

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة قسنطينة 03



كلية علوم الإعلام و الاتصال و السمعى البصرى
رقم التسلسلي...../.....
قسم اتصال وعلاقات عامة
رقم التسجيل...../.....

إستراتيجية العلاقات العامة في بناء علاقة مع وسائل الإعلام

دراسة ميدانية بالمديرية الفرعية للنشاطات العلمية و الثقافية و الرياضية _ جامعة جيجل _

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص اتصال و علاقات عامة

إشراف :

أ. د : ليلي بن لطرش

إعداد الطالبتين :

نورة خنيو

وافية دراع

لجنة المناقشة

رئيسا	جامعة قسنطينة 03	أ. د. فضيل دليو
مشرفا و مقررا	جامعة قسنطينة 03	أ. د. ليلي بن لطرش
عضوا	جامعة قسنطينة 03	أ. عبد الحميد بشوشة

السنة الجامعية: 2014/2013

فهرس المحتويات:

مقدمة

الفصل الأول: موضوع الدراسة و إطارها المنهجي والنظري

1 : الإشكالية

- 1-1 تحديد المشكلة.....ص 11 .
- 1-2/ الدراسات السابقة.....ص 13 .
- 1-3/ أهداف الدراسة.....ص 14 .
- 1-4/ التساؤلات الرئيسيةص 15 .
- 2/ أهمية الدراسة.....ص 15 .
- 3/ أسباب اختيار الموضوعص 16 .
- 4/ الإطار المفاهيمي.....ص 16 .
- 4-1/ العلاقات العامةص 16 .
- 4-2/ الاتصالص 18 .
- 4-3/ الإعلامص 18 .
- 4-4/ وسائل الإعلام.....ص 19 .

5 :الإطار المنهجي للدراسة

- 1-5 / منهج الدراسة ص 22 .
- 2-5 / أدوات جمع البيانات..... ص 23 .
- 3-5 / مجالات الدراسة ص 27 .
- 4-5 / عينة الدراسة ص 34 .

6: الإطار النظري

- 1-6 / نظرية الأنساق العامة..... ص 35 .
- 2-6 / نظرية التفاعلية الرمزية ص 39 .

الفصل الثاني : العلاقات العامة و فعالية وسائل الاتصال و الإعلام

1 / مدخل إلى العلاقات العامة

- 1-1 / أهمية العلاقات العامة..... ص 47 .
- 2-1 / خصائص أخصائي العلاقات العامة ص 49 .
- 3-1 / مؤهلات أخصائي العلاقات العامة..... ص 51 .
- 4-1 / مهام و وظائف أخصائي العلاقات العامة ص 52 .
- 5-1 / الأقسام الإدارية للعلاقات العامة..... ص 53 .
- 6-1 / أساليب تنظيم إدارة العلاقات العامة..... ص 54 .
- 7-1 / العلاقات العامة و الجمهور الخارجي ص 55 .
- 8-1 / الصورة الذهنية ص 62 .

- 9-1 / خطوات بناء إستراتيجية العلاقات العامة ص 64
- 10-1 / شروط بناء إستراتيجية العلاقات العامة ص 68
- 2 / العلاقات العامة و وسائل الاتصال و الإعلام
- 1-2 / أهمية الاتصال في العلاقات العامة..... ص 69.
- 2-2 / الاتصال الفعال..... ص 71.
- 2-3 / وسائل الاتصال في العلاقات العامة ص 73 .
- 2-4 / أهمية العلاقات العامة مع وسائل الإعلام ص 74.
- 2-5 / وسائل الإعلام..... ص 77.
- 2-6 / وظائف وسائل الإعلام..... ص 79.
- 2-7 / مواقف و مهارات التعامل في المواقف الإعلامية ص 82.
- 2-8 / أخلاقيات العلاقات العامة مع وسائل الإعلام..... ص 86.
- 2-9 / أهداف العلاقات العامة مع وسائل الإعلام..... ص 87 .
- 2-10 / وسائل العلاقات العامة مع وسائل الإعلام..... ص 88 .

الفصل الثالث: التحليل الكيفي للبيانات و نتائج الدراسة

- 1 / تحليل المقابلات ص 103 .
- 2 / نتائج عامة..... ص 178 .
- 3 / نتائج على ضوء الأهداف ص 181 .

الملخص :

إن العلاقة الجيدة مع وسائل الإعلام هي أكثر من أساسية بالنسبة لإدارة العلاقات العامة . لأنها تقع على عاتقها مهمة حفظ وضمان استمرار المؤسسات في ظل الأوضاع الراهنة باعتبار كل مؤسسة نسق مفتوح تؤثر وتتأثر بالبيئة المحيطة بها . فمن الضروري أن يكون هناك تفاعل و انسجام بينها وبين وسائل الإعلام من خلال بناء علاقة جيدة مع هذه الأخيرة بالاعتماد على إستراتيجية فعالة لتحقيق ذلك وقد جاءت هذه الدراسة للكشف عن هذه الإستراتيجية بمؤسسة ذات طابع خدماتي والمتمثلة في جامعة جيجل من خلال التساؤل الرئيسي الآتي : ما هي إستراتيجية العلاقات العامة في بناء علاقة مع وسائل الإعلام ؟

وهدفنا من خلال هذه الدراسة إلى معرفة خطط وأساليب استقطاب الصحفيين للجامعة إضافة إلى الوسائل و التقنيات المستخدمة مع الصحفيين ' و كذا طرق التعامل معهم لكسب ودهم و ثقتهم و معرفة طبيعة العلاقة بين الجامعة و المرسلين الصحفيين بالولاية (وسائل الإعلام) كما اعتمدنا على منهج دراسة حالة مع المسح الشامل لجزء من مجتمع الدراسة , وعينة الكرة الثلجية مع الجزء الآخر , باستخدام الملاحظة والمقابلة بنوعيهما: الموجهة والشبه موجهة كأنسب الأدوات لجمع البيانات.

نتائج الدراسة : إن التواصل مع الصحفيين يكون من خلال الأنشطة والفعاليات التي تقام في الجامعة وكذلك وسائل أخرى لكنها لا تستخدم كل الوسائل والتقنيات التي تساعد على بناء وتسيير العلاقة الجيدة .

الكلمات المفتاحية :العلاقات العامة - إستراتيجية العلاقات العامة - وسائل الاتصال - وسائل الإعلام - الصحفيين - العلاقة مع وسائل الإعلام .

Résumé

La bonne relation avec les médias est plus que nécessaire pour la gestion des relations publiques, car sa mission consiste à préserver et à assurer la continuité des établissements dans les circonstances actuelles, vu que chaque établissement est un système ouvert est affecté (il influence et est influencé) par son environnemen., parce qu' il est nécessaire d'avoir une interaction et des relations harmonieuses avec les médias pour la construction d'une bonne relation avec ces derniers, en s'appuyant sur une stratégie de communication efficace pour y parvenir. Cette étude a été conçue pour comprendre dévoiler cette la mise en œuvre de cette stratégie dans un établissement à caractère public et scientifique qui est comme l'université de Jijel.

la question principale de cette étude est la suivante: Quelle est la stratégie de relations publiques dans la construction d'une relation avec les médias?.

Cette étude vise à déterminer les plans et les méthodes afin d'attirer les journalistes à l'université, aussi bien ainsi que les moyens et les techniques utilisées avec eux pour gagner leur cordialité pour construire une relation amicale et de et leur confiance. Cette étude vise également à connaître la nature de la relation entre l'université et les correspondants de la wilaya (les médias)

Cette étude a été initiée par les questions principales suivantes sont:

- Quels sont les événements par lesquels les relations publiques communiquent avec les medias?.
- Quels sont les moyens et les méthodes utilisées par les relations publiques pour construire une relation avec les medias?.

Nous avons adopté "l'approche d'étude de cas" avec l'enquête exhaustive Pour une partie de l'échantillon de recherche, et l'échantillon la boule de

nege pour l'autre partie, en utilisant l'observation et l'entretien avec ses deux types: directif et non directif, étant donné qu'il est l'outil le plus approprié pour la collecte de données.

Resultants de l'étude:

La communication avec les journalistes se fait à travers par les activités et les événements organisés à l'université, ainsi que certains moyens et techniques qui aident à construire une relation avec les journalistes, mais en revanche,

Cependant il y a une inégalité dans les types de relations et de traitement avec les médias ils sont inéquitables dans leur traitement avec eux, En plus de la variation dans la nature de la relation.

Mots clés: relations publiques- Stratégie des relations publiques- moyens de communication- Médias- journalists- relation avec les medias.