

الفصل الدراسي الثاني :

التكليف الأول

المادة : قضايا بحثية :

الموضوع : ورقة بحثية حول دور العلاقات العامة في تعزيز رضا الجمهور في المؤسسات الإعلامية : دراسة تطبيقية على منطقة جازان

الباحث : سجي عبد العزيز علي عقيل أحمد

1 – من حيث المنهج

أ – المنهج الوصفي : سعى الباحثة خلال هذه الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية في منطقة جازان في تحقيق رضا الجمهور ولتحقيق هذا الهدف استخدمت الباحثة المنهج الوصفي ، كما قامت بإعداد استبانة بهدف التعرف على آراء الجمهور حول واقع دور العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية في تحقيق رضا الجمهور . واعتمدت المنهج الوصفي لرصد وتحليل أداء العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية

ب – الاستبانة استخدمت الباحثة الاستبانة كأداة بحثية ذلك كمعظم الباحثين في تحليل ورصد آراء الجمهور تجاه رضاهم في مسألة أداء وسائل الإعلام في المنطقة . واستخدمت الباحثة اختبار الصدق والثبات للتحقق من صدق أداء الدراسة وذلك باستخدام معامل ألفا كرو نباخ للتأكد من دقة النتائج واستقرارها . لذاك فمن خلال ورقة بحثها لم يعتمد على منهجية المختلط بين الكمي والنوعي بل ركزت على المنهجية الوصفية .

2 – مشكلة الدراسة : ركزت الباحثة حول حول الالتزام بالمعايير الصحفية والقيم في نشر الأخبار كمشكلة أساسية وكذلك العلاقة بين ممارسي العلاقات العامة والصحفيين حيث تعتبر هذه العلاقة قديمة نسبياً كذلك مشكلة بين استخدام الوسائل الإعلامية التقليدية والوسائل الحديثة ومدى استجابة الجمهور لتلك الوسائل

3 – التساؤلات :

وضعت الباحثة التساؤلات التالية خلال ورقة بحثه :

* ما دور العلاقات العامة في تعزيز رضا الجمهور في المؤسسات الإعلامية

* ما هو الدور الفعلي للعلاقة العامة في تعزيز رضا الجمهور بمنطقة جازان

* ماهي العوامل التي تعزز من فعالية العلاقات العامة في هذه المؤسسات هل توجد اختلافات دالة إحصائية في رضا الجمهور وفقا للعمر أو نوع تلك أهم الأسئلة التي وضعتها الباحثة خلال دراستها والتي تشبعت بعدها بالأسئلة الفرعية خلال إجرائها للاستبيان

4 – أهداف الدراسة :

سعى الباحثة إلى وضع الأهداف التالية خلا تقديم دراستها المتمثلة :

- رضا الجمهور وتعزيز تفاعلية مع هذه المؤسسات
- تحديد الدور التفاعلي للعلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية
- الكشف عن الفروق ذات الدلالة الإحصائية
- تحليل متطلبات تفعيل دور العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية
- تقديم توصيات عملية للمؤسسة الإعلامية وتحسين إستراتيجيات العلاقات العامة
- الإسهام في سد الفجوة البحثية حول العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية .

5 – أهمية الدراسة :

- الأهمية العلمية : من خلال تقديم الدراسة في إطار نظري يساعد الباحثين والأكاديميين في فهم أعمق لأهمية دور العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية
- الأهمية العملية

حيث يتيح للمسؤولين عن العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية باتخاذ القرارات السليمة . كما أنه يمكن الدراسة بتقديم توصيات لصانعي السياسات الإعلامية لتعزيز دور العلاقات العامة في داخل تلك المؤسسات .

6 - العينة :

تم تطبيق عينة من الجمهور المستهدف من المؤسسات الإعلامية وقوامها 304 فرد وتوصلت الدراسة إلى دلالة إحصائية عند مستوى (0,01) بين متوسطات استجابة الأفراد الخاصة بالعينة حول واقع دور العلاقات العامة بمنطقة جازان في تعزيز مستوى رضا الجمهور وفقا لمتغيرات الأعمار

7 - النتائج :

توصلت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (01و0) بين متوسطات استجابات أفراد العينة حول واقع دور العلاقات العامة فب المؤسسات الإعلامية بمنطقة جازان في تعزيز مستوى رضا الجمهور لصالح فئة (أقل من 25 سنة) مقارنة بالفئتين (من 25 - 50 سنة لأكثر) ومن خلال الدراسة يمكن التعرف في الاستجابات بين أفراد العينة وفقا لمتغيرات النوع :

8 - التوصيات :

- قدمت الباحثة التوصيات التالية والتي تمثلت خلال نتائج بحثها والمتمثلة فيما يلي :
- تعزيز عملية نقل المعلومات بشكل أسرع وأكثر دقة من خلال تطوير وتحسين قنوات التواصل الرقمية مع الجمهور :
 - تطوير البرامج التدريبية التي تركز على تطوير المهارات التفاعلية .
 - إنشاء تقنيات واسعة ومتعددة للجمهور لدعم وتقديم الشكاوي والمقترحات
 - إجراء الأبحاث الدورية
 - إلزام المؤسسات الإعلامية بالشفافية في عملية توفير المعلومات بشكل أكثر دقة .
 - الاهتمام بشكل دوري بعملية توعية الجماهير
 - التركيز على قوة العلاقات المستدامة مع الجمهور

وشكرا يادكتور