

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة قسنطينة - 03 -



كلية الإعلام و الاتصال والسمعي البصري

الرقم التسلسلي.....

الرمز.....

مذكرة الماستر

تخصص: علاقات عامة

شعبة: الاعلام و الاتصال

مكانة العلاقة مع الصحافة في المؤسسة الاتصالية

دراسة ميدانية للجمهور الداخلي لمؤسسة اتصالات الجزائر شرق قسنطينة - الخروب-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر LMD تخصص علاقات عامة

تحت اشراف الأستاذة :

- بولكعبيات ليلي

الرتبة: أستاذ مساعد - أ-

مقدمة من طرف الطالبين:

1- براهيمي أسماء

2- شيهب أمال

السنة الجامعية 2014 / 2015

دورة جوان

فهرس الموضوعات

الإهداء.....	
شكر و تقدير.....	
مقدمة.....	(أ)

الفصل الأول: الإشكالية و الإطار المنهجي لدراسة

1- إشكالية الدراسة	
1-1 تحديد المشكلة.....	(4)
2-1 أهمية الموضوع و أسباب اختيارها.....	(8)
3-1 أهداف الدراسة.....	(9)
4-1 منظور الدراسة.....	(10)
5-1 الدارسات السابقة.....	(12)
6-1 فروض الدراسة.....	(15)
7-1 تحديد مفاهيم الدراسة.....	(15)
2- الاطار المنهجي	
1-2 مجال الدراسة.....	(17)
3-2 مجتمع الدراسة.....	(19)
4-2 منهج الدراسة.....	(19)
5-2 أدوات جمع البيانات.....	(20)
هوامش الفصل الأول.....	(23)

الفصل الثاني: أنماط الاتصال في المؤسسة

اتصال المؤسسة

أولاً: الاتصال الداخلي

1- مفهوم الاتصال الداخلي.....	(27)
-------------------------------	------

- 2- أهداف الاتصال الداخلي.....(27)
- 3- أنواع الاتصال الداخلي.....(29)
- 4- وسائل الاتصال الداخلي..... (31)

ثانيا: الاتصال الخارجي

أولاً: الاتصال المرئي

- 1- مفهوم الاتصال المرئي.....(35)
- 2- أهداف الاتصال المرئي.....(36)
- 3- أنواع الاتصال المرئي.....(37)
- 4 - عناصر الاتصال المرئي.....(39)

ثانيا: الاتصال التسويقي

- 1- مفهوم الاتصال التسويقي.....(42)
- 2- أهداف الاتصالات التسويقية.....(42)
- 3- أنواع الاتصال التسويقي.....(45)
- 4 - وسائل الاتصال التسويقي.....(46)
- 5- أهمية العلاقة مع الصحافة في الاتصالات التسويقية.....(48)

ثالثا: الاتصال الحدتي

- 1- مفهوم الاتصال الحدتي.....(49)
- 2- أهداف الاتصال الحدتي.....(50)
- 3- وسائل الاتصال الحدتي.....(51)
- 4- أشكال الاتصال الحدتي.....(53)
- 5- أهمية العلاقة مع الصحافة في الاتصال الحدتي.....(59)

رابعا: الاتصال المالي

- 1- مفهوم الاتصال المالي.....(59)
- 2- أهداف الاتصال المالي.....(60)

- 3- وسائل الاتصال المالي.....(61)
- 4- الاتصال المالي والعلاقة مع الصحافة الاقتصادية.....(63)
- 5- أهمية العلاقة مع الصحافة في الاتصالات المالية.....(64)
- 6- الاتصال المالي وصورة المؤسسة.....(65)

خامسا: اتصال الأزمة

- 1- مفهوم اتصالات الأزمة.....(66)
- 2- عناصر اتصالات الأزمة.....(66)
- 3- وظائف اتصالات الأزمة.....(68)
- 4- أهمية العلاقة مع الصحافة في اتصالات الأزمة.....(69)
- 5- العلاقة مع الصحافة و وسائل الاتصال.....(70)
- 6- برتوكول اتصالات الأزمة في العلاقة مع الصحافة.....(71)
- 7- اتصالات الأزمة وعملية التخطيط للعلاقة مع الصحافة.....(72)
- 8- العلاقة مع الصحافة و مراحل اتصالات الأزمة.....(76)

سادسا: العلاقة مع الصحافة

- 1-نشأة العلاقة مع الصحافة.....(78)
- 2- خصائص العلاقة مع الصحافة.....(79)
- 3- أهداف العلاقة مع الصحافة.....(81)
- 4- أهمية العلاقة مع الصحافة.....(82)
- 5- وسائل العلاقة مع الصحافة.....(83)
- 6- أشكال الاتصال بصحفيين.....(85)
- 7- التخطيط لنشر في الصحافة.....(92)
- 8- استراتيجية العلاقة مع الصحافة.....(93)
- 9- مداخل أنشطة المؤسسة في علاقتها مع الصحافة.....(96)

- 10- العلاقة مع الصحافة وصورة المؤسسة.....(97)
- هوامش الفصل الثاني.....(99)

الفصل الثالث: معالجة بيانات الدراسة

- 1- المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية.....(112)
- 2- نتائج الدراسة
- 1-2 النتائج العامة.....(144)
- 2-3 نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات(146)
- 3- أفاق الدراسة.....(149)
- المراجع.....(152)

الملاحق

الملخص

10- ماهو انطباعك عن التغطيات التي يقدمها الصحفيين عن المؤسسة؟

عادية جيدة جيدة جدا

لماذا حسب رأيك؟

11- هل تري بأن أخبار المؤسسة تزيد عند تنظيم الأحداث ؟

نعم لا

لماذا حسب اعتقادك؟

12- هل سبق وأن حضر الصحفيين للمؤسسة خارج المناسبات؟

نعم لا

13- كيف يكون حضور الصحفيين خارج المناسبات؟

ضعيف قوي متوسط

لماذا حسب رأيك؟

14- هل كان حضور الصحفيين في شكل؟

مقابلة زيارة ميدانية محادثات هاتفية

15- هل تتحدث وسائل الاعلام عن المؤسسة في الأيام العادية؟

نعم لا

عنه والبقاء في الدبلوماسية، وبعض الحالات وطبيعة الموضوع الرد لا يتيح به في كل الحالات من أجل البقاء في علاقة ودية لأن اتصالات الجزائر لن تغلق والجريدة كذلك ومن الأحسن نبقي في علاقة ودية

السؤال الفرعي 16/ هل تنظم المؤسسة مؤتمرات صحفية؟ من يقوم بتنظيمها؟

الجواب: نعم، يشرف عليها المدير والقائم بالاتصال

السؤال الفرعي 17/ من المسؤول عن دعوة الصحفيين؟

الجواب: القائم بالاتصال

السؤال الفرعي 18/ ماهي الوسائل الاتصالية التي تخبرون بها الصحفيين عن المؤتمرات الصحفية؟

الجواب: عبر الهاتف لصحفيين ذوي العلاقة القريبة، ودعوات رسمية

السؤال الفرعي 19/ يمكنك أن تتحدث بالتفصيل عن اجراءات تنظيم مؤتمر صحفي؟

الجواب: نحضر ملف الصحفي وتسليمه قبل بداية المؤتمر وفيه الوثائق التي يحتاجها، نحضر دعوات، مسؤول الاتصال يحرص على اختيار مكان مناسب ومحترم وأجهزة ويقوم بطلب هذه الوسائل الضرورية اختيار الأكل والشرب

السؤال الفرعي 20/ هل ترسلون الملف الصحفي لصحفيين الذين لم يحضروا؟

الجواب: نعم، عبر البريد الإلكتروني سائق السيارة فلا توجد مشكلة مع هذا الأمر لأنه سهل

السؤال الفرعي 21/ هل تقدم هدايا رمزية لصحفيين أثناء المؤتمر؟

الجواب: نعم، أقلام أو محفظات

السؤال الفرعي 22/ هل تتابع أخبار المؤسسة بعد انتهاء المؤتمر الصحفي؟

الجواب: نعم، ونشر أحداث المؤتمر في مواقع التواصل الاجتماعي

السؤال الفرعي 23/ هل لديكم موقع خاص بالمؤسسة؟ هل تجددون أخباره؟

الجواب: بالطبع، وتجدد أخباره دائما وهذه من مهام المديرية المركزية بالعاصمة وهو يتيح التعرف على أنشطة ومنتجات وخدمات المؤسسة

السؤال الفرعي 24/ هل لديكم بريد الكتروني معروف لدى الصحفيين؟

الجواب: نعم

المخلص:

تهدف الدراسة الحالية إلى معرفة المكانة التي تحتلها العلاقة مع الصحافة ضمن الاستراتيجية الاتصالية لمؤسسة اتصالات الجزائر، واعتمدت الدراسة على أدوات جمع البيانات تمثلت في الاستمارة والمقابلة، اعتمدت الدراسة على العينة القصدية، و تم الاعتماد على المنهج الوصفي واتخذت هذه الدراسة النسقية كمنظور لدراسة، وقد توصلت الدراسة في الأخير إلى أن نشاط العلاقة مع الصحافة يحظى بمكانة معتبرة ضمن الاستراتيجية الاتصالية لمؤسسة اتصالات الجزائر، من خلال الممارسة الشبه منظمة لهذا النشاط، واندراج العلاقة مع الصحافة ضمن خلية الاتصال، والهدف من هذا النشاط هو مؤسساتي يعنى بصورة المؤسسة، خدماتها ومنتجاتها

الكلمات المفتاحية: العلاقة مع الصحافة، الاستراتيجية الاتصالية، اتصالات الجزائر، خلية الاتصال، مكانة معتبرة، الممارسة الشبه منظمة، صورة المؤسسة.

Cette étude vise à connaitre la place qui' occupe la relation avec presse dans la stratégie de la communication de l'entreprise télécom Algérie, l'étude repose sur les outils méthodologique de collecte des données le questionnaire et l'entretien, on a utilisé l'échantillon délibéré, l'étude compte sur la méthode descriptive et cette étude a adopté le systématique comme un paradigme pour l'étude, la recherche a finalement aboutit que l'activité de relation avec la presse occupe une place considérable dans la stratégies de communication de télécom Algérie, à partir de la pratique semi- organisé de cette activité, et la relation presse se situer danse la cellule de communication, et l'objectif de cette activité est institutionnelle s'intéressé a l'image d'entreprise, leur services et leur produits.

Mot clés : relation avec la presse, la stratégie de communication, télécom Algérie, cellule de communication, place considérable, pratique semi-organisé, image d'entreprise,