

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة - قسنطينة 3-

كلية علوم الاعلام و الاتصال و السمعي البصري

قسم: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال و علاقات عامة

الرقم التسلسلي:.....

رقم التسجيل:.....

واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية الجزائرية

دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية لعتاد الأشغال العمومية - قسنطينة-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال

تخصص اتصال و علاقات عامة

إشراف:

أ.د/ ادريس بولكعيبات

انجاز:

➤ ياسر بوالودنين

➤ عبدالله بولحبيب

لجنة المناقشة:

تاريخ المناقشة:

1- أ.د/ الطاهر اجعيم..... رئيسا

2- أ.د/ ادريس بولكعيبات مشرفا و مقرا

3- أ / سمية بن غضبان عضوا مناقشا

2014/2013

السنة الجامعية:

فهرس المحتويات:

ملخص الدراسة

مقدمة:.....(أ،ب،ج)

الفصل الأول: موضوع الدراسة و الإجراءات المنهجية

1.1- الإشكالية

1-1-1- تحديد الإشكالية.....(2)

1-1-2- أهمية الموضوع وأسباب اختياره.....(4)

1-1-3- أهداف الدراسة.....(5)

1-1-4- فرضيات الدراسة ومؤشراتها.....(6)

1-1-5- الدراسات السابقة.....(6)

1-1-6- المنهج المستخدم.....(14)

1-1-7- منظور الدراسة.....(16)

1-1-8- تحديد المصطلحات.....(18)

2.1- الإجراءات المنهجية للدراسة.....(22)

1-2-1- مجال الدراسة.....(22)

1-2-2- عينة الدراسة.....(24)

1-2-3- أدوات جمع البيانات.....(31)

الفصل الثاني : العلاقات العامة كمنشأ اتصالى للمؤسسة.....(36)

1-2-1- مفهوم العلاقات العامة:.....(37)

2-2-1- تطور العلاقات العامة:.....(39)

2-3-1- أهمية وأهداف العلاقات العامة.....(43)

2-4-1- وظائف العلاقات العامة.....(45)

2-5-1- أسس و مبادئ العلاقات العامة.....(47)

2-6-1- وسائل اتصال العلاقات العامة.....(52)

2-7- أخصائي العلاقات العامة.....(57)

الفصل الثالث: تطور المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.....(62)

3-1- إستراتيجية التصنيع في الجزائر.....(63)

3-2- التخطيط الوطني الجزائري.....(70)

3-3- الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر وما بعد الإصلاحات.....(72)

3-4- دخول المؤسسة الصناعية الجزائرية إقتصاد السوق.....(77)

3-5- إستقلالية المؤسسات.....(80)

3-6- خصخصة المؤسسات.....(82)

3-7- أهم المعوقات التي تواجه المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.....(83)

3-8- المبادئ الواجب الاهتمام بها في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.....(84)

الفصل الرابع : عرض و تحليل البيانات الميدانية للدراسة.....(88)

تمهيد

4-1- عرض وتحليل البيانات الخاصة بالفرضية الأولى.....(90)

4-2- عرض وتحليل البيانات الخاصة بالفرضية الثانية.....(111)

4-3- عرض وتحليل البيانات الخاصة بالفرضية الثالثة.....(135)

5- نتائج الدراسة :.....(144)

5-1- نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات.....(145)

5-2- استنتاج عام للدراسة.....(151)

5-3- آفاق الدراسة.....(153)

▪ قائمة المراجع.....(155)

▪ الملاحق.....(160)

Résumé :

En considère les relations publiques comme un domaine sensible et une fonction essentielle dans toutes sociétés économiques en raison de l'extrême importance qu'elles possèdent afin d'imposer sa logique sur le marché et donné une visibilité à leurs publics internes et externes, malgré tout cela, la plupart des institutions nationales publiques ne donnent toujours pas une grande importance à ce domaine, à partir de là en a lancé notre désir d'étudier les relations publiques dans une des plus grandes institutions nationales est « la fondation nationale de matériel de travaux publics » nous avons essayé à travers cette étude diagnostiquer sa réalité et décrire ces cas, et comme nous avons voulu savoir si elles existent, nous avons entrepris cette étude a partir de cette importante question est la suivante :
Quelle est la réalité des relations publiques dans la société industrielle ?

Cette question a donné lieu à quatre sous questions étaient les suivantes :

- Quel est l'état de les relations publiques dans la structure organisationnelle de l'établissement industriel algérienne ?
- Y a t-ils des spécialisent occupant leur activités de relations publiques de la société industrielle algérienne ?
- Quelles sont les différentes méthodes et moyens de communication le plus utilisé dans la fondation national d'équipement des travaux publics ?

- Quels sont les obstacles et les problèmes qui limitent l'efficacité de l'activité du département des relations publiques de la société industrielle algérienne ?

Pour répondre à ces questions, nous avons lancé des hypothèses afin de prouver ou de réfuter sa validité, elles sont comme suit :

- 1- La fondation nationale d'équipement des travaux publics utilise les moyens de communication inférieure à leurs besoins réels pour communiquer avec leurs publics internes et externes.
- 2- Les responsables de la fondation nationale d'équipement des travaux publics n'en pas de sensibilités pour l'importance des relations publiques.
- 3- Il existe un grand nombre d'obstacles limitant l'efficacité des relations publiques à la fondation nationale d'équipement des travaux publics.

Nous avons également utilisé dans cette étude la méthode d'analyse descriptive qui nous aides à travers ces outils pour décrire notre sujet, car il contribue à étudié le phénomène en question, ainsi que l'analyse des éléments que les composent.

Quant à l'échantillon, nous avons utilisés la en raison de l'extrême importance contenues dans la recherche sociologique et nous avons

sélectionné 10% de la communauté de la recherche, où en a divisés la des cadres, des administrateurs et des techniciens basé sur « l'échantillon partielle » pour les outils de collecte de données, nous avons utilisé un questionnaire comme outil essentiel et principale pour connaitre l'opinion des répondant à notre sujet et en a utilisés l'entrevue pour analyser les résultats des hypothèses.

Cette étude a été limitée à la fondation nationale d'équipement des travaux publics à Constantine « Ain Smara » où en a commencés l'enquête pour cette étude au mois d'Avril et la répartition des questionnaires au mois de Mai 2014.

Après avoir suivi les procédés d'enquête en a pu répondre à nos questions et nos hypothèses que nous avons mis et les plus important sont :

- Les relations publiques dans la structure organisationnelle de l'institution, cela est dû à l'ignorance de son importance par la haute direction.
- La société industrielle algérienne ne compte pas sur des professionnels d'activité de relations publiques.

- La société industrielle algérienne ne repose pas sur des moyens de communication sophistiqués, mais la plus part du temps elles sont des méthodes traditionnelles.
- Les employés de l'institution ont un concept superficiel sur la fonction de relations publiques.
- Il existe plusieurs barrières entravent le processus de communication dans la société industrielle algérienne .

Abstract

Public relations are a sensitive field and an essential function in every economic institution due to their extreme importance in order to impose its logic on the market and show its image to its internal and external audiences, despite all this, most national public institutions still not attaches great importance to this field. Thus, our desire was focused on the study of public relations in one of the biggest national institutions which is the "National Company for public Works Equipments", as we tried through this study, to diagnose its reality and describe its situation. We also wanted to know if it exists, where our study was initiated through the following main question : What is the reality of Public relations in the industrial institution?.

This main question has resulted in three sub-questions, are as follows :

- What is the Public relations standing in the organizational structure of the Algerian Industrial Institution?.
- Are there specialists in charge of public relations activities in the Algerian Industrial Institution?.
- What are the most widely used methods and means of communication in the National Company for public Works Equipments ?.
- What are the obstacles and problems that limit the effectiveness of the activity of public relations management in the Algerian Industrial institution?.

In an attempt to answer these questions, We have developed the following hypotheses :

- The National Company for public Works Equipments uses means of communication less than their actual needs to communicate with internal and external audiences.
- There is no awareness of the importance of Public relations among those in charge of the National Company for public Works Equipments.
- There are significant obstacles limiting the effectiveness of public relations at the National Company for public Works Equipments.

We have also used in this study the descriptive analytical method which helps us through its tools to describe the subject that we want to study, as it helps to study the phenomenon in question, and to analyze the elements that comprise it.

As for the sample, we have used it because of the extreme importance contained in sociological research, so we have selected a sample of 10%, which represents the members of the sample, where we divide it into executives, administrators and technicians, based on the " Quota sample."

With regard to data collection tools we have used a questionnaire as a key tool in order to know the opinion of the members of the sample about our subject. While we have used the interview to know the institution, and to help us analyzing the hypotheses results.

This study was limited to the National Company for public Works Equipments (Ain Smara-Constantine) where the survey for this study began on April, while questionnaires were distributed on May 2014.

After conducting the search and the survey process, we have reached a conclusion that answer our questions and hypotheses, are as follows :

- There is no public relations in the organizational structure of institution, and this is due to the ignorance of their importance by senior management.
- The Algerian Industrial Institution does not rely on specialists in charge of public relations activities and its mission remains entrusted to other departments.
- The Algerian Industrial Institution does not rely on sophisticated means of communication, but mostly on traditional ones.
- There is a superficial concept among the personnel of institution about the public relations function.
- There are significant obstacles that hinder the communication process in the Algerian Industrial Institution.

ملخص الدراسة :

تعتبر العلاقات العامة مجالاً حساساً ووظيفة أساسية في كل مؤسسة اقتصادية نظراً للأهمية البالغة التي تحوزها من أجل فرض منطقتها في السوق وإبراز صورتها لجماهيرها الداخلية و الخارجية، رغم كل هذا إلا أن أغلب المؤسسات الوطنية العمومية لازالت لا تعطي هذا المجال أهمية بالغة، حيث انه من هنا انطلقت رغبتنا في دراسة العلاقات العامة في واحدة من اكبر المؤسسات الوطنية هي " المؤسسة الوطنية لعتاد الأشغال العمومية " حاولنا من خلال هذه الدراسة أن نشخص واقعها و وصف حالاته، كما أردنا معرفة إن كانت موجودة حيث انطلقنا في دراستنا هذه من تساؤل رئيسي كان على النحو التالي : ما هو واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية ؟

هذا التساؤل الذي نتج عنه أربع تساؤلات فرعية كانت كالآتي؟

- ما هي مكانة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصناعية الجزائرية؟
 - هل هناك متخصصون قائمون على نشاطات العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية الجزائرية ؟
 - ما هي مختلف الأساليب والوسائل الاتصالية الأكثر استعمالاً في المؤسسة الوطنية لعتاد الأشغال العمومية ؟
 - ما هي العراقيل والمشاكل التي تحد من فعالية نشاط إدارة العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية الجزائرية ؟
- ومن أجل أن تتضح الإجابة على هذه التساؤلات قمنا بطرح فرضيات من أجل إثبات أو نفي صحتها وكانت كالآتي:
1. تستعمل المؤسسة الوطنية لعتاد الأشغال العمومية وسائل اتصالية أقل من احتياجاتها الفعلية للتواصل مع جمهورها الداخلي و الخارجي.
 2. لا يوجد وعي لدى القائمين على المؤسسة الوطنية لعتاد الأشغال العمومية بأهمية العلاقات العامة.
 3. توجد عوائق كبيرة تحد من فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الوطنية لعتاد الأشغال العمومية.

كما أننا قد استخدمنا في دراستنا هذه المنهج الوصفي التحليلي الذي يساعدنا من خلال أدواته على وصف الموضوع الذي نريد دراسته كما انه يساعد على دراسة الظاهرة موضع البحث وكذا تحليل العناصر التي تتألف منها، أما بالنسبة للعينة فقد قمنا باستعمالها نظرا للأهمية البالغة التي تتضمنها في البحوث السوسولوجية فقمنا باختيار عينة 10% ممثلة لمجتمع البحث حيث قسمناها إلى إطارات وإداريين وتقنيين معتمدين على "العينة الحصصية". بالنسبة لأدوات جمع البيانات استعملنا استمارة الاستبيان كأداة رئيسية أساسية من أجل معرفة رأي المبحوثين حول موضوعنا أما المقابلة فقد استعملناها من أجل الاطلاع على المؤسسة و كذا مساعدتنا في تحليل نتائج الفرضيات.

انحصرت هذه الدراسة في المؤسسة الوطنية لعتاد الأشغال العمومية بقسنطينة (عين اسمارة) حيث بدأت الدراسة الاستطلاعية لهذه الدراسة في شهر أفريل وتم توزيع الاستمارات شهر ماي 2014 .

و بعد قيامنا بعملية البحث و الاستطلاع وصلنا إلى نتائج تجيب عن تساؤلاتنا و فرضياتنا التي وضعناها أهمها:

لا وجود للعلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة و يعود هذا لجهل الإدارة العليا لأهميتها.

لا تعتمد المؤسسة الصناعية الجزائرية على مختصين يقومون بنشاطات العلاقات العامة و تبقى مهمتها موكلة إلى أقسام أخرى المؤسسة الصناعية الجزائرية لا تعتمد على وسائل اتصالية متطورة وإنما أغلبها وسائل تقليدية.

يوجد مفهوم سطحي لدى العاملين بالمؤسسة بوظيفة العلاقات العامة.

توجد حواجز كبيرة تعيق عملية الاتصال في المؤسسة الصناعية الجزائرية.