

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قسنطينة 3

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم اتصال وعلاقات عامة

الرقم التسلسلي:

رقم التسجيل:

واقع العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية

دراسة ميدانية في الشركة الإفريقية للزجاج -جيجل-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر (2) في علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

إشراف:
أ.د/ الطاهر أجغيم

إعداد:
اسمهان درع
سميحة بوحجار

تاريخ المناقشة:

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة قسنطينة 3	أستاذ التعليم العالي	1- أ.د/ إدريس بولكعيبات
مشرفا ومقررا	جامعة قسنطينة 3	أستاذ التعليم العالي	2- أ.د/ الطاهر أجغيم
عضوا	جامعة قسنطينة 3	أستاذ التعليم العالي	3- د/ عبد الحميد بوشوش

السنة الجامعية: 2013 / 2014.

فهرس المحتويات

مقدمة

الفصل الأول: موضوع الدراسة وإطارها المنهجي

- 2الإشكالية.....1-1-1
- 5أهمية موضوع الدراسة وأسباب اختياره.....2-1-1
- 7أهداف الدراسة.....3-1-1
- 8الدراسات السابقة.....4-1-1
- 21منظور الدراسة.....5-1-1
- 23فرضيات الدراسة.....6-1-1
- 24تحديد المفاهيم الأساسية في الدراسة.....7-1-1
- 37مجالات الدراسة.....8-1-1
- 43عينة الدراسة.....9-1-1
- 44منهج الدراسة.....10-1-1
- 46أدوات جمع البيانات.....11-1-1

هوامش الفصل الأول

الفصل الثاني: مدخل تحليلي للعلاقات العامة

- 59نشأة وتطور العلاقات العامة.....1-2-1

67	2-2- علاقة العلاقات العامة بالأنشطة الإتصالية الأخرى.....
73	2-3- أسس ومبادئ العلاقات العامة.....
76	2-4- أهداف العلاقات العامة.....
79	2-5- وظائف العلاقات العامة.....
81	2-6- أهمية العلاقات العامة وعوامل الإهتمام بها.....
87	2-7- أنواع العلاقات العامة.....
92	2-8- جمهور العلاقات العامة.....
99	2-9- برامج العلاقات العامة ووسائلها الإتصالية.....
111	2-10- تنظيم العلاقات العامة.....

هوامش الفصل الثاني

الفصل الثالث: المؤسسة الإقتصادية وممارسة العلاقات العامة.

119	3-1- المؤسسة الإقتصادية:.....
119	3-1-1- أسباب ودواعي نشوء المؤسسات الإقتصادية.....
121	3-1-2- خصائص المؤسسة الإقتصادية.....
123	3-1-3- تصنيفات المؤسسة الإقتصادية.....
131	3-1-4- أهداف المؤسسة الإقتصادية.....
132	3-1-5- وظائف المؤسسة الإقتصادية.....

- 137 3-1-6- محيط المؤسسة الاقتصادية.....
- 140 3-2- المؤسسة الاقتصادية العمومية الجزائرية:.....
- 140 3-2-1 - التطور التاريخي للمؤسسة الاقتصادية العمومية الجزائرية... ..
- 146 3-2-2- المؤسسة العمومية الجزائرية في ظل الإصلاحات الاقتصادية....
- 149 3-2-3- المعوقات التي تواجه المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.....
- 150 3-3- العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية.....
- 150 3-3-1- أشكال ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية.....
- 152 3-3-2- مرتكزات أساسية للعلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية.....
- 154 3-3-3- أهمية العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية.....
- 155 3-3-4- أهداف العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية.....
- 156 3-3-5- أنشطة العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية.....
- 158 3-3-6- القائمين على أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسة الاقتصادية....
- 161 3-3-7- واقع العلاقات العامة في بعض المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.
- 163 3-3-8- مشاكل العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية.....

هوامش الفصل الثالث

الفصل الرابع: معالجة البيانات الميدانية ونتائج الدراسة

- 169 4-1- معالجة البيانات الميدانية ونتائج الدراسة.....

169	2-4- تحليل وتفسير البيانات الميدانية.....
169	4-2-1- بيانات متعلقة بخصائص عينة الدراسة.....
	4-2-2- بيانات حول واقع مكانة العلاقات العامة في الشركة الإفريقية للزجاج.....
173	4-2-3- بيانات متعلقة بوسائل الإتصال المستخدمة في برامج العلاقات العامة في الشركة الإفريقية للزجاج.....
181	4-2-4- بيانات متعلقة بالقائمين على العلاقات العامة في الشركة الإفريقية للزجاج.....
200	4-2-5- بيانات متعلقة بالصعوبات التي تواجه العلاقات العامة في الشركة الإفريقية للزجاج.....
212	4-3- النتائج العامة للدراسة.....
224	4-4- نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات.....
225	خاتمة.....
229	

قائمة المراجع

الملاحق

ملخص الدراسة

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
169	يبين توزيع فئات العينة حسب الجنس.	01
170	يبين مستوى التعليم عند مفردات العينة.	02
171	يبين توزيع طبيعة الوظيفة عند أفراد عينة الدراسة.	03
172	يبين مدة خبرة العمل لدى مفردات العينة.	04
173	يوضح مدى ممارسة الشركة الإفريقية للزجاج لأنشطة العلاقات العامة.	05
174	يبين أسباب عدم ممارسة أنشطة العلاقات العامة في الشركة الإفريقية للزجاج.	06
175	يوضح ما إذا كان قسم العلاقات العامة مدمج أو مستقل.	07
176	يبين مع أي مصلحة مدمجة أنشطة العلاقات العامة.	08
177	يبين الأنشطة الموكلة لهذه المصلحة.	09
179	يوضح أهمية هذه المصلحة بالنسبة للشركة الإفريقية للزجاج.	10
180	يبين نظرة العمال نحو وجود قسم للعلاقات العامة بالشركة الإفريقية للزجاج.	11
182	يبين مدى أهمية وسائل الإتصال في قسم العلاقات العامة.	12
183	يبين أسباب عدم الإهتمام بوسائل الإتصال في العلاقات العامة.	13
184	يبين ماهية وسائل الإتصال التي تستعملها الشركة الإفريقية للزجاج في مجال العلاقات العامة.	14
185	يبين ترتيب وسائل الإتصال والعلاقات العامة حسب الأهمية بالشركة الإفريقية للزجاج.	15
186	يوضح الأساس الذي دفع بالمبحوثين لتفعيل وسيلة من وسائل الإتصال والعلاقات العامة عن غيرها.	16

الملخص باللغة العربية:

أدت التطورات التي يشهدها العالم في مختلف المجالات و خاصة منها الاتصالية الى اشتداد المنافسة بين المؤسسات ذات النشاط المماثل مما دفع بهذه الاخيرة الى البحث عن مختصين في الاتصال و العلاقات العامة من اجل بناء علاقة ثقة بين المؤسسة و جمهورها حيث اصبح الحديث عن مصلحة للاتصال و العلاقات العامة داخل كل تنظيم امر لاغنى عنه ؛وقد زادت اهميتها شيئاً فشيئاً بالتوازي مع هذا التطور الذي يشهده العالم والمجتمعات و خاصة منها الاقتصادية حتى اصبحت هذه الأخيرة عصب الحياة داخل كل مؤسسة تسعى للنجاح

والمؤسسات الجزائرية كغيرها من سائر المؤسسات في العالم ليست بمنأى عن الحاجة الى مثل هذا النشاط الاداري الاتصالي لما له من أهمية بالغة وخاصة بعد دخولها في اقتصاد السوق وفتح المجال امام المنتجات الاجنبية .

ونتيجة الأهمية البالغة التي يكتسيها وجود جهاز للعلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية والحاجة الماسة له ؛ جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على واقع العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ؛ حيث اتخذت من الشركة الافريقية للزجاج بجيجل مجالا لاجراء الدراسة الميدانية

وقد توفرت جملة من الاسباب كانت الدافع وراء اختيار هذا الموضوع ابرزها رغبتنا الشخصية
لدراسة موضوع التخصص؛ وكذلك الكشف عن أسباب قلة الاهتمام بأنشطة العلاقات العامة
في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

ولقد انطلقت هذه الدراسة من طرح التساؤلات التالية :

- ماهو واقع العلاقات العامة بالشركة الافريقية للزجاج؟ وقد اتبع هذا التساؤل بتساؤلات فرعية
وهي :

- ماهي الوسائل الاتصالية التي تستخدمها الشركة الافريقية للزجاج في مجال العلاقات العامة
؟

- هل للعاملين بالشركة الافريقية للزجاج مستوى من التكوين يجعلهم مؤهلين للعمل في
العلاقات العامة؟

- ماهي العراقيل التي تحد من الدور الوظيفي للعلاقات العامة بالشركة الافريقية للزجاج؟

ولقد حاولت دراستنا تحقيق جملة من الأهداف كان أهمها التعرف على الواقع الفعلي لنشاط
العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية

ومن أجل بلوغ أهداف الدراسة وللاجابة عن تساؤلاتها وضعنا الفرضيات التالية:

- مكانة العلاقات العامة لا ترقى الى مستوى الوظائف الادارية الاخرى التي تمارسها ادارة

الشركة الافريقية للزجاج. متبوعة هذه الفرضية بفرضيات فرعية هي :- تركز الشركة الافريقية

للزجاج على استعمال الوسائل المطبوعة اكثر من غيرها في اتصالاتها

- العاملين بالشركة الافريقية للزجاج ليس لديهم مستوى التكوين الذي يجعلهم مؤهلين للعمل

في العلاقات العامة

- الفهم غير الجيد للعلاقات العامة بالشركة الافريقية للزجاج يشكل أكبر عائق امام تطور

أنشطتها.

تم تحديد المفاهيم الأساسية في دراستنا وهي العلاقات العامة والمؤسسة الاقتصادية وقد

اتبعنا المنهج الوصفي لأنه الأنسب الى هذا النوع من الدراسات كونه يساعد على وصف

العلاقات العامة والوقوف على واقعها داخل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ؛كما اعتمدنا على

النظرية البنائية الوظيفية كنموذج ارشادي في دراستنا وتم الاستعانة بثلاث أدوات في جمع

بياناتها بدءا بالاستبيان كأداة اساسية ثم المقابلة والملاحظة كأداتين مكملتين

شملت الدراسة على المجالات التالية:

- المجال المكاني: الشركة الافريقية للزجاج الكائن مقرها بأولاد الصالح بلدية الطاهير ولاية

جيجل

- المجال الزمني: من بداية شهر نوفمبر الى أواخر شهر ماي

-المجال البشري: شملت الدراسة على 75 مفردة تم اختيارها عن طريق العينة العشوائية
الطبقية كان ذلك بنسبة 25/ من مجموع العاملين بالشركة البالغ عددهم 308 مفردة المتكون
من ثلاث طبقات (اطارات عمال تنفيذ عمال مؤهلين) عشوائيا مع استثناء فئة الاطارات المسيرة
والمقدر عددهم ب6 اجرينا المقابلة مع ثلاثة منهم

وبعد النزول الى الميدان ورغم الصعوبات التي واجهتنا كشفت الدراسة عن النتائج التالية:

- مكانة العلاقات العامة لاترقى الى مستوى الوظائف الادارية الأخرى التي تمارسها ادارة
الشركة الافريقية للزجاج) وهذا ما يؤكد صدق الفرضية الرئيسية
- كما تؤكد نتائج الدراسة ان الشركة الافريقية للزجاج تركز على استعمال الوسائل الحديثة
اكثر من غيرها

كما تبين أن العاملين بالشركة الافريقية للزجاج ليس لديهم مستوى من التكوين يجعلهم مؤهلين
للعمل في مجال العلاقات العامة كما ان نتائج الدراسة كشفت

الفهم غير الجيد للعلاقات العامة بالشركة الافريقية للزجاج يشكل اكبر معوق امام تطور
أنشطتها وعلى العموم يمكن القول ان العلاقات العامة بالشركة الافريقية للزجاج لاتزال قيد
الاهمال ولم ترق الى مكانتها المرغوبة بعد

- اشتملت دراستنا هذه على مقدمة وخاتمة وأربع فصول

عالج الفصل الأول موضوع الدراسة واطارها المنهجي

اما الفصل الثاني فنتاول مدخل الى العلاقات العامة

فحين الفصل الثالث كان حول المؤسسة الاقتصادية وممارسة العلاقات العامة فيها

وجاء الفصل الرابع متضمنا معالجة البيانات ؛ تفسيرها ونتائج الدراسة

الملخص باللغة الفرنسية:

Développements menés dans le monde dans divers domaines tels que la communication , en particulier à l'intensification de la concurrence entre les établissements ayant une activité similaire , invitant celui-ci à la recherche de spécialistes de la communication et de relations publiques afin de construire une relation de confiance entre l'institution et son public

Où il est devenu la coqueluche de l'intérêt de la communication et des relations publiques au sein de chaque organisation est indispensable ; importance a augmenté progressivement en parallèle à ce développement témoigne du monde et les communautés , en particulier les aspects économiques de sorte que ce dernier est devenu la pierre angulaire au sein de chaque institution cherche à succès

Les institutions algériennes , comme toutes les autres institutions dans le monde ne sont pas à l'abri de la nécessité d' une telle activité communication administrative en raison de sa grande importance , surtout après l'entrée dans l'économie de marché et d'ouvrir la voie pour les produits étrangers .

En conséquence , l'importance vitale d'avoir une organisation de relations publiques dans les domaines économique et l' urgence besoin de lui ; cette étude était de faire la lumière sur la réalité des relations publiques de l'entreprise économique algérienne , pris de la société où l'espace africain verre Bjeegel pour une étude de terrain

Le nombre disponible de raisons ont été le motif derrière le choix de ce sujet , le désir notamment personnel pour étudier la question de la spécialisation ; , ainsi que la divulgation des raisons du manque d'intérêt dans les activités de relations publiques dans les institutions économiques de l' Algérie

Nous avons lancé cette étude pour poser les questions suivantes :

- Quelle est la réalité des relations publiques de verre africain de l'entreprise ? Le suivi de cette question avec les questions sous-ensemble , à savoir :

- Quels sont les moyens de communication utilisés par l'entreprise pour la Coupe d'Afrique dans le domaine des relations publiques ?

- Est-ce que les employés de l'entreprise pour le niveau de verre africain de configuration rend le droit de travailler dans les relations publiques ?

- Quels sont les obstacles qui limitent le rôle fonctionnel des relations publiques de verre africain de l'entreprise ?

J'ai essayé d'étudier et de réaliser un certain nombre d'objectifs a été le plus important d'identifier la réalité actuelle de l'activité de relations publiques de l'organisation algérienne économique

Afin d'atteindre les objectifs de l'étude et de répondre à ses questions et nous avons les hypothèses suivantes :

- L'état des relations publiques ne sont pas à la hauteur des autres fonctions administratives exercées par les administrateurs de la Coupe d'Afrique . Suivi des hypothèses de cette hypothèse secondaire: - la société africaine se concentre sur l'utilisation du verre imprimé signifie plus que d'autres à ses contacts

- Employés africains de la société pour le verre qu'ils n'ont pas le niveau de formation qui les rend admissibles à travailler dans les relations publiques

- Est-ce qu'une bonne compréhension des relations publiques de verre africain de la société est le plus grand obstacle au développement de leurs activités .

Été identifiés concepts de base de notre étude , les relations publiques et la création économique , nous avons suivi l'approche descriptive ,

car il le mieux adapté à ce type d' études, il permet de décrire les relations publiques et se tenir sur la réalité de l'organisation algérienne économique ; également invoqué constructiviste théorie de la fonctionnelle modèle heuristique dans notre étude était l'utilisation de trois outils dans la collecte des données du questionnaire comme un outil essentiel et l'entrevue et l'observation comme des outils complémentaires

L'étude comprenait les domaines suivants :

- Domaine spatial : société de verre africaine siège de bons enfants de la commune Taher Jijel
- Domaine temporel : à partir de début Novembre à fin mai
- La sphère humaine : L'étude a inclus 75 a été sélectionné par échantillon aléatoire stratifié qui était de 25 / de l'ensemble des employés de 308 à l'unité constituée de trois couches (travailleurs des pneus de mise en œuvre des travailleurs qualifiés) au hasard , à l'exception de la catégorie du mars de pneus et a estimé le 6 nous avions de la compagnie une entretien avec trois d'entre eux

Après prendre sur le terrain et , malgré les difficultés que nous avons été confrontés étude a révélé les résultats suivants :

- L'état des relations publiques de Atriqy au niveau des autres fonctions administratives exercées par les administrateurs de la Coupe d'Afrique) et cette sincérité prémisse principale Miakd
- Résultats de l'étude confirme également que le verre de l'Afrique de la société se concentre sur l'utilisation des moyens modernes plus que d'autres

Comme il s'avère que les employés de verre africain de la société n'ont pas le niveau de formation les rend admissibles à travailler dans le domaine des relations publiques , que les résultats de l'étude ont révélé

La compréhension est de bonnes relations publiques pour le verre de l'Afrique de l'entreprise est un grand dresseur pour les activités de développement

En général , on peut dire que la société de relations publiques pour le verre de l'Afrique est encore en cours de négligence et n'a pas répondu à la position souhaitée après

- Cette étude a inclus un prologue et un épilogue , et quatre saisons

Le premier chapitre aborde le sujet de l'étude et de son cadre de systématique

Le deuxième chapitre manipulé Introduction aux relations publiques

Lorsque le troisième trimestre a été de la création économique et la pratique des relations publiques

Le quatrième chapitre , y compris le traitement de données ; interprétées et les résultats de l'étude