

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 الحدئي

1- مفهوم الاتصال الحدئي.....(49)

2- أهداف الاتصال الحدئي.....(50)

3- وسائل الاتصال الحدئي.....(51)

4- أشكال الاتصال الحدئي.....(53)

5- أهمية العلاقة مع الصحافة في الاتصال الحدئي.....(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

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 connaître 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,