الجمهورية اليمنية

جامعة عدن

كليـــة الآداب

قسم الصحافـة والإعــلام

## أثر الثورة الاتصالية في تطوير أداء العلاقات العامة

"اليمن أنموذجًا"

قدمت هذه الرسالة استكمالاً متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام من كلية الآداب - جامعة عدن

إعداد الطالب

وهيب مهدي فضل عزيبان

إشراف

أ.د. محمد عبده هادي

أستاذ الإعلام

رئيس شعبة الإذاعة والتلفزيون –

قسم الصحافة والإعلام- جامعة عدن

1434هـ - 2013م

**الملخص**

**يتم تعريف العصر الراهن والحضارة الإنسانية القائمة اليوم بربطه بتطور تكنولوجيا الإنتاج الإتصالي، ليصبح (الإنسان الإعلامي) ذروة التطور الحضاري التواصلي وروح الثورة المعلوماتية، وعصر ما بعد الصناعة، أي عصر المعلوماتية، أو ما يسمى الآن بعصر الصورة وحضارتها، عصر الإنترنت وحضارته، حيث بات من السهل الآن نقل الكلمات والصور باستخدام الكمبيوتر الشخصي أو التلفاز التفاعلي.**

**إن الثورات التي شهدتها وتشهدها العديد من الدول العربية كان للثورة الإتصالية دور بارز وكبير في صناعتها، وأصبح الإعلام بفعل تأثيره في المنطقة العربية يقوم بدور كبير لايتمثل بالناقل للأحداث وما يجري منها، وإنما يقوم كذلك في التأثير على صنع القرار، ويلعب دور في التأثير على الرأي العام.**

**ونظراً لأهمية أثر الثورة الاتصالية الحديثة في تطوير أداء العلاقات العامة، اتجه الباحث إلى دراسة اثر استخدام تلك التقنيات في العلاقات العامة في الجمهورية اليمنية، وذلك بهدف التعرف على مستوى استخدام التقنيات الحديثة في العلاقات العامة، ومجالات توظيفها وانعكاسها على أداء ممارسي العلاقات العامة في اليمن، ومدى استخدامهم ودرجة إجادتهم لها،ومدى والمشكلات التي تواجههم أثناء التعامل معها، ومستوى تأثير التقنيات الحديثة على الأداء في العلاقات العامة، بالإضافة إلى أهم تأثيراتها المباشرة وغير المباشرة في هذا المجال الواسع.**

**وقد اشتملت الدراسة على أربعة فصول توزعت على الجانبين النظري والتطبيقي ، حيث تضمن الفصل الأول منها الإطار المنهجي للدراسة، وتناول الفصل الثاني الاتصال وسائله وأساليبه،.**

**كما احتوى الفصل الثالث التأثيرات الاتصالية في العلاقات العامة، وتناول العلاقات العامة نشأتها وتطورها،الخصائص الاتصالية للعلاقات العامة وأساليبها، وكذا تطور أداء العلاقات العامة بفعل معطيات الثورة الاتصالية، وفي المبحث الرابع فيه يركز على تطور العلاقات العامة في اليمن والمهارات العملية للعلاقات العامة في اليمن وأفاق تطورها.**

**فالفصل الرابع خصص للدراسة التطبيقية التي اعتمدت على استطلاع أراء مديرو العلاقات العامة في الهيئات والمؤسسات في محافظة صنعاء وعدن وحضرموت وتعز .**

**حيث تضمنت مباحث الفصل على عرض وتحليل نتائج الدراسة واختبار الفروض والاستنتاجات والتوصيات العامة للدراسة.**

**خرجت الدراسة بالعديد من الاستنتاجات والتوصيات .**

**الاستنتاجات والتوصيات**

**1- الاستنتاجات:**

انطلاقًا من الدراسة الميدانية مع مدراء العلاقات العامة، ونوابهم في المنظمات والمؤسسات المبحوثة، ومن خلال العرض السابق، يستخلص الباحث النتائج والمؤشرات الآتية:

* أفاد المبحوثون أن قدم تقنيات الاتصال المستخدمة، كانت من المعوقات، التي تحول - وبدرجة كبيرة جدًّا - دون فعالية الأداء في نشاط العلاقات العامة في المنظمات المبحوثة.
* عدم توافر الصيانة الوقائية الدورية لتقنيات الاتصال، يؤدي لكثرة أعطالها، ومن ثم انخفاض كفاءة الاستفادة منها، ومما يحول دون فعالية الأداء في نشاط العلاقات العامة في المنظمات المبحوثة.
* قلة تقنيات الاتصال الحديثة، وتوافرها بشكل محدود، تعد من المعوقات، التي تحول - بدرجة كبيرة - دون فعالية الأداء في نشاط العلاقات العامة في المنظمات المبحوثة.
* انخفاض مستوى التدريب للعاملين في مجال العلاقات العامة على استخدام وسائل الاتصال الحديثة، أدى - وبدرجة كبيرة – إلى انخفاض فعالية الأداء في نشاط العلاقات العامة في المنظمات المبحوثة.
* عدم كفاءة تقنيات الاتصال المستخدمة في أماكن العمل، يعد عائقًا أمام أداء نشاط العلاقات العامة في المنظمات المبحوثة .
* التقنيات الحديثة المتوافرة قليلة، والتي هي في الأصل تستخدم في إنجاز الأعمال الشخصية؛ مما يجعل ذلك عائقًا أمام أداء نشاط العلاقات العامة في المنظمات المبحوثة .
* عدم تخصيص موارد مالية كافية من قبل الإدارات لشراء التقنيات الاتصالية والتكنولوجيا الحديثة، يعد عائقًا أمام أداء نشاط العلاقات العامة في المنظمات المبحوثة.
* عدم توافر الكفاءات المؤهلة لاستخدام التقنيات الحديثة بالصورة المطلوبة.

**2- التوصيات:**

بناءًا على الاستنتاجات يوصي الباحث بالآتي:

* العمل على توفير الصيانة الوقائية والدورية لتقنيات الاتصال، لتتمكن من تأدية دورها.
* العمل على استحداث أقسام الصيانة، لصيانة الحواسيب وتحديثها، وكذا مواكبة التقنيات الحديثة للاتصال، للاستفادة منها بهدف تحسين فعالية الأداء في نشاط العلاقات العامة.
* أهمية عقد دورات وورش عمل تدريبية بصورة مستمرة؛ لتطوير مهارات ممارسي العلاقات العامة، للتعامل الأمثل مع الجمهور عن طريق الإنترنت، ومختلف وسائل تكنولوجيا الاتصالات الحديثة.
* الاعتراف بأهمية دور العلاقات العامة، إذ لا يكفي أن تكون تبعية العلاقات العامة من الناحية الإدارية للإدارة العليا للمنظمة، أو المؤسسة وذلك لأهميتها، قد يكون ذلك من الناحية الشكلية فقط، لذا يرى الباحث ضرورة عقد دورات متخصصة للقائمين بالإدارة العليا في تلك الأجهزة، تتناول أهمية العلاقات العامة، وأهميتها الوظيفية؛ لأنه لا يمكن لأي منظمة أن تكون ناجحة بدونها.
* تخصيص موارد مالية كافية من قبل الإدارات؛ لشراء التقنيات الحديثة، وكذا للقيام بالأنشطة الاتصالية المتعددة في العلاقات العامة.
* المشاركة الفعلية للعلاقات العامة بتلك المنظمة في الجانب الاستشاري، إذ يلاحظ إغفال الأجهزة الحكومية لوظيفة العلاقات العامة الاستشارية، بالرغم من قدرة العلاقات العامة على أدائها بصورة فاعلة.
* إعادة النظر باللوائح المنظمة لعمل العلاقات العامة في الإدارات، والمؤسسات، والمنظمات، والشركات في اليمن.
* الاستفادة والتطبيق العملي قدر الإمكان من النتائج التي خرجت بها الدراسات، والبحوث المتخصصة في مجال العلاقات العامة، لتطوير قدرتها وأدائها، إذ إن هذه البحوث لم تنشأ من فراغ.
* أهمية التزام ممارسي العلاقات العامة، بأخلاقيات المهنة، والسلوك الاتصالي المسئول، ومراعاة الموضوعية، والدقة، والتوازن، عند التعامل مع جمهور المؤسسة عن طريق شبكة الإنترنت.

المحتويات

|  |  |
| --- | --- |
| تشهيد. | ب |
| قرار لجنة المناقشة. | ج |
| الإهداء. | د |
| شكر وتقدير. | هـ |
| المحتويات. | و |
| المقدمة. | 1 |
| الفصل الأول  الإطار المنهجي للدراسة. | 4 |
| **أولاً-** مشكلة الدراسة. | 4 |
| ثانياً- أهمية الدراسة. | 4 |
| ثالثاً- أهداف الدراسة. | 5 |
| رابعاً- منهج الدراسة. | 5 |
| خامساً- الإجراءات المنهجية الدراسة: | 7 |
| سادسًا- مصادر جمع البيانات. | 8 |
| سابعاً- حدود الدراسة. | 8 |
| ثامناً- الدراسات السابقة . | 9 |
| تاسعاً- فروض الدراسة. | 19 |
| عاشراً- مصطلحات الدراسة. | 19 |
|  |  |
| الفصل الثاني  الاتصال وسائله وأساليبه | 22 |
| **المبحث الأول: عملية الاتصال، عناصرها، ومكوناتها** | 23 |
| **أولاً:** أهمية الاتصال، وأهدافه الإستراتيجية | 24 |
| ثانياً: **أوجه النشاطات المتنوعة لعملية الاتصال** | 25 |
| ثالثاً: **العمليات الفرعية للاتصال** | 26 |
|  |  |
| المبحث الثاني: المسار التاريخي لتطور الاتصال | 28 |
| **أولاً:** بدايات الثورات الاتصالية | 29 |
| 1-الثورة الاتصالية الأولى | 29 |
| 2- الثورة الاتصالية الثانية | 29 |
| 3- الثورة الاتصالية الثالثة | 30 |
| 4- الثورة الاتصالية الرابعة | 30 |
| 5- الثورة الاتصالية الخامسة | 32 |
| **ثانيًاَ:** نشو الاتصالات وتطورها في اليمن: | 34 |
| الاتصالات في جنوب اليمن | 34 |
| الاتصالات في شمال اليمن | 36 |
| **ثالثاً:** التحول نحو التقنية الرقمية | 38 |
| ماهية الاتصال الرقمي ونشأته | 39 |
|  |  |
| **المبحث الثالث: المميزات الأدائية لوسائل وأساليب الاتصال في العلاقات العامة** | 41 |
| **أولاً: المميزات الأدائية لوسائل الاتصال في العلاقات العامة** | 41 |
| 1-لوسائل المكتوبة | 42 |
| 2-الوسائل الناطقة | 42 |
| 3-الوسائل المرئية | 42 |
| 4-الأساليب التكنولوجية | 42 |
| أ-الصحافة | 43 |
| ب-التلفزيون | 44 |
| ج-البريد المباشر | 45 |
| د- الانترنت | 45 |
| 1. البريد الإلكتروني | 46 |
| 1. المواقع الإلكترونية | 48 |
| 1. صفحات الويب | 48 |
| 1. قوائم البريد على الإنترنت | 48 |
| 1. الدردشة | 49 |
| 1. الرسائل الفورية SMS | 49 |
| 1. لوحات الإعلانات أو الشريط الإعلاني | 50 |
| 1. البرامج التابعة | 50 |
| 1. الإعلام الإلكتروني | 50 |
| **ثانياً: المميزات الأدائية لأساليب الاتصال في العلاقات العامة** | 51 |
|  |  |
| الفصل الثالث |  |
| التأثيرات الاتصالية في العلاقات العامة | 53 |
|  |  |
| **المبحث الأول: العلاقات العامة: النشأة والتطور** | 54 |
| 1- المسار التاريخي للعلاقات العامة | 54 |
| **أولاً: نشأة العلاقات العامة في العصور القديمة.** | 54 |
| 1. -العلاقات العامة في العصور البدائية | 54 |
| 1. - العلاقات العامة عند قدماء المصريين | 55 |
| 1. - العلاقات العامة عند بابل وآشور | 55 |
| 1. - العلاقات العامة عند اليونان والرومان | 55 |
| 1. - العلاقات العامة في الحضارة اليمنية | 56 |
| 1. - العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية | 57 |
| **ثانيًا: تطور العلاقات العامة في العصر الحديث:** | 57 |
| أ- العلاقات العامة في العصر الحديث | 57 |
| ب- البدايات الأولى للعلاقات الحديثة | 58 |
| ج- البعد الأكاديمي للعلاقات العامة | 59 |
| د-التحولات الأكاديمية في العلاقات العامة | 60 |
| ه-العلاقات العامة في الوطن العربي | 63 |
| **ثالثًا:** مراحل تطور العلاقات العامة في العصر الحديث | 64 |
| الفترة الأولى 1900 – 1917م | 64 |
| الفترة الثانية فترة الحرب العالمية الأولى 1917 – 1919م | 64 |
| الفترة الثالثة 1919 – 1933م | 65 |
| الفترة الرابعة 1933 – 1945م | 65 |
| الفترة الخامسة 1945 إلى 1990م | 66 |
| الفترة السادسة 1991م وما بعدها: أي فترة العلاقات العامة المعاصرة | 67 |
|  |  |
| **المبحث الثاني: الخصائص الاتصالية للعلاقات العامة، وأساليبها** | 68 |
| **أولاً: العلاقات العامة كمعلية اتصالية** | 68 |
| **ثانياً: طبيعة العلاقات العامة** | 69 |
| 1- العلاقات العامة، علم | 69 |
| 2-العلاقات العامة، فن | 70 |
| 3- العلاقات العامة، مهنة | 70 |
| **ثالثاً:** فلسفة العلاقات العامة | 71 |
| **رابعاً: الصلة بين العلاقات العامة والإعلام، والإعلان، والدعاية، والترويج، والتسويق** | 73 |
| 1-الإعلام | 73 |
| 2-الإعلان | 74 |
| 3-الدعاية | 75 |
| 4-الترويج | 76 |
| 5-التسويق | 76 |
| **خامساً: الفروق بين العلاقات العامة، وأوجه النشاط الاتصالي الأخرى** | 78 |
| 1-الفرق بين العلاقات العامة والإعلام | 78 |
| 2-الفرق بين العلاقات العامة والإعلان | 79 |
| 3-الفرق بين العلاقات العامة والدعاية | 80 |
| 4-الفرق بين العلاقات العامة والتسويق | 81 |
|  |  |
| **المبحث الثالث: تطور أداء العلاقات العامة بفعل معطيات الثورة الاتصالية المعاصرة** | 84 |
| **أولاً: تطور الأداء، وزيادة رفع مهارات العاملين في ضوء الاتصال بالتقنيات حديثة** | 85 |
| **ثانياً:التخطيط والبحوث، ودراسات الرأي العام في العلاقات العامة** | 87 |
| **ثالثاً: الاتصال المستمر لبناء العلاقات مع الجماهير** | 89 |
| **رابعاً: التنوع التفاعلي في عملية الاتصال بالجمهور** | 95 |
|  |  |
| **المبحث الرابع: العلاقات العامة الراهنة في اليمن وآفاق تطورها** | 100 |
| **أولاً-** العلاقة مع شرق أفريقيا والشعوب الاخرى | 100 |
| **ثانيًا-** الخلفية التاريخية لنشوء العلاقات العامة في جنوب اليمن: | 101 |
| **ثالثًا-** العلاقات العامة في جمهورية اليمن الديمقراطية الشعبية: | 107 |
| **رابعًا-** العلاقات العامة في الجمهورية العربية اليمنية | 107 |
| **خامسًا-**العلاقات العامة في الجمهورية اليمنية | 109 |
| **سادسًا-** الوضع القانوني للعلاقات العامة في اليمن | 110 |
| **سابعًا-** مهام إدارة العلاقات العامة في الهياكل التنظيمية للمنشآت: | 111 |
| **ثامنًا-** الصعوبات التي تواجهها العلاقات العامة في اليمن: | 112 |
|  |  |
| الفصل الرابع  الدراسة الميدانية | 115 |
|  |  |
| **المبحث الأول: عرض نتائج تحليل الدراسة** | 116 |
| **أولاً:** خصائص عينة الدراسة | 118 |
| 1- خاصية العمر لأفراد عينة الدراسة | 118 |
| 2- خاصية المستوى التعليمي لأفراد عينة الدراسة | 118 |
| 3- خاصية الخبرة لأفراد عينة الدراسة | 119 |
| 4- خاصية طبيعة نوع العمل لأفراد عينة الدراسة | 119 |
| 5- خاصية الجنس لأفراد عينة الدراسة | 120 |
| 6- الدورات التدريبية لأفراد عينة الدراسة | 120 |
| 7- خاصية اللغة لأفراد عينة الدراسة | 121 |
| 8- تعامل أفراد العينة مع الحاسوب | 121 |
| **ثانياً:** تشخيص توافر متغيرات الدراسة | 122 |
| 1- تشخيص توافر متغيرات المقدرة الاتصالية لموظفي العلاقات العامة في المنظمة | 122 |
| 2-تشخيص توافر متغيرات وسائل الاتصال الشخصي المباشر | 124 |
| 3- تشخيص توافر متغيرات وسائل الاتصال الجماهيري | 125 |
| 4- تشخيص توافر متغيرات تأثر الاتصال بالعلاقات العامة بالمنظمة | 126 |
| 5- تشخيص توافر متغيرات أهداف ووظائف العلاقات العامة في المنظمة | 127 |
| 6- تشخيص توافر متغيرات معوقات فعالية الأداء في نشاط العلاقات العامة في المنظمة | 128 |
|  |  |
| **المبحث الثاني: النتائج واختبار الفروض** | 130 |
| الفرضية الأولى: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين تقنيات الاتصال الحديثة، وأهداف العلاقات العامة ووظائفها: | 130 |
| الفرضية الثانية: لايوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين وسائل الاتصال المختلفة، وأهداف العلاقات العامة ووظائفها. | 131 |
| الفرضية الثالثة: توجد معوقات تحول دون فعالية الأداء في نشاط العلاقات العامة في المنظمة: | 132 |
| الفرضية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( 0.05 = α )، بين متوسطات إجابات أفراد العينة، حول أثر توظيف تقنيات الاتصال في أداء العلاقات العامة، تعزى إلى الخصائص الشخصية لهم. | 134 |
|  |  |
| **المبحث الثالث: الاستنتاجات والتوصيات:** | 141 |
| 1- الاستنتاجات | 141 |
| 2-التوصيات | 142 |
| المصادر والمراجع | 143 |
| الملخص بالعربية |  |
| الملخص بالانجليزية |  |
| الملاحق |  |
| * أعضاء لجنة تحكيم الاستبانة |  |
| * الاستبيان |  |

**The Impact of Communication Revolution in Improving the Performance of Public Relations: A Study in Yemen as a Mode.**

A dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements submitted to the Faculty of Arts, University of Aden for the degree of Master of Arts (M.A.) in Information.

Presented by

***Waheeb Mahdi Fadhl***

Under the Guidance of

**Proffessor Dr. Mohammed Abdo Hadi**

**May, 2013**

**Abstract:**

The recent age and human civilization today is defined by linking it to the evolution of production technology, that media man becomes the height of the civilizing communicative development, the spirit of the information revolution, and the post-industrial age; that is, the age of information, or what is now called the age of the image and its civilization, the age of Internet and its civilization, where it is easy now to convey words and images using personal PC or interactive television.

The revolutions of communications happen in many Arab countries has had a prominent role in its making, and Information, due to its effect in Arab era, plays a big role not only as the carrier for the events and what is happening, but also of influence upon decision-making, and plays a real influencing role in the public opinion.

Due to the importance of the impact of modern communications revolution in improving the performance of public relations, the researcher goes to study the impact of using such techniques in public relations in the Republic of Yemen, aiming to know the level of using modern technologies in public relations, and its scopes and reflections on the performance of public relations practitioners in Yemen; and to know the extent of practitioners use and their degree of proficiency, and the of the problems they face while dealing with it, and the level of impact of modern technologies on the performance in public relations, besides to its most important direct and indirect impacts in this broad area.

The study includes four chapters distributed on both sides: theoretical and applied. The First Chapter contains the methodological framework for the study, and Chapter Two deals with the methods and means of communication.

Chapter Three also contains the effects of communication on public relations; and talking about public relations and development of its properties,public relations and communicative methods, as well as the evolution of public relations by performance data of the revolution of communication. In the forth section of this chapter, the research focuses on the development of public relations in Yemen and the practical skills of public relations in Yemen and prospects for its development.

Chapter Four is restricted as applied study that depended on the views of the public relations managers in the corporations and institutions in the governorate of Sana'a, Aden, Hadhramaut and Ta'iz. This chapter includes the presentation and analysis of the results of the study and testing of hypotheses and the conclusions and recommendations of the study.

The study has come up with many conclusions and recommendations.