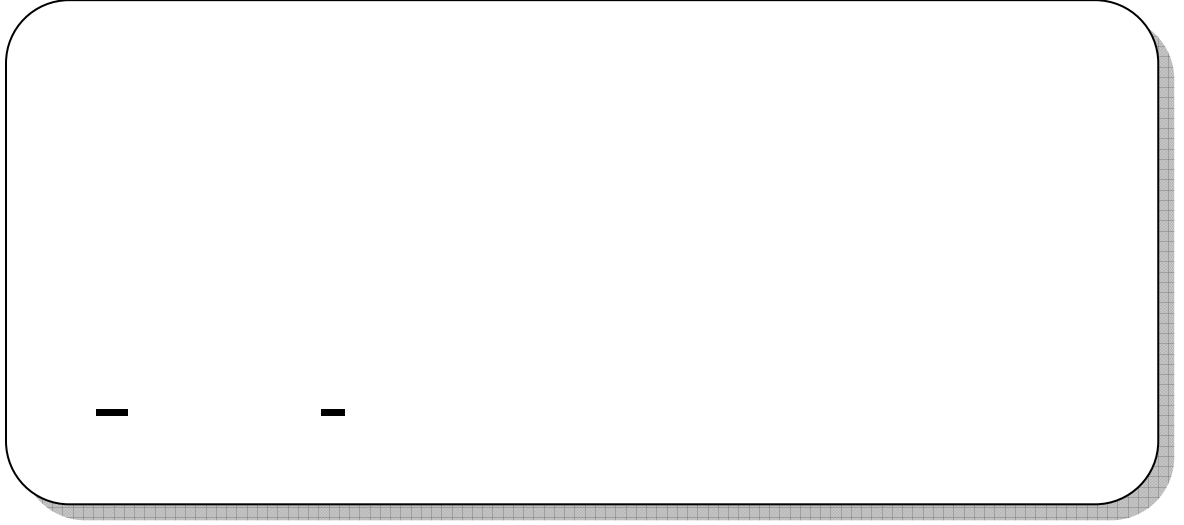


الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علم الاجتماع



مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص تنمية

إشراف الدكتور:

إعداد الطالبة:

- عبد الرحمان برفوق

- نابتي خليفة

قائمة أعضاء اللجنة :

- سلاطنيا بلقاسم رئيسا
- عبد الرحمان برفوق مشريفا
- قرسي عبد الحميد عضوا ممتحنا
- حسان جيلاني عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2007/ 2008

.....			
	:		
3.....	:		
7.....	:		
25.....	:		
.....			
	:		-
48	:		-
49	:		-
53	:		-
61	:		-
73	:		-
76	()	:	-
84	:		-
86	:		-
.....			
	:		
33	:		-
33	:		-
35	:		-

37	:	-
41.....()	:	-
44.....	:	-
46.....		
	:	
88		-
89	()	:
92	:	-
97	:	-
133	:	-
138	:	-
139		

/

(19)

)

.(Ø

1

:

:

*

*

*

*

*

.I :

:
-1) (∅
-2
-3

: .II

"

."

,

,

:

*

*

*

*

/ :

,

.I :

"(1) : -1 *

-2 :

" : *

"(2) :

" : *

"(3) :

.II :

- :1

" , "

.913 ,1991 , , ,2 , (1)

.575 ,1981 , , ,3 , , , Ø (2)

, , ,5 , , , (3)

.196 ,1984

": *

" : " : -

" " " : "

(1) "

(2) " " : -

: : *

(3) " " :

(4) . : -

: -2

:

: -3

: *

"

.712 - 711	,1987	, , , , ,	,5	, ,	(1)
.1040	,2002	, 30	, Ø	, Ø	(2)
.409	,1997	, , , ,	,1	, , , ,	(3)
			.681	, , , ,	(4)

"(1).

-

*

"

"(2).

-

(

*

"

"(3).

-

:

*

"

"(4).

1998 , 174 , 1 , (1)

2003 , 50 , 1 , Ø , Ø (2)

1998 , 1 , Ø , Ø (3)

.84

2003 , 26 , 1 , Ø (4)

:

*

"

,

,

(1) ."

-

.

:

*

"

,

(2) " .

-

,

.

:

*

"

،()

(1)

.28 ،2001 ،

Ø ، (2)

47 ،1999

(1) "

-

:

*

"

(2) "

-

:

*

"

(3). "

-

(1978)

,2003

(1)

.14

(2)

,1

.16 ,2001

(3)

,()

.26 ,1998

	:		-4
	:	()	*
			"
			'
			(1) ."
			-
			'
	.		
	:	()	*
(2) ."			"
			-
	.		
	:	()	*
			"
			(3) ."
			-
			'
	.		
	:	()	*
			"
			'
			(1)
			(2)
			(3)

" (1)

-

" : (Ø) *
 "(2)

-

Ø) :

.(Ø
 " : () *

" (3)

-

" : (Ø) *

" (4)

-

.277 ,1999 , , ,1 , Ø , Ø (1)

.15 , , (2)

.23 , , (3)

Ø Ø , (4)

.240 ,2001 ,

* () :

"

" (1)

-

* (Ø) :

"

" (2).

-

-5

* () :

" (3).

-

(1) , , .49

(2) , , Ø

(3) , , .287 ,2002,

(3) , ,) ,1 (

.15 ,2001

" : \emptyset () *

(1)".

-

" : () *

(2)".

" : (\emptyset) *

(3)".

.245 , , (1)

.15 , , (2)

\emptyset , , (3)

.188 ,2001 , , -

, , .

: -6

:
" : *

, ,

"(1) , -

, ,

" : *

,

"(1) .

,1 , . , Ø (1)

.394 ,2001,

.61 ,2002 , , , (2)

" : *

,

,

,

(1)".

" : *

" : () ."

(2)".

:

:

,

"

Ø

Ø

Ø

Ø

,

Ø

"

,2001 , ,

,1 ,Ø

(1)

.93

.65 ,2004 , ,

,1 , ,

(2)

: .III

: -1

*

« ENTREPRISE »

*

()

(1). , ,

(Ø) *

(2) .

: -2

: -3

": () *

(3)."

": (Ø) *

(4) ."

: -4

: () Ø *

"

.06 ,1994 , , " , , (1)

.517 ,1997 , , ,1 , ,Ø (2)

(3) Fredric Mattock, Dictionary of Sociology, English, French, Arabic, edition, Acade Reference, Dictionaries, Beirut, Lebanon, 2001, p19

.17 ,1973 , , , (4)

(1)."

" : (Ø) *

(2)".

" : () () *

(3)".

: -5

" : () *

(4)".

" : () *

(5) "

(1) Ali el Kenz , algerie et la modernité, édition, cosedria, senegal, 1989, p47.

. 02 ,1992 , , , Ø (2)

.09 ,1981 , , , (3)

.72 ,1994 , , , (4)

1989 , , , (5)

-

() ,

() () *
" : ()

(1)." "

" : (Ø) *

(2) "

:Ø *

(3)." "

" :

(4)" .

" : *

(5)".

: Ø Ø *

"

.221 ,1975 , (1)

(2)

.11 (.)

(3) Maury et Mull, **Economie et organisation de l'entreprise**, Faucher, 1980, p07

.58 ,1994 , Ø (4)

(5) Marcel Lafianne, **Le mangement approche systémique**, Gaétan Morin, 3 éditions, P29

(1)".	:	*
)	(•
(2)".	:	•
(3)".	:	•
(4)".	:	-6
(5)".	:	
<hr/>		
.269 ,2000 ,	,1 ,	∅ (1)
,	∅	(2)
.148 ,1976 ,	.16 ,2001 ,	(3)
,∅	,	(4)
,1987 ,	,	.56
.20 ,2002 ,	,1 , ∅	(5)

56) (1 - 4)

": (1975 21) (75 -

Ø

(1)."

":

*

(2)".

"

*

(3)".

:

:

"

".

Ø

,1971 16 (71-74) : (1) أنظر

.09 ,1989 , (2)

(3) K.Slimani, les ouvrier d'origines rurale dans l'enterprise publique algérienne, thèse du doctorat 3 cycle, paris 1986, p4 0

/ :

.I :
 ()
 ()
 (1981)
 (1): ()
 : -1

(1) , 1 , , 2004 , .62

-2

-3

(1)

(2)

-4

*

*

*

*

(%79.8)

*

(%86.1)

*

*

*

: -5

*

*

*

*

*

*

*

.II
:
()
()
() ()
(1981) () ()
:
:
-1

:

*

*

: -2

: -3

- 4

:

:

*

(1):

*

*

*

*

*

*

-5

:

:

*

.67 ,

(1)

*

*

*

*

*

*

*

*

: .III

()

(1987) ()

،()

: ()

: -1

-2 :

-3 :

* :

* :

	:	-4
	(%90)	*
	(%65.6)	
	(%96.9)	*
		*
(%40.5)		*
	(%1.5)	*
		*
		*
		*
	(%56.1)	
	:	-5
		*
		*
		*
		*

*

*

*

*

(1) .

(1) المصدر نفسه، 241

/ Ø

/

/

/

/

() /

Ø Ø /

/

/

.I

Ø) (1) () , (Ø
(16)

() ()
(18)

(2) .

(1945)

1 (Ø) 1 : (1)

.41 ,1995 ,

.44 ,2001 , (2)

(1) .

.II

-1

"(2)

()

(

(

)

(1)

.31-25 ,2004 ,

, (

,Ø

(2)

151

(

(

"

(

(

(

(1).

"

(1) ، 2000 ،

-2

"(1) :

: (

:∅ (

: (

: (

".

, 2 ,

(1)
.63-62 ,1985

/

.I

()

" (1) :

-1

(

*

*

" (2) :

*

*

(1) pierre bèranger et autres, Gestion les fonction de l'entreprise, 2 édition, vuibert, paris, 1998, p05.

(2) jan- rené Ediqhaffer, précis de gestion d'entreprise, Nathan, France, 1997, p8.

.(Ø 500 20)	:	*
.(Ø 500)	:	*
.(Ø 1000)	:	*
		-2

(1) :

:

:

:

:

:

:

(blou Scott -)

"(1) :

:

(

) ,Ø

,(

: Ø (

:

(

"

:

"(2) :

:

●

*

:

*

:

●

حسب نوع الخدمة المقدمة مثلا:

.16 ,2002 , (1)

.114 ,1995 , ,2 , (2)

*

" .
:
(
)
(1) .

-4

" (2) : ()
:
(
)
:
(
) :
(
"
"

(1) 24-22 ,2000
(2) Ø .
.94 ,2001 ,

.II

.()

(1).

(Drucker)

"(2) :

."

(perrow.)

":(3) ()

-1

-2

-3

"

.224 ,1993 , (1)

.114 ,2000 , (2)

.67 , (3)

"(1) :

- 1

-

-2

-3

-4

".

.III

:

-1

"

(2)."

-2

"

(3) ."

,05

(1)

.52 -37 ,2003 , ,2003

.285 ,1998 , ,

(2)

,1 ,

(3)

.08 ,1997 ,

-3

"

(1) "

-4

"

(2)"

:

(

(

:

•

•

•

(3) "

(1) ، 1 ، ، ، ، 1997 ،

.225

(2)

، ، ، 1997 ، .12

(3) : Ø ، ، ، 2 ، Ø ، 2000 ،

.11

(1) :

-1

-2

-3

-4

(2) .

Ø

Ø

-5

Ø

-6

(3) .

()

(1)

36. ,1991 , , ,

(2) Mohamed sadeg, management des entreprises publiques, presses, d'Alger, 1999, p28.

(3) jean. Gerbier, 02 gain station et fonctionnement de l'entreprise, tec, la voisiner, paris, 1993, p820-821.

/

-1 : () : ()
 (collegio) (Collège .)
 (Ø 13)
 () () (18)
 (1) .

-2

": ()
 , ,
 , ,
 (2) "

": ()
 (3)." Ø

" : (Ramon macis manse .) ()
 Ø Ø ,
 (4) ." Ø

-
- .10 ,1977 , , ,1 , : (1)
 ,2002 , , ,1 , , (2)
 .290
 .15 ,2000 , , ,1 , , (3)
 ,2001 , , , Ø (4)
 .79

": (

" (1).

": (

∅

" (2)

.I

∅ -1 ∅

(1830-1962)

(3) : ()

(
(
(
(

":
"

,1 , (∅)

(1)

.146 ,2000 ,

(2)

,2 ,

25

, (1980-1962)

(3)

.104-103 ,1986 ,

(1) ()

:

(

(

(

(1938)

(

(1909)

(1877)

) :

.(

Ø " : (1886

)

(2)."

()

(3).

Ø -2

(1962 5)

.73 ,1990 ,

,3 , Ø , (1)

.106 , , (2)

.71 , , (3)

:
 ()
 93) (1963)
 ()
) (1963 11)
) (conseil de la recherché scientifique
 ,(1968 16) (organisme de coopération scientifique
 (1) .(1970)
 (1971)
 (1967)
 .(1970-1967)
 (1973-1970) : ()
 (1974-1977)
 ,(1911) (1971-1970)
 (85) (1978-1977) (63915)
 (2) . (90)
 (1973)

(1) 1999 , 1 , 3-2

(2) 1989 , 209

) (1974)

)

(1983

(

"(1) :

)

-1

-2

-3

"(2) : (Djamel)

*

*

*

*

*

*

*

)

(38 ,1978

(1) 210 ,

(2) Djamel la bédi, science et pouvoir Algérien de indépendance du 1 plan de la recherche scientifique (1962-1974), 1992, p314-315.

:

:

(1).

(2) :

*

*

*

544-83

)

(1983

24

1403

17

02)

: (544-83

*

*

(3) .

∅

:

(1)

.30-29 ,1981 , ,

.106 , , (2)

.11-4 ,1999 ,5-99 ,24 , (3)

)

(

(1) .

)

(2) :

(1971

-
-
-

(1976 20) ()

(3) :

-
-

(

(150.000) (1984-1980)

(4) :

.11-10 ,1973 ,	(1)
.43-42 ,	(2)
.30-29 , ,	(3)
.60 , ,	(4)

-
-

2100)

.(

)

(1984

)

:

(
(1990

(1) :

:(1989-1985)

-
- *
- *

(1989/08/01)

*

:(1997-1990)

*

:(1998-1997)

∅

*

(1998-1997)

:

*

*

...

(1) :

.1983

*

*

*

*

*

:

(

() : (1)

*

*

*

Ø .II

(2) :

•

•

•

(3) :

-1

.60 , , (1)

.76 ,2000 , , , Ø Ø (2)

Ø ,1 , : , (3)

.25 ,2000 ,

-

-

-2

(1) :

-
-
-

()

-3

(2) :

-
-
-
-

.15 ,2001 , , , 1 , , , (1)

.13 ,1982 , , , , Ø ,Ø (2)

-4

:

(1)

-5

:

(1)

, 27, 03, 1999, 84-85.

∅

/

.I

(1) :

-1

-2

-3

-4

-5

.II

(2) :

-1

Ø (1)

,25 ,2003 ,

(2)

47. ,2000 , ,70 ,

-2

-3

-4

(1).

-5

-6

-7

.III

()

(1) Ø 2001 .332-331

- ()
- (1). ()
- (2) :
- 1
- (3) :
- 2
- 3
- 4
- (4).
- (1)
- (2)
- (3)
- (4)

() /

.I

(1) .

()

"(2) :

.141 (1)

.07 (2)

-2

(1) .

()

-3

(1) .11

(1).

Ø .II

()

):

Ø

(

(2) :

Ø (1)

.31 ,2000

.95 (2)

-1 :

-2 :

-3 :

-4 :

-5 : Ø

-6 :

.III

(1) :

(1) , Ø , 4 , , , 1999 , 93

- 1 Ø :
- 2 :
- 3 :
- 4 Ø .(:
- 5 :

Ø .IV

(1) :

-1 :

-2 :

(2) .

-3 :

(:

(: والاجتماعات العامة ورجال البحث وإعداد التوصيات وزيارة المعرض وتنتهي بحفل ختام المؤتمر.

(:

(1) , , .95

(2) , , .315

-4 :

(1):

:

• :

• :

" "

-5 :

:

(

(

(

(2).

-6 :

.112 , , (1)

.177 , , (2)

-7 :

-8 :

(1) .

(1) ، ، 296-297.

Ø

/

"(1) :

Ø

.I

Ø Ø

Ø

.II

.III

".

*

(,)

.215

(1)

/

,

,

,

,

.

/

/

/

/

()

/

/

•

•

•

•

•

•

•

•

•

()

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

.

3

3

3

3

...

.

3

.

3

3

3

.

3

3

3

.

3

1

- "

"



5

.

.

5

∴

.

-1

.

-2

-3

.

-4

.

∴

∴

5

1

.

.



3

3

3

1

3

3

.

3

.

:

-1

-2

-3

.

.

3

.

⋮

⋮

⋮

.

⋮

⋮

⋮

.

.

.

⋮

-1

.

⋮

⋮

3

.

æ

3

3

3

3

.

•

•

.

3

3

3

3

.

•

•

.

.

3

-

-

-

1

.

-

3

1

.

3

3

:

3

3

.

3

.

—

—

3

3

.

3

3

3

3

.

3

3

.

—

3

3

:

1

:

-

.

-

3

3

1

.

-

.

-

.

-

3

2

.

.175 .103 1996
2003

3

3

:

1

2

1

: () :

2

.103 1996
.218 2002

1
2

3

.

3

.1

:

-1

.

-2

.

.

3

3

3

.

3

.

1991

19

3

:

-

1

.145



.

:

.

.

.

.

.

.

.

-1

-2

-3

-4

-5

-6

.1

3

3

.

•

•

•

•

•

•

•

•

•

2

.

•

•

•

•

	.211	209							1
.14	2000		-						2

1

3

/

.

.

/ Ø

/

/

Ø

/

/

/

/

,

,

,

,

.

,

/

, Ø , Ø)

.(Ø

Ø .I

-1

: (- -)

(

(

-2

Ø

.()

.(2)

:

(1984)

(

.(1984/08/18

84-245

)

85-253

) (1985)

.(1985/08/05)

(1986 /08/18).	86-169	(1986)
92-295)	(
		,(1992/07/07
(1998/07/07	98-291) (
,(1998/12/20	98-397)
) :	
.(
(2004/08/02	04-255)
	,(1998 /07/07	98-219)
	:	
)
	.(
	(38)	
	:	
		. ()

(1) نظام (ل.م.د) ليسانس-ماستر- دكتوراه, لمحة عن جامعة محمد خيضر بسكرة, جامعة محمد خيضر بسكرة, 2005, ص 2-3

Ø .II

()

(2005 18)

(2005)

,(2005 23)

(2005 18)

(08)

.(2005 12)

(2005 06)

Ø .III

Ø

"(1):

."

Ø ,

(1)

.273 ,2002 , , ,

(17)

:

-1

*

.() :

*

.() :

*

.() :

*

.() :

-2

()

):∅

,

.(

/

.I

()

"(1) : ()
 Ø
 Ø
 ."
 Ø

(1) بشير صالح الرشيدى, مناهج البحث التربوي (رؤية تطبيقية مبسطة), ط1, دار الكتاب الحديث, الجزائر, 2000

.II

"(1) :

."

-1

"(2):

∅

."

إدراج كيف استفدت بالملاحظة (بهذه الأداة) من جميع المعلومات و البيانات التي سنوظفها في عملية التحليل

-2

"(3):

∅

∅

∅

."

∅

∅

.87 , 1959 , () ,

∅ (1)

, 1 , (2)

51 , 2002 ,

(3) حسين عبد الحميد رشوان, ميادين علم الاجتماع و مناهج البحث العلمي, ط8, المكتب الجامعي الحديث, الإسكندرية, مصر, 2001, ص148.

()

-3

"(1) :

." Ø

)

(

(36)

(4)

(17)

()

(.1

Ø):

. 173

(1)

)

∅ (

(06) ∅ (∅)

(21) ∅

, (2005 23)

: ∅ (32)

,)

, (∅

, (06)

, (06)

(05)

,

, ∅ (15)

Ø /

.I

Ø

Ø : (01)

(%)		
%100	17	
%100	17	

(%100)

-

-

'

'

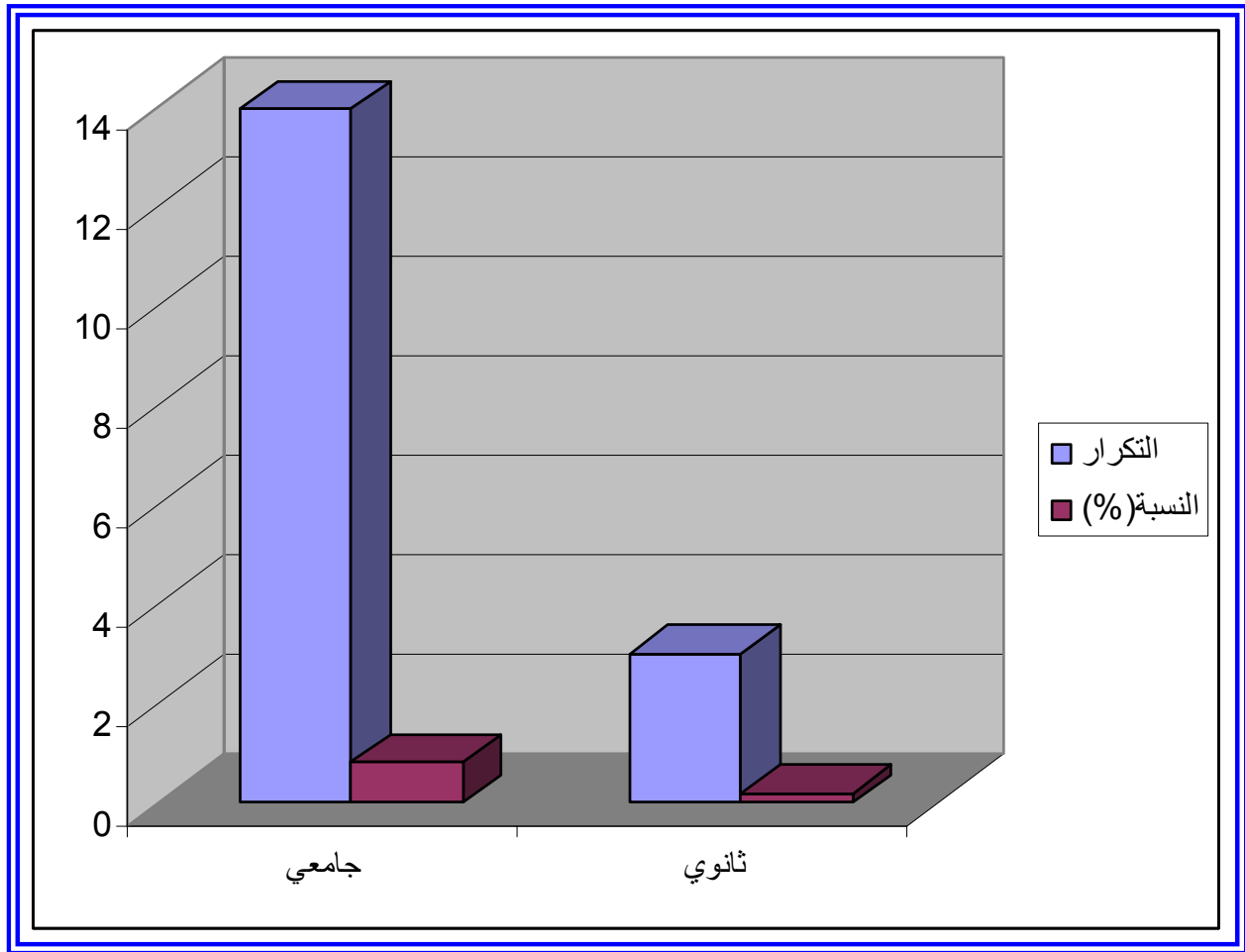
'

Ø -2 : (02)

(%)		
%82.35	14	
%17.65	03	
%100	17	

		(%82.35)		
			(%17.65)	(04)
-	-			

الشكل رقم(02) : توزيع العينة حسب المستوى التعليمي



3 - Ø (03):

(%)		
% 51.51	17	
% 33.33	11	
% 06.06	02	
%09.09	03	(+)
%100	33	

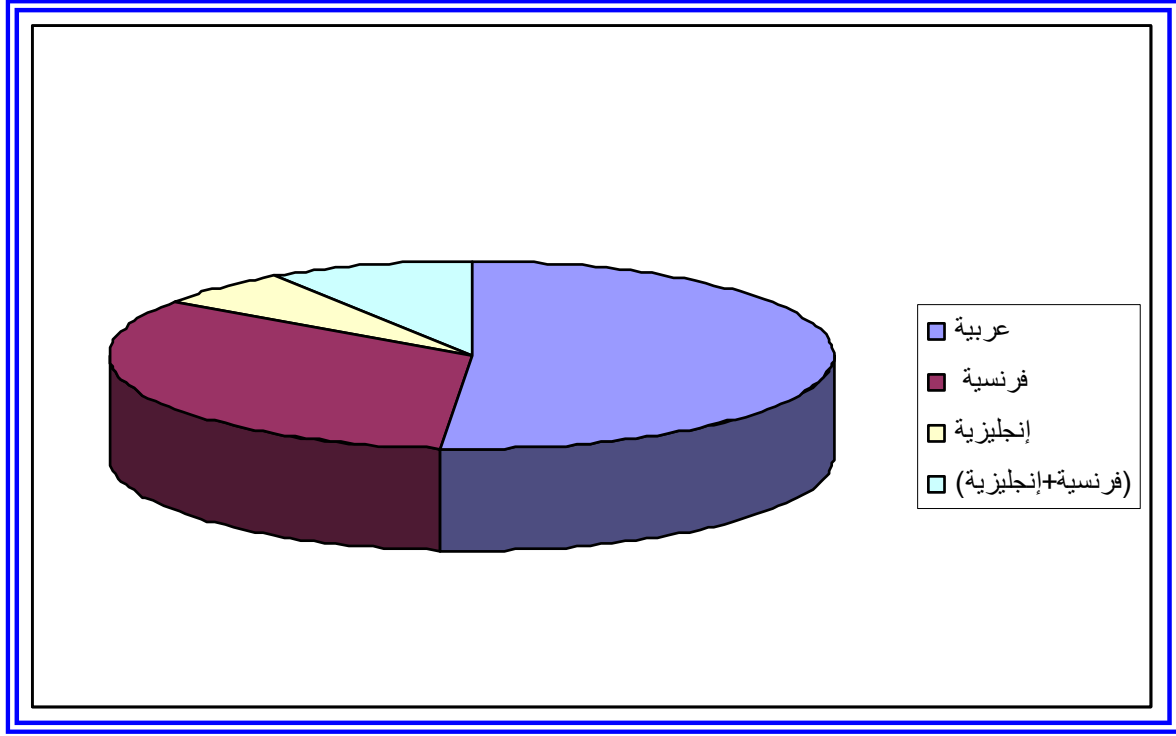
(%09.09)

(02)

(%17.65)

(%82.35)

- Ø (03):



- 4 Ø (04):

(%)		
5.88%	01	
17.64%	03	
5.88%	01	
5.88%	01	
41.17%	07	
23.52%	04	
100%	17	

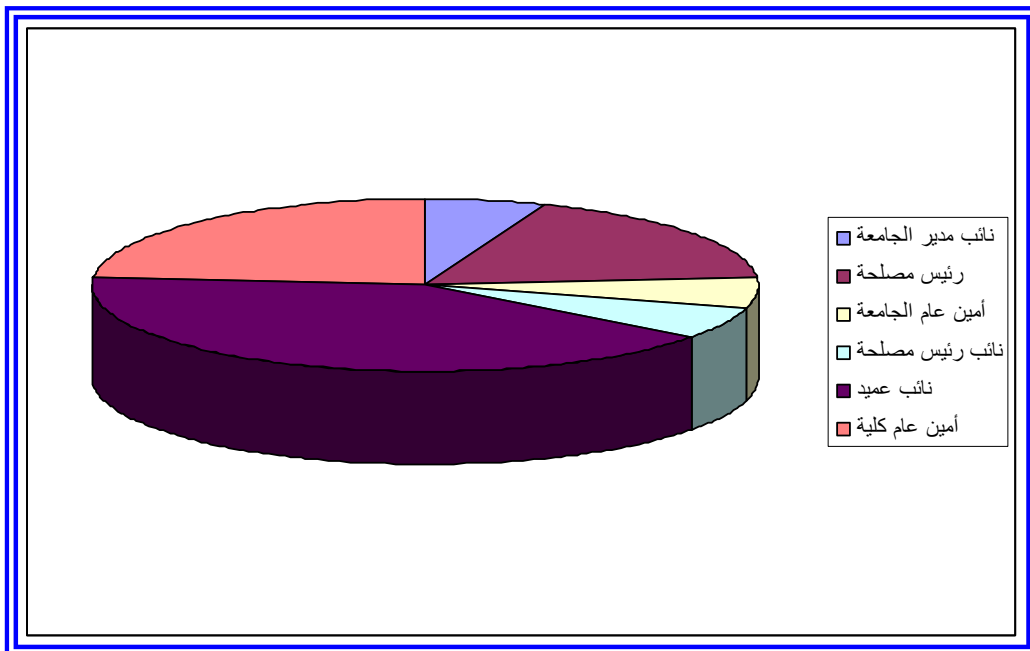
(% 41.17)

29.40)

(% 23.52)

(%)

- الشكل رقم (04) : توزيع العينة حسب الوظيفة الإدارية



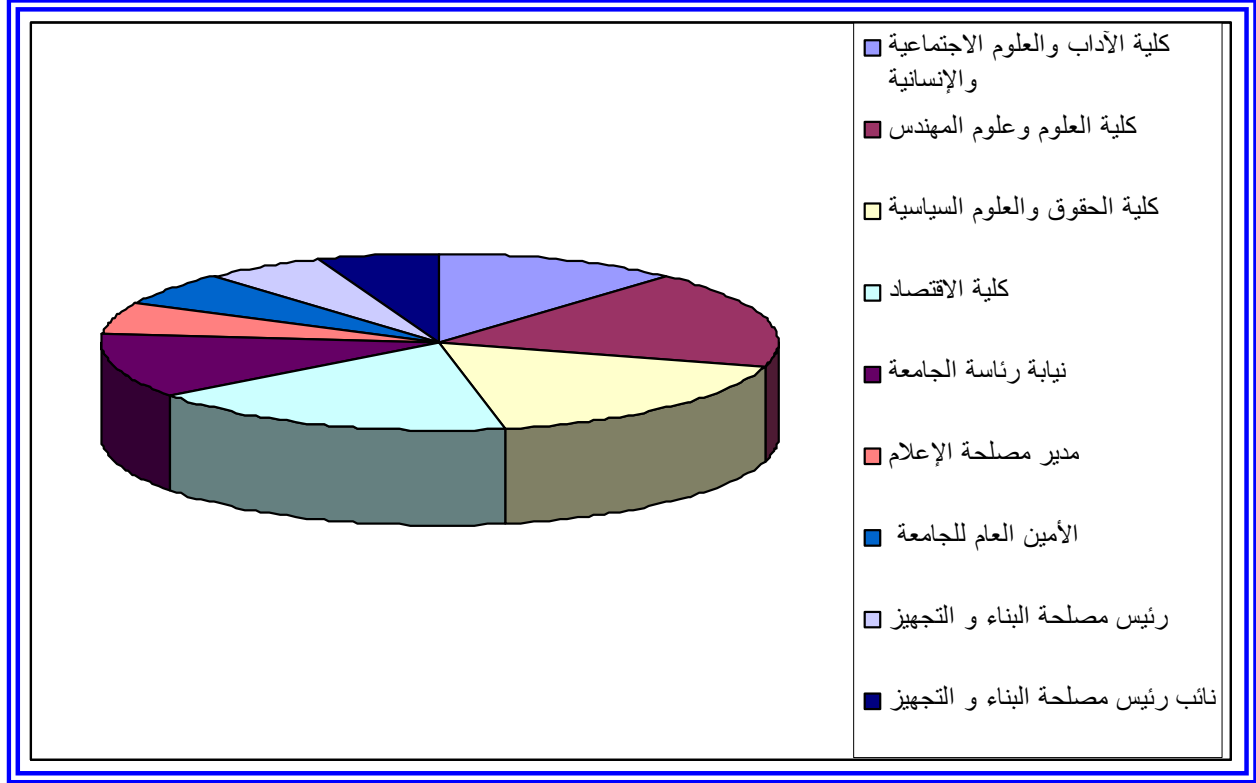
-5 Ø :(05)

(%)		
%11.76	02	
%17.64	03	
%17.64	03	
%17.64	03	
% 11.76	02	
% 5.88	01	
%5.88	01	
%5.88	01	
%5.88	01	
%100	17	

(%64.68)

(%35.28)

- الشكل رقم (05): توزيع أفراد العينة حسب الجهاز الإداري للوظيفة



Ø : (06) Ø -6

(%)		Ø
% 11.76	02	3 Ø
%52.94	09	6 3
% 35.29	06	6
%100	17	

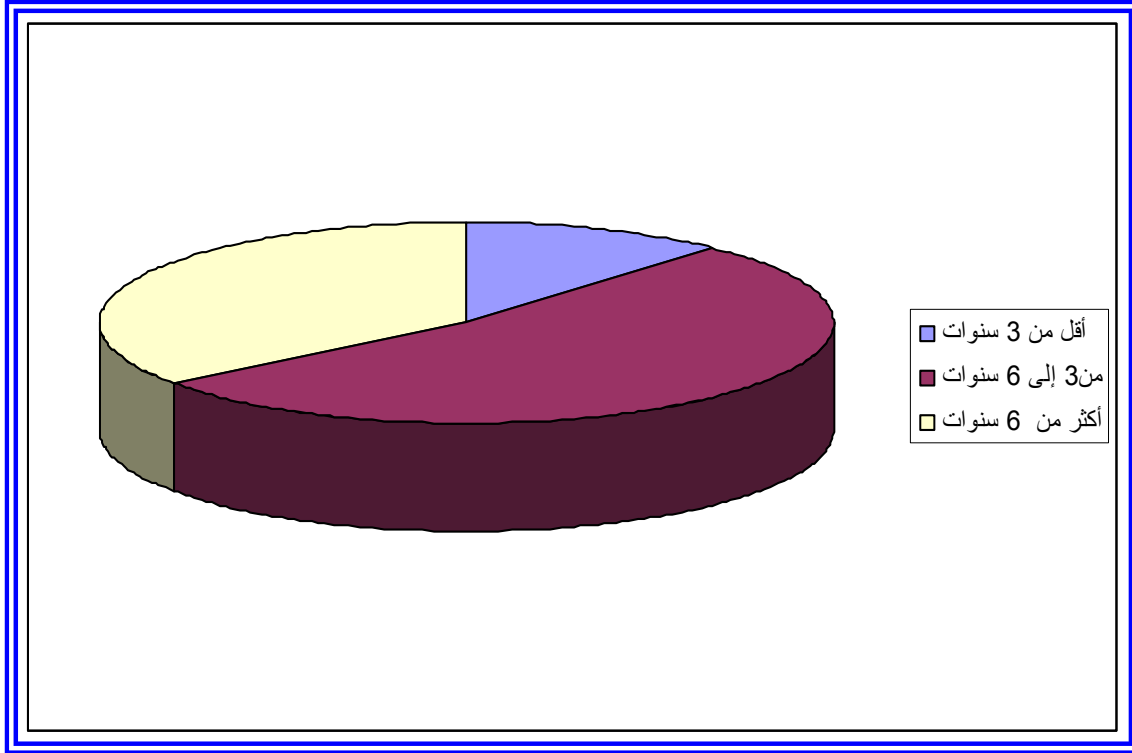
(%52.94)

∅

∅ - (06):

∅

-



∅

∅

.||

Ø Ø - : (07)

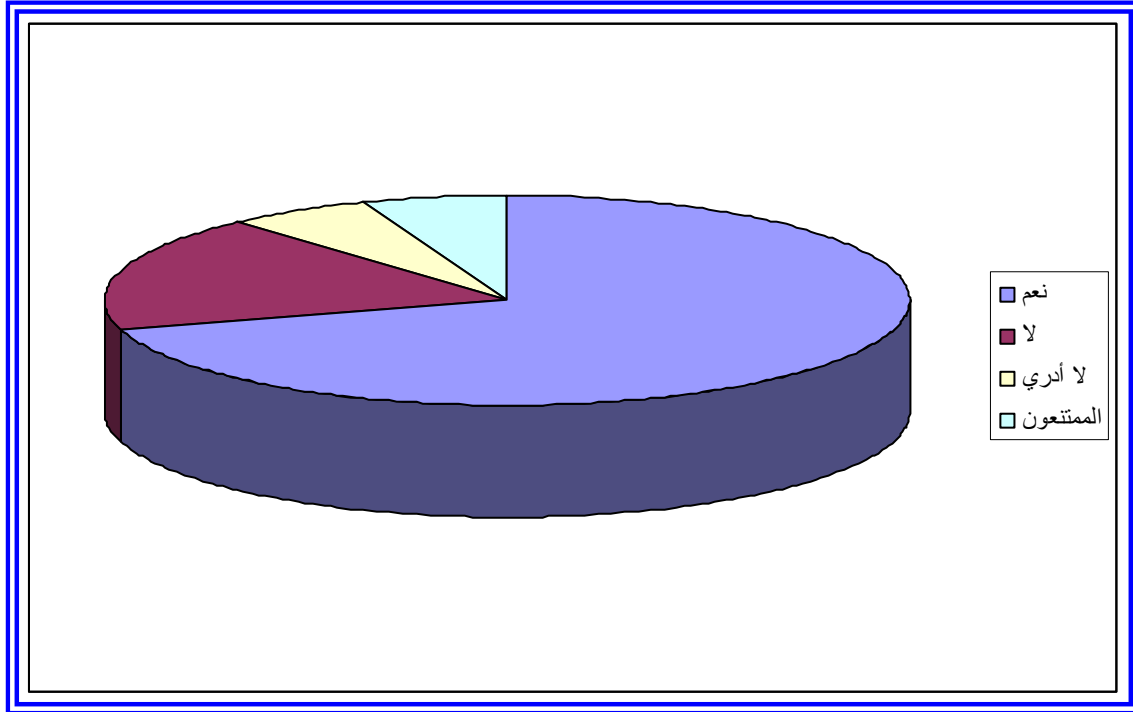
(%)		
%70.58	12	
% 17.64	03	
% 5.88	01	
% 5.88	01	
%100	17	

. (%70.58) .

. (% 17.64) .

. (%11.76) .

الشكل رقم (07): مدى تماشي حجم عمال إدارة الإعلام مع حجم المؤسسة

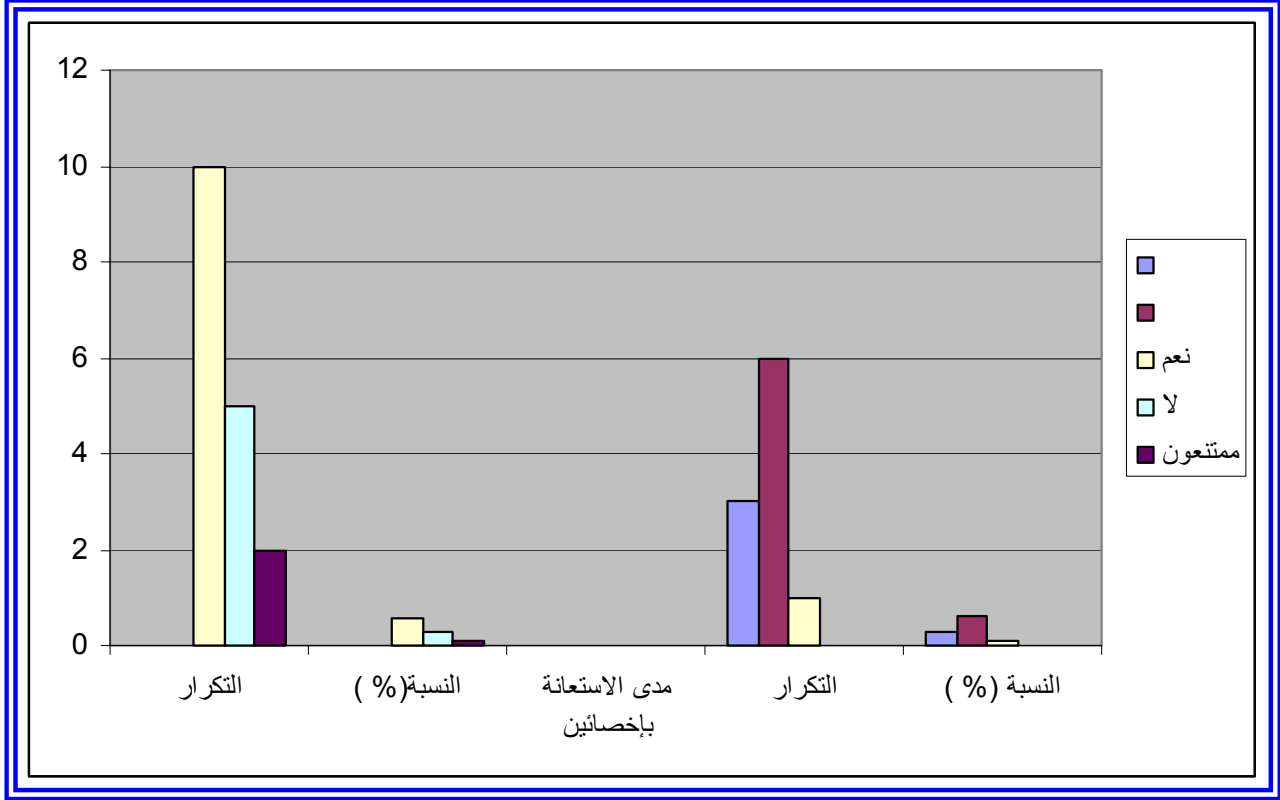


-2 Ø (08):

(%)			(%)		
30%	03		58.82%	10	
60%	06				
10%	01				
			29.41%	05	
			11.76%	02	
100%	10		100%	17	

(% 58.82)
(% 29.41)
(%11.76)
(%60)
(%30)
(%10)
()
(% 60)
(%30)
()

الشكل رقم (08): مدى ممارسة نشاطهم وفقا خطط منظمة, وعلاقة ذلك بإخصائون



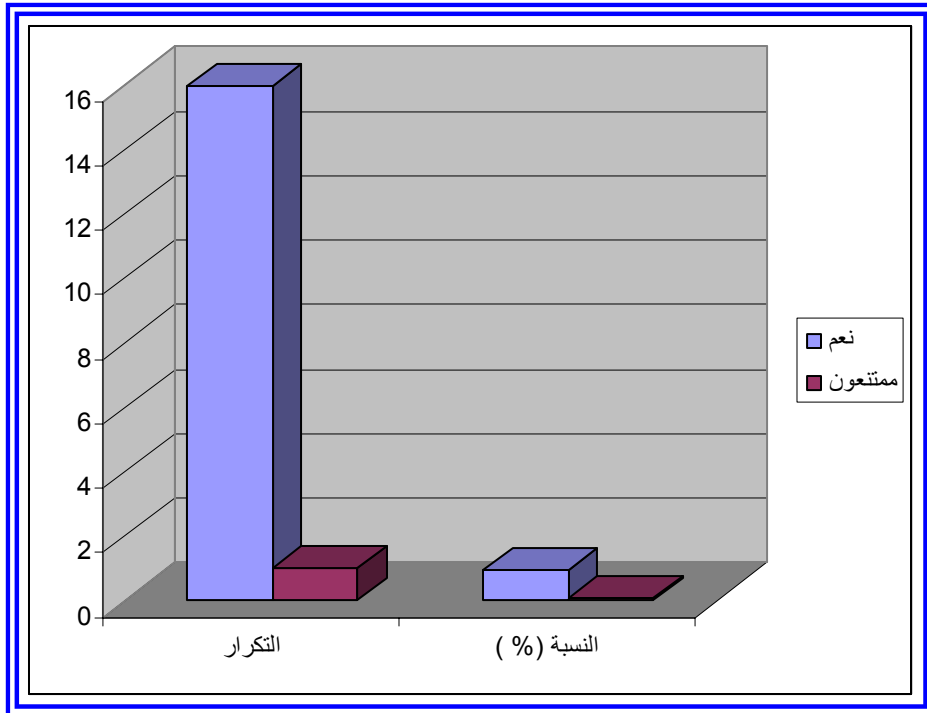
-3 Ø :(09)

(%)		
% 94.12	16	
% 5.88	01	
%100	17	

(%5.88)

(% 94.12)

- الشكل رقم (09): يبين مدى فائدة التخطيط في برامجهم



-4 Ø (10):

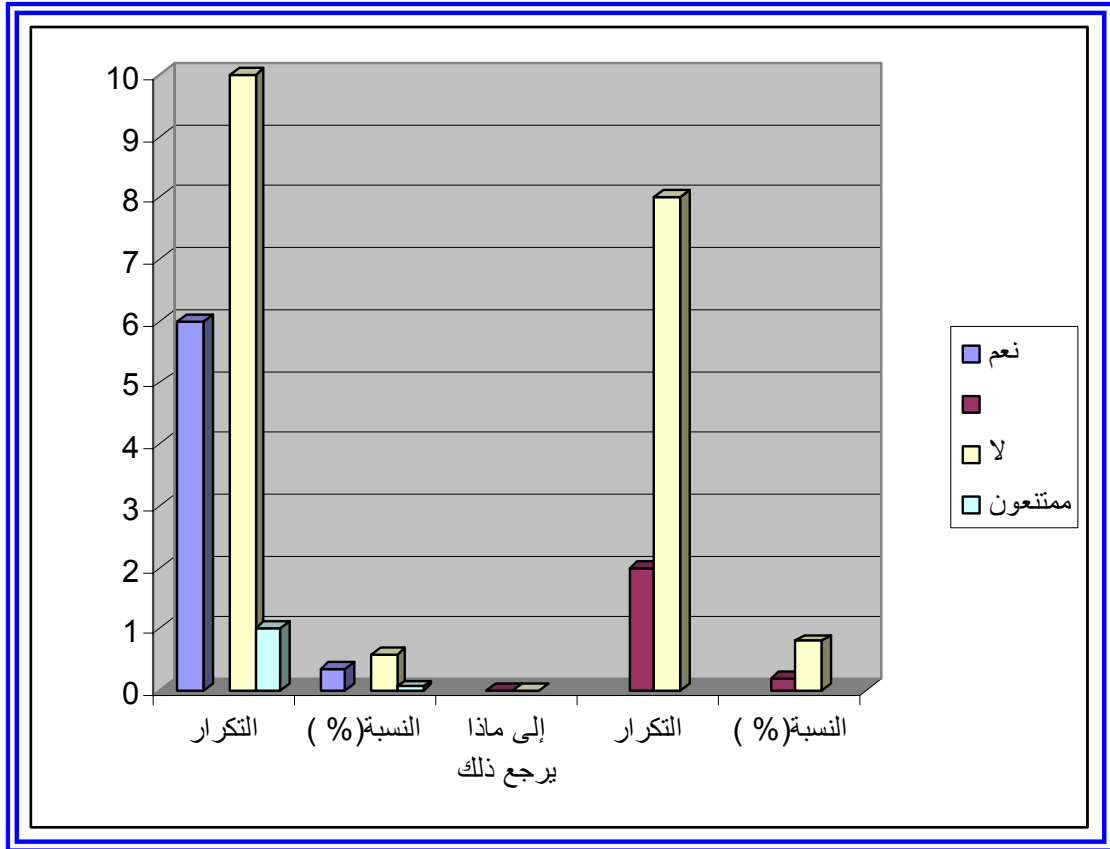
(%)			(%)		
			35.29%	06	
20%	02				
80%	08	Ø			
			5.88%	01	
100%	10		100%	17	

, (80%)

, (35.29%)

(20%)

- الشكل رقم (10): يبين مدى أهمية التنسيق بين إدارة العلاقات العامة وإدارات الأخرى



Ø

Ø

.III

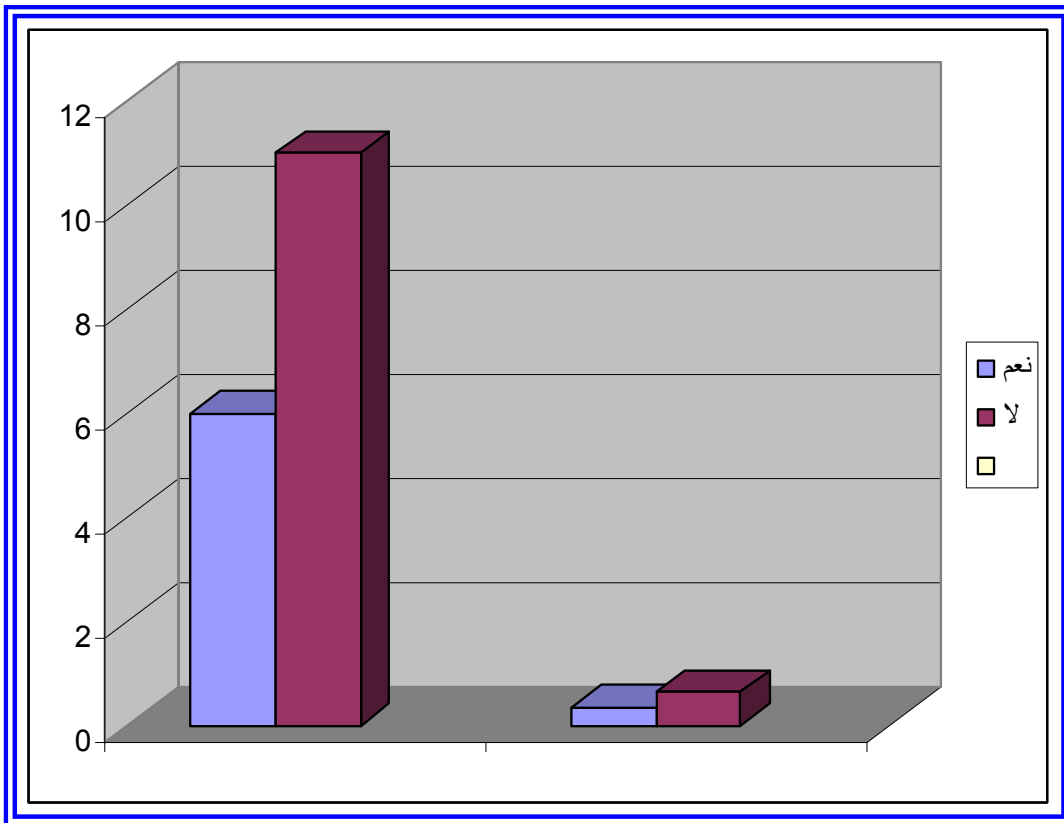
1-الجدول رقم (11): يبين عدد الدورات التكوينية التي تنظمها المؤسسة

(%)			(%)			(%)		
			%66.66	04		%35.29	06	
			%33.33	02				
%100	11	∅						
%100	11	المجموع	100%	06		100	17	

(% 35.29)

(%100)

Ø (11):



Ø : (12) Ø -1

(%)		Ø
% 23.52	04	
% 5.88	01	
% 23.52	04	
%41.17	07	
%5.88	01	
%100	17	

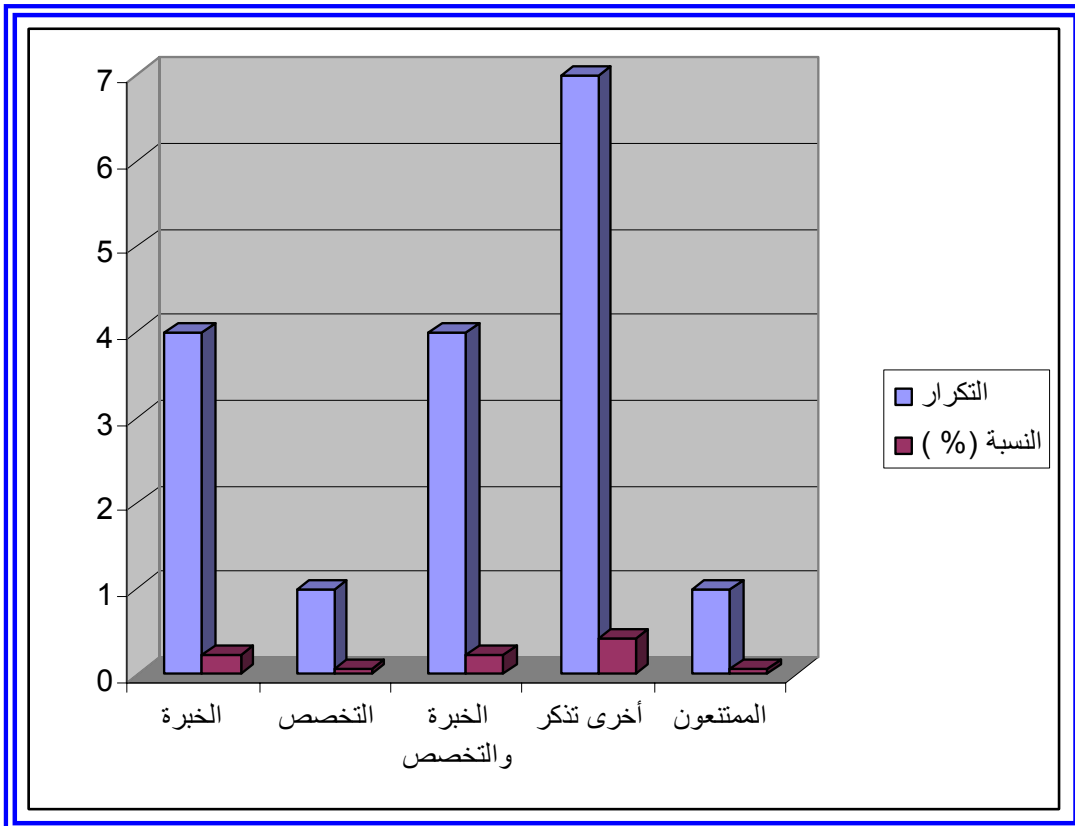
(% 23.52)

(%5.88)

(% 23.52)

(%41.17)

∅ : (12) ∅



Ø : (13) Ø -1

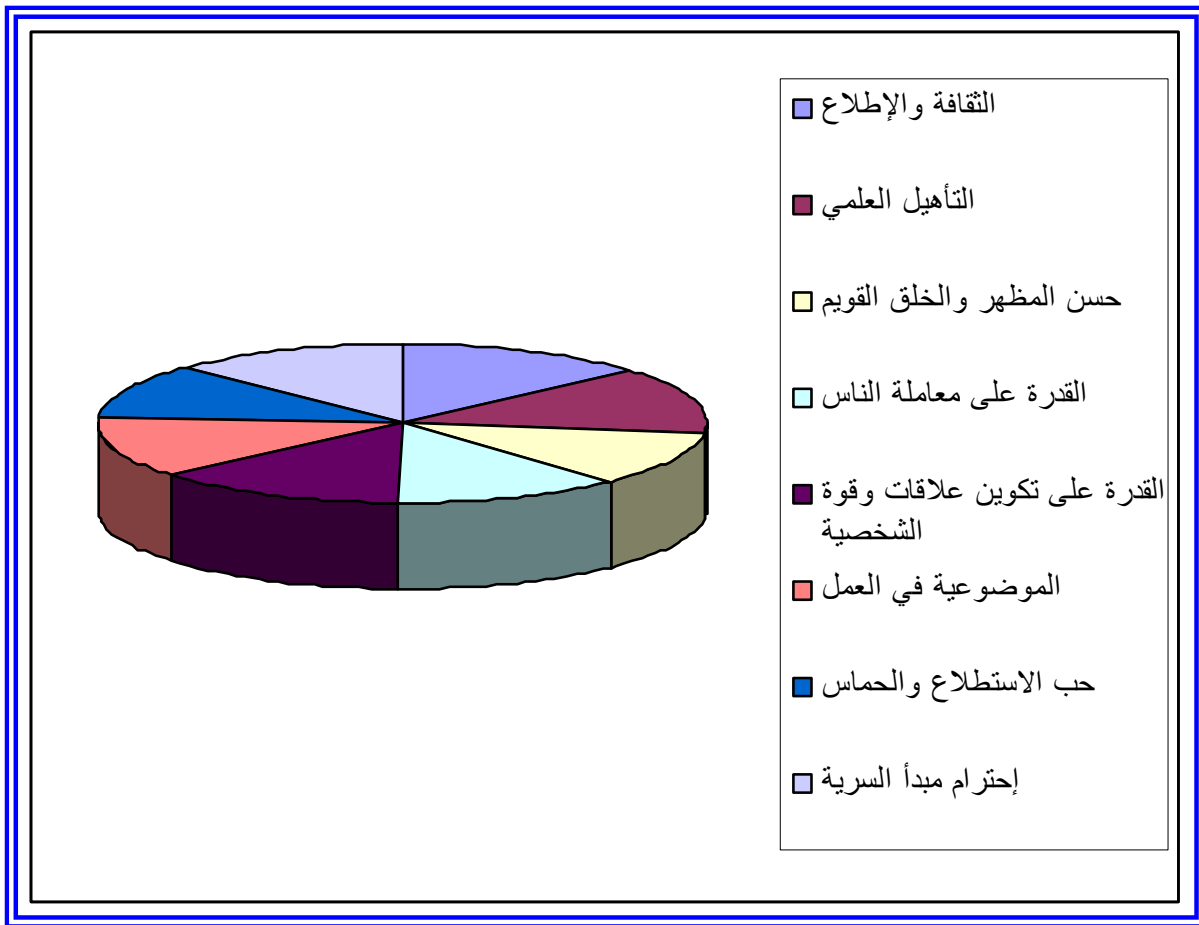
(%)		Ø
%13.22	16	
%14.04	17	Ø
%10.74	13	
%12.39	15	
%13.22	16	
%12.39	15	Ø
%11.57	14	
%12.39	15	
%100	/	

.(%12.39) (%13.22) (%14.04)

.(%10.74) (%11.57)

(12)

الشكل رقم (13) : أهم الصفات الواجب توفرها في رجل الإعلام

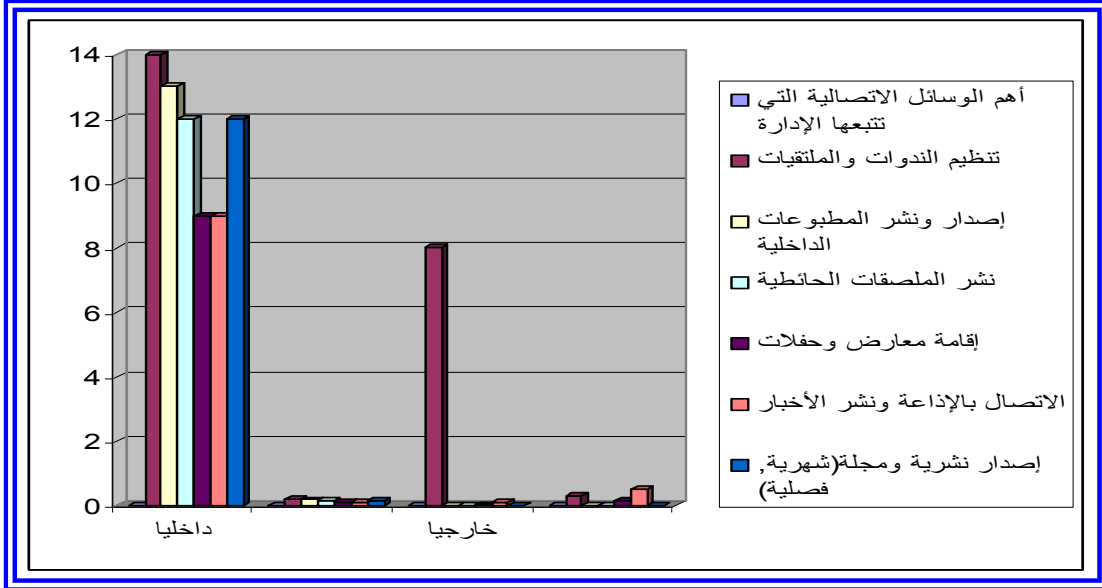


.IV Ø Ø Ø Ø) (

Ø -1 : (14) Ø

				Ø
(%)		(%)		
%32	08	%20.28	14	
/	/	%18.84	13	
/	/	%17.39	12	
%16	%04	%13.04	09	
%52	%13	%13.04	09	Ø
/	/	17.39%	12	(,)
%100	/	%100	/	

Ø :14 Ø



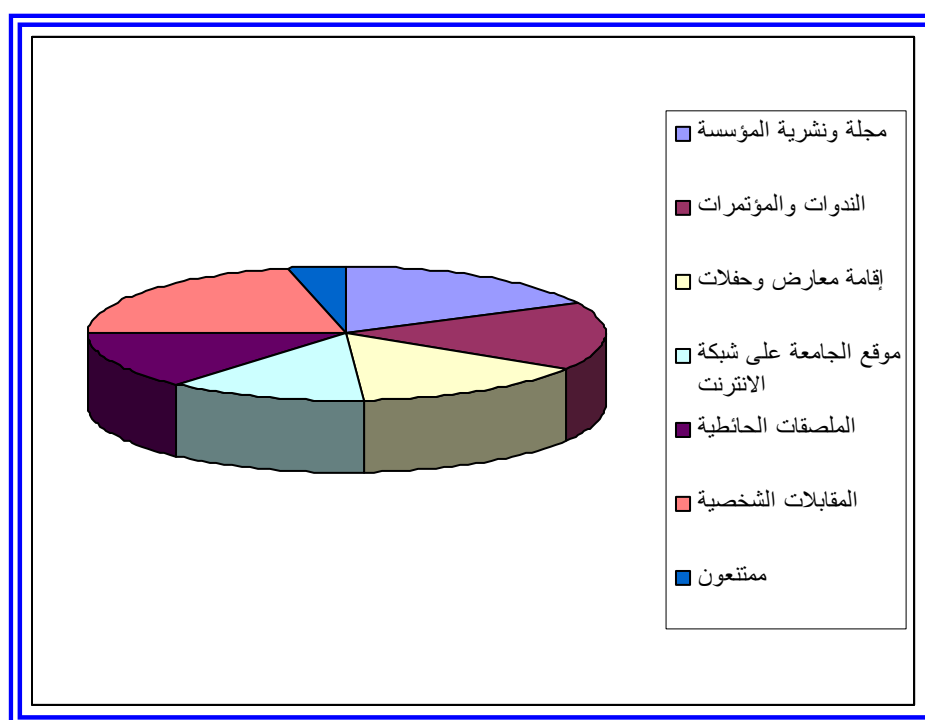
∅ ∅ ∅ : (15) ∅ -2

(%)		∅
%18.18	14	
%16.88	13	
%15.58	12	
%12.98	10	
%14.29	11	
%22.07	17	
%3.96	03	
%100	/	

(%57.15)

(% 12.98)

الشكل رقم (15) : درجة تعامل أفراد العينة مع وسائل الاتصال



-4 Ø (17) :

(%)		
%37.50	09	
%12.50	03	
%50	12	
%100	/	

) (16 Ø)

.(

,(%12,50)

: () ,(% .50) :
() ,(%37.50)

(% 50)

-5 Ø (18) :

(%)		()	(%)		
			%29.41	05	
%15	03				
%30	06	Ø			
%55	11		%70.58	12	لا
%100			%100	17	

(%15)

- () (% 29.41)

() : () (%70.58)

-6 Ø (19) :

(%)		
%17.64	03	
%11.76	02	
%70.58	12	
%100	17	

)

(19)

,(18,17,16

(% 70.58)

(%17.64)

,(%11.76)

" "

" "

Ø : (20) Ø -7

(%)	()	(%)		
		% 29.41	05	
%72.73	08			
%18.18	02			
%9.09	01	%64.70	11	
/	/	%5.88	01	
%100	/	%100	17	

(% 64.70)

(% 72.73).

(% 29.41)

" "

Ø : (21) Ø -8

(%)		()	(%)		
%24.13	07		%64.70	11	نعم
%24.13	07				
%20.68	06				
%31.66	09				
			% 23.52	04	
			%11.76	02	
%100	/		%100	17	

" "

, (% 64.70) ,

) (

)

(Ø

.(%31.66) ,

, (%24.13) ,

Ø : (22) Ø -9

(%)		
% 76.47	13	
% 23.52	04	
%100	17	

(% 76.47)

(% 23.52)

Ø -10 : (23) Ø

(%)		()	(%)		
% 58.82	10				
% 41.18	07		%100	17	
%100	17		%100	17	

" " (% 100)

, (% 58.82) " " (% 41.18)

(21)

			/
			-1
	:		
()			-1
	(01)	(%100)	
		(%82.35)	()
		(03)	-2
		(% 64.70)	
	(02)		
)		(04)	-3
(%17.64)		(% 41.17)	(
		(06)	-4
3			
	(%52.94)		6
		(07)	-5
	(%70.58)		

(% 58.82) (08) -6

(% 60)

(% 94.12) -7

(09)

(%58.82) (10) -8

(%20)

(11) -9

(%80)

(% 64.70)

(%41.17) (12) -10

(% 5.88)

-11

(% 12.39) (% 13.22) (%14.04)

		.(% 10.74) (%11.57)	-12
		,(% 18.84) (% 20.28)	
(%52)		.(14)	
	(15)		-13
		,(%22.07)	
	(% 47.05)		-14
()			
(% 38.89)			
.(16)	,(% 33.33)		
	(17)		-15
	(%12.50)	,(% 50)	
		(%70.58)	-16
.(18)	(% 55)		
		(19)	-17
	(%70.58)	()	
		(18)	

			-18
	()		
	(% 64.70)		
	(%72.73)		
(19)			
	(20)		(% 18.18)
			-19
		(% 64.70)	
	(%31.66)		
	(21)	(%24.13)	
		(%77.78)	-20
	(% 100)		-21
			(% 58.82)
	(23)		
	:		
			-1
		∅ ∅	
(07,08,09)			

-2 :

-3 : Ø

:

*

*

()

:

*

*

-4 : Ø

/

-1

-2

-3

-4

-5

-6

الخاتمة :

لقد أصبح مفهوم الانفتاح احد المفاهيم المفتاحية في الأونة الأخيرة، و هو إن كان في الأصل نتيجة لمخاض سياسي و ظروف دولية عامة إلا انه اخذ أبعادا كبرى و شاملة شملت فيما شملت الاقتصاد و المجتمع بمفهومهما الواسع، و عليه وجدت المؤسسة بصفة عامة كجزء من هذا "الكل الواسع" وجدت نفسها مجبرة على التكيف لنحافظ على إبقائها، و لقد وجدت آلية التكيف في العلاقات العامة، فأصبح لهذه المصلحة دور متعاظم في المؤسسة أيا كان نوعها إنتاجية كانت أم خدمية.

و بعيدا عن جدل تصنيف الجامعة كمؤسسة إنتاجية أو خدمية فإن هذه الأخيرة لم تشذ عن القاعدة فقد اكتست العلاقات العامة فيها أهمية بالغة، مع الاحتفاظ بهامش من التميز الذي يخص الجامعة نفسها، و هو تميز تابع من تميز هيكلها التنظيمي و تشعب مصالحها و كلياتها و أقسامها، حيث يلاحظ على العلاقات العامة فيها تشعبها إلى شعبتين أو شقين كبيرين: داخلية و خارجية، فهي من جهة تتعامل مع جمهورها الداخلي و هو كبير و عريض، بينما نجد جمهورها الخارجي لا يقل اتساعا إن لم يكن اكبر فهو يشمل مراكز البحث المحلية و العالمية، الجامعات داخل الوطن و خارجه، إلى جانب تنسيق العمليات التعاونية من أساتذة و طلبة زيادة على إبرام الاتفاقيات مع المؤسسات الخدمية و الإنتاجية، و كهدف متميز تكوين أرضية خصبة لتوظيف المخرجات فكل هذا و غيره تضطلع به العلاقات العامة.

و لقد حاولنا في هذه المذكرة محاورة هذه الوظائف عبر اقتفاء أثرها في الجامعة الجزائرية، فتساءلنا و تفحصنا و حللنا و خلصنا إلى جملة من النتائج أعلنت جميعها عن حقيقة واحدة و هي أن العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية لا تزال في مرحلة "الطفولة المبكرة" - إن صححت التسمي- و نحن نعتقد أن هناك جملة من الأسباب التي تضافرت على نسج هذا الواقع، لعل لهما: الحدائة النسبية للعلاقات العامة في الجامعة، و إن كنا لا نستطيع أن نعلق كل الواقع على هذا المشجب، إذ أن عدم التأسيس الصحيح للعلاقات العامة كمهنة داخل الجامعة- يأخذ بنصيب وافر من رسم الصورة النهائية لها، زيادة على هذا نجد هناك سببا يساهم بشكل أو بآخر فالجزائر باعتبارها بلدا عالم ثالثا تسير في هال الفلك و تتحكم فيه جاذبية هذا العالم -إلى حد ما طبعا- لا تحفل كثيرا بالعلاقات العامة داخل المؤسسة الخدمية كما هو الشأن في المؤسسة الإنتاجية و ذلك لأسباب كثيرة لا يتسع المجال للخوض فيها.

إلا أن هذه المعطيات لا تعني بأي حال إهمال العلاقات العامة أو نفي دورها أو إلغائه، إذ أن نظرة استشرافية صغيرة تكفي بان تكشف لنا انه يمكن المراهنة على عامل الوقت لتأخذ مكانها في الهيكل التنظيمي بوجه عام، و لان تفرض نفسها كقوة موجهة في المؤسسة أنيا و مستقبليا.

إن جملة ما تقدم من زخم حول العلاقات العامة يدفعنا إلى طرح تسائل كبير يبدأ هكذا:
- ما هي الاستراتيجيات الواجب إتباعها لتصحيح مسار العلاقات العامة، و ما هي الميكانيزمات الواجب الالتزام بها لتفرض نفسها أولا، ثم لتكون أكثر حضورا و فاعلية ثانيا؟!.

/

/

/

/

/

-

:



-

-

-

-

:

:

:

.

.

:

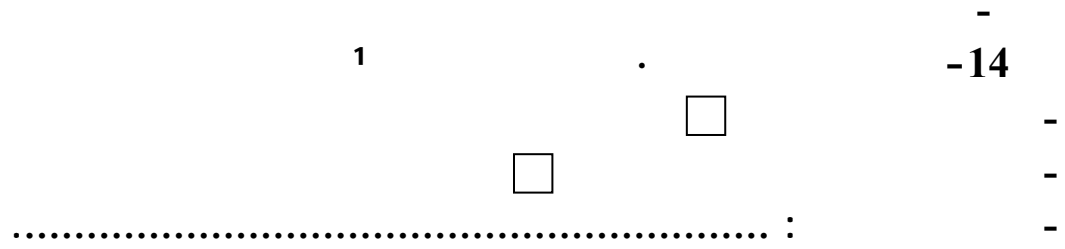
(x)

-

-

2005/2004

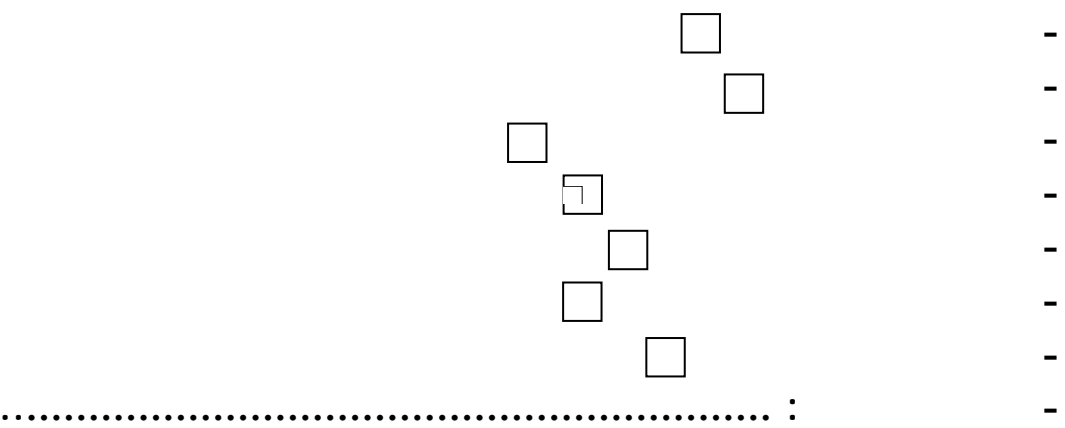
	□			:				:	
			□					:	-1
			□					:	-2
			□						
			□					:	-3
□		□		□		□			
.....									-4
.....									-5
			□			3			
			□			10		7	
			□			10			
				:				:	
		1		:				:	-6
□						□		□	
			1					□	-7
						□		□	
		1						□	-8
						□		□	-9
			1					□	-10
						□		□	
				:		. ()			-11
						□			
						□			
						□			
.....									-
								:	
						1		:	-12
						□		□	
			1					()	-13
		□							-
		□							-
		□							



-14



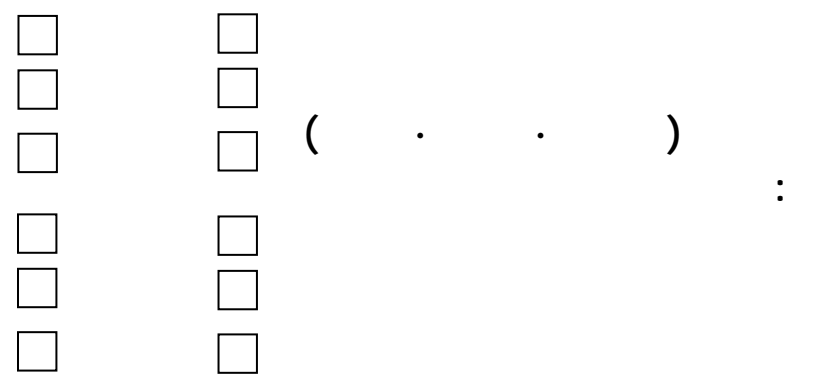
-15



-16

: (-) :

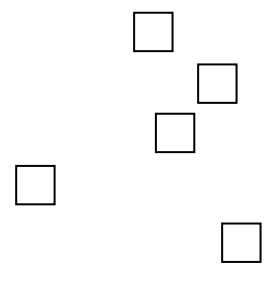
-17



.... 3 · 1 2

1

-18



1



-29



-30

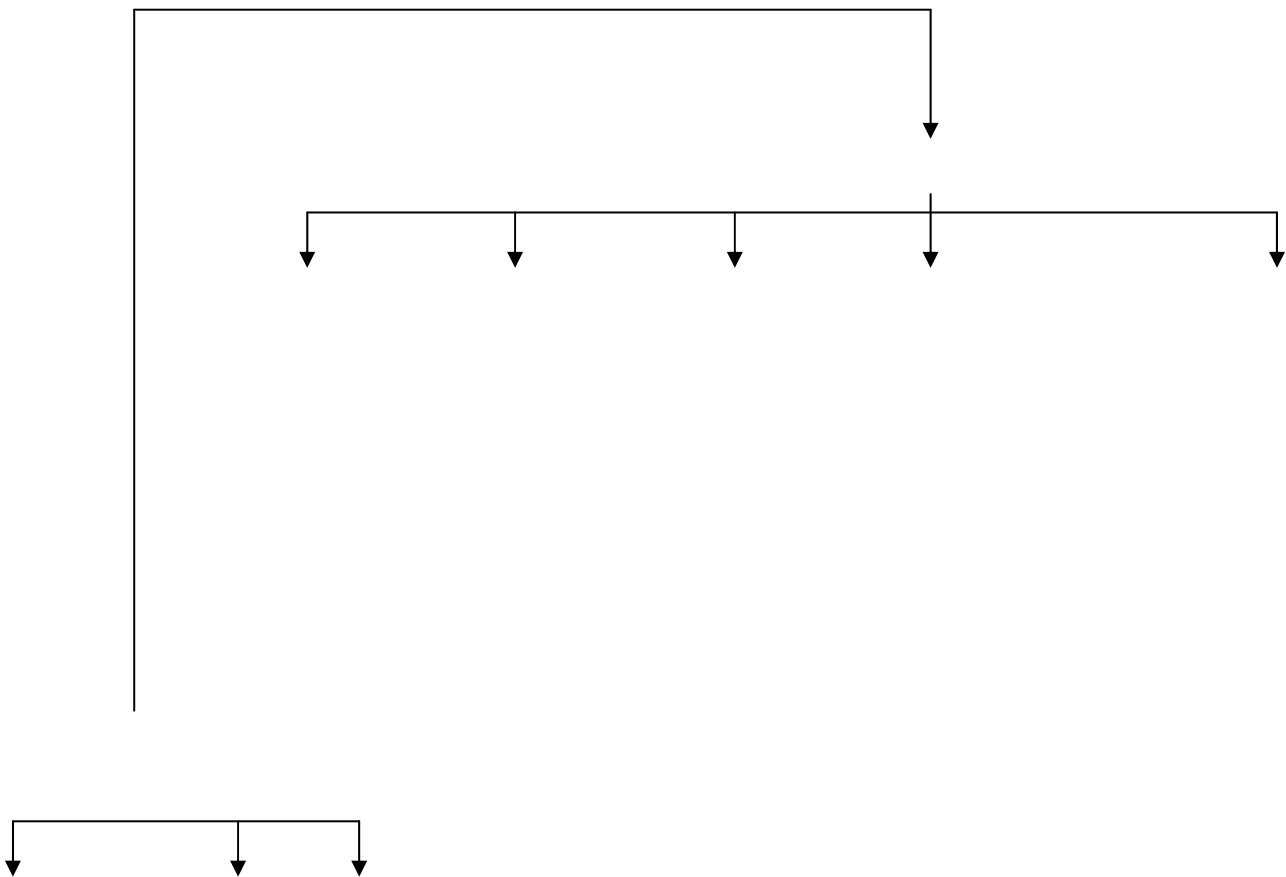
· ()

1

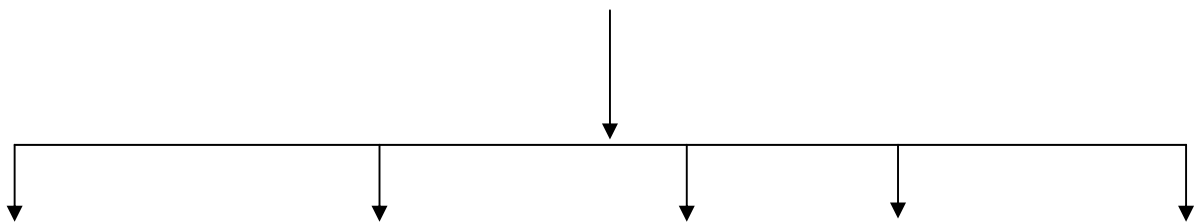


فهرس الجداول

	- I	
97		01
97		02
99		03
101		04
103		05
105		06
	- II	
107		07
108		08
111		09
112		10
	- III	
115		11
117		12
119		13
	- IV	
121		14
123		15
125		16
126		17
127		18
128		19
129		20
130		21
131		22
132		23

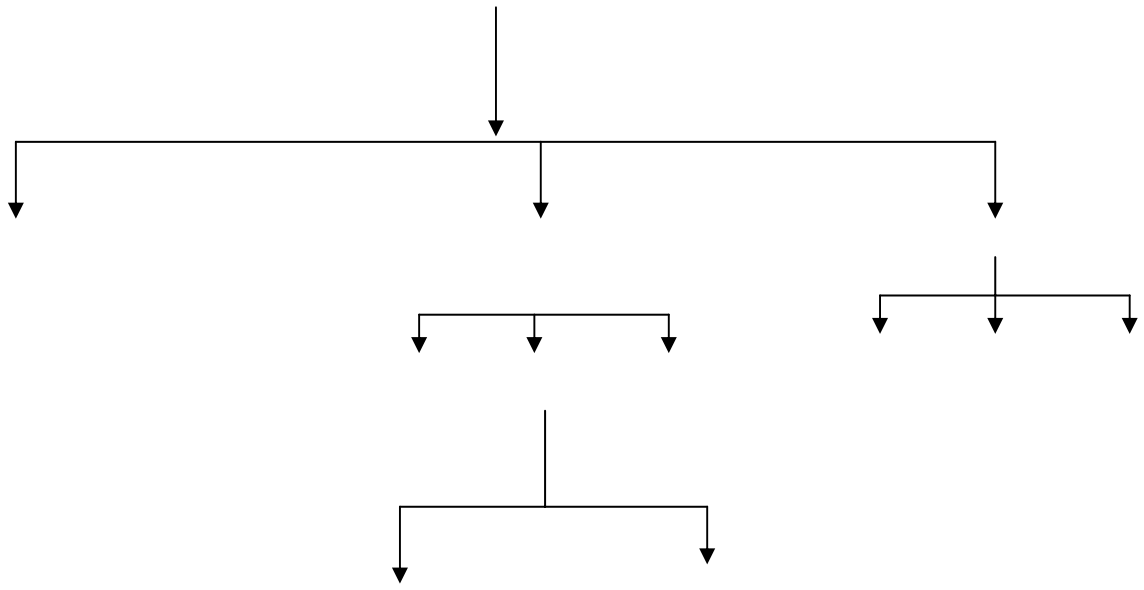


()



-
-
-
- . -
-

()



()

ملحق رقم (1)

دستور المعايير المهنية لممارسة العلاقات العامة الصادر عن جمعية العلاقات العامة الأمريكية (1954)

إعلان المبادئ :

يؤسس أعضاء جمعية العلاقات العامة الأمريكية مبادئهم المهنية على القيم الأساسية وعلى كرامة الفرد ، متمسكين بالممارسة الحرة لحقوق الانسان وخصوصاً حرية التعبير ، وحرية الاجتماع ، وحرية الصحافة ، باعتبارها أساسية لممارسة العلاقات العامة .

ولخدمة مصالح الزبائن والمستخدمين (بكسر الدال) ، فاننا نكرس أنفسنا لأهداف : اتصال أفضل وفهم وتعاون بين مختلف الأفراد والجماعات والمؤسسات والمجتمع ، وكذلك من فرص متكافئة في التوظيف في مهنة العلاقات العامة .
ونحن نتعهد بأن :

- نلزم أنفسنا مهنياً بالصدق والدقة ، والإنصاف والمسؤولية نحو الجمهور .
- نحسن كفاءتنا الفردية وتقدم معرفة وكفاءة المهنة من خلال البحث والتعليم .
- نتمسك بمواد دستور المعايير المهنية لممارسة العلاقات العامة الذي تبنته الهيئة لممارسة العلاقات العامة الذي تبنته الهيئة العمومية للجمعية .

مواد الدستور :

تم تبني هذه المواد من قبل جمعية العلاقات العامة الأمريكية لتشجيع والحفاظ على معايير دقيقة لخدمة الجمهور والسلوك الأخلاقي بين الأعضاء .

1- سيتعامل العضو بانصاف مع الزبائن والمستخدمين (كسر الدال) السابقين والحاليين ، أو المحتملين ، وكذلك مع زملائه الممارسين (للمهنة) ومع الجمهور العام .

2- سيسلك العضو في حياته المهنية انسجاماً مع مصالح الجمهور .

3- سيتمسك العضو بالحقيقة والدقة وبالمعايير العامة المقبولة للذوق الجيد (العام) .

4- لن يمثل العضو المصالح المتعارضة أو المتنافسة بدون رضا أولئك المعنيين ، وبدون أن يقدم كشفاً كاملاً للحقائق ، وعليه ألا يضع نفسه في موقع تكون فيه مصالح العضو أو قد تكون في تناقض مع واجبه نحو الزبون أو الآخرين بدون كشف كامل لمثل هذه المصالح لجميع المعنيين .

5- يجب أن يحمي العضو ثقة الزبائن الحاليين والسابقين وكذلك الأشخاص والكيانات التي ائتمنتها على أسرارها في سياق الاتصال المرتبطة بعلاقات مهنية متوقعة بينها وبينه ، وسوف لن يقبل التوكيلات أو التوظيف مما يتضمن الإفشاء أو استخدام أو العرض لاستخدام مثل تلك الأسرار لنكون في غير صالح الزبائن أو المستخدمين ومتحيزه ضدهم سواء كانوا زبائناً ومستخدمين حاليين أو سابقين أو محليين .

6- سوف لن يتورط العضو في أية ممارسة يميل بها إلى افساد كرامة وسائل الاتصال أو عمليات الحكومة .

7- لن يوصل العضو قاصداً بمعلومات خاطئة أو مضللة وهو ملتزم للانتباه لتجنب توصيل المعلومات الخاطئة أو المضللة .

8- سيكون العضو جاهزاً لنشر اسم زبونه أو مستخدمه (كسر الدال) الذي يقوم بالاتصال العام من أجله .

ملحق رقم (2)

شريعة آثينا أو

الشريعة الأخلاقية الدولية للعلاقات العامة (1965)

اعتباراً بأن جميع البلدان الأعضاء في منظمة الأمم المتحدة ، قد قبلت باحترام شرعتها المعلنة «لإيمانها بحقوق الإنسان ، المتصلة بكرامة وقيمة الذات البشرية . . . » وانطلاقاً من ذلك ، وبما يتصل بطبيعة المهنة لمن يمارسون العلاقات العامة في تلك البلدان ، وضرورة التزامهم بقبول واحترام المبادئ التي تتضمنها تلك الشريعة .

واعتباراً بأن للإنسان ، علاوة على «حقوقه» حاجات لا يجوز النظر إليها من الناحية المادية فحسب ، وإنما من النواحي المعنوية والفكرية والاجتماعية ، وإن ممارسة الإنسان لحقوقه إنما تكون بالقدر الذي يتم فيه تحقيق حاجاته .

واعتباراً بأن في إمكان ممارسي العلاقات العامة ، من خلال مهنتهم والطريقة التي يمارسونها بها ، ان يسهموا بقدر كبير من تحقيق حاجات الإنسان الفكرية والمعنوية والاجتماعية .

واعتباراً بأن استعمال التقنيات التي من شأنها تسهيل الاتصال بملايين الناس ، يعطي ممارسي العلاقات العامة قدراً كبيراً من السلطة ، لا بد من تحديده في نطاق الاحترام الدقيق للمثل الأخلاقية .

لجميع هذه الأسباب تعلن جمعيات العلاقات العامة الموقعة لهذه الشريعة : اعتمادها للمبادئ المذكورة فيها كشرعة أخلاقية لا يجوز مخالفتها ، وأن كل مخالفة لتلك المبادئ من قبل أحد أعضائها في ممارسة مهنته ، تعتبر خطأ جسيماً ، يستتبع انزال العقوبات الملائمة .

وانطلاقاً من ذلك ، على كل عضو في تلك الجمعيات ان يحرص على :

٩- سوف لن يستخدم العضو أي فرد أو منظمة بالإدعاء بأنه يخدم أو يمثل قضية معلنة ، بالإدعاء بأنه مستقل أو غير متحيز لعضو أو زبون أو مستخدم (بكسر الدال) غير مكشوف عنها .

10- سوف لن يؤدي العضو عن قصد سمعة أو الممارسة المهنية لممارس آخر . وعلى كل فإذا كان لدى العضو دليل بأن عضواً آخر مذنب بممارسات غير أخلاقية أو غير قانونية أو غير منصفة - ويشمل ذلك مخالفة هذا الدستور- فسيقدم العضو المعلومات فوراً إلى السلطات المعنية في الجمعية لاتخاذ إجراء بناءً على الإجراء الرابع من المادة السابعة من اللائحة الداخلية .

11- وعلى العضو الذي يستدعى كشاهد في جلسة لتنفيذ هذا الدستور ان يمثل أمامها الا اذا كان لديه عذر لسبب كاف تقبل به الهيئة القضائية .

12- وسوف لن يتقاضى العضو اثناء تأدية خدماته لزبون أو مستخدم رسوماً أو عمولات أو أي شيء له قيمة من أي شخص إلا من زبونه ومستخدمه وذلك مرتبط بتلك الخدمات التي يأخذها بدون رضا زبونه ومستخدمه والذي يعطى له بعد الكشف الكامل عن الحقائق .

13- لن يضمن العضو تحقيق نتائج محددة أكثر مما يكون تحت سيطرته المباشرة .

14- وبالسرعة الممكنة ، سيقطع العضو علاقاته مع أية مؤسسة أو فرد إذا كانت علاقته تتطلب سلوكاً يتناقض مع مواد هذا الدستور . (Dominic

1990:p.p 436-437)

- الإسهام في تحقيق تلك الشروط الأخلاقية والفكرية التي من شأنها مساعدة الإنسان على تحقيق سعادته وممارسة حقوقه الثابتة ، التي اقر له بها في « الإعلان العالمي لحقوق الانسان » .

- خلق التنظيمات ووسائل الاتصال المؤهلة لتسهيل انتقال المعلومات الأساسية الى كل عضو في المؤسسة بالشكل الذي يؤمن اكتفائه وشعوره بأهميته ومسؤولية وتضامنه .

- التصرف في كل المناسبات ، والأحوال بما يؤهله لاستحقاق تقدير وثقة جميع الذين يتصل بهم .

- الاعتبار ، انطلاقاً من واقع مهنته ، بأن لمسلكه ولوضعه على الصعيد الشخصي ، تأثيراً في الحكم الذي يمكن ان يعطى على مهنته بمجملها .
أن يلتزم :

- بأن يحترم في ممارسته مهنته ، المبادئ والقواعد التي نص عليها الإعلان العالمي لحقوق الانسان .

- بأن يحترم ويحافظ على القيم الانسانية ، وان يقر بأن لكل فرد حقه في تكوين حكمه الخاص .

- بأن يخلق الأجواء الأخلاقية والنفسية والفكرية الملائمة للحوار الحقيقي ، وأن يعترف بحق الفرقاء الحاضرين في عرض قضاياهم والتعبير عن وجهات نظرهم .

- بأن يتصرف في جميع المناسبات ، على أساس احترامه لمصالح جميع الفرقاء المعنيين : مصالح المؤسسة التي تستعين بخدماته ، ومصالح الجمهور المعني بتلك الخدمات .

- بأن يحترم وعوده والتزاماته ، التي يجب ان يحددها بشكل واضح لا يحمل الالتباس ، وان يعمل بشرف واخلاص ، بما يؤمن استمرار الثقة به ، من مستخدميه أو زبائنه السابقين والحاليين ومن مختلف الجماهير المتصلة بأعماله .

ان يمتنع :

- عن اخضاع الحقيقة للاعتبارات التي تخرج عن إطارها .
- عن نشر المعلومات التي لا تركز على الوقائع المراقبة او التي يمكن مراقبتها .
- عن الاسهام مع اية مؤسسة او في أي عمل يخالف الأخلاق والشرف ، أو يتعارض مع كرامة الانسان

ملحق رقم (3)

الجمعية الدولية للعلاقات العامة (1955)

خلال الاجتماع الذي عقد في بداية 1955 بمناسبة إحدى الظواهرات التجارية الدولية ، ضم مسؤولين عن العلاقات العامة من كل من فرنسا وبريطانيا وهولندا والنرويج والولايات المتحدة الأمريكية ، تقرر تأليف لجنة دولية مؤقتة للعلاقات العامة ، ما لبثت أن تحولت اعتباراً من اول ايار 1955 الى الجمعية الدولية للعلاقات العامة ، بما اها من نظام اساسي جرى اعتماده في التاريخ المذكور .

وقد تحددت مهمة هذه الجمعية ، في تأمين تبادل الأفكار والخبرات المهنية في مجال العلاقات العامة ، وفي السعي لتنشيط ورفع الكفاءة المهنية ، وتطوير قيمة وتأثير العلاقات العامة ، وايجاد الحلول للمسائل المشتركة بين البلدان والأعضاء .

وقد أصبحت هذه الجمعية تضم خلال عام (1965) نحواً من 250 عضواً يمثلون ثلاثين بلداً من القارات الخمس .

مركز الجمعية روما ، وهي تدار من قبل مجلس يضم 44 عضواً يمثلون البلدان الخمسة المؤسسة ، بالإضافة الى عشرين بلداً آخر .

وفي نطاق الاجتماع الذي عقده الجمعية في فينيز عام (1961) جرت الموافقة على عدد من التعاريف التي نوردتها فيما يلي :

العلاقات العامة :

العلاقات العامة هي وظيفة ادارة دائمة ومنظمة ، تحاول المؤسسة العامة او الخاصة عن طريقها ان تحقق مع من تتعامل او يمكن ان تتعامل معهم ، التفهم والتأييد والمشارك .

وفي سبيل هذه الغاية ، على المؤسسة ان تستقصي رأي الجمهور أزاءها ، وأن

تكيف معه بقدر الامكان سياستها وتصرفاتها ، وان تصل عن طريق تطبيقها لبرنامج الإعلام الشامل ، الى تعاون فعال يؤدي الى تحقيق جميع المصالح المشتركة .

ملاحظات حول الإعلان والدعاية :

ان استعمال التعبير الأنكليزي (Publicity) يجب ان يقتصر على وصف التأثير الواقع في الرأي العام ، من خلال العلاقات العامة أو الدعاية أو الإعلان ، للاقدام على عمل ما أو للاحجام عن ذلك العمل .

ان كلمة الدعاية في مفهومها العام كما في معناها الحالي ، هي التعبير الذي يصف جميع النشاطات الرامية الى التأثير في رأي مجموعة أو عدة مجموعات ، وتوجيه هذا الرأي نحو الأهداف الخاصة بأحد الجماعات أو إحدى المؤسسات العامة او الخاصة .

مستشار العلاقات العامة :

مستشار العلاقات العامة هو : كل شخص مؤهل بعلمه ونشاطه وخبرته ، يلجأ اليه لحل المسائل العائدة للعلاقات العامة ، ويمكن تكليفه بوضع وتحقيق البرامج التطبيقية في هذا الحقل .

تدفع تعويضاته على أساس بدل الأتعاب ، ويجب ان تكون معايير كفاءته المهنية معترفاً بها من قبل إحدى جمعيات العلاقات العامة الوطنية أو الدولية .

المسؤول عن العلاقات العامة :

المسؤول عن العلاقات العامة ، هو كل شخص مؤهل بخبرته وعلمه المتخصص ، يستخدم او يكلف بصورة دائمة من قبل إحدى الشركات أو إحدى المؤسسات العامة او الخاصة ، ليقدم الارشادات في مجال العلاقات العامة ، ويضع ويحقق البرامج التطبيقية في الحقل المذكور .

يجب ان يعترف مبدئياً بمعايير كفاءته المهنية ، من قبل إحدى جمعيات العلاقات العامة الوطنية أو الدولية .

العلاقات مع الصحف :

تدخل العلاقات مع الصحف في نطاق المهام المقررة للعلاقات العامة ، وهي تهدف إلى إقامة واستمرار الثقة مع متديري الأجهزة الصحفية والسينمائية والإذاعية والتلفزيونية ومساعدتهم ، عند استعمال تلك الاجهزة للمعلومات الواردة من إحدى الشركات أو إحدى المؤسسات العامة أو الخاصة .

ومن أجل تحقيق هذه الأهداف ، لا بد من وجود مكتب إعلام يجري تجهيزه بالوسائل اللازمة .

الإعلان :

يقوم الإعلان على استعمال وسائل التعبير على نفقة الشركة او المؤسسة ، للافصاح عن وسائلها بالطرق التي تستسيغها وتختارها بالنسبة للجمهور الذي تخاطبه ، من أجل إعلامه وتأمين زيادة مبيعاتها أو الخدمات التي تقوم بتقديمها .

ملحق رقم (4)

النظام الأساسي للجمعية الفرنسية للعلاقات العامة ونظامها الداخلي

الأحكام المختارة من النص المعمول به بتاريخ 19 / 2 / 1967

أولاً - النظام الأساسي :

أ - تعريف العلاقات العامة :

يفهم من العلاقات العامة ، الجهود التي يبذلها فريق ما لإقامة علاقات الثقة واستمرارها بين أعضائه ، وبين الفريق وبين الجماهير المختلفة التي تنتفع بصورة مباشرة أو غير مباشرة من الخدمات الاقتصادية والاجتماعية التي تحققها المؤسسة .

والجماهير المعنية بالتعريف يمكن أن تكون التالية :

(الموظفون - المساهمون - عملاء البيع - الزبائن الحاليون والمتوقعون -
المصدرون - المؤسسات المساندة - الأساتذة - المعلمون والتلاميذ في مختلف
درجات التعليم - مختلف أجهزة الإعلام - المنظمات النقابية المدبرون في
الادارات العامة - ممثلو السلطة التنفيذية على مختلف المستويات المحلية والأقليمية
والوطنية والدولية .)

ان الشرط الأول لإنشاء وتطوير نشاطات العلاقات العامة هو في القرار الذي
يتخذه المسؤول عن المؤسسة من أجل تحقيق سياسة دائمة في الحقل المذكور .

تهدف هذه السياسة إلى اعتماد واستعمال الوسائل التي من شأنها ان تحقق

الامور التالية :

- سيادة العقلية التعاونية داخل المؤسسة ، والتي من شأنها خلق التطور الاجتماعي والتقدم الاقتصادي والفني .

- إقامة التفاهم والثقة المتبادلة داخل المؤسسة وبين الأجهزة والجمهور .

ومن أجل إظهار واعتماد وتطبيق ومراقبة تلك السياسة بأماكن المسؤول عن المؤسسة ان يستعين بأحد أخصائي العلاقات العامة الذي يكون بمثابة المستشار العامل على مستوى قيادة المؤسسة وإدارتها .

ب - تصنيف المحترفين في العلاقات العامة :

يعتبر ممارساً لمهنة العلاقات العامة ، الأشخاص الذين تتوفر فيهم الشروط المحددة بالقرار الوزاري الصادر بتاريخ 23 تشرين الأول 1964 والمتعلق بتعريف مهنة مستشاري العلاقات العامة والملحقين الصحفيين .

ويعتبر كذلك ، المساعدون الرئيسيون في مجال العلاقات العامة ، والأشخاص المكلفون بالعلاقات العامة في الإدارات والمؤسسات العامة والخاصة .

ج - تكوين وأهداف ووسائل الجمعية :

تضم الجمعية :

- جميع الأشخاص الحقيقيين والمعنويين الذين يمارسون مهنة العلاقات العامة كما هي محددة في مقدمة هذا النظام .

- جميع الذين يتفرغون لتلك المهنة .

- جميع الأشخاص الحقيقيين والمعنويين الذين حققوا او يرغبون في تحقيق سياسة علاقات عامة ، أو يرغبون في تطبيق برامج علاقات عامة ، داخل المؤسسة او الهيئات التي يتولون إدارتها .

الأشخاص الحقيقيين والمعنويين ، الذين يهتمون بصورة مباشرة أو غير بالعلاقات العامة ، ويرغبون في الإسهام في تطويرها ، إذا ما توفرت فيها الشروط المحددة بمقتضى هذا النظام .
الجمعية مكونة بما يتفق وأحكام قانون أول تموز 1901 وجميع التشريعات النافذة .

يحدد هدف الجمعية بما يلي :

- تطوير العلاقات العامة في فرنسا وفي البلاد التابعة لها .
- ترسيخ مبادئ شرف المهنة واحترامها بين الأعضاء العاملين في تلك المهنة .
- ترسيخ مفهوم العلاقات العامة وتأمين وحدة النظر بين أعضاء الجمعية .
- تدارس الأسس الفكرية والعلمية والاقتصادية والاجتماعية والنفسية والمدنية للعلاقات العامة ، وكذلك تدارس تطبيق الطرق المؤهلة لتحسين العلاقات العامة بين المؤسسات والبشر .
- تطوير المفهوم الذي يجب ان يلازم تقرير وتنفيذ سياسة العلاقات العامة ، ولاسيما عن طريق إعلام التجمعات المهنية والجمعيات والسلطات العامة وبصورة اعم الرأي العام .
- تعميم لائحة باعضاء الجمعية على جميع الصناعيين والتجار والجمعيات والهيئات والإدارات بصورة عامة على جميع المهتمين بقضايا العلاقات العامة .
- نشر دليل الجمعية واصدار النشرات والصفحة الإعلامية التي تعرف باسم «البيت الزجاجي» .
- إنشاء النوادي والجمعيات التي تضم الأشخاص الحقيقيين او المعنويين ممن يمارسون العلاقات العامة أو يهتمون بشؤونها .

- تقرير وتحقيق برامج للدراسات والتدريب المهني ، وبرامج لإعداد المرشحين لممارسة المهنة .

- تحقيق الخدمة الاجتماعية لمصلحة أعضاء الجمعية .

- ان الوسائل التي يمكن للجمعية استعمالها لتحقيق هذه الاهداف ، هي جميع ما يمكن استعماله من تقنيات الإعلام ، كالمحاضرات والمناظرات ، والأيام الدراسية ، والاشتراك في الأيام الدراسية الوطنية والدولية وحلقات الإعداد ، وبصورة عامة جميع الوسائل التي يجيزها القانون ويمكن ان تسهم في تحقيق أهداف الجمعية .

د - تكوين الجمعية :

1 - الأعضاء المحترفون :

يمكن قبولهم كأعضاء محترفين :

- الأشخاص الحقيقيون الذين يمارسون مهنة العلاقات العامة كمجلس حر ، وكذلك المساعدون الرئيسيون للفئة المذكورة ، شرط ان يكون قد مضى على ممارستهم المهنة ثلاث سنوات على الأقل .

- الأشخاص الحقيقيون الذين يديرون مصالح العلاقات العامة ، في الشركات أو في المؤسسات العامة أو الخاصة في فرنسا أو خارجها ، وكذلك مساعدي الفئة المذكورة ، شرط ان يكون قد مضى على ممارستهم وظيفتهم ثلاث سنوات ، على الأقل ، ويتابعون ممارستها وفقا للأشكال المحددة في النظام الداخلي للجمعية .

2 - الأعضاء المتمرنون :

وهم الأشخاص الذين يتهيأون لممارسة المهنة ، او الذين يمارسونها بالفعل ، دون ان تتوفر لديهم الشروط المنصوص عليها للأعضاء المحترفين .

3- الأعضاء المشاركون :

وهم الأشخاص الحقيقيون او المعنويون الذين لم يمارسوا مهنة العلاقات العامة ، ولكنهم أظهروا اهتمامهم بالعلاقات العامة وفقاً للمفهوم الوارد في مقدمة هذا النظام ، أو قاموا ببعض الدراسات او الأعمال التي من شأنها ان تساعد على تطوير العلاقات العامة ؛ (رؤساء المؤسسات أو مساعدهم الرئيسيون ، الاقتصاديون ، افراد الهيئة التعليمية ، وغيرهم . . .) .

4 - الجمعيات والهيئات الوطنية :

للجمعيات والهيئات الوطنية التي تهتم من خلال هدفها الاجتماعي بالعلاقات العامة ، التي تعين ممثلاً عنها يكون له حق التصويت ، ومن الممكن اشتراكها في مجلس الجمعية .

5- الجمعيات والهيئات الإقليمية :

كالنوادي والدوائر التي تضم على الصعيد الأقليمي ، أشخاصاً حقيقيين أو معنويين يمارسون العلاقات العامة ويهتمون بها .

6 - الأعضاء المرسلون :

و هم الأجانب الذين تتوفر لديهم الشروط المفروضة للأعضاء المتسرين أو اخترفين أو المشاركين ، و يقيمون خارج فرنسا .

7- أعضاء الشرف :

يمنح لقب عضو شرف الى الشخصيات أو الأشخاص المعنويين الذين حققوا أعمالاً تستدعي التقدير او قدموا خدمات ينوه بها ، للعلاقات العامة وللجمعية . يتم منح هذا اللقب بناء على اقتراح مجلس الجمعية وموافقة جمعيتها العامة .

هـ- شروط الانتساب :

يشترط في الطالب الانتساب إلى الجمعية توفر الشروط التالية :

ج- اللجنة البرامج :

صلاحيات هذه اللجنة الأمور العائدة لإدارة النشرة وتحقيق سائر النشاطات . وهي تضم بدورها لجننتين ، لجنة التحرير ولجنة النشاطات . وتأخذ اللجنة على عاتقها كذلك ، «الأخبار الموجزة» و النشرة الرسمية للجمعية ، التي تتضمن الآراء والدعوات والمقرارات التي يستساغ اطلاع الأعضاء عليها .

تعطي «الأخبار الموجزة» عرضاً وتحليلاً لنشاطات الجمعية ، وتقدم ملخصاً لنشاطات الجمعيات المتصلة بها تأميناً للتنسيق ، وهي مهيئة لظهور جميع الانجازات المقررة من الجمعية ، ويمكن اعتبارها مرآة حياتها بصورة عامة .

تقوم الجمعية بإصدار مجلة تدعى «البيت الزجاجي» تحدد تحريرها ودوريتها واخراجها وتوزيعها لجنة البرامج .

تتولى لجنة التحرير بالإضافة الى ما ذكر ، نشر الدليل وجميع الوثائق وبصورة خاصة ما يصدر منها عن اللجان .

ج- اللجان المهنية :

تتولى هذه اللجنة درس وتحديد القواعد المتعلقة بأخلاقية المهنة ، ومراقبة تطبيقها عملياً ، وكذلك دراسة المشاكل التي تواجه المهنة أو من يمارسونها .

كما تتولى دراسة العلاقات القائمة بين المهنة وبين المهن القريبة كالصحافة والدعاية .

وهي تقوم ايضاً بدراسة المسائل التي يمكن ان تنشأ بين مهنة العلاقات العامة وبين إدارات الدولة والسلطات العامة .

وهي التي تهتم بحفظ النظام الاساسي والنظام الداخلي للجمعية وسائر الوثائق الرسمية المتعلقة بها ، وتحرص على بقائها تامة على الدوام .

	:	01
	:	
		1997
	(1)	2002
		1989
		1998
	1999	
		1999
		2002
2000		
1959	()	
)	
	(
		2004
2001)	(1) (
		(.)
2000		
	(1) (
		2000
	(3)	
	(2)	1990
		1981

2001	س	17
1984	س(5)	18
س(2)		19
	2000	
	"	20
1999	س"	21
(8)		
	2001	
س(4)		22
	2004	
	س(1)	23
	2001	
	(1) ()	24
	س	
(1)	2000	25
	2001	
	س	26
2001	س	
	س	27
	2000	28
	س	
	(1)	29
	1998	
	س()	30
1981	1998	31
	س	
	1987	32

	1999	33
	1996	34
2001	(1)	35
1982		36
	2001	37
		38
	1991	
	(1)	39
	2004	40
	2003	41
	2005	42
	(1)	43
	1998	
	1999	43
1994		44
2001		45
	(1)	46
	2001	
2001		47
	(2)	48
	1985	
	(1)	49
(2000	
)	50
1991		

2001	51
1994	52
1995 (1)	53
(2)	54
1999	55
2002	56
(2)	57
2002	58
1994	59
2002	60
(1) ()	61
2004	62
2001	63
2004	64
(1)	65
2006	66
2000	67
(1) ()	68
2000	69
1999	70

	1993		68
			69
		1999	70
2002			71
(1) () °	
	1995		72
(3)			
	2002		73
1997		(1)	
			74
		(9)	
			75
		1999	76
			77
		1976	78
2003		(1)	79
			80
	2003		81
	(1)		82
		2003	83
			84
		1998	85
			86
	1973		
		1992	
1989			
		1989	

1975	◦		87
		◦	88
		2004	
2004	◦		89
		(1)	90
		2005	
		(1)	91
		1997	
		(1)	92
		1976	
		(1)	93
		2000	
		◦	94
		1989	
1991		◦	95
2002		◦	96
2003		(2)	97
		:	98
		◦	99
		1981	
		(-1962)	
		1986	
		◦	100
		◦	101
		2002	
		◦	101
		2001	
		(2)	102
		1985	
1998		(1)	103

				104
		1989		
				105
		2001		106
	2001		(107
	(1)			
		2002		
				:
108	Frederic Mattack	Diction of sociology, English french Arabic, edition academic Référence, Dictionaries, Beirut Lebanon 2001		
109	Li et Kenz	Algerie et la modernité, edition cosedria, sénegal 1989		
110	Maury et Mull	Economie et organisation de l'entreprise, faucher 1980		
111	Marcel la Feanne	Le management approche systémique, Gaétan marin 3eme edition		
112	K Slimane	Les ouvriers d'origines rurale dans l'entreprise publique algrienne, these du doctorat 3cycle paris 1986		
113	Pierre beranger et autres	Gestion les fonctions de l'entreprise 2edition, Nuibert paris 1998		
114	Jean-rené ediphaffer	Précis de gestion d'entreprise, Nathan France 1997		
115	Mohamed Sady	Management des entreprises publique, presse d'Alger 1999		
116	Jean gerbier	02 gains station et fonctionnement de l'entreprise, tec la voisiner paris 1993		
117	Djamel labédi	Science et pouvoir algérien de l'indépendance du 1 plan de la recherche scientifique (1962-1974), 1992		
	:			
		1991	(2)	118
		1987	(5)	119
	1997		(1) :	120
		(1)	:	121
				2000
	1994		:	122
		(1)	:	123
				1997
	2002	(30)	:	124
		(3)	:	125
				1981

(3)	:	126		
	1987	:		
1999	5-99	24	127	
			128	
	1982	40	129	
	1999	03	27	130
	2000			131
			(. .)	132
1989			2005	133
			2002	134
2004-2003				135
www.paperposts.com	10:46	2005/01/32	:	136
www.gotvoct.edu	12:00	2005/01/32	:	137
www.lvga.za	13:45	2005/01/32	:	138
1971	16	71-74		139
1973			:	

.....			
	:		
3.....		:	
7.....		:	
25.....		:	
			-
	:		
48			-
49		:	-
53		:	-
61		:	-
73		:	-
76	()	:	-
84		:	-
86			-
	:		
33			-
33		:	-
35		:	-

37	:	-
41.....()	:	-
44.....	:	-
46.....		
	:	
88		-
89	() :	-
92	:	-
97	:	-
133	:	-
138	:	-
139		