددهم (1) بنسبة مئوية قدرت بـ 4%، في حين لم نسجل أي نسبة للبداير غير فاعلة، غير فاعلة أبدا.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن الإعلان والتوعية عن طريق التلفزيون فاعل جدا.

الإعلان عن طريق الإذاعات المحلية		
النسبة %	التكرار	
8	2	غير فاعلة أبدا
12	3	غير فاعلة
0	0	محايدة أو لا أعرف
60	15	فاعلة نوعا ما
20	5	فاعلة جدا
100	25	المجموع



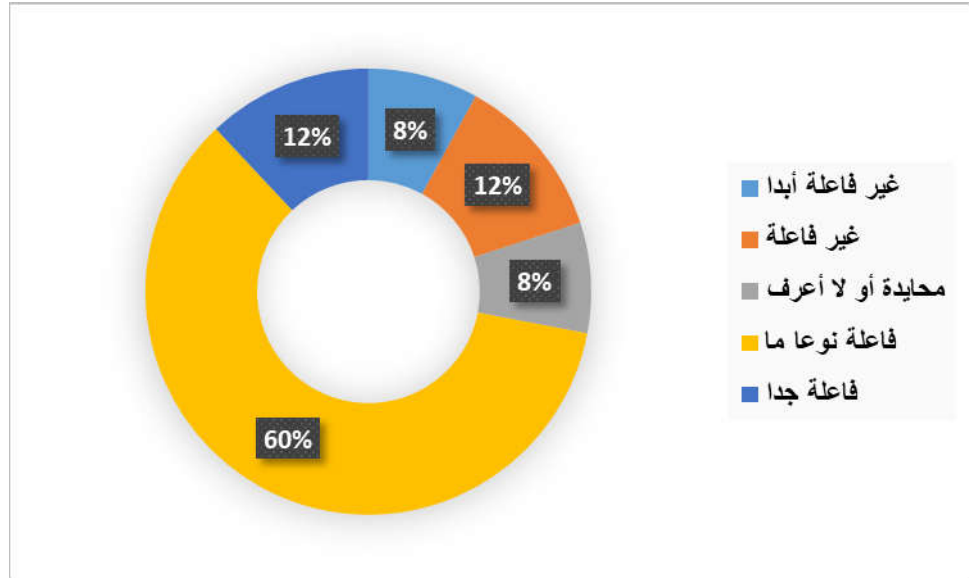
من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (00) فردا قد انقسمت إلى أربعة مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "فاعلة نوعا ما" وقد بلغ عددهم (15) فردا بنسبة مئوية بلغت 60%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "فاعلة جدا" والبالغ عددهم (5) بنسبة مئوية قدرت بـ 20%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير فاعلة" والبالغ عددهم (3) بنسبة مئوية قدرت بـ 12%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل



"غير فاعلة أبدا" والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـ 8%، في حين لم نسجل للبديل محايد أو لا أعرف أي نسبة 0%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن الإعلان عن طريق الإذاعات المحلية فاعل جدا.

الإعلان عن طريق الصحف		
النسبة %	التكرار	
8	2	غير فاعلة أبدا
12	3	غير فاعلة
8	2	محايدة أو لا أعرف
60	15	فاعلة نوعا ما
12	3	فاعلة جدا
100	25	المجموع

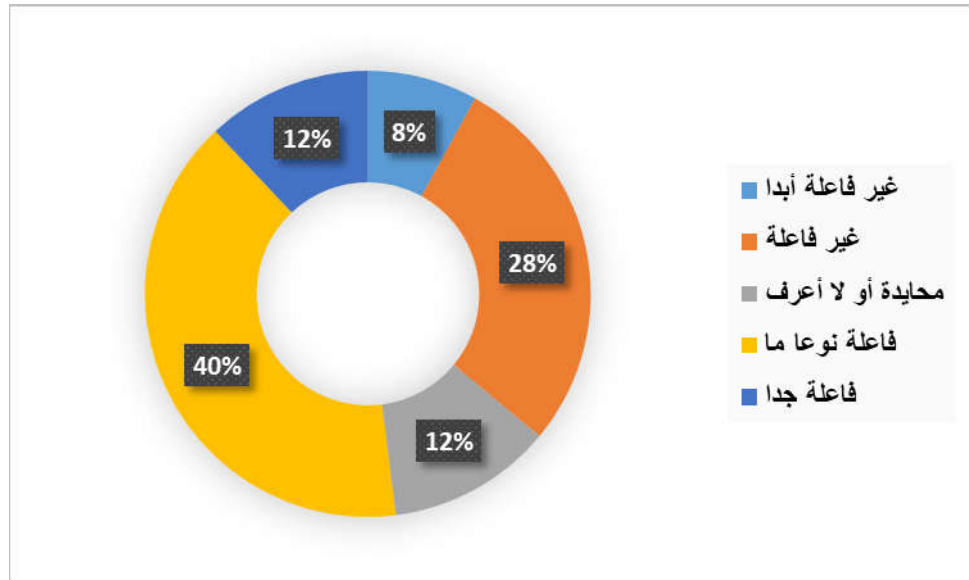


من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (25) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "فاعلة نوعا ما" وقد بلغ عددهم (15) فردا بنسبة مئوية بلغت 60%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "فاعلة جدا" والبالغ عددهم (3) بنسبة مئوية قدرت بـ 12%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير فاعلة" والبالغ عددهم (3) بنسبة مئوية قدرت بـ 12%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "محايدة أو لا أعرف" والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـ 8%، أما المجموعة

الخامسة تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير فاعلة أبدا" والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـ 8%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن الإعلان عن طريق الصحف فاعل نوعا ما.

الإعلان عن طريق النشرات المطبوعة		
النسبة %	التكرار	
8	2	غير فاعلة أبدا
28	7	غير فاعلة
12	3	محايدة أو لا أعرف
40	10	فاعلة نوعا ما
12	3	فاعلة جدا
100	25	المجموع

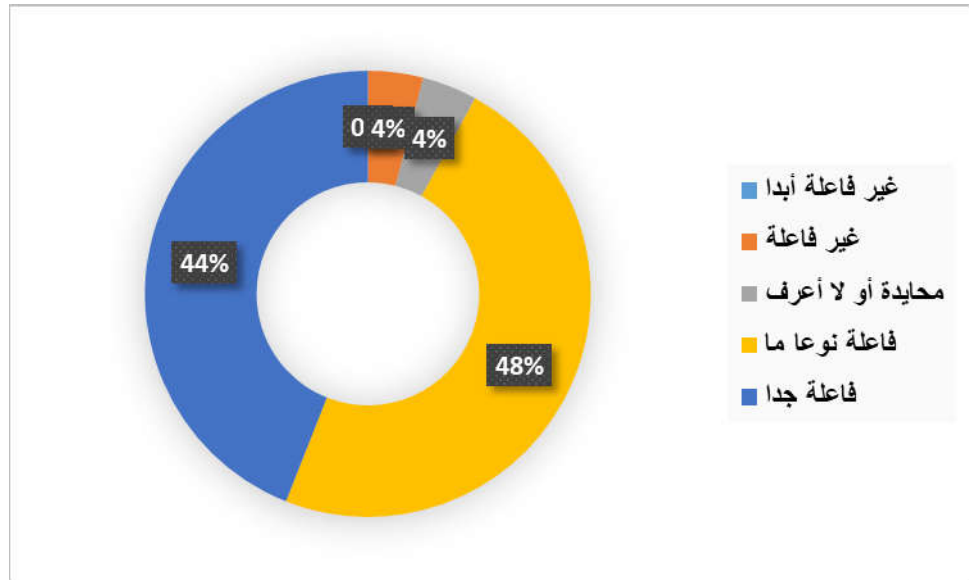


من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (25) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "00" وقد بلغ عددهم (00) فردا بنسبة مئوية بلغت 00%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "فاعلة جدا" والبالغ عددهم (00) بنسبة مئوية قدرت بـ 00%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "00" والبالغ عددهم (00) بنسبة مئوية قدرت بـ 00%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "00" والبالغ

عدهم (00) بنسبة مئوية قدرت بـ 00%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "00" والبالغ عددهم (00) بنسبة مئوية قدرت بـ 00%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن.

الإعلان عن طريق لقاءات مباشرة كالندوات والمحاضرات		
النسبة %	التكرار	
0	0	غير فاعلة أبدا
4	1	غير فاعلة
4	1	محايدة أو لا أعرف
48	12	فاعلة نوعا ما
44	11	فاعلة جدا
100	25	المجموع

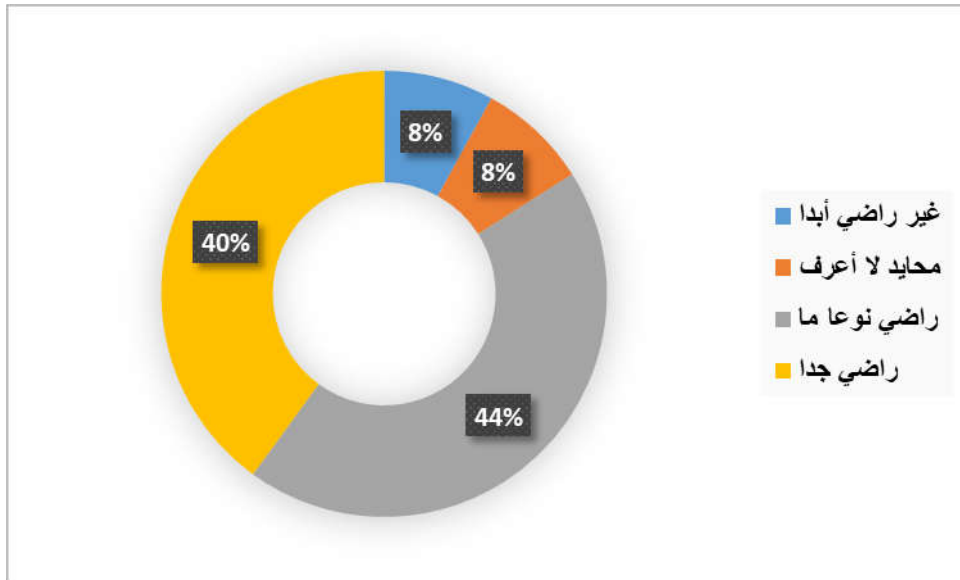


من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (25) فرداً قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "00" وقد بلغ عددهم (00) فرداً بنسبة مئوية بلغت 00%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "فاعلة جدا" والبالغ عددهم (00) بنسبة مئوية قدرت بـ 00%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "00" والبالغ عددهم (00) بنسبة مئوية قدرت بـ 00%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "00" والبالغ

عدهم (00) بنسبة مئوية قدرت بـ 00%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "00" والبالغ عددهم (00) بنسبة مئوية قدرت بـ 00%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن.

إن مستوى الرضى لدى عن الأساليب التوعوية للعلاقات العامة هو		
النسبة %	التكرار	
8	2	غير راضي أبدا
0	0	غير راضي
8	2	محايد لا أعرف
44	11	راضي نوعا ما
40	10	راضي جدا
100	25	المجموع



من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (25) فرداً قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "راضي نوعاً ما" وقد بلغ عددهم (11) فرداً بنسبة مئوية بلغت 44%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "راضي جداً" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 40%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "محايد لا أعرف" والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـ 8%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير راضي أبداً" والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـ 8%، أما المجموعة



الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير راضي" والبالغ عددهم (00) بنسبة مئوية قدرت بـ 00%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن مستوى الرضى لدي عن الأساليب التوعوية للعلاقات العامة هو راضي نوعا ما.

## الاستنتاج :

حاولت في هذا الفصل باعتباره الإطار التطبيقي للبحث الوصول إلى النتائج النهائية للدراسة من خلال استعراض الاستبيان المقدم للوصول إلى نتائج منطقية تخدم بحثي العلمي وذلك أن الفصل التطبيقي يعتبر من أهم الفصول في البحث العلمي لإعطاء نظرة شاملة عن المنهج المستخدم في البحث وإحاطته بظروف اختيار العينة وحدود البحث الزمانية والمكانية .

تطرقنا إلى مناقشة نتائج السؤال الأول : ما الموضوعات التوعوية التي تهتم بها العلاقات العامة من خلال اتصالها بالجمهور ؟

أظهرت نتائج هذا السؤال أن اغلب أفراد العينة يعود بأخطار كورونا وشدة وقد بلغ عددهم 22 فردا بنسبة مؤوية بلغت 88% وكانت إجابتهم على هذا السؤال بالبدل " أوافق بشدة "

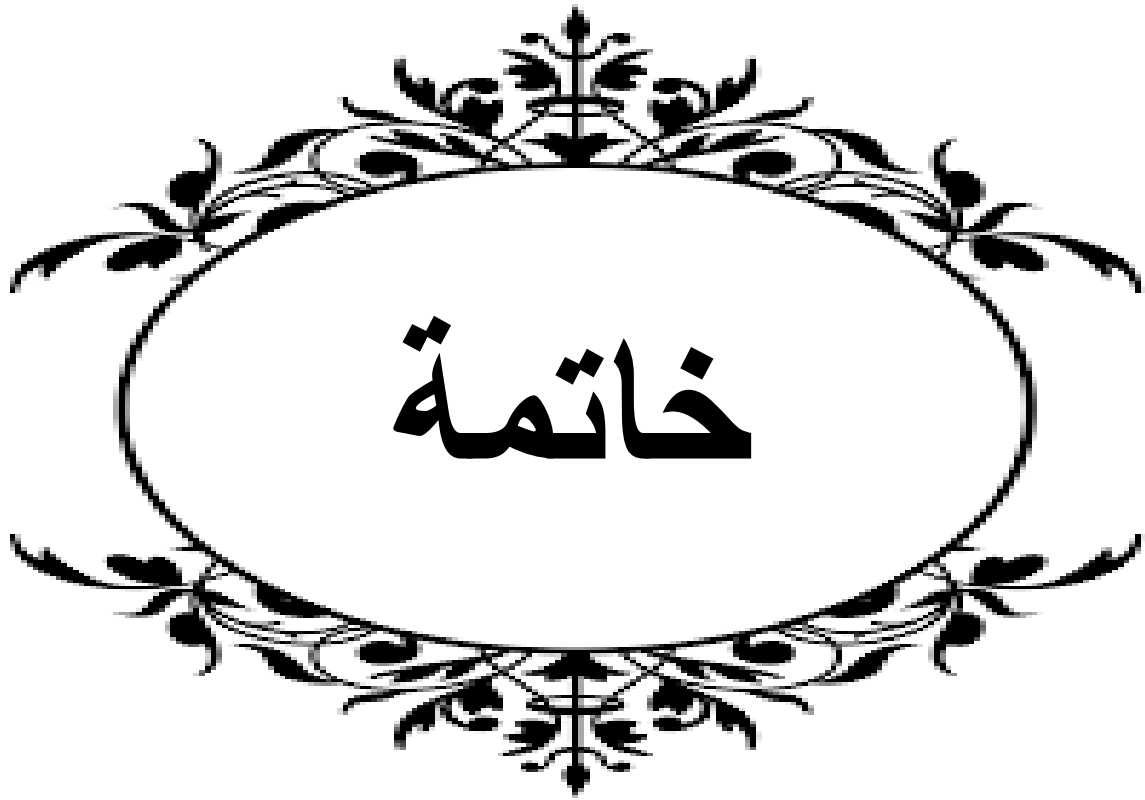
ثم مناقشة السؤال الثاني : مامدى فعالية الوسائل الاتصالية والإعلامية بتنفيذ المهمات التوعوية للعلاقات العامة نحو الجمهور ؟

أظهرت نتائج هذا السؤال أن الإعلام والتوعية عن طريق التلفزيون فاعل جدا وقد بلغ عدد أفراد العينة 20 فردا بنسبة مؤوية بلغت 80% وكانت إجابتهم " فاعلة جدا " . وفيما يخص الأسلوب الاتصالي نجد أن أسلوب عرض برامج وثائقية تجسد دور رجال الحماية المدنية في عمليات التوعية فاعل جدا بنسبة مؤوية قدرت ب 60% حيث بلغ عدد أفرادها 15 فردا .

ثم مناقشة السؤال التالي : مامدى رضا الجمهور عن الأساليب المتبعة في العلاقات العامة في عملية التوعية اتجاه الجمهور ؟

أظهرت نتائج هذا السؤال الخاص بمستوى الرضا عن أساليب التوعية للعلاقات العامة انه كان راض جدا بحيث بلغت النسبة المؤوية 40% وبلغ عدد الأفراد الذين اجابو عن هذا السؤال ب 10 أفراد .

وهذا يعد مستوى متوسط من الرضا، لكن هذه تقديرات تضل نسبية .



خاتمة:

من خلال دراستي التي تضمنت جانبيين الجانب النظري والجانب التطبيقي , حاولت أن أتعرف إلى الدور التوعوي للعلاقات العامة من وجهة نظر الجمهور من لال مؤسسة الحماية المدنية ودورها في ظل جائحة كورونا.

باعتبار أن العلاقات العامة وظيفة أساسية من وظائف الإدارة بين الجمهور والمؤسسة , وذلك بغية إنشاء علاقات بينهما , فالعلاقات العامة تعمل على إحداث التكيف بين كل مؤسسة وجمهورها وتوثيق الصلة بينهم وبالاتناد إلى ما توصلت إليه في دراستي أستطيع القول بأن إهتمام مؤسسة الحماية المدنية بمدينة سيدي عيسى قوي وذلك من خلال وجود عمل تحسيبي ووقائي وتوعوي من مخاطر جائحة كورونا .

فالعلاقات العامة في النهاية تبقى هي الوسيلة العملية والعلمية التي تستخدمها المؤسسة لزيادة فاعليتها والإيجاد الصورة الحسنة لها عند جمهورها .

وفي الأخير أرجو أن تكون هذه الدراسة قد إستطاعت إعطاء صورة دقيقة عن العلاقات العامة ودور رجل العلاقات العامة في الدور التوعوي ونظرة الجمهور له في المهام والإرشادات والتوعوية التي يقوم بها أفراد الحماية المدنية في عملهم في مواجهة الأزمات والتصدي لها .

بعض التوصيات :

- العمل على تفعيل الدور التوعوي للعلاقات العامة
- ضرورة تكثيف العلاقات العامة لرسائل التوعية من خلال وسائل الإعلام والاتصال المختلفة
- تكثيف الحملات التحسيسية للوقاية من خطر انتشار فيروس كورونا
- ضرورة إجراء مقابلات ودراسات حول العلاقات العامة في مديرية الحماية المدنية
- ضرورة الاهتمام بقسم الإعلام والاتصال في المؤسسات

- ضرورة كسب علاقات مع المجتمع المدني من أجل تحسين وتسهيل روح التواصل بين المؤسسة والجمهور
- أخيرا الاهتمام بأساليب الوقاية والوعي بجائحة الفيروس .



## قائمة المصادر والمراجع

### أولاً: الكتب :

1. ابن منظور أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور الإفريقي المصري  
ولسان العرب بيروت 6 دار صادر والنشر الجلدین 8-15 ط1 - 2000
2. أحمد بن مرسلی مناهج البحث في علوم إعلام واتصال 2005
3. البكري تامر، الاتصالات التسويقية والترويج، ط1، الأردن - عمان - دار حامد للنشر  
والتوزيع، 2006 م
4. حسن محمد خير الدين، العلاقات العامة (المبادئ والتطبيق )، مكتبة عين شمس،  
القاهرة، 1976 م
5. حمدي شعبان، وظيفة العلاقات العامة (الأسس و المهارات )، القاهرة، مصر، مؤسسة  
اطوابعي للتجارة والطباعة والنشر، 2008
6. خلق عبد الجود مصطفى، نظرية علم الاجتماع المعاصر، ط1، المسيرة للنشر والتوزيع،  
2009 م
7. الداسوقي إبراهيم، وسائل وأساليب الاتصال الجماهيري والإتجاهات الحديثة، دار الوفاء  
لدنيا للطباعة والنشر، مصر، 2004
8. دريحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، عمان،  
دار صفاء للنشر وتوزيع، 2005.
9. رضوان بلخيري، سارة الجبري، مدخل للاتصال والعلاقات العامة، ط1، جسور للنشر  
والتوزيع، 2013م
10. رؤوف حسين الزبيدي ، مبادئ العلاقات العامة، ط1، الأردن، الأكاديميون للنشر  
والتوزيع، 2014

11. رؤوف حسين الزبيدي، مبادئ العلاقات العامة، ط1، الأردن، الكاديميون للنشر والتوزيع، 2014 م
12. صالح أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار أدام للدراسات والنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1995.
13. عبد الرزاق الديلمي ومصعب عبد السلام المعاينة ، دور التلفزيون الأردني في التوعية الصحية ,دراسة تحليلية للفترة الأولى من حزيران الأول من أيلول عمان 2014
14. عبد العزيز صالح بن حبتور .الإدارة العامة المقارنة ط6الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع عمان
15. عبد المجيد لطفي، علم الاجتماع، دار المعارف، القاهرة مصر، 1976م
16. علي عوجة محمد يوسف، إدارة وتخطيط العلاقات العامة، القاهرة، 2005م
17. عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1986
18. فؤاد أقوام البستاني " منجد الطلاب . بيروت دار الشرق . د ت
19. محمد الصيرفي، العلاقات العامة ( من منظور إداري )، ط1، الإسكندرية، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، 2005
20. محمد الصيرفي، العلاقات العامة من منظور إرادي، ط1، الإسكندرية ، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، 2005 م
21. مدرسية أحمد مرسل، مناهج البحث في العلوم، إعلام واتصال، ديوان مطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003
22. مصطفى كافي ، العلاقات العامة - الأردن - عمان دار حامد للنشر والتوزيع، ط1، 2015 م
23. مصطفى كافي، العلاقات العامة، الأردن، عمان، دار حامد للنشر والتوزيع، ط1، 2015م



24. مصطفى يوسف كافي، العلاقات العامة، ط الأولى دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، عمان
25. مصطفى يوسف كافي، العلاقات العامة، ط1، الأردن، عمان، دار حامد للنشر والتوزيع
26. مصطفى يوسف كافي، العلاقات العامة، الأردن، عمان، دار حامد للنشر و التوزيع، ط 1، 2015 م
27. هلال المزهرات منال، نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2011 م

### ثانيا: الرسائل والمذكرات العلمية

#### • الماجستير

- 1 شذا سليم أبو سليم، مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في الكليات التقنية بمحافظات غزة من وجهة نظر العاملين , مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية التجارة .قسم إدارة أعمال، الجامعة الإسلامية غزة، 2006

### ثالثا: المقالات

1. إعداد الباحثة زينب حسن عبد الحليم، كتاب الباحث عبد الباسط، أصول البحث الاجتماعي باسم المنهج المسحي، pdf ...researchgate

### رابعا : المحاضرات

1. محي الدين مختار محاضرات في علم النفس اجتماعي الجزائر ديوان مطبوعات جامعية 1989



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

Université Mohammed Boudiaf M'sila  
Faculté des s H et S  
Département des sciences de  
l'information et de la Communication



جامعة محمد بوضياف - المسيلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال  
الهاتف : 035353045

2021/05/19

الرقم 05/2021

إلى السيدة (ة) المحترم (ة) :  
مدير الحماية المدنية بالمسيلة

ترخيص لإجراء دراسة ميدانية (مذكرة تخرج)

تحية طيبة وبعد ,

في إطار إنجاز دراسة ميدانية (مذكرة تخرج) لطلبة السنة الثانية ماستر , تخصص : اتصال

وعلاقات عامة

نلتبس من سيادتكم المحترمة تسهيل مهمة الطلبة المذكورين أدناه وتقديم المساعدة الممكنة واللازمة لهم  
في إطار الموضوع محل الدراسة .

موضوع الدراسة : الدور التوعوي للعلاقات العامة من وجهة نظر الجمهور

الأستاذ (ة) المشرف (ة) : د/بوعزيز بوبكر

إعداد الطلبة :

رقم التسجيل	اللقب والاسم	الرقم
161635090810	بن عروس هانية	01

تفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

رئيس القسم



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
الجامعة محمد بوضياف - المسيلة  
FACULTY OF HUMANITIES  
AND SOCIAL SCIENCES

Faculty of Humanities and Social Sciences  
Vice-Deanship of the College for Studies and  
Student Issues

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
People's Democratic Republic of Algeria  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministry of Higher Education and Scientific Research  
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
University Mohamed Boudiaf of M'sila



جامعة محمد بوضياف - المسيلة  
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة

وثيقة ايداع مذكرة ماستر

الموضوع: الدور التوعوي للعلاقات العامة من وجهة نظر الجمهور  
دراسة حالة الحماية المدنية في ظل جائحة كورونا بمدينة بسبي  
عيسى

إعداد الطلبة:

1- بن عروس هابنة رقم التسجيل: 16 16 35 09 08 10  
2- رقم التسجيل:

القسم: الشعبة: التخصص:

إشراف: د. بوعزت زيبيل الرتبة: أستاذ محاضر

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2020-  
2021 وأسمح بإيداعه على مستوى إدارة القسم للمناقشة.

رئيس فريق الاختصاص

قسم علوم الإعلام والاتصال

عبد الرزاق



موافقة وإمضاء المشرف(ة):

(Handwritten signature)

Web site : http://virtuelcampus.univ-msila.dz/facshs/ الموقع الإلكتروني  
Face book : https://www.facebook.com/FshsUnivMsila/ الفيسبوك  
Tél / Fax : + 213 35 35 3044 هاتف / فاكس



الكلية الإنسانية والاجتماعية  
FACULTY OF HUMANITIES  
AND SOCIAL SCIENCES

Faculty of Humanities and Social Sciences  
Vice-Deanship of the College for Studies and  
Student Issues

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
People's Democratic Republic of Algeria  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministry of Higher Education and Scientific Research  
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
University Mohamed Boudiaf of M'sila



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة  
الرقم: 2021/

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى ادناه :

السيد(ة): بن عروس هانيه

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دائم): طالبة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 11996017016800004

الصادرة بتاريخ: 2016-04-25 عن دائرة: بسيدي عيسى

المسجل بكلية: العلوم الإنسانية قسم: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الاتصال وعلاقات عامة تحت رقم التسجيل: 161635090810

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه)

عنوانها: الدور التوعوي للعلاقات العامة من وجهة نظر الجمهور

دراسة حالة الحماية المدنية في ظل جائحة كورونا بمدينة سيدي

عيسى

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة

الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 07-06-2021

امضاء المعني(ة): [Signature]



المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.

جامعة محمد بوضياف - المسيلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



استمارة استبيان حول

الدور التوعوي للعلاقات العامة من وجهة نظر الجمهور دراسة حالة الحماية  
المدنية في ظل جائحة كورونا بمدينة سيدي عيسى

في إطار مناقشة مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص : اتصال  
وعلاقات عامة نضع بين أيديكم هذه الإستمارة للإجابة عليها بكل موضوعية علما أن المعلومات  
المقدمة لا تستخدم إلا في إطار البحث العلمي.

إشراف الأستاذ

بوبكر بوعزيز

إعداد الطالبة

هانية بن عروس

السنة الجامعية : 2021/2020

## الملاحق

- الجنس : أنثى  , ذكر
- العمر : من 18 – 25 سنة  , من 26 – 33 سنة
- من 34 – 41 سنة  , من 42 سنة فأكثر
- الحالة الإجتماعية
- 1- متزوج  , 2- أعزب  , 3- مطلق  , 4- أرمل
- المهنة أو العمل الذي تمارسه حاليا :
- طالب جامعي  , موظف في القطاع الخاص  , متقاعد
- عاطل عن العمل  , موظف في القطاع الحكومي  , أعمال حرة
- ربة بيت  , غير ذلك  .
- المستوى التعليمي :
- المتوسط  , الثانوي  , الجامعي  .
- الوسائل الإعلامية التي إعتدت على متابعتها
- التلفزيون الجزائري  , التلفزيون الغير الجزائري
- الإذاعات الجزائرية  , الإذاعات العربية أو الأجنبية
- الصحف المحلية  , الصحف الأجنبية
- مواقع الأنترنت  .

القسم الثاني :

- محور الموضوعات التوعوية التي تهتم بها العلاقات العامة من خلال إتصالها بالجمهور .
- من وجهة نظري فإن الموضوعات التوعوية ..... هي :

الموضوعات	أوافق بشدة	أوافق نوعا ما	محايد أو لا أعرف	لا أوافق بشدة	لا أوافق بشدة
- التوعية بأخطار كورونا					

- من وجهة نظري فإن مدى فاعلية الوسائل الإتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في التوعية هي :

الوسائل	فاعلة جدا	فاعلة نوعا ما	محايدة أو لا أعرف	غير فاعلة	غير فاعلة أبدا
أسلوب التحذيرات المباشرة عن طريق وسائل الإعلام الجماهيري					
أسلوب الصور الإيضاحية					
أسلوب الأفلام التفسيرية والتحليلية					
أسلوب الرسائل الشفوية المباشرة					
أسلوب الرسائل المكتوبة					
المنشورات المكتوبة					
أسلوب عرض برامج وثائقية تجسد دور رجال الحماية المدنية في عمليات التوعية .					



- من وجهة نظري فإن مدى فاعلية الأساليب الإعلامية في تنفيذ المهمات التوعوية للعلاقات العامة نحو الجمهور هي :

الموضوعات	فاعلة جدا	فاعلة نوعا ما	محايدة أو لا أعرف	غير فاعلة	غير فاعلة أبدا
الإعلان والتوعية عن طريق التلفزيون					
الإعلان عن طريق الإذاعات المحلية					
الإعلان عن طريق الصحف					
الإعلان عن طريق المنشورات المطبوعة					
الإعلان عن طريق لقاءات مباشرة كالندوات والمحاضرات					

- مدى رضا الجمهور عن الأساليب المتبعة في العلاقات العامة في عملية التوعية تجاه الجمهور

العبرة	راضي جدا	راضي نوعا ما	محايد لا أعرف	غير راضي	غير راضي أبدا
إن مستوى الرضى لدي عن الأساليب التوعوية للعلاقات العامة هو					

فهرس المحتويات

شكر وتقدير

3-1..... مقدمة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

6..... الإشكالية

6..... التساؤلات

7..... أسباب اختيار الموضوع

7..... أهداف الدراسة

8..... أهمية الدراسة

8..... ضبط المفاهيم الأساسية للدراسة

11..... المنهج المستخدم في الدراسة

12..... مجتمع وعينة البحث

12..... مجالات الدراسة الميدانية

13..... أداة جمع البيانات

13..... الدراسات السابقة

19..... حدود الاستفادة من الدراسات السابقة

19..... النظرية المعتمدة في الدراسة

الفصل الثاني : الإطار النظري للدراسة

25..... المبحث الأول : ماهي العلاقات العامة

25..... المطلب الأول : نشأة وتطور العلاقات العامة

28..... المطلب الثاني: تعريف العلاقات العامة

29..... المطلب الثالث : خصائص العلاقات العامة

30..... المطلب الرابع : مبادئ العلاقات العامة

31.....	المطلب الخامس : أهمية العلاقات العامة
32.....	المطلب السادس : أهداف العلاقات العامة
33.....	المطلب السابع : وظائف العلاقات العامة
36.....	المبحث الثاني : ماهي رجل العلاقات العامة
36.....	المطلب الأول: تعريف القائم بالعلاقات العام
36.....	المطلب الثاني: مواصفات رجل العلاقات العامة
37.....	المطلب الثالث : دور رجل العلاقات العامة
38.....	المطلب الرابع : أهداف القائم بالعلاقات العامة
39.....	المطلب الخامس : خصائص القائم بالعلاقات العامة
40.....	المطلب السادس : مزايا وعيوب أخصائي العلاقات العامة
<b>الفصل الثالث : الإطار التطبيقي للدراسة</b>	
43.....	لمحة مع مديرية الحماية المدنية
44.....	عرض وتحليل نتائج الدراسة
79.....	استنتاج الدراسة
80.....	خاتمة
83.....	قائمة المصادر والمراجع
87.....	الملاحق

## ملخص الدراسة :

يهدف هذا البحث إلى الكشف عن الدور التوعوي للعلاقات العامة من وجهة نظر الجمهور بحيث حاولت الإجابة عن أسئلة مفادها

- ما الموضوعات التوعوية التي تهتم بها العلاقات العامة من خلال اتصالها بالجمهور؟
- ما مدى فاعلية الوسائل الاتصالية والإعلامية في تنفيذ المهمات التوعوية للعلاقات العامة نحو الجمهور؟
- ولقد اعتمدت على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين
- كما اعتمدت على المقابلة كأداة مساعدة بإجراء مقابلة شخصية مع مديرة الحماية المدنية بالمسيلة وتم فيها مزج بعض الأسئلة حول الدور التوعوي الذي قامت به الحماية المدنية بمدينة المسيلة في ظل انتشار فيروس كورونا وماهي أهم النصائح التي قدموها
- في الأخير توصلت في دراستي إلى نتيجة مفادها أن هناك استجابات لأفراد العينة وهناك وعي فاعل جدا من طرفهم وأغلب الأفراد يعون بأخطار كورونا بشدة.

From the view point of the audience, this study aims to reveal the role of public relations in raising awareness. I attempted to find answers to the following questions :

1. What are the topics the public relations experts are interested in raising public awareness through their interactions with the public ?
2. What is the effectiveness of communication and media in performing public relations activities?

To collect data from the respondents, I relied on questionnaire tool. I also relied on the interview as an aid tool by doing a personal interview with Civil Protection Directorate in M'sila. Some questions were mixed about the Civil Protection role in raising awareness in Sidi aissa in the light of the Corona Virus's outbreak, as well as what advice they gave. Consequently, I concluded that there are responses from the sample members as well as active awareness on their parts. The majority of people are aware of the dangers of Corona.