

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة قسنطينة 03



كلية علوم

رقم التسجيل /

/

أهمية تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة في مجال العلاقات العامة

دراسة ميدانية في المؤسسات الجزائرية

مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير في علوم

إشراف الأستاذة / بن غضبان سمية

إعداد الطالبة / بوهيدل إيمان

لجنة المناقشة:

- د. الأستاذ حسين خريف.....رئيساً

- الأستاذة سمية بن غضبان مشرفاً و مقراً

- الأستاذة مريم زعتر.....عضواً مناقشاً.

السنة الجامعية : 2014 / 2013

فهرس المحتويات :

المحتويات

-		
=====	إشكالية :	=====
04-03.....	1-1 تحديد	
05.....	2-1 الفرضيات	
07-06.....	3-1 اختيار الموضوع	
08-07.....	4-1 أهمية	
08.....	5-1 أهداف	
09 -08.....	6-1	
13-09.....	7-1 المداخل النظرية	
18 -14.....	8-1	
34-18.....	9-1 تحديد المفاهيم	
=====(NTIC) =====	: تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة (NTIC) =====	
39.....		
75-39.....	1-2 التطور التاريخي.....	
75.....	2-2 أهمية وخصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال.....	
78.....	3-2 مميزات تكنولوجيا الاتصال الحديثة.....	
80.....	4-2 استعمالات التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال.....	
83 -82.....	5-2	
85 -83.....	6-2 المزايا والعيوب.....	
90 -86.....	7-2 مشاكل التكنولوجيا الإعلامية الحديثة ().....	
92 -90.....	8-2 نتائجها (آثارها).....	
93 -92.....	9-2 تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الدول العربية.....	
	10-2 تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية	
98 -94.....	الجزائرية.....	

=====	:	=====
109 -105.....	1-3 تاريخ العلاقات	
110 -109	2-3 مبادئها	
112 -110	3-3 أهميتها	
115 -112	4-3 أهدافها	
119 -115.....	5-3 وظائفها	
119	6-3 أهم خصائصها	
122 -119.....	7-3 أساليب ووسائل الاتصال فيها	
124 -122.....	8-3 العلاقات العامة والجمهور	
133 -124.....	9-3	
134 -133.....	10-3 العاملون في جهاز العلاقات العامة	
141 -134.....	11-3 المشتغلين بالعلاقات العامة	
143 -141.....	12-3	
===== ()	: الأنترنت والعلاقات العامة مع تحديات العصر	===
147.....		
150 -147.....	1-4 العلاقات العامة والتغيرات في العالم المعاصر	
153 -150.....	2-4 التخوف من الأنترنت فيه قدر كبير من المبالغة	
165 -153.....	3-4	
166 -165.....	4-4 أهمية الأنترنت في العلاقات العامة	
166.....	5-4	
166.....	6-4	
171 -167.....	7-4 أهم الخدمات التي تقدمها الأنترنت للعلاقات العامة	
173 - 171.....	8-4	
175 - 173.....	9-4 العامة الإلكترونية (التطورات الحديثة)	
188 -175.....	10-4	
191-188.....	11-4 العلاقات العامة العربية في مواجهة العولمة	

===== العمومية الاقتصادية : =====

- تمهيد: 193
- 1-5 عموميات حول المؤسسة..... 193-200
- 2-5 مفاهيم نظرية أساسية حول المؤسسة العمومية..... 200-215
- 3-5 ماهية المؤسسة الاقتصادية وظهورها..... 215-218
- 4-5 خصائص وتصنيفات المؤسسة الاقتصادية..... 128-222

===== الميداني : =====

- 1-6 تحديد مجالات الدراسة..... 225-232
- 2-6 مجتمع البحث و عينة 233
- 3-6 منهج الدراسة 234
- 4-6 جمع البيانات..... 234-235

===== : تفريغ البيانات و تحديد نتائج الدراسة =====

- 1-7 تفريغ وتحليل البيانات الميدانية..... 237-278
- 2-7 تحليل النتائج المتعلقة بالجدول..... 279-280
- 3-7 النتائج المتعلقة بالفرضيات..... 280-284
- دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تفعيل نشاط العلاقات العامة داخل المؤسسة الاقتصادية 285
- إسهامات استخدام تطبيقات تكنولوجيا الانترنت في تطوير 286

287-289..... 4-7

290-293..... * وتوصيات..

294-302..... *

303-307..... * فهرس الجداول

308-314..... *

315-317..... *

318-320..... * باللغة الفرنسية

321-323..... * باللغة الانجليزية

أثرت التطورات الجديدة المتمثلة في العولمة بجوانبها المختلفة، اقتصاديا، إعلاميا، تكنولوجيا... في مهنة العلاقات العامة وفي التحديات التي تواجهها والمهام المناطة بها، حيث حدث تحول كبير في الاعتماد على وسائل باتت تعتبر تقليدية ولا تؤدي الغرض المطلوب، فمع تشابك وتعقد الحياة المعاصرة بات أمر متابعة تطورات وظيفة العلاقات العامة أمرا لا مفر منه للمؤسسات التي تضع نصب أعينها النجاح والاستمرار وتريد مواكبة التطورات الحديثة لاسيما منها المؤسسات الاقتصادية التي تدرك دور التجديد وفعالية المبتكرات في تغيير مهام ممارسي نشاط العلاقات العامة التي أمر ضروري للإطلاع أوضاع العاملين بالمؤسسة وتقديم الدعم المادي والمعنوي لهم من أجل تقديم أفضل الخدمات والأعمال للمؤسسة وأهدافها للجمهورين الداخلي والخارجي فتصبح الجهاز الحيوي لتحقيق هذا الغرض.

والمؤسسات الجزائرية كغيرها ليست بمنأى عن التغيرات المعاصرة وتعمل على تكييف اهتماماتها وهيكلها مع معطيات السوق الجديد الذي يشهد سيطرة التكنولوجيا على جميع مجالات الحياة، ومن هذا المنطلق وهذه الأهمية توجهت دراستنا في التعرف على مدى وعي القائمين على العلاقات العامة في مؤسساتنا الاقتصادية بأهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في مجال عملهم، وفيما إذا كان استخدامها يساهم في تطوير هذا النشاط بالفعل في مؤسستهم، على خلفية مقولة ماكلوهان "الوسيلة هي الرسالة" وتبني نموذج انتشار المبتكرات الحديثة، وقد تم ذلك من خلال دراسة ميدانية شملت كل من " المديرية الجهوية للتوزيع سونلغاز شرق 02 قسنطينة"، وشركة "عتاد التكديس والحمولة وحدة جارمان مؤسسة سوناكوم بعين السمارة".

ولمعالجة الإشكال المطروح ، افترضنا أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تلعب الحديثة دورا كبيرا في تفعيل نشاط العلاقات العامة داخل المؤسسة الاقتصادية وهي تستعمل لذلك وسائل تقنية متعددة ومتطورة، كما افترضنا أن استخدام العلاقات العامة للتكنولوجيا الحديثة وبخاصة الأنترنت وتطبيقاتها يساهم في تطويرها من خلال اختبار مؤشرات

تمثلت في: الاستفادة من موقع المؤسسة، قواعد البيانات، البريد الإلكتروني، وأخيرا خدمة نقل الملفات.

إن اختيارنا لهذا الموضوع لم يكن عشوائيا بل نتيجة لعدة أسباب أهمها:

أهمية موضوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وتأثيره في الممارسة المهنية اليومية للقائمين على العلاقات العامة بالمؤسسة، وكذا حدائته، باعتباره من المواضيع التي شغلت حيزا كبيرا في الدراسات الحديثة العربية منها والأجنبية، وهو ما أثارنا من خلال قراءتنا عن الموضوع للكشف عن هذا الواقع في عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، خاصة وأنها لم تحظى بالاهتمام اللازم من قبل الدارسين، وقلة الدراسات النظرية و الميدانية التي تناولت مثل هذا الموضوع، وإن وجدت فهي في الغالب تقتصر على العلاقات العامة بمفهومها التقليدي دون التركيز على عناصرها المستحدثة، ناهيك عن محاولة الخروج من الإطار النظري للبحث العلمي وتجسيده في الميدان، خاصة وأن الظاهرة المختارة قابلة للبحث والتقصي وتحقيق أهداف الدراسة والتأكد من صحة الفرضيات ميدانيا، وكذلك الرغبة في إبراز أهمية تواجد قسم العلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية وبالأخص في عصر التكنولوجيات الحديثة من خلال خلاصة النتائج المتوصل إليها في نهاية الدراسة.

وأما منا في التعمق أكثر في الموضوع كانت أهداف دراستنا كالاتي:

- معرفة الوسائل التكنولوجية الحديثة المستخدمة في نشاط العلاقات العامة داخل المؤسسة الاقتصادية، والكشف عن مدى مساهمتها في تطويره.
- إظهار أهمية هذه التكنولوجيا من خلال الدور الذي تلعبه في سيرورة نشاط العلاقات العامة داخل المؤسسة، وتعاملها مع جمهورها الداخلي والخارجي.
- إبراز فاعلية أداء نشاط العلاقات العامة والقائمين عليها من خلال مواكبة التطورات الحديثة وتنوع مصادر المعلومات.
- كشف مدى تفاعل ممارسي العلاقات العامة مع التكنولوجيا الحديثة والعوائق التي تعرقل الاستخدام الأمثل لها.

وفي الأخير نسعى إلى تدعيم معارفنا في مجال تخصصنا من خلال الحقائق التي وصلنا إليها، ومحاولة تقديم اقتراحات وتوصيات عليها تساهم في إثراء الموضوع.

ولتحقيق هذه الأهداف اعتمدنا في إجراء الدراسة على المنهج الوصفي الذي يفيد تحليل النتائج الكمية، وقد شملت العينة المتمثلة في 60 مفردة من فئة الإطارات بالمؤسستين مزودين بتكنولوجيا الاتصال الحديثة، واستعنا في جمع المعلومات بأداتين هما: الملاحظة في عين المكان وكذا المقابلة غير المقننة في بداية الدراسة "المرحلة الاستكشافية"، بهدف جمع معلومات عن المؤسستين ونشاطاتها وكذا التكنولوجيات المستخدمة والأفراد المستخدمين لها، وقد ساعدتنا هذه المعلومات على بناء أداة البحث الرئيسية "استمارة الاستبيان" التي قسمناها إلى ثلاثة محاور أساسية:

المحور الأول تضمن بعض السمات العامة و يجب المحور الثاني عن دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تفعيل نشاطات العلاقات العامة داخل المؤسسة الاقتصادية، بينما يشتمل المحور الثالث على مساهمة تكنولوجيا الانترنت وتطبيقاتها في تطوير العلاقات العامة، وبعد جمع المعلومات ميدانيا وتحليلها توصلنا إلى جملة من النتائج نوجزها :

- ✓ تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تطوير العلاقات العامة داخل المؤسسة الاقتصادية وذلك من خلال الاعتماد على وسائل متعددة ومتطورة بمزاياها الإيجابية المتمثلة في السرعة والكفاءة.
- ✓ لا تلعب تكنولوجيا الإعلام والاتصال دورا كبيرا في تفعيل نشاط العلاقات العامة بالمؤسسة الاقتصادية لأنه لا يعتمد عليها كما ينبغي.
- ✓ تساهم تكنولوجيا الانترنت بالفعل في تطوير نشاط العلاقات العامة داخل المؤسسة الاقتصادية لعدم الاستفادة من جميع تطبيقاتها والتحكم فيها بالشكل الصحيح.

Résumé:

Influencé nouveaux développements de la mondialisation dans ses divers aspects, économique, médias, technologie ... à la profession des relations publiques dans les difficultés rencontrées par lui est confiée, ou il y avait un changement dans la grande dépendance sur les médias traditionnels est maintenant considéré comme pas leur objectif, avec enchevêtrement et la complexité de la vie contemporaine est une fonction de l'évolution du suivi et des relations publiques sera inévitable pour les organisations qui portent à l'esprit le succès et continuer et que vous souhaitez suivre les évolutions récentes, en particulier, y compris les institutions économiques qui reconnaissent le rôle de l'innovation et efficaces innovations en changeant les fonctions des praticiens de travail de relations publiques qui est essentiel de voir les conditions des employés de l'institution et de les objectifs de la public interne et externe devient organe vital pour atteindre cet objectif.

Les institutions algériennes comme pas à l'abri des changements d'œuvres contemporaines pour adapter les intérêts et les structures avec les exigences du nouveau marché qui connaît la technologie de contrôle sur tous les domaines de la vie, et de ce point de vue, et cette importance est dirigé notre étude dans la définition sur la conscience de ceux en charge des relations publiques de notre importance économique des technologies de l'information et de la communication moderne dans leur domaine, et si leur utilisation contribue au développement de cette activité déjà dans leur organisation, sur le fond de l'argument Macluhan « le médium est le

message» et l'adoption du modèle de la diffusion des innovations de moderne, est en orbite autour par une étude de terrain inclus tous les " Direction régionale de la distribution SONAIGAZ est 02 Constantine" la société pile matérielle et de l'unité de charge" Jerman, fondateur Sonakum en Smara" .

Pour dissiper la fonction se pose, nous supposons que l'information et la technologie de communication moderne joue un grand rôle dans l'activation de l'activité de relations publiques au sein de l'établissement économique qui est utilisé pour les moyens technologiques multiples et sophistiqués, comme nous le supposons que l'utilisation des relations publiques de la technologie moderne, en particulier l'internet et de ses applications contribuent au développement à travers la sélection d'indicateurs a été de : bénéficié à partir du site de la fondation, bases de données, e-mail, et enfin le service transférer de fichier.

Notre choix de ce sujet n'est pas aléatoire mais se dirigent pour plusieurs raisons, notamment l'importance de la question de l'information et de la communication de conversation et son impact sur la pratique professionnelle quotidienne pour ceux en charge de l'organisation de relations publiques, ainsi que sa nouveauté comme les fils qui a couru figuré en bonne place dans les études récentes de travers arabes et étrangers, qui est soulevée notre lecture sur le sujet pour la détection de cette réalité dans les yeux des institutions économiques de l'Algérie, d'autant plus qu'ils n'ont pas reçus l'attention nécessaire par les étudiants, et le manque d'études théoriques et sur le terrain qui ont traité

avec un tel sujet, mais je l'ai trouvé se limite essentiellement à sens des relations publiques, la traditionnelle sans se focaliser sur les éléments créés, pour ne pas mentionner transféré hors du cadre théorique de la recherche scientifique et incarné dans le domaine, d'autant plus que le phénomène est sélectionné soumis à une fouille et d'enquête et d'atteindre les objectifs de l'étude et de vérifier les hypothèses sur le terrain, ainsi que le désir de mettre en évidence l'importance de la présence du service des relations publiques dans les institutions algériennes, en particulier dans l'ère des technologies modernes à travers résumé les résultats obtenus à la fin de l'étude.

Espérant nous plus en profondeur sur le sujet de nos objectifs de l'étude étaient les suivants :

- Connaitre les moyens technologiques utilisés dans l'activité de relations publiques au sein de l'établissement économique, et la divulgation de l'ampleur de leur contribution à son développement.

Summary:

The new developing changes which are characterized in the so called "globalization" affected the economy, telecommunication and technology and the public relations as well. With the new contemporary life's complexity and challenges, the function of the public relations begins to be investable inside companies wishing success and remaining updated particularly in the economic companies, greatly affected by the technological advancements, and its main influence on the public relations linked to verifying the standards of labor and set to provide both moral and material aids for the sake of both replying best services and realizing its objectives towards the social communities .

The Algerian companies, like many others abroad, is also great concerned with such changes, and works on adjusting its institutions with the new marketing concept which depends mainly only technology. Hence, we focused the importance of raising the awareness about the necessity of both technology and telecommunication in the minds of the public relations officials & responsible, which come under the McLuhan saying : means is the message or reply. Concrete example should mentioned about Algerian company undergoing such procedure is the Sonalgaz regional direction in eastern Constantine and Load Material Stocks in the German Unity plus Sonacom.

For the posed problematic, we suggested the Telecommunication technology usage inside those economic companies. The latter, take part in the public relations by promoting all the technical means through

Internet: companies websites, Data basis, emails and finally files transaction.

Choosing such a subject was due to some reasons:

The importance of the technology of media and its effects on the daily practical performances on the behalf of public relation standing stuff within the company.

- Recognizing the different technological means used in public relation activities within the economic organizations.
- Displaying the importance of such technologies inside and outside the organizations or companies.
- Discovering to what extend such a practice (of technology) can reveal the different obstacles met on the way for analyzing the quantitative result. Our sample consisted of 60 term from the part of the specialist equipped with the technology of media or telecommunication. We relied, in our project, on observation and outlaw meeting at the beginning of the discovering stage.
- We have also used a form of a questionnaire divided into 3 main parts:
 - ✚ General aspects.
 - ✚ Role of the technology of telecommunication affecting the public relation activities inside and outside companies.
 - ✚ Internet technology participation in improving public relations.After gathering some real data and interpreting it, we discovered the following:

- 1) - Telecommunication improves the public relations in the sense of skills and rapidity.
- 2) - What was mentioned can't be realized if there're a presence of a wrong usage of interned or when the company is not entirely depending on it.