جامعة يحي فارس بالمدية

كلية العلـــوم الإنسـانية والاجتمـــاعية

قسم علوم إعلام واتصال

إعداد مواد وبرامج العلاقات العامة للمؤسسات الخدماتية

-إقتراح مشروع عملي-

إعداد وتصميم مجلة إلكترونية لديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية

ديسمبر 2023/جوان 2024

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم إعلام وإتصال تخصص إتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالبة:

رشيدة حاند

تحت إشراف:

أ.د/ مصطفى سحاري

السنة الجامعية :2023 /2024

جامعة يحي فارس بالمدية

كليـــة العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم إعلام واتصال

إعداد مواد وبرامج العلاقات العامة للمؤسسات الخدماتية

-إقتراح مشروع عملي-

إعداد وتصميم مجلة إلكترونية لديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية

ديسمبر 2023/جوان 2024

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم إعلام وإتصال تخصص إتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالبة:

رشيدة حاند

تحت اشراف :

أ.د/مصطفى سحاري

الأعضاء	الرتبة	الجامعة	الصفة
بلقاسمي رابح	أستاذ دكتور	المدية	رئيسا
سحاري مصطفى	أستاذ دكتور	المدية	مشرفا مقررا
بسام احمد شريف	أستاذ دكتور	المدية	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2023 / 2024

شكـــــــر وعرفـــــــان

نشكر الله تعالى ونحمده، فهو المنعم والمتفضل قبل كل شيء، نشكره أن حقق لنا ما نصبو إليه، في استكمال شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

علَّمنا النبيُّ صلَّى اللهُ عليه وسلَّم أنَّ الحمد والشكر لله تعالى يكون في كل شيء، وعلى كل حال، ومن لوازم شكرِ اللهِ عزَّ وجلَّ أنْ يَشكُر الإنسانُ غيره إذا قدَّم إليه معروفًا

وفي هذا الحديث يقولُ الرَّسول صلَّى اللهُ عليهِ وسلَّم: " لا يَشكُرُ اللهَ مَن لا يَشْكُرُ النَّاسَ"

أي: لا يَقْبلُ اللهُ تَعالى شُكرًا مِن عَبْدِه الذي أحسَنَ إليه، إذا كان هذا العبْدُ مَمَّن يَنْسى المعروف الذي قدَّمه إليه أحدٌ مِن النَّاس، ويَكفُرُ نِعَمَهم، ولا يَشْكُرُهم عليها؛ وذلك لاتصال الأمرين ببعضهما.

وعليه نتقدم بأسمى معاني الشكر والتقدير للأستاذ الدكتور سحاري مصطفى على حسن تعاونه واشرافه، ولما بذله معنا من جهد جهيد وتوجيه رشيد فله جزيل الشكر والتقدير.

وكذلك نشكر الدكتور بسام احمد شريف لتوجيهه لنا، والأستاذة فندوشي ربيعة لتعاونها معنا،

كما لا ننسى ان نتقدم بالشكر والتقدير الى اعضاء اللجنة المحترمة الذين وافقوا على مناقشة مذكرتنا، والشكر موصول لكل أساتذة قسم علوم اعلام واتصال.

كما نشكر السيد تيطراوي رمضان مسؤول خلية اتصال بديوان مؤسسات الشباب على مساعدته لنا في انجاز هذه المذكرة.



الإهداء

إلى من لا يضاهيهما أحد في الكون، إلى من أمرنا الله ببرّهما، إلى من بذلا الكثير، وقدّما ما لا يمكن أن يردّ، إليكما تلك الكلمات أمي وأبي الغاليان، أهدي لكما هذا البحث، فقد كنتما خير داعم لي طوال مسيرتي الدراسية

إلى اختي صبرينة وابنها وابني سايح حفظهما الله لي

إلى رفيق الدرب، وصديق الأيام جميعًا بحلوها ومرّها زوجي الغالي عبد الله، أهديك هذا البحث تعبيرًا عن شكري لدعمك المستمرّ، الى عائلة لعبيدي عائلتي الثانية امي وابي واخوتي سفيان ورضوان وفتحي وزهير، واخواتي نسرين وأولادها، وفايزة وأولادها، وفريدة، وكنزة.

الى صديقاتي الوفيات، اللواتي ما انفكّوا يومًا عن تقديم العون والمساعدة والدعم لي في أحلك الظروف: برادعي سارة، الاحول امال، ايمان خطاف، حداد هاجر.

الى كل زميلاتي في تخصص اتصال وعلاقات عامة ماستر 2

إلى الأستاذة حمدي وردة وهادف خديجة ليندة، وجميع أساتذة علوم اعلام واتصال، ممن لم يتوانوا في مد يد العون لي.



ملخص الدراسة:

تهدف دراستنا التي تتمحور حول إعداد مواد وبرامج العلاقات العامة للمؤسسات –إقتراح مشروع عملي–الى اعداد وتصميم مجلة الكترونية في إطار اعداد مواد وبرامج العلاقات العامة لديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية، وذلك من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي: كيف يتم إعداد وتصميم مجلة الكترونية في إطار إعداد مواد وبرامج العلاقات العامة لديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية وللإجابة على هذا التساؤل الرئيسي وضعنا بعض الأسئلة الفرعية الموضحة كالاتي:

1. ماهي خطوات اعداد وتصميم مجلة الكترونية لديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية؟
2. ماهي دلالات محتوى اركان ومواضيع المجلة الالكترونية؟
3. ماهي دلالات تصميم صفحات المجلة الالكترونية؟
4. ماهي خطوات إعداد وتصميم حملات إعلانية لاطلاق المجلة؟

بما ان دراستنا تندرج ضمن مشروع عملي و المتمثل في اعداد وتصميم برنامج للعلاقات عامة فهي لا تحتاج لمنهج ، إعتمدنا على ملاحظتنا وزياراتنا الميدانية لبعض دور الشباب، ونسبة التفاعل في الصفحات الرسمية لها، ونسبة الانخراط في المؤسسات الشبابية، ومقارنتها بالإحصائيات العامة لشباب و أطفال ولاية المدية، من خلال هاته المعلومات التي جمعناها قمنا بتصميم مجلة الكترونية لديوان مؤسسات الشباب بهدف ،التعريف به، وتحسين الصورة الذهنية له وذلك من خلال تقديم أنماذج من الجمعيات والمنشآت التابعة الديوان من خلال التعريف به وبمهامها واهدافها وانجازاتها وتقديم أنماذج من الشباب المنخرطين في المؤسسات الشبابية الناجحين، وذلك لاستقطاب أكبر عدد ممكن من الشباب للانضمام للمؤسسات الشبابية وملئ أوقات فراغهم والابتعاد عن الآفات الاجتماعية وكذلك للتخلص من العزلة الإلكترونية، الاتصال بالجمهور الخارجي والتفاعل معهم.

خطـــــــة الدراسة

- مقدمة.
- الإشكالية وتساؤلات الدراسة.
- أهمية الدراسة.
- أهداف الدراسة.
- أسباب إختيار الموضوع.
- حدود الدراسة.
- تحديد مصطلحات الدراسة.
- الدراسات السابقة.
- صعوبات الدراسة.

الفصـــــل الأول: مدخل إلى العلاقات العامة

المبـــحث الأول: ماهية العلاقات العامة.

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة ونشأتها.

المطلب الثاني: أسس وأنواع العلاقات العامة ومجالاتها.

المطلب الثالث: خصائص ووظائف العلاقات العامة.

المطلب الرابع: أهداف وأهمية العلاقات العامة.

المبـــحث الثاني: برامـــج العـــلاقات العـــامة.

المطلب الأول: مفهوم برامج العلاقات العامة.

المطلب الثاني: أسس وأنواع برامج العلاقات العامة.

المطلب الثالث: خصائص برامج العلاقات العامة.

المطلب الرابع: أهداف وأهمية برامج العلاقات العامة.

الفصل الثاني: الإعـــداد وإنتـــاج مـــواد وبـــرامج العـــلاقات العامة

المبـــحث الأول: إعداد وإنتاج مواد العلاقات العامة.

المطلب الأول: مفهوم إعداد وإنتاج والفرق بينهما.

المطلب الثاني: مفهوم مواد الإعلامية.

المطلب الثالث: أنواع مواد الإعلامية.

المطلب الرابع: مجلة العلاقات العامة.

المبـــحث الثاني: إعداد وإنتاج برامج العلاقات العامة.

المطلب الأول: مراحل وخطوات إعداد وبناء برامج العلاقات العامة.

المطلب الثاني: أسـس وأهـداف التخـطيط لبـرامج العـلاقات العـــامة.

المطلب الثالث: معوقات التخطيط لبرامج العلاقات العامة.

المطلب الرابع: أهداف وأهمية تقويم برامج العلاقات العامة.

الفصـــــل الثـــالث: بطاقة فنية لديوان مؤسسات الشباب ولاية المدية.

المـــبحث الأول: ديوان مؤسسات لشباب ولاية المدية.

المطلب الأول: تعريف ديوان مؤسسات الشباب بالمدية.

المطلب الثاني: مهام ديوان مؤسسات الشباب بالمدية.

المطلب الثالث: مصالح ديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية وهياكله.

المطلوب الرابع: نشاطات ديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية.

المـــبحث الثاني: برامج العلاقات العامة الخاصة بديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية.

المطلب الاول: برامج العلاقات العامة المطبوعة

المطلب الثاني: الأبواب المفتوحة والأيام الإعلامية والتحسيسية.

المطلب الثالث: الصالونات والمعارض.

المطلب الرابع: البرامج الاذاعية والالكترونية لديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية.

الفصـــل الرابع: تصميم مجلة إلكترونية في إطار إعداد مواد وبرامج العلاقات العامة لديوان مؤسسات الشباب بالمدية.

المـــبحث الاول: ماهيـــة المجـــلة الإلكتـــرونية.

المطلب الأول: نشأة المجلة الالكترونية.

المطلب الثاني: تعريف المجلة الإلكترونية.

المطلب الثالث: خصائص المجلة الإلكترونية ومميزاته.

المطلب الرابع: أهمية المجلة الإلكترونية.

المـــــبحث الثاني: إعداد وتصميم مجلة إلكترونية لديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية.

المطلب الأول: خطوات اعداد وتصميم مجلة الكترونية.

المطلب الثاني: دلالات محتوى اركان ومواضيع المجلة الالكترونية.

المطلب الثالث: دلالات تصميم الصفحات المجلة الالكترونية.

المطلب الرابع: اعداد وتصميم حملات إعلانية لاطلاق المجلة الالكترونية.

الخاتمة

قائمة المصادر والمراجع

فهرس المواضيع

فهرس الاشكال

مقـــــــدمة

مقـــــــدمة

مقـــــدمة:

تعود جذور العلاقات العامة للحضارات القديمة باعتبار أن الإنسان كائن اجتماعي لا يمكن عزله عن المجتمع فلابد أن تنشا بينه و بين الآخرين علاقات نتيجة التفاعل بينهم، والعلاقات العامة بمفهومها الحديث باعتبارها علم و مهنة ظهرت في أوائل القرن العشرين حيث يعتبر كل من إدوارد بيرنايز وليفي من الرواد الأوائل في مجال العلاقات العامة، بيرنايز المعروف بأب العلاقات العامة الحديثة، استخدم أساليب التحليل النفسي للتأثير على الرأي العام وتوجيهه، واعتمد على تقنيات مبتكرة في التواصل الجماهيري، كتابه " Crystallizing Public Opinion" يُعد من الأعمال المرجعية في هذا المجال، من جانبه ليفي لي كان من أوائل من أدركوا أهمية الشفافية والصراحة في التعامل مع الجمهور ووسائل الإعلام، حيث أسس لي مبادئ العلاقات العامة الأخلاقية وابتكر مفاهيم جديدة مثل بيان الصحافة الحديث، جهودهما المشتركة ساعدت في تحويل العلاقات العامة إلى مجال احترافي معترف به، وقد وضعوا العديد من التقنيات الهامة التي تعتمد عليها مجال العلاقات العامة حيث أصبحت أداة أساسية للمؤسسات لبناء علاقات إيجابية مع العملاء والجمهور، وللترويج للخدمات والمنتجات بشكل فعال، بالإضافة إلى دورها في إدارة الأزمات.

يعتبر أول إستخدام لبرامج العلاقات العامة في القرن التاسع عشر، عندما بدأت الشركات والمنظمات في الولايات المتحدة الأمريكية في استخدام التكتيكات والاستراتيجيات للتواصل مع وسائل الإعلام والجمهور بهدف تعزيز صورتها وبناء علاقات إيجابية، منذ ذلك الحين تطورت برامج العلاقات العامة لتشمل مجموعة واسعة من الأنشطة والأدوات التي تهدف إلى تحقيق أهداف محددة مثل تعزيز العلاقات بين المنظمة والجمهور المستهدف، تعزيز الوعي بالعلامة التجارية، إدارة السمعة وغيرها.

باعتبار العلاقات العامة كعلم إنساني ووظيفة إدارية لا يمكن عزلها عن التطورات التكنولوجية الحديثة التي مست جميع جوانب الحياة خاصة في وسائل الاتصال وظهور الانترنت الذي أحدث ثورة هائلة في مجال العلاقات العامة حيث يكملان بعضهم البعض بشكل كبير، فعبر الانترنت يمكن لشركات ومؤسسات العلاقات العامة التواصل مع جمهورها بشكل فعال وسريع. يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مواقع الانترنت والبريد الإلكتروني لنشر المعلومات والتواصل مع الجمهور بشكل مباشر ومتابعة ردود أفعالهم وآراءهم ومتطلباتهم بشكل أسرع وأسهل من خلال تحليل البيانات والتفاعل معهم بطريقة مباشرة، حيث تلعب الانترنت دوراً حيوياً في تعزيز وتطوير استراتيجيات العلاقات العامة للشركات والمؤسسات وتحقيق أهدافها بشكل أكثر فعالية مع جمهوره.

تسعى الكثير من المؤسسات اليوم إلى تبني استراتيجيات العلاقات العامة بهدف تعزيز تواصلها مع الجمهور وتحقيق أهدافها بفعالية أكبر، من بين هذه المؤسسات نجد ديوان مؤسسات الشباب الذي يسعى جاهداً لتطوير

علاقاته العامة بغية تعزيز التواصل مع الشباب وجذبهم للمشاركة في الأنشطة والفعاليات المختلفة. من خلال تبني تقنيات العلاقات العامة، يمكن للديوان بناء صورة إيجابية وتعزيز الثقة بينه وبين الفئات المستهدفة، مما يسهم في تحقيق أهدافه التنموية والاجتماعية.

ولتحقيق مهامه والمتمثلة في تجسيد برامج الاعلام والاتصال والاصغاء والتنشيط الاجتماعي التربوي والادماج أوساط الشباب، يتطلب اعتماد مواد وبرامج علاقات عامة تساعده في التواصل الفعّال مع الشباب والمجتمع، لذا وجب على الديوان تطوير مواد إعلامية متنوعة وجذابة تبرز أنشطته وبرامجه التعليمية والثقافية والرياضية. يتضمن ذلك إنتاج مطويات، ونشرات إخبارية، وفيديوهات ترويجية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، لتعزيز الوعي وجذب المشاركين المحتملين، ينبغي عليه تنظيم برامج اتصال فعّالة تشمل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مبتكر للتواصل المباشر مع الشباب، وتوفير منصات للحوار والاستماع لأفكارهم واقتراحاتهم، مما يعزز التواصل ويسهم في تحقيق أهداف الديوان.

ولقد جاءت دراستنا بهدف اعداد وتصميم مجلة إلكترونية في إطار إعداد مواد وبرامج العلاقات العامة لديوان مؤسسات الشباب بالمدية، ونسعى من خلالها تقديم مجلة تعبر عن أهمية الشباب ومساهمتهم الفعالة في المجتمع، من خلال تقديم محتوى متنوع يشمل المقابلات الملهمة والمواضيع الثقافية والرياضية والتكنولوجية.

بحيث تم تقسيم الدراسة الى الفصول التالية:

الفصل الأول: أدرجنا في هذا الفصل المفاهيم الخاصة بموضوع البحث المتمثل في مدخل للعلاقات العامة، وتمحور حول مبحثين، المبحث الأول تضمن ماهية العلاقات العامة، والمبحث الثاني كان حول برامج العلاقات العامة.

الفصل الثاني: تطرقنا في هذا الفصل الى إعداد وانتاج برامج العلاقات العامة، وتمحور حول مبحثين، المبحث الأول تضمن اعداد وانتاج مواد العلاقات العامة، والمبحث الثاني حول اعداد وانتاج برامج العلاقات العامة.

الفصل الثالث: تضمن هذا الفصل بطاقة فنية عن ديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية، وتمحور حول مبحثين، تناولنا في المبحث الأول التعريف بديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية، والمبحث الثاني كان حول برامج العلاقات العامة لديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية.

الفصل الرابع: قد خصص للجانب التطبيقي والمتمثل في اعداد وتصميم مجلة الكترونية في إطار اعداد وإنتاج مواد وبرامج العلاقات العامة لديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية، تمحور حول مبحثين، المبحث الأول حول ماهية المجلة الالكترونية، والمبحث الثاني تناولنا الخطوات التي اعتمدناها اعداد وتصميم المجلة الإلكترونية لديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية.

مقدمة

1-إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

تعتبر برامج العلاقات العامة أداة حيوية لتعزيز صورة ديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية، تكمن أهميتها في تعزيز التواصل مع الشباب والمجتمع المحلي بشكل عام، وهذه البرامج تساعد على بناء صورة إيجابية للديوان، وتعزيز التفاعل والمشاركة الفعّالة في الأنشطة والفعاليات التي ينظمها، وجذب الاهتمام نحو أنشطته وبرامجه المختلفة، ومع ذلك يمكن أن تواجهه تحديات في التواصل مع الجمهور المستهدف وابتكار أساليب فعالة للتفاعل معه.فهم واحتضان التغيرات الاجتماعية والثقافية، وبالتالي تعديل برامج العلاقات العامة لتتناسب مع تلك التحولات وتحقيق التأثير المرجو.

ومن خلال مقارنتنا لنسبة المنخرطين في المؤسسات الشبابية الذي قدر في أفريل 2024 ب 17272 منخرط[1]، وعدد شباب ولاية المدية (الفئة العمرية من 5 سنوات الى 39 سنة) قدر في 2011/12/31 ب 576233 نسمة[2]، فان النسبة المتحصل عليها هي 2.99 % منخرط، و من خلال زياراتنا الميدانية لبعض دور الشباب في الولاية، لاحظنا أن دور الشباب تعاني من قلة الإقبال والنشاط، هذا الواقع دفعنا إلى البحث في صفحات فيسبوك الخاصة بديوان الشباب والصفحات الأخرى للمؤسسات التابعة له، حيث تبين لنا أن نسبة التفاعل الإلكتروني مع هذه الصفحات ضعيف للغاية. وهذا ان دل على شيء فهو يدل إلى وجود فجوة كبيرة بين المؤسسات الشبابية والشباب المستهدفين، مما يعيق تحقيق الأهداف المرجوة من هذه المؤسسات في تنمية وتطوير الشباب، بناءً على هذه المعطيات، قررنا تصميم مجلة إلكترونية كوسيلة جديدة للتواصل والتفاعل مع الشباب، نظراً للتكلفة العالية للمجلات الورقية التي لا يمكن للديوان تحمل اعبائها المالية، لذلك تأتي المجلة الإلكترونية كبديل فعال ومناسب، هذه المجلة ستوفر منصة تفاعلية للشباب، حيث تتضمن مقالات، وأخبار، ونشاطات، وفعاليات مختلفة. من خلال هذا المشروع، نطمح إلى جذب الشباب للمشاركة والتفاعل بشكل أكبر، مما سيساهم في تعزيز دور المؤسسات الشبابية في المجتمع وزيادة تأثيرها الإيجابي على الشباب، ومن هنا يمكن طرح سؤال الإشكالية على النحو التالي:

كيف يتم اعداد وتصميم مجلة الكترونية في إطار اعداد برامج ومواد العلاقات العامة لديوان الشباب لولاية المدية؟

يندرج ضمن السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية الاتية:

1. ماهي خطوات اعداد وتصميم مجلة الكترونية لديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية؟

[1] الموقع الرسمي لولاية المدية،wilayamedea.dz ، تاريخ الدخول 2024/05/23

[2]معلومات مقدمة من ديوان مؤسسات الشباب بالمدية

2. ماهي دلالات محتوى اركان ومواضيع المجلة الالكترونية؟
3. ماهي دلالات تصميم صفحات المجلة الالكترونية؟
4. ماهي خطوات اعداد وتصميم حملات إعلانية لاطلاق المجلة؟

2-أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا الى معرفة كيفية إعداد وتصميم مجلة الكترونية في إطار اعداد مواد وبرامج العلاقات العامة، واستفادة ديوان مؤسسات الشباب بالمدية من برنامج علاقات عامة بمعايير أكاديمية.

3-أهداف الدراسة:

- ✓ تصميم مجلة الكترونية في إطار اعداد برامج ومواد العلاقات العامة لديوان مؤسسات الشباب لولاية المدبة.
- ✓ تصميم حملات إعلانية للمجلة قبل صدورها.
- ✓ إثراء الجانب المعرفي لهدا الموضوع واعتماده كدراسة يعتمد عليها مستقبلا لندرة الدراسات في هدا الجانب فهو مقياس يدرس، وكتب ولكن كدراسات نادرة جدا.

4-أسباب الدراسة:

نظرا للأهمية القصوى التي تكتسبها العلاقات العامة باعتبارها عنصرا مهما في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة وانطلاقا من ذلك قمنا باختيار هذا الموضوع بناءا على أسباب ذاتية وموضوعية نذكر منها:

ا-الأسباب الموضوعية:

- ✓ محاولة معرفة الدور والهدف من اعداد برامج العلاقات العامة.
- ✓ تصميم وتجسيد برنامج للعلاقات العامة.
- ✓ ندرة الدراسات في هدا الموضوع وأن وجدت فهي في مجال دراسة حالة وليس تصميم برنامج للعلاقات العامة في أرض الواقع.

ب-الأسباب الذاتية

- ✓ الرغبة والفضول في تناول هدا الموضوع من خلال ممارسة وتطبيق ما هو نظري في أرض الواقع.
- ✓ باعتبار هدا الموضوع يدخل ضمن مجال تخصصنا العلمي والمهني.

5-حدود الدراسة:

أجريت دراستنا ضمن حدود زمانية ومكانية وهي كالاتي:

ا-الحدود الزمانية للدراسة:

بعد اختيار موضوع الدراسة انطلقنا في الدراسة النظرية ابتداء من 2023/12/01إلى غاية 2024/06/12

أما فيما يخص الجانب التطبيقي فقد حدد ما بين 2024/03/03 إلى غاية2024/06/21

ب-الحدود المكانية:

اجري البحث على مستوى ديوان مؤسسات الشباب بالمدية

6-تحديد المفاهيم:

1-العلاقات العامة:

لغة: [3]تعني التواصل الناتج عن التفاعل لفردين أو أكثر، إذ أن العلاقة بين أفراد المجتمع تتحقق بعد حدوث فعل ورد فعل بينهم ومع استمرار ورد الفعل يتحقق التفاعل بينهم ويأخذ هذا التفاعل اتجاها إيجابيا تكون الحصيلة علاقات اجتماعية تعاونية تحقق الترابط بين الأفراد .

اصطلاحا:[4] فقد عرفها (كريستيان) بأنها الجهود التي تبذل للتأثير على الجمهور عن طريق وسائل الإعلام المختلفة، حتى تكون لديها فكره صحيحة عن المؤسسة فيساندونها في أزماتها ويعضدونها في أهدافها ويشجعونها في نشاطها .وعرفها معهد العلاقات العامة بأنها الجهود المخططة والمقصودة والمدعمة لإيجاد التفاهم والثقة والمحافظة على التفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها

إجرائيا: هي اتصال تنظيمي إداري تقوم به ديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية، من أجل بناء صورة حسنة جيدة لها لارتباطها بين جمهورها الخارجي.

---

[3] أحمد جبار، **العلاقات العامة بين الاتجاهات والمنطلقات الفلسفية ومرتكزاتها**، المجلة الدولية لاتصال الاجتماعي، جامعة الجيلالي بونعامة، بخميس مليانة، العدد2، 2021، ص11.

[4] محمد محب عبد الحميد، **مدخل الى العلاقات العامة**، ط1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، المانيا،2024، ص9.

2-برامج العلاقات العامة:[5]

لغة: هو الورقة الجامعة للحساب، نشرة تعرف بشروط المباريات وهو خطة يخططها المرء للعمل الذي يريد القيام به. وهذا التعريف يعني أن البرنامج يساعد على الجرد والإحصاء كما أنه ترتيب للنشاط وأنه مخطط عمل.

اصطلاحا :هو تركيب معقد من السياسات والقواعد والإجراءات والخطوات التي يلزم إتباعها لتحقيق الهدف المنشود.

إجرائيا: هو مجموعة من الخطوات العلمية الدقيقة والمخططة والهادفة من قبل ديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية، للقيام بالأنشطة والمهام من أجل الحفاظ على المؤسسة ومكانتها وكسب تأييد الجماهير لها.

1-إعداد برامج العلاقات العامة:

اصطلاحا:[6] عملية الإعداد لبرامج العلاقات العامة هي عملية الاستعداد العملي بتوفير كافة متطلبات الأنشطة والمواد والبرامج الخاصة بالعلاقات العامة.

إجرائيا: تعتبر إعداد برامج العلاقات العامة أمراً هاماً وجوهرياً لديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية بهدف بناء وتعزيز علاقاتها مع الجمهور والمجتمع المحيط، وإلى تواصل فعّال وفعّال مع العملاء، المستثمرين، الشركاء، وجميع أصحاب المصلحة الآخرين، وعملية إعداد برامج علاقات عامة تشمل العديد من الخطوات والأنشطة، مثل وضع استراتيجيات تتضمن الأهداف والرؤية والرسالة والجمهور المستهدف، وتطوير الخطط والحملات التسويقية والإعلامية، وتنظيم الفعاليات والأحداث، وإدارة الصورة العامة لها.

2- إنتاج برامج العلاقات العامة:

اصطلاحا:[7] عملية الإنتاج فهي الاستفادة من العناصر والمكونات التي تم تجهيزها والخروج بالإشكال النهائية للأنشطة والبرامج

إجرائيا: هو عملية تصميم وتطوير وتنفيذ برامج وحملات تسويقية تهدف إلى بناء وتعزيز العلاقات بين ديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية والشباب والمجتمع بشكل عام. تتضمن هذه البرامج استخدام وسائل اتصال متنوعة مثل وسائل الإعلام الاجتماعية والصحافة والإعلانات والفعاليات الخاصة لتعزيز صورة إيجابية لها، وتعزيز الثقة والولاء لها. تعتبر برامج العلاقات العامة جزءا أساسيا من استراتيجية التسويق والاتصال لأي منظمة ناجحة.

---

[5] بوعزة فتيحة، عباس وهيبة، **دور العلاقات العامة في الجذب السياحي**، مذكرة م لنيل شهادة ماستر علم الاجتماع، كلية علوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيجل، 2015-2016، ص11.

[6] عماد الدين تاج السر فقير عمر، **إعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة**، ط1، كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان،2013، ص43.

[7] مرجع نفسه، ص43.

1-المواد الإعلامية:

اصطلاحا[8]: أما المواد الإعلامية يقصد بها كافة الأنشطة والبرامج التي تعدها إدارة كل قسم للعلاقات العامة للتأثير على الجمهور المستهدف هي تلك الأنشطة والمواد والبرامج التي يرغب ممارسو العلاقات العامة في التأثير بها على الجمهور في المجالات الاتصالية (المقروءة، المسموعة، المرئية، والتفاعلية.).فان المواد الإعلامية يتم إعدادها أو تنفيذها ووفقا للتناسب بين الأهداف العلاقات العامة والمجال الاتصالي أو الإعلامي الذي يصلح لتحقيق الهدف.

إجرائيا: المواد الإعلامية هي المضمون الذي يستخدمه ديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية، بهدف توجيهه إلى الجمهور من خلال وسائل الإعلام المختلفة مثل التلفاز والإذاعة والصحف والمجلات والإنترنت. تشمل المواد الإعلامية المعلومات والأخبار والتحليلات والتعليقات والصور والفيديوهات والرسوم البيانية والرسائل الإعلانية والمزيد. تهدف هذه المواد إلى نقل المعلومات والتوعية والتسلية والإلهام للجمهور بشكل شامل.

6-المجلة الإلكترونية:

لغة: هي نسخة لا ورقية من المجلة أو صحيفة توزع إلكترونيا.

اصطلاحا :[9] ويعرفها ديفيد بولنجر وبرايان شاكل :David Pullinger & Brian Shekel بأنها: "المجلة الإلكترونية هي إدخال نصوص المقالات إلى الكمبيوتر ومعالجتها، ويتم نشرها إلكترونيا، لتظهر المقالة للقراء بشكل إلكتروني".

إجرائيا: هي نوع من وسائل الإعلام الرقمية التي تنشر محتوى متنوع على الإنترنت. تتضمن المجلات الإلكترونية مقالات، تقارير، مقابلات، صور، فيديوهات، وغيرها من المحتوى الإعلامي. يمكن للجمهور الوصول إلى هذه المجلات عبر الهواتف الذكية، الحواسب اللوحية، وأجهزة الكمبيوتر المحمولة، ويمكنهم قراءة المحتوى عبر الإنترنت

[8] عماد الدين تاج السر فقير عمر، مرجع سبق ذكره، ص43.

[9] موقع المنظومة العصرية للتكنولوجيا التعليمية، https://techm3lomat2012.blogspot.com/2012/12/blog-post_5653.html، تاريخ الدخول 2024/05/14.

أو تحميله وقراءته لاحقاً. تتميز المجلات الإلكترونية بتوفير محتوى متجدد بانتظام وإمكانية التفاعل ومشاركة المحتوى مع القراء عبر وسائل التواصل الاجتماعي والتعليقات.

الدراسات السابقة:

حسب اطلاعنا على الدراسات السابقة لم نجد أي دراسة تطرقت إلى موضوعنا، كل الدراسات الموجودة هي إطار دراسة حالة، لهذا لم نقم بإدراج أي دراسة في بحثنا.

صعوبات الدراسة:

إن من أبرز الصعوبات في موضوعنا ندرة الدراسات السابقة، مما استعصينا في البداية حول ضبط الإطار المنهجي. وطريقة معالجة الإطار التطبيقي، وكذلك قلة للمصادر والمراجع والكتب التي تتناول اعداد مواد وبرامج العلاقات العامة.

الفصـــل الأول:

مـــــــدخل الى العـــــلاقات العامة وبــرامجها

الفصل الأول: مدخل الى العلاقات العامة وبرامجها

تمهيد:

إن الاهتمام بالعلاقات العامة وتبوئها مكانة مرموقة داخل المجتمع بصفة عامة وداخل المؤسسة بصفة خاصة لم يأت عفويا، بل كان نتيجة نجاحها في تأديتها لوظيفتها، فقد ساهمت العلاقات العامة بدور مهم في حياة المؤسسة خاصة في توطيد العلاقة بينها وبين جماهيرها ، فالعلاقات العامة بهذا الدور الذي تقوم به، أصبحت وظيفة حيوية مهمة من وظائف المؤسسة الحديثة، تستلزم الاهتمام بها وكذا إعطائها مكانة داخلها، ولتدعيم هذا الاهتمام ارتأينا أن نتناول موضوع العلاقات العامة لإثرائه، ولتوضيح الوظائف الحقيقية لها، من أجل هذا تناولنا في هذا الفصل مبحثين وهما:

1) ماهية العلاقات العامة
2) ماهية برامج العلاقات العامة

المبحث الأول: ماهيـــة العـــلاقات العامـــــة

في هذا المبحث تناولنا ماهية العلاقات العامة وقسمناه الى أربعة مطالب أساسية تطرقنا فيهم الى مفهومها ونشاتها، وخصائصها، ومجالاتها، وأهميتها، وأهدافها.

1-مفهوم العلاقات العامة:

إن التعدد والتنوع في تعريفات العلاقات العامة، قاد الى حدوث خلط وعدم وضوح في المفهوم وإلى إبراز اتجاهات مختلفة كل منها يعمل على تحديد ماهية هذه الوظيفة بالطريقة التي يراها، حيث يعكس كل باحث مفاهيمه وأفكاره الخاصة في تعريف للعلاقات العامة وشرحه لموضوعاتها، لكن قبل التطرق لذلك نستعرض التعريف اللغوي لهذا المصطلح.

1.1-تـــــعريف العلاقات العامة لغة:[10]

نشير في بداية إلى آن مصطلح (Public Relation) له إشكالية في اللغة العربية عند ترجمته الدقيقة التي تعني العلاقات العامة مع الجماهير فكلمة (Public) لا تعني عامة (General) ولكن الجمهور، مما يجعل من المصطلح باللغة العربية مجالا للظن السيئ بهذه المهنة ويجعلها موطنا للطعن والتفسير على نحو يجعلها علاقات خاصة وغير مشروعة.

فالمفهوم الذي يرمز له مصطلح العلاقات العامة لا يتضح إذن، إلا إذا عرفا بدقة معناه اللغوي، والذي هو مكون من كلمتين: "العلاقات" و"العامة".

فكلمة "العلاقات" تعني: " الروابط والآثار المتبادلة التي تنشأ استجابة لنشاط أو سلوك مقابل، والاستجابة شرط أساسي لتكوين علاقات اجتماعية، وفي الواقع الاجتماعي قد تكون بين فرد وفرد أو بين الفرد والمجموع، وقد تكون هناك علاقات متبادلة بين الظواهر والنظم، وقد تكون العلاقات خارجية بين جماعات وجماعات أخرى.

أما كلمة "عامة" فيقصد بها الجماهير أو مجموعة الجماهير المختلفة التي يتصل عملها أو ترتبط مصالحها ونشاطها بالهيئة أو المؤسسة أو الشركة وفي معظم الأحيان يمكن القول إن هناك جمهور خاص لكل هيئة خدمات أو إنتاج ويتكون من مجموعة المتعاملين أو المستفيدين أو المهنيين بنشاط المؤسسة أو الهيئة أو الشركة.

[10] عبد الرحمن برقوق، **مدخل إلى العلاقات العامة**، ط1، دار الخلدونية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2010، ص44.

وعليه فقد عرفها "قاموس ويبستر" على أنها تنشيط العمليات الاتصالية وخلق الثقة بين شخص أو مؤسسة أو مشروع أو أشخاص آخرين، أو جماهير معينة أو المجتمع كله، من خلال نشر المعلومات التي تفسر وتشرح تنمية علاقات متبادلة وردود الفعل وتقويمها:

- العلاقات العامة هي الفن أو العلم الذي يستهدف تنمية الفهم المتبادل والثقة المتبادلة.
- درجة الفهم والثقة التي تتحقق بين فرد أو مؤسسة أو مشروع والجمهور وتطبيق الأساليب والوسائل التي تحقق هذه الدرجة.

نلاحظ من خلال هذا التعريف أنه لم يتم حصر نشاطات العلاقات العامة مع جمهور معين أو هيئة بذاتها، بل أنها وظيفة تمارس في كافة المؤسسات بغض النظر عن حجمها وعن طبيعة نشاطاتها.

2.1-تعريف العلاقات العامة اصطلاحا:

والتعريفات الكثيرة لهذا المفهوم والتي تزخر بها المؤلفات العلمية، بعضها يركز على العلاقات العامة كوظيفة إدارية ويركز البعض الأخر عليها كعملية اتصالية، وتعريفات أخرى ترى العلاقات العامة على أنها فلسفة اجتماعية للمؤسسات العاملة في المجتمع، العامة والخاصة، الربحية وغير الربحية، الإنتاجية والخدماتية.

نعرض بعض التعريفات لهذا المصطلح:

فقد عرف **ايفلي** العلاقات العامة من وجهة نظر التعريف المهني المخصص بانها مسؤولية كبرى تتطلب دراسة الأحوال السائدة والعمل على الإصلاح ثم إعلام الناس بالأمر. وبهذا فإن مهمتها مزدوجة تبدأ بدراسة اتجاهات الرأي العام ونصح الشركة بتنظيم خططها وتعديل سياستها لخدمة الصالح العام ثم إعلام الناس بما تقوم به الشركة من أعمال تهتم وتخدم مصالحهم.

وبهذا لابد أن تواكب التغير وتفيد منه بكفاءة كما تستخدم العلاقات العامة أيضا كنظام تنبؤ يساعد على التفكير بالتعرف على الاتجاهات وتوقعات وتستخدم في سبيل ذلك بحوث وأساليب وطرق وسائل الاتصال وفنونه على أسس أخلاقية لتحقيق هذه المهمات الأساسية.[11]

كما عرفت جمعية العلاقات العامة الأمريكية[12] العلاقات العامة بأنها نشاط أي صناعة أو إتحاد أو هيئة أو مهنة أو حكومة أو أي منشاة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور كالعملاء أو

[11] عبد الرحمن برقوق، مرجع سبق ذكره، ص45.

[12] مرجع نفسه، ص15.

الموظفين أو المساهمين أو الجمهور بوجه عام لكي تحور من سياستها حسب الظروف المحيطة بها وشرح السياسة للمجتمع.

وهذا التعريف كما يلاحظ حدد أن العلاقات العامة لا تقوم بمجرد بناء علاقات سليمة بين الجمهور والمنظمات فقط وإنما بتدعيم هذه العلاقات واستمرارها. كما أوضح أن العلاقات العامة تهتم بالجمهور بصفة عامة وليس بفئة معينة منه. وبين ديمقراطية الإدارة في تحرير سياسة المؤسسة حسب الظروف المحيطة بها، وشرح سياسة المؤسسة للمجتمع انطلاقا من أن المجتمع هو الذي أعطى للمشروع موطنا لنشاطه وبالتالي لزاما على الإدارة أن تعمل على مراعاة رغبات أفراد هذا المجتمع وتعمل على تقدمهم ورفاهيتهم.

ويذهب "**هربرتباوس**" إلى أن العلاقات العامة في أبسط معاينها هي بناء السمعة الطيبة والتي تحرص أية مؤسسة على تطويرها وتحسينها لدى جماهيرها، وتتعامل إدارة العلاقات العامة مع المؤسسة كما لو كانت كلا متكاملا، بحيث يكون لكل فرد وعضو عامل علاقات ومسؤوليات، في ظل نفوذ وقوة الرأي العام، وبذلك فان العلاقات العامة تمثل نظاما تعاونيا يؤكد على تصرفات المؤسسة كعضو صالح في المجتمع، وتتبدى مهمة العلاقات العامة في توجيه المؤسسة التوجيه السليم بما يحقق التوازن ما بين الإدارة وجهود العاملين والمتعاملين.

2-نـــشأة العـــلاقات العامـــة[13]:

بعد أن شرحنا معنى العلاقات العامة يجب علينا إلقاء نظرة سريعة على نشأتها وتطورها، على الرغم من أن العلاقات العامة بمفهومها العلمي لم تظهر إلا في القرن العشرين، إلا أن الباحث في التاريخ يجد أن العلاقات العامة كنشاط قد مورس منذ قديم الزمن، أي أن تاريخها يرتبط بتاريخ الإنسان ووجوده، لأن هذا الأخير يعد كائنا اجتماعيا بطبعه، لا يستطيع أن يعيش بمفرده، وعلى هذا الأساس نشأت علاقات بينه وبين الآخرين.

ولقد مرت العلاقات العامة بعدة مراحل، شهدت خلالها تطورا مذهلا، كما قسمها لنا دان:

المرحلة الأولى: مرحلة العلاقات العامة القديمة وتمتد من ثلاثينيات القرن التاسع عشر حيث كان تتم ممارسات اتصالية تعتمد على اتصال المباشر واتسعت لتشمل أغراض النشر والإعلان.

المرحلة الثانية: وهي مرحلة الدعاية والنشر تمتد من سنة 1930 حتى نهاية الحرب العالمية الأولى وصاحبها نشأة الطباعة، واتساع استخدام الإعلام لتسويق السلع واهتمام السياسيون للاتصال بالجماهير من الناخبين وبدأ

[13] عبد الرحمن برقوق، مرجع سبق ذكره، ص24.

مصطلح العلاقات العامة في النشأة والظهور وهي المرحلة التي أنشأ فيها "ايفي لي" مكتب لنشر وضع أسس للعلاقات العامة ومبادئها

المرحلة الثالثة: وهي مرحلة الاتصال بالاتجاهين وكانت ما بين الحربين العالميتين وظهور "إدوارد بيرنز" كأول أكاديمي يقوم بتدريس العلاقات العامة عام 1925 وإصداره عدة مؤلفات أكاديمية عن العلاقات العامة والرأي العام. كما شهدت هذه المرحلة ظهور الراديو والاستعانة باستطلاعات الرأي ونشأة مؤسسات أهلية للعلاقات العامة، كما شهدت هذه المرحلة أزمة اقتصادية عالمية، وأصبح الإعلام ضرورة ماسة لمتابعة الجماهير لتطورات عصرها.

المرحلة الرابعة: مرحلة الاتصال بالاتجاهين الحديثة والتي تمتد حتى اليوم ومنذ الانتهاء الحرب العالمية الثانية، وتتميز بازدهار الإعلان العلاقات العامة، وظهور التلفزيون وتطور العلاقات العامة بالتركيز على الرسالة ومضمونها وإعدادها ونشأة شركات العلاقات العامة كعلم في الجامعات والأبحاث والمؤلفات والدوريات العلمية.

ومن خلال هذا العرض التاريخي يتضح أن العلاقات العامة ظهرت منذ وجود الإنسان وكانت تتطور وتزداد تشعبا ودقة وتعقيدا مع تطور المراحل التاريخية التي مر بها الإنسان.

3-أســـس وأنـــواع العـــلاقات العـــامة:

1.3-أسس العلاقات العامة[14]:

تستند العلاقات العامة في أدائها على مجموعة من الأسس والمبادئ التي تسترشد بها، وتعتمد العلاقات العامة على المبادئ الأخلاقية ومن خلال تمسكها بتلك المبادئ تسعى إلى تحقيق ثلاث أهداف أساسية وهي جذب الانتباه، لكسب الثقة والمصداقية، تحقيق التفاهم المتبادل.

وتتمثل الأسس والمبادئ التي تعتمد عليها العلاقات العامة فيمايلي:

- **العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة:** إن أي مؤسسة يقوم نجاحها على أساس التفاهم والتعاون المتبادل بين المؤسسة وجميع الأفراد الذين يعملون فيها من جهة، وبين العمال فيها بينهم من جهة أخرى، فلا يعقل أن تحسن المؤسسة علاقاتها بالجمهور الخارجي وتترك جمهورها الداخلي على غير مايرام، وعليه يجب أولا وقبل كل شيء خلق روح الجماعة والتعاون بين أفراد المؤسسة، ليبدأ بعد ذلك توطيد العلاقات الحسنة بين المؤسسة وجمهورها الخارجي.

[14] عبد الرحمن برقوق، مرجع سبق ذكره، ص61.

- **مراعاة الصدق وإتباع الأسلوب العلمي:** من الضروري مراعاة الصدق وأمانة والتقيد بالعدالة والإخلاص في جميع الأعمال الموكلة للأفراد العاملين، كما يجب الالتزام في العلاقات العامة بالقيم الأخلاقية والأسلوب العلمي في جميع تصرفاتهم.
- **إتباع سياسة عدم إخفاء الحقائق** :تعتبر الصراحة وبث الأخبار الصحيحة من أسس العلاقات العامة، لأن سياسة عدم إخفاء الحقائق تقضي على كل الشائعات التي تضر المؤسسة، وتؤكد الثقة بين الجمهور والمؤسسة.
- **مساهمة الهيئة في رفاهية المجتمع:** تعتبر المساهمة في رفاهية المجتمع من طرف المؤسسة مسؤولية اجتماعية، لأن المؤسسة جزء من هذا المجتمع، وعليه فإنه يجب على إدارة كل مؤسسة أن تكون عضوا نافعا في المجتمع.
- **نشر الوعي بين الجماهير:** إن أكبر مهمة أوكلت للعلاقات العامة في شرح سياسة الدولة أو المؤسسة وكذا مخطط التنمية، وتوجيه الرأي العام وذلك من أجل دفع الجماهير للتعاون مع المؤسسة.
- **كسب ثقة الجماهير:** إن هدف العلاقات العامة لأي مؤسسة هو كسب ثقة الجماهير، وذلك من أجل تحقيق أهدافها.
- **تعاون الهيئة مع الهيئات الأخرى:** لا يمكن لأي هيئة أن تنجح وتحقق أهدافها إذا لم تتعاون مع هيئة أخرى، لأن أساس النجاح هو التعاون.

وتعتبر هذه العناصر السبع المبادئ والأسس الهامة للعلاقات العامة.

2.3-أنواع العـــــلاقات العـــامة:[15]

تتعدد أنواع العلاقات العامة حسب طبيعة النشاط والأهداف كما أنها مرتبطة بالوسائل والوسائط المستخدمة للوصول إلى الجمهور المستهدف وتتوزع حسب الباحثين الأنواع كالتالي:

أ- **العلاقات الإعلامية:** تعني العلاقات الإعلامية أنك تبني علاقات مع وسائل الإعلام من خلال المقابلات والبيانات الصحفية والمؤتمرات الصحفية.

[15] أحمد جبار، مرجع سبق ذكره، ص15.

ب- العلاقات المجتمعية: هذا تنشئ علاقة مع المجتمع المحلي، للحصول على الدعم العام، وإطلاق منتج جديد، وتعليقات العملاء، والاستجابة لبعض الأحداث مسؤولية اجتماعية تتجاوز المبيعات وجني الأرباح يعني إجراء جميع عمليات الأعمال التجارية التي تعود بالفائدة على المجتمع ككل.

ج-علاقات حكومية: يعني بناء علاقة مناسبة مع الحكومة المحلية لتنفيذ جميع العمليات بسلاسة وكفاءة، يمكن أن يكون قانونيا أو نقديا أو غير ذلك، الهدف هو أن تكون الحكومة في صفك.

3.3-مـــجالات العـــلاقات العـــامة:

إن نشاطات العلاقات العامة تطبق في جميع المجالات، وبصفة عامة فهي تطبق في كل من المجال السياسي ومجال الوزارات والدوائر الحكومية وكذلك مجال المنظمات العامة (العمومي) ومجال القطاع الخاص.

1-المـــجال السياسي:

ويتم تطبيق العلاقات العامة على مستوى الأحزاب السياسية في الدولة، وجماعات الضغط خصوصا في الدول التي تأخذ بالنظام الحزبي، حيث يكون للعلاقات العامة دور كبير في استقطاب الجماهير والتأثير عليهم بهدف الحصول على تأييدهم.[16]

2-المـــجال الحـــكومي

نشاط العلاقات العامة في المجال الحكومي يتمثل فيمايلي:

أ-الاهتمام بشؤون الموظفين الحكوميين.

ب-التعرف على توجهات الرأي العام، وتقييم الخدمات العامة لوظائفها المحددة، ومدى تلبيته الرغبات الجمهور.

ج-نشاط العلاقات العامة في هذه المنظمات يتمثل، وذلك في جميع المجالات الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية، والثقافية والدبلوماسية من أجل للوصول إلى مساندة الجماهير لها، ومشاركتهم المعنوية والمادية في البرامج التنموية الشاملة التي تخطط لها الحكومة بشكل مستمر، بهدف كسب الرأي العام لصالح السياسات الحكومية الداخلية والخارجية ككل.

د-العمل على دحض الشائعات، والتصدي للحملات الإعلامية المضادة، وإبراز الحقائق عن طريق مصارحة الجماهير.

---

[16] دلال بولقوس، مسعودة نويصر، **إسهام العلاقات العامة في تطوير الخدمات السياحية في فندق الجزيرة بجيجل**، مذكرة مقدمة ضمن نيل شهادة ماستر في العلوم التجارية وعلم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة جيجل،2013 -2014، ص29.

3-مـــــجال المـــنظمات الـــعامة والخـــاصة:

وتطبق العلاقات العامة في كل من:

أ-المنظـــمات العامة: حيث تعد المنظمات العامة أجهزة إدارية وهي تتم تعبن وعمن الاستقلال الإداري والمالي، ودور العلاقات العامة في هذه المنظمات يتمثل في إقامة علاقات جيدة مع الأطراف المتعاملة معها.

ب-مـــــجال القـطاع الـــخاص :ويشمل كل المنظمات الخاصة وشركات الأشخاص، وشركات الأموال، ودور العلاقات العامة يتمثل في إقامة علاقات جيدة مع المتعاملين مع هذه المنظمات وكذلك الشركات.

4-خصـــائص ووظـــــائف العلاقـــات العامة:

1.4-خصـــائص العـــــلاقات العـــامة:[17]

في ضوء تحديدنا لتعريف العلاقات العامة يمكننا القول بأن العلاقات العامة خصائص متميزة ويمكن ذكر من أبرزها:

1) هي وظيفة أساسية من وظائف الإدارة في أي مؤسسة شأنها التخطيط والتنظيم، والإدارة .
2) أنها وظيفة ذات أنشطة مستمرة
3) أنها وظيفة متميزة ذات طبيعة خاصة
4) أنها وظيفة اتصالية ذات تأثير متبادل
5) أنها علم وفن.
6) إنشاء وتدعيم علاقات طيبة تقوم على الفهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها وذلك من خلال نشاط مخطط ومستمر في الاتجاهين بهدف التعريف بها، وكسب ثقة وتأييد الرأي العام".
7) أن الهدف منها الفوز بثقة وتأييد الآخرين.
8) حتى يمكن لنشاط العلاقات العامة أن يحقق أهدافه لابد من القيام بنشاط ذو اتجاهين :الأول وهو من الخارج إلى الداخل والاتجاه الثاني وهو من الداخل إلى الخارج
9) تتسم عملية العلاقات العامة كنظام بالديناميكية
10) تعتبر عملية العلاقات العامة نظاما مفتوحا على البيئة الحيطة .
11) ترتبط ديناميكية هذا النظام بقنوات للمعلومات المرتدة

[17] علي الزعبي مروان بدر السمعيات، **إدارة العلاقات العامة (مدخل صناعة العلاقة العامة)**، د. ط، دار اليازوي العلمية للنشر والتوزيع، الاردن،2019، ص37.

12) تعتبر المعلومات المرتدة إيجابية إذا نجح نظام العلاقات العامة في تحقيق الرأي العام الايجابي نحو المنظمة.

13) تتمثل مدخلات نظام العلاقات العامة فيما يمكن أن يتوافر في البيئة المحيطة بالمنظمة من مظاهر وعناصر ومقومات.

14) **القصدية:** العلاقات العامة نشاط مخطط ومرسوم الأهداف وله تأثيراته الإيجابية في الوقت المحدد وبأسلوب معين مختار.[18]

2.4–وظـــائف العلاقــات العـــامة:[19]

يختلف المختصون من أكاديميين وممارسين للعلاقات العامة حول الأنشطة والوظائف التي يجب القيام بها داخل إدارة العلاقات العامة، لكن يتفق الكثيرون منهم حول مجموعة من الوظائف الأساسية للعلاقات العامة وهي البحث والتخطيط –التنسيق والتقويم .

1. **البحــث:** ويقصد بالبحث تلك الدراسات المتعلقة بقياس اتجاهات الرأي العام لجماهير المنظمة الداخلية منها والخارجية، وتقدير مدى نجاح الحملات والبرامج الإعلامية ووسائلها المختلفة بمقاييس إحصائية دقيقة .
2. **التــخطيط** :ويقصد به تخطيط سياسات العلاقات العامة ورسمها بالنسبة للمنظمة وذلك بتحديد الهدف، والجمهور المستهدف، وتصميم البرامج الإعلامية، وتوزيع الاختصاصات، وتحديد الميزانية، وتوزيعها على الأنشطة.
3. **الاتــصال:** ويقصد به القيام بتنفيذ الخطط المختلفة، والاتصال بالجماهير المستهدفة، وتحديد الوسائل الإعلامية المختلفة المناسبة لكل جمهور والاتصال بالهيئات والمؤسسات، والأفراد بهدف تحقيق أكبر تأثير في تلك الجماهير.
4. **التــنسيق:** تقوم العلاقات العامة بالتنسيق داخل أقسامها وبينها وبين الإدارات الأخرى في المنظمات والمؤسسات، وذلك للوصول إلى أعلى مستوى من الفاعلية بهدف تحقيق أكبر قدر ممكن من التآلف والانسجام.

---

[18] محمد براهيم فؤاد الخصاونة، **دور العلاقات العامة في تطوير أداء التلفزيون الأردني**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن،2021، ص22.

[19] نزار ميهوب، بطرس حلاق، **مقدمة في العلاقات العامة**، د.ط، جامعة دمشق، قسم الإعلام، دمشق، ص53.

1. **التـــقويم:** يقصد بالتقويم قياس النتائج الفعلية لبرنامج العلاقات العامة، والقيام بالإجراءات التصحيحية لضمان فعالية البرامج وتحقيقها لأهدافها.

ونستطيع من جانبنا ان نحدد وظائف العلاقات العامة فيمايلي:[20]

1. العناية الفائقة بتصوير الأسس العامة التي تقوم عليها المؤسسة التي تعمل فيها.
2. دعم الإتصال بين المؤسسة وغيرها من المؤسسات الأخرى.
3. تعريف الجماهير بالمؤسسة وشرح رسالتها وأهدافها.
4. مساعدة القيادات المهنية لكي تعمل معها لكي يكونوا قادرين على مسايرة التطور.
5. الحصول على المساعدات والخبرات من المؤسسات الأخرى.
6. رعاية القدرات الفردية والجماعية والمهنية وتوجيهها لخدمة المؤسسة.
7. تشجيع المؤسسة لخدمة المجتمع.
8. تعزيز المفهوم بأن العامل الأول للعلاقات العامة هو الشخص نفسه ومدى قربه للعلاقات العامة وبرامجها.
9. التنسيق بين مختلف الإدارات التي تضمها المؤسسة لتحقيق الإنسجام بينتها وبين البيئة الخارجية.
10. تحسين صورة المؤسسة لدى الجماهير الخارجية.

5-أهـــداف وأهمـــية العلاقـــات العامة:

1.5-أهداف العلاقات العامة:[21]

وقد حدد الباحثون العديد من الأهداف التفصيلية التي تسعى العلاقات العامة إلى تحقيقها في نطاق هدفها الرئيسي والتي تتشكل من مجموعة الجهود النظرية والعمليات التي تبذلها إدارات العلاقات العامة للوصول إلى كسب ثقة الجمهور حول المؤسسة أو الجهة التي تمثلها، نتناول من تلك الأهداف مايلي:

- ✓ تقديم المعلومات التي تنظم حركة العمل بالمؤسسات العامة والخاصة في الدول.
- ✓ تنسيق العلاقة بين المؤسسات والجمهور لخدمة المصالح المشتركة بينهما.
- ✓ تحقيق أفضل درجات الانطباع أو الصورة الذهنية لدى الجمهور تجاه المؤسسات.

[20] انعام حسن أيوب زاهر عبد القادر جميل، فارس محمد مقداد، مصطفى يوسف، **العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية**، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع الأردن ،2016، ص37.

[21] عماد الدين تاج السر فقير عمر، مرجع سبق ذكره، ص24.

- ✓ التأثير الإيجابي على الرأي العام حول أنشطة المؤسسات.
- ✓ دعم سياسات المؤسسة وتقبل الجمهور لها.[22]
- ✓ تنمية التفاهم المشترك والمتبادل بين المؤسسة والجمهور
- ✓ تقييم اتجاهات الجمهور والتنبؤ بها والاستجابة لها.
- ✓ تعزيز ثقة الجمهور بالمؤسسة.
- ✓ العمل كنظام تحذير مبكر يساعد الإدارة في اتخاذ القرارات.
- ✓ توسيع مجال خدماتها وأسواقها وتقبلها لدى جمهور أوسع.

2.5-أهمية العلاقات العامة:

مع تطور نمو المجتمع الإنساني الذي تجاوز كل توقع لا يزال يتقدم ويتوسع،وكان نتيجة هذا النمو تشابك المصالح الناس وتعقدت صلاتهم، وحددت عملية الاتصال بينهم،وأصبحت العلاقات العامة أهم عنصر في الإتصال بين الأفراد لهذا تبرر هنا أهمية العلاقات العامة فيمايلي:

- ✓ ازدياد اهمية العلاقات العامة باعتبارها من وسائل العلاج للمشكلات الإنسانية الناتجة عن التقدم التكنولوجي الذي كان له أثر في عدم الشعور بروح التألف بين العاملين فكانت العلاقاتمن أهم الوسائل لإزالة هذا الشعور والبحث عن الحلقة المفقودة.[23]
- ✓ جمع المعلومات وتفسيرها وتحليلها ووضعها في خدمة القرار في المؤسسة.
- ✓ كما تبدو أهمية العلاقات العامة كذلك في المؤسسات الخدماتية فقد تكون الخدمة التي تقدمها غير ضرورية بالنسبة للفرد أو قد يكون هناك بدائل لها، مما يصعب من دور العلاقات العامة.[24]
- ✓ وتزداد أهمية العلاقات العامة في المؤسسات العامة التي تعمل في ظل المجتمع الحقيقي فهي ضرورة لازمة لأية مؤسسة سواء كانت هذه المؤسسة حكومية أم تجارية أم اجتماعية.
- ✓ فهي تساعد على الإقامة والمحافظة على الاتصال والفهم والقبول والتعاون بين المؤسسات وجمهورها وتتضمن مشكلات أو موضوعات الإدارة.[25]

---

[22] صالح خليل أبو اصبع، **العلاقات العامة والاتصال الإنساني**، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن،2017، ص95.

[23] ورود عثمان شرباتي، **واقع إدارة العلاقات العامة في الضفة الغربية**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر،2011، فلسطين، ص16.

[24] بوعزة فتيحة، عباس وهيبة، **دور العلاقات العامة في الجذب السياحي**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر علم الاجتماع، كلية علوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيجل، 2015-2016، ص80.

[25] عبد الرحمن برقوق، مرجع سبق ذكره، ص26.

- ✓ العلاقات العامة توظف لتحقيق الاستجابة المنشودة للبرامج التنموية، التي يتم تطبيقها بالاستعانة بالوسائل الاتصالية والاستراتيجية الإقناعية.

المبحث الثاني: ماهية بـــــرامج العـــــلاقات الـعامة:

تناولنا في هذا المبحث ماهية برامج العلاقات العامة، وقسمناه الى أربعة مطالب أساسية تتضمن مفهومها، وأنواعها، وخصائصها، واهميتها، وأهدافها.

1-مفـــــهوم برامـــــج العـــــلاقات العامة:[26]

تعتبر برامج العلاقات العامة من أهم الموضوعات التي يقوم بها أخصائيو العلاقات العامة، فالبرنامج الناجح يكون وراءه أخصائي علاقات عامة ناجح، ملما بشكل كاف وفهم عميق بمفهوم العلاقات العامة وبالرسالة الإعلامية التي يتناولها البرنامج الناجح.

وتتنوع برامج العلاقات العامة من ناحية الصعوبة أو الجهد المبذول، فهناك البرامج البسيطة أو الخفيفة، مثل برنامج زيارة لموقع، أو برنامج ترحيب بضيف، أو برنامج تعريف بموضوع معين، وتتصاعد صعوبة البرنامج عندما تكون الرسالة واسعة أو متعددة الجوانب أو تغطي جمهوراً كبيراً، لأن مثل هذه البرامج تحتاج إلى أموال كبيرة، ووسائل إعلام متعدد لتغطيها ومن الأمثلة على ذلك: برامج العلاقات العامة التي توجه إلى الرأي العـام أو إلى مخاطبـة الجماهير لتغيير أفكارها المضادة حول مؤسســة أو منظمة ما.

ومن الأمثلة الــواقعية: ما قـامت به إدارة العلاقات العامة في الجيش الأمريكي أثناء حرب الكـورية وحرب فيتنام والآن في العراق وأفغانستان فهي تجلب لهم الفنانين والفنانات المعروفين، لكي يرفهوا عن المقاتلين ويحققوا قدراً من الترفيه والمرح والسرور بالرغم من أهوال الحرب والقتال، وكان لهذه البرامج أبلغ الأثر في رفع معنويات الأفراد والمقاتلين.

[26] زهير عبد اللطيف عابد، احمد العابد أبو السعيد، **إدارة العلاقات العامة وبرامجها**، ط 1، دار اليازوي العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص181.

2-أســس وأنــواع برامـــج العلاقـــات العامة:

1.2-أسس برامج العلاقات العامة:[27]

وأسس التي يجب أن تتوفر في البرنامج العلاقات العامة الناجح هي:

1. أن يتضمن معلومات لها مغزى: فقد أنقضى الوقت الذي فيه ينجذب الجمهور لأي حدث، حيث يتعرض لسيل جارف من الرسائل التي تحاول أن تجذب انتباهه، ولذلك نمت من عنده حاسة الانتقاء لما هو هادف ومحدد وعدم الالتفات لما هو دون ذلك. ولكي يكون للبرنامج مغزى فلا بد من توافر الشروط فيه منها:

أ- أن يتضمن شيئاً يفيد الجمهور ويمس مصلحته بشكل مباشر ومحدداً.

ب-أن يحتوي على شيء جديد وطريف مميز عن غيره من البرامج التي يتعرض لها الجمهور.

ج-أن يتناول كل الحقائق التي تؤيد دعوته، فالبرنامج الناجح هو الذي يجعل الجمهور يصل إلى النتيجة من الحقائق المعروضة في نفس لحظة وصول البرنامج إلى نهايته.

2. أن يكون البرنامج مؤثراً إلى أقصى مدى: فالعبارة الواضحة والصوت العذب هم مفتاح الاتصال وأساس استمراره وبدونهما يعرض الجمهور عن البرنامج مهما كان قوياً من الناحية المنطقية.
3. اختيار أفضل الوسائل الإعلامية لنقل الرسالة إلى الجمهور. وهذا يتوقف على عدة عوامل:

أ- الصفات الخاصة بالجمهور المستهدف.

ب-طبيعة الفكرة أو الموضوع المطروح من حيث درجة البساطة أو التعقيد.

ت-أهمية عامل الوقت بالنسبة للهدف المرجو تحقيقه من البرنامج.

ث-الإعلام المتاح داخليا وخارجيا.

ج- النفقات المالية التي تتطلبها الوسيلة ومدى ملاءمتها للهدف من البرنامج.

[27] مرجع نفسه، ص183.

2.2-أنــواع البـــرامج العـــلاقات الـــعامة:

قد يكون البرنامج إعلاميا أو تأثيرا أو ترفيهيا أو تثقيفيا وقد يجمع أيضا أكثر من وظيفة من هذه الوظائف، وهناك أيضا برامج الخدمات التي ترمي إلى تذليل العقبات والمساهمة في حل المشكلات التي تواجه الجماهير تحقيقا للدور الاجتماعي والإنساني للمنظمة ومن اهمها والشكل التالي يبين ذلك:[28]



الشكل 1: أنواع العلاقات العامة

1- برامـــج بسيطـــة ومحـدودة التأثير:[29]

وهي برامج لا تتعدى أهدافها سوى قدر محدود من الإنجاز أو إقامة علاقة معينة أو المحافظة على علاقة ذات قيمة معينة بالنسبة للمؤسسة.

2- البـــرامج الكبيرة والمتعددة الاتـــجاهات والتأثيـــر:

وهي تعني استخدام إمكانيات كبيرة نسبياً تتفق مع المواقف المعينة والمتطلبات التي تستدعي إقامة مثل هذه البرامج، والبرامج الكبيرة التي يشترك فيها عدد كبير من المتخصصين وذوي الخبرة الطويلة في العلاقات العامة، وقد يستعان فيه بمستشار للعلاقات العامة، وخاصة إذا كان البرنامج يستدعي استخدام أكثر من وسيلة من وسائل الإعلام لتحقيق أهدافه التي تكون في الغالب كبيرة، أي إقامة علاقات واسعة مع المجتمع مثل: دخول السوق لأول مرة، أو بلد، أو مجتمع معروف للمنشأة مثل: برنامج لإدخال الغاز إلى كل منزل.....الخ

3- البـــرامج الإعـلامية الهجومية:

[28] علي الزعبي، مروان بدر السمعيات، مرجع سبق ذكره، ص119.

[29] زهير عبد اللطيف عابد، احمد العبد أبو السعيد، مرجع سبق ذكره، ص184.

وهي غير مستحبة دائما ولكن يجلب إليها لمنع وقوع الضرر، أو منع الأخطار قبل وقوعها، كأن تتوقع منظمة أو شركة ما من أحد منافسيها استغلال موقف معين لتحويله إلى صالحة على حساب مصلحتها، وهنا يكون الهجوم مبرراً مثل: الدفاع عن النفس مقدماً قبل إن يبدأ الهجوم المتوقع وهنا يطبق المثل الشعبي: تغذى فيه قبل أن يتعشى فيك"، وتهدف البرامج الإعلامية إلى تكوين رأي عام مستنير مدرك للدور الذي تقوم به المنظمة في المجتمع.

4- البـرامج الإعلامية الدفاعية:

وهي البرامج التي تحتاج إلى الحيطة والحرص في المادة المستخدمة في الدفاع لأنها عادة ما تواجه برامج هجومية من مؤسسة منافسة، ومن أهداف هذه البرامج هو محاولة إزالة الآثار التي خلفتها الشائعات أو الدعاية والأكاذيب المضادة، معتمدة على كشفها وتعريفها وعرض الحقائق بدون تعديل أو إضافة حتى لو كانت بغرض زيادة كسب الآراء المؤيدة، ومعززاً بالأدلة والحجج والبراهين التي لا تقبل الشك أو الاجتهاد.

5- بـــــرامج الإعلام الداخلي:

وهي الموجه إلى الجمهور الداخلي في المنظمة ويتسم عادة بلغة الود موجهه من الإدارة العليا للمنشأة إلى جمهور العاملين مثل:

- النشرات الداخلية.
- عقد الاجتماعات الدورية مع العاملين.
- تقديم المسابقات بين العاملين وتغطيتها إعلامياً مثل الأنشطة الرياضية.

6- بـــــرامج الإعلام الخارجي:

تقوم برامج العلاقات العامة بوضع برامج للإعلام الخارجي تتناول نشرات أو كتيبات موجهه إلى جمهور معين، فمثلا: نجد برنامج الإعلام يستهدف توزيع نشرات دورية منتظمة عن أنشطة المنظمة، ومجالات التعاون معها والخدمات التي تقدمها لعملائها والمساهمين أو الأماكن التي يحتمل أن تصبح في وقت لاحق ضمن الجمهور العام الذي يتعامل معها.

3-خصـــائص برامـــج العـــلاقات العامـــة:[30]

يمكننا القول بأن للبرامج العلاقات العامة خصائص متميزة ويمكن ذكر من أبرزها:

- ✓ البرامج يجب أن تكون على البحوث العلمية على أساس أن هذه البحوث تساهم في قياس اتجاهات الرأي العام وبالتالي فهي تساعد أخصائي العلاقات العامة لمعرفة احتياجات الجمهور.
- ✓ التنوع في البرامج وهذا لتنوع حاجات الجمهور، المجتمع بتنوع حاجاته وعاداته أصبحت البرامج متنوعة وكثيرة وهذا لما فرضته ورسخته وسائل الإعلام التي أبدت الوقائع الحياتية.
- ✓ البرامج تكون محددة وواضحة بالنسبة للجمهور.
- ✓ الدقة في عرض البرامج مستمرة وغي متقاطعة (مثلا البرامج الموسمية فهذا النوع لا يأتي بنتائج فعالة، فالإستقرارية والتواصل يحقق الأهداف.
- ✓ البرامج لا يتم وضعها بطريقة عشوائية واعتباطية.

4-أهـــداف وأهميـــة برامـــج العـــلاقات العـــامة:

1.4-أهداف البرامج العلاقات العامة:[31]

- ✓ اكتساب مكانة في التنافسية وفرض منتوجاتها وكذا سيطرتها على السوق.
- ✓ كما تساهم برامج العلاقات العامة في زيادة نشاط المؤسسة وكذا تفعيل نشاط عمالها، لكسب رضا الجماهير وتأييدهم.
- ✓ إجراء جميع المعلومات ودراستها، إذ تحتاج الإدارة إلى معلومات وإحصائيات وأراء مختلفة من أجب تكوين برنامجها.
- ✓ فالإدارة لا تقدم معلومات للجمهور عن أعمالها فقط بل ترغب مقابل ذلك في الحصول على معلومات من الجمهور عن ردود الفعل لديه تجاهها كما تود الإدارة الوقوف على اتجاهات التحول في قيم وسلوك المواطنين.

[30] بوعزة فتيحة، عباس وهيبة، مرجع سبق ذكره، ص86.

[31] بوعزة فتيحة، عباس وهيبة، مرجع سبق ذكره، ص85.

2.4-أهمـــية البـــــرامج العـلاقات العامة:[32]

إذا عرفنا أن العلاقات العامة زادت أهمية في كافة المنظمات لأنها هي وحدها التي استطاعت وتستطيع على الدوام تحقيق حلم المجتمعات وسياستها في تحقيق الذات الإنسانية واحترامها من خلال الإجراءات التالية:

1-زيادة الاهتمام بالإنسان لدرجة تجعل من قوته وفاعليته هي الأساس في تطوير المجتمع.

2-الرعاية الإنسانية لجميع المواطنين واعتبار رفاهيتهم وتحقيق رغباتهم حق طبيعي لكل منهم، ويجب على كل المنظمات أن تعمل على تحقيقه من خلال ما تقدمه لهم من خدمات تلبي رغباتهم وتوافق احتياجاتهم.

لذلك إن وضع برامج ناجحا لأنشطة العلاقات العامة في المنظمة يعد ضرورة لا بد منها، من أجل إمكانية تحقيق ما تم ذكره عن طريق إيضاح اتجاهات المنظمة للجمهور المتعامل معها، وعن طريق أخذ اتجاهات ورغبات هذا الجمهور كأساس في إحداث التعديلات المناسبة بسياستها وخطط عملها، فوضع البرامج هي الوسيلة الوحيدة التي يمكن، من خلالها المنظمة تحقيق التكييف الإنساني اللازم بينها وبين الجمهور المتعامل معها وبين المنظمات الأخرى. هذا التكيف الذي يمكنها من بلوغ أهدافها ويحقق لها ولجمهورها العديد من الخدمات والمنافع ويكفل تحقيق العدالة والرعاية الاجتماعية ونشر الطمأنينة في نفوس جمهورها، التي هي بدورها تسعى جراء ذلك إلى زيادة التعاون والثقة والمحبة وحسن التعامل الذي يحقق لها النجاح والشهرة.

خـــلاصة الفـــصل:

مما سبق ذكره يتضح لنا أن العلاقات العامة تعتبر من الظواهر والمجالات المهمة التي لازمت البشرية منذ وجودها، وقد مرت العلاقات العامة بالعديد من التطورات والتغيرات على كافة المستويات والأصعدة أهمها تحولها من مجرد سلوك إنساني إلى علم متخصص له أسسه ومنطلقاته وأهدافه ومبادئه وفنونه ووسائله وأدواته وبرامجه وتقنياته.

[32] علي الزعبي، مروان بدر السمعيات، مرجع سبق ذكره، ص 117.

الفصـــل الثـاني:
إعداد وإنتاج مواد وبرامج العلاقات العامة

تمهيد:

إعداد وإنتاج برامج ومواد العلاقات العامة يتضمن مجموعة من الأنشطة التي تهدف إلى التواصل الفعال مع الجمهور المستهدف، سواء كان الجمهور المستهدف، عملاء، موظفين، مستثمرين، أو المجتمع بشكل عام، لذا سنحاول في هذا الفصل تطرق إلى إعداد وإنتاج مواد وبرامج العلاقات العامة وقسمناه إلى مبحثين وهما:

- ✓ إعداد وإنتاج مواد العلاقات العامة.
- ✓ إعداد وإنتاج برامج العلاقات العامة.

المبحث الأول: إعداد وإنتاج مواد العلاقات العامة

في هذا المبحث تطرقنا الى اعداد مواد وبرامج العلاقات العامة وذلك من خلال تقديم مفهوم اعداد وإنتاج والفرق بينهما، ومفهوم المواد الإعلامية، وانواعها، ومجلة العلاقات العامة.

1-مفهوم إعداد وإنتاج والفرق بينهما:[33]

يلاحظ أن هناك جدل واسع حول التقريب العلمي لهذين المصطلحين فالبعض يعتبر أنهما في الممارسة الإعلامية عملية واحدة، والبعض الأخر يعتبر كل من هاتين العمليتين-الإعداد والإنتاج تختلف عن الأخرى وان لكل واحدة منهما أسسها وطرقها في التنفيذ.

وبذلك تكون عملية الإعداد لمواد أو أنشطة أو برامج العلاقات العامة هي الشروع العملي في التجهيز لمكونات أو عناصر تلك المواد والبرامج الأنشطة، وقد تلزم عملية الإعداد هنا قطع خطوات عملية ابتدائية نحو تنفيذ أو إنتاج البرامج لكن في العموم هي عملية الاستعداد العملي بتوفير كافة متطلبات الأنشطة والمواد والبرامج الخاصة بالعلاقات العامة.

أما عملية التنفيذ أو الإنتاج فهي الاستفادة من العناصر والمكونات التي تم تجهيزها والخروج بالأشكال النهائية للأنشطة والبرامج، وقد يكون التنظير في هذا الجانب صعباً لكن المسألة تكون أكثر وضوحاً من خلال الممارسة العملية لأنشطة العلاقات العامة حيث يشعر الممارسين لها بالحدود الفعلية بين كل من عمليتي الإعداد والإنتاج

2- مفهوم مواد الإعلامية:[34]

لكن قبل أن نشرع في توضيح الدلالة العلمية للمواد الإعلامية في مجال العلاقات العامة يجب أن نعرج على مصطلح علمي ذو علاقة وهو " المجالات الإعلامية" الذي يشار به إلى الأنواع المختلفة للمواد والأنشطة الإعلامية المقروءة والمسموعة والمرئية والتفاعلية، لأن العلاقة بين مجال الإعلامي والمادة الإعلامية كالتي بين الأب والابن حيث أن" المواد" الإعلامية الخاصة بالعلاقات العامة تخرج من رحم "المجال" الإعلامي أي أن كل نشاط أو برنامج "مادة" للعلاقات العامة يكون ضمن إحدى "مجالات" الإعلام المعروفة، فالمواد الإعلامية يقصد بها كافة الأنشطة والبرامج التي تعدها إدارات وأقسام العلاقات العامة للتأثير على الجمهور المستهدف، ويتم

[33] عماد الدين تاج السر فقير عمر، مرجع سبق ذكره، ص42.

[34] مرجع نفسه، ص43.

إعدادها أو تنفيذها وفقاً للتناسب بين هدف العلاقات العامة والمجال الاتصالي أو الإعلامي الذي يصلح لتحقيق الهدف.

3-أنواع مواد الإعلامية:

يمكن تصنيف مواد الإعلامية إلى نوعين رئيسيّن هما:

1.3-مواد الإعلامية المطبوعة: يُستخدَم الورق والحبر والطابعة لعرضها، ومن أهمّ هذه المواد:

1-الصحف والجرائد: تُعدُّ الصحف والجرائد المنشورة في كل دولة مثالاً واضحاً على دور الإعلام وأهميّته في بثِّ الأخبار بأنواعها، سواءً العالميّة أو الإقليميّة أو المحليّة. والجريدة أو الصحيفة يُخطُّ بداخلها مادّةً معروضةً بطريقة إعلاميّة فنيّة تحوي الخبر، وتعرض تحليلاته، وتحوي المقالات وآراء الأدباء والكتّاب، بالإضافة إلى زوايا كثيرةٍ أخرى كالإعلانات.

2-المجلات:[35] هي من الوسائل الإعلانية المطبوعة التي تحظى بجمهور معين من القراء يختلف باختلاف نوع المجلة ومحتوياتها والفئة الموجهة إليها وعادة تحتوي المجلات على العديد من الموضوعات المصورة والتحقيقات والقصص بهدف تقديم تحليل وتفصيل أكثر لكل موضوع من الموضوعات .إن وظيفة المجلة تختلف عن وظيفة الصحيفة، فهي لا تعنى بنشر الأخبار اليومية، وإنما لها وظيفة سياسية اجتماعية أو دينية قوم بها، وغالباً ما تكون الصحف يومية، أما المجلات فغالباً ما تكون أسبوعياً أو شهرياً أو سنوياً، وللمجلات شأن خطير إذ يتوفر لديها الوقت الكافي لتعمق الموضوعات، ولتعالجها بطريقة.

وهناك نوعين من مجالات:

1- **مجالات الورقية:** هي دوريات في الغالب تنشر معلومات ومقالات في مجالات متعددة تناسب مختلف الاهتمامات، يتم كتابة محتواها وتصميمها بشكل براق ثم طباعتها وتوزيعها.

2-مجالات إلكترونية: هي عبارة عن مقالات وأبحاث في اختصاصات متنوعة أو محددة يتم نشرها إلكترونياً بعد كتابتها وتنسيقها من قبل المختصين على الحاسب، ويكون للمجلة غلاف مصمم خاص بها، تسهل على القراء إمكانية تصفحها في أي وقت والتنقل بين المقالات بسهولة، ويتم ربط المقالات بكلمات مفتاحية تساعد

[35] محمد الخضر، **مقدمة إلى العلاقات العامة والإعلان**، د.ط، جامعة دمشق، كلية الإعلام، دمشق، ص29.

الرواد من الوصول إليها عن طريقة خانة البحث.

2.3 –المواد الإعلامية غير المطبوعة:

تصنّف إلى وسائل مسموعة ومرئيّة وإلكترونية، حسب الأداة الإعلاميّة التي تعرضها، ومنها :

1–التلفاز: يُعدّ التلفاز من أهمّ أحدث أدوات ووسائل الإعلام المُؤثّرة، ومن الوسائل التي يصعُب تركها والاستغناء عنها؛ لكونه يتمتّع بجماهيريّة كبيرة لدى الناس، ولقوّته في الرأي العام في المُجتمع.

2–المذياع أو الراديو: يُعدّ المذياع من وسائل الإعلام المسموعة لعدم رؤية الجمهور لمن يذيع الخبر، وعلى الرغم من عدم تحقُّق الرؤية إلّا أنّ السّمع يُحقّق التواصل بين المُذيع والمتُلقّي.

3–الإنترنت :تُعدّ شبكة الإنترنت من أحدث وسائل الإعلام في العالم، وتجمعُ بين الصّفات المكتوبة والمسموعة والمرئيّة والإلكترونيّة، حيثُ يُمكن للشّخص أن يتصفّح المواقع المُختلفة بكل سهولة، ومن الجدير بالذّكر أنّ شبكة الإنترنت خرجت للعالم لأول مرة عام 1969م ،وأحدثت شبكة الإنترنت ثورةً كبيرةً في عالم الإعلام والاتّصال نتيجةً لانتشاره الكبير في كلّ العالم، وساعدت في ربط العالم كلّه تحت فضاءٍ واحد، ممّا أتاح المجال لتبادل الثقافات والأفكار، وساهم هذا كلّه في جعلِها أفضل وسائل الإعلام في ربط الأفراد والجماعات وتحقيق تواصلهم.

4–مجـــلة العلاقات العامة او المنشاة:

1.4–تعريفها:

تعد المجلة بشكل عام إحدى أنواع الوسائل الاتصالية المقروءة وهي عبارة عن فكرة متطورة للأشكال الصحفية أو الصحافة المطبوعة، وتتميز المجلة في تعريفها بأنها محتوى صحفي محفوظ بغلاف مخصوص يكون دائماً أكثر قوة أو سماكة من الأوراق الداخلية، كما تشبه المجلة من ناحية إخراجية في قطعها أو حجمها شكل الكتاب وتتسم مانتها بالتركيز على عناصر الإخراج خاصة الألوان والصور وتتميز موضوعاتها بعدم الحالية كما في الصحف لأن المجلة تصدر بشكل دوري ليس يومي وإنما أسبوعي أو شهري أو ربع سنوي أو نصف سنوي أو سنوي.

2.4–اعتبارات يجب مراعاتها استعداداً لإصدار مجلة المنشأة:

- ✓ تحديد رسالة المجلة وغاياتها
- ✓ تحديد الجمهور ودراسة احتياجاته .
- ✓ دراسة المجلات المشابهة

- ✓ اختيار اسم المجلة وشعارها
- ✓ تحديد دورية الصدور .
- ✓ الاستقرار على السياسة التحريرية.
- ✓ وضع التصميم الأساسي للمجلة.
- ✓ اختيار النظام الإنتاجي للمجلة.
- ✓ اختيار الكادر البشري المؤهل وتوزيعه على الأقسام المختلفة
- ✓ وضع الميزانية التقديرية وحساب التكاليف
- ✓ توفير المقر والتجهيزات التكنولوجية المختلفة للإصدار
- ✓ وضع خريطة تنظيمية للمجلة .
- ✓ وضع الجدول الزمني للإصدار .
- ✓ إصدار الأعداد التجريبية .
- ✓ تحديد موعد نهائي وإصدار العدد الأول.

3.4-السمات العامة لمجلة المنشأة:

- ✓ لا تباع وتوزع في الغالب مجاناً.
- ✓ تتحمل كلفة إصدارها المنظمات .
- ✓ تسعى إلى تحقيق أهداف العلاقات العامة.
- ✓ .تنشر فقط المواد والإعلانات ذات العلاقة بالمنظمة.
- ✓ .تعتبر من أكثر وسائل الاتصال في العلاقات العامة انتشاراً .
- ✓ تعتبر أقدم وسائل الاتصال في العلاقات العامة.

4.4-السمات الإخراجية لمجلة المنشأة:

- ✓ أنها مطبوع ذو غلاف.
- ✓ في الأغلب تصدر المجلة بحجم الـA4 .
- ✓ تصدر بشكل دوري وتختلف عن الصحيفة والكتاب في شكل الإخراج.
- ✓ تأخذ من الكتاب عمقه ومن الصحيفة تنوع مادتها.
- ✓ تلفت الانتباه باستخدام مزيد من العناصر الإخراجية (حروف–صور– ألوان).

5- أهداف مجلة المنشأة:

- ✓ شرح وتفسير الأخبار واجهة الشائعات وسوء الفهم.
- ✓ بناء الولاء، خلق الشعور بالانتماء.
- ✓ تفسير السياسات والتعليمات .دعم وتأسيس أنظمة للمقترحات.
- ✓ ترويج مبادئ الصحة والسلامة
- ✓ ترويج نشاطات العاملين والإعلام عنها .
- ✓ ترويج منتجات المنظمة.

المبحث الثاني: إعداد وإنتاج برامـــج العـــلاقات العامة

تطرقنا في هذا المبحث الى اعداد وانتاج برامج العلاقات العامة، وقسمناه الى أربعة مطالب تناولنا فيهم مواحل وخطوات اعداد وبناء برامج العلاقات العامة، وأسـس وأهـداف التخـطيط لبـرامج العـلاقات العـــامة، ومعوقات التخطيط، واهمية واهداف التقويم.

1-مراحل وخـــطوات إعداد وبناء برامج العلاقات العامة:[36]

تتوقف كفاءة التخطيط للبرنامج على دقة الإعداد والتسلسل المنطقي في ترتيب خطواته.

ومن بين هذه خطوات هي:

أولا: البحث عن الحقائق وجمعها:

إن اتخاذ القرارات وسلامتها من قبل الإدارة يتوقف على دقة المعلومات التي تجمعها من المشكلة موضع القرار، ويمكن معرفة أدق المعلومات اللازمة لإعداد برنامج من خلال الأمور التالية:

- ✓ البحث الحقائق.
- ✓ الاعتماد على الاستقصاءات المختلفة عن الرأي العام.
- ✓ الدراسة اللازمة الميول العامة والاتجاهات.

[36] زهير عبد اللطيف عابد، مرجع سبق ذكره، ص194.

ثانياً: التخطيط وتحديد الأهداف:

أن التخطيط المسبق لبرامج عمل العلاقات العامة يعد من أهم مقومات نجاحها.

ثالثاً: تحديد الوسائل:

وهي تشمل على العناصر الأساسية لعملية الاتصال نذكر منها:

- ✓ تحديد الغاية والهدف من عملية الاتصال بدقة ووضوح.
- ✓ تحديد فئات الجمهور التي سيتم التعامل معها.
- ✓ وضع البرنامج التنفيذي المتوقع بناء على نتائج عملية الاتصال.
- ✓ اختيار الأسلوب الأمثل لعملية الاتصال.

رابعاً: تحديد الميزانية العامة للبرنامج:

والتي تشمل على كافة الموارد اللازمة والتي تكون متوازنة مع أهداف المنظمة.

خامساً: توزيع الأدوار على المنفذين:

- ✓ دور العلاقات العامة وأخصائيوها وموظفوها.
- ✓ دور الموظفين في المنظمة والعمل على برمجته وعدم تركه للاجتهاد الشخصي.
- ✓ دور المتطوعين الذي يمكن تجنيدهم من داخل المؤسسة وخارجها.
- ✓ دور المنظمات الأهلية والحكومية ذات الصلة بنشاط المنظمة.

سادساً: تنفيذ البرنامج:

وذلك من خلال الأتي:

- ✓ تصميم جدول زمني يشمل كافة الموضوعات والمواد الموزعة بشكل دقيق.
- ✓ تحديد من سيقوم بعملية التنفيذ وماهي الوسائل المستعملة.
- ✓ تنظيم أسلوب المتابعة بما يضمن مصاحبة عمليات التنفيذ.
- ✓ التزام البرنامج بالأسس العلمية.
- ✓ تأثير الموضوعات على الفئات الجماهير.

سابعاً: تقويم ومراجعة البرنامج:

يعني التحري عن الأخطاء ونواحي الضعف والقصور التي تشوب عملية التنفيذ، والعمل على تلافها وتصحيحها وتعديلها بالشكل المطلوب، ولذلك يعد التقييم في مجال العلاقات العامة عملية إيجابية يتوقف نجاحها على الغاية العليا التي تسعى إليها المنظمة ألا وهي الاحتفاظ بجماهيرها، وبالتالي استمرار وجودها ووقوفها قوية في وجه المنظمات المنافسة لها.

2-أســس وأهــداف التخــطيط لبــرامج العــلاقات العـــامة:

1.2-أسس تخطيط لبرامج العلاقات العامة:[37]

هناك بعض الأسس والمبادئ التي يجب مراعاتها في عملية التخطيط أهمها:

- ✓ يجب أن يكون التخطيط للعلاقات العامة متماشيا مع التخطيط القومي الشامل في جميع المجالات، كما يجب أن يتماشى مع احتياجات الجمهور الحقيقة ورغباته وأفكاره وكذا أهداف المجتمع.
- ✓ أن يستند التخطيط لبرامج العلاقات العامة إلى الدراسة المنظمة والبحوث العلمية.
- ✓ أن تستند التخطيط لبرامج العلاقات العامة على المبادئ الأخلاقية والإنسانية (الصدق، الأمانة....).
- ✓ اختيار وسائل الإعلام المناسبة والتي لها فاعلية في التأثير على الجمهور.
- ✓ أن يكون التخطيط لبرامج العلاقات العامة حيويا متدفقا ومستمرا ومرنا ولابد من مراجعته بانتظام وذلك لتجديده حسب الظروف
- ✓ يجب أن يشارك في عملية التخطيط جمع أفراد المؤسسة وذلك حتى يشعروا بالالتزام التي شاركوا في وضعها.
- ✓ يجب ان يترجم التخطيط للعلاقات العامة إلى برامج تنفيذية واستراتيجيات وتكتيكات، وهذه البرامج يمكن أن تكون وقائية لصيانة المؤسسة من الأخطار والصعوبات التي توجهها، كما يمكن أن تكون علاجية لحل المشكلات والأزمات التي تواجه المؤسسة.

2.2-أهداف التخطيط لبرامج العلاقات العامة:[38]

- ✓ بناء برنامج متكامل تتضافر فيه الجهود الكلية للإنجاز أنشطة محددة تؤدي إلى هدف محدد.
- ✓ ضمان حسن العلاقات بين المجموعات الثلاث هو أمر بالغ الأهمية في أي مؤسسة صناعية.

---

[37] عبد الرحمن برقوق، مرجع سبق ذكره، ص106.

[38] بوعزة فتيحة، عباس وهيبة، مرجع سبق ذكره، ص96.

- ✓ تحسين العلاقات وتسيير سبل الاتصال بين ثلاث مجموعات رئيسية هم المستهلكون، أصحاب رؤوس الأموال (حملة الأسهم)، ثم العاملون في المؤسسة.
- ✓ القدرة على التعرف على المتغيرات البيئية ووضع خطة لمواجهتها والتكيف معها.
- ✓ الترويج لسلعة أو إنتاج ما بين جمهور المستهلكين في عالم تشتد فيه المنافسة يوما بعد يوم.

3-معـــوقات التخطيـــط لبرامـــج العلاقات العامة:[39]

هناك بعض العقبات ومعوقات التي تعترض العاملين في إدارة العلاقات العامة وبرامجها، وعليهم أن ينتبهوا لها، ونذكر أهمها:

- ✓ عدم اعتراف الإدارة بعض المؤسسات بإمكانية الأخذ التخطيط في ممارسة أنشطة العلاقات العامة.
- ✓ افتقار إدارة برامج العلاقات العامة في بعض المؤسسات إلى المواقف الصريحة على الأهداف التي تضعها والتي تتطلب تنفيذ أنشطة محددة بإمكانيات وطاقات معينة في مدى زمني محدد.
- ✓ شعور بعض رجال العلاقات العامة بافتقارهم إلى الوقت الذي يضيع تحت ضغط العمل اليومي بمشكلاته المتجددة.
- ✓ الإحباط الذي يتعرض له رجال العلاقات العامة داخل المؤسسة نفسها خلال محاولاتهم لتبادل الجهود والتنسيق مع الإدارات الفرعية.
- ✓ نظرة بعض رجال العلاقات العامة للنشر باعتباره الهدف النهائي والقيمة الفعلية لنشاط العلاقات العامة بالمؤسسة.
- ✓ عمليات التخفيض المستمر لميزانية العلاقات العامة في كثير من المجتمعات، ومن بينها مصر بدعوة "ترشيد الإنفاق" أو تخفيض المصروفات دون إدراك لدور العلاقات العامة بمفهومها الصحيح في ترشيد الإنفاق وزيادة الإنتاج.
- ✓ لكي تخاطب جمهور واجب أن تكون ذات خبرة وكفاءة (التراكم المعرفي هو الذي يكون الخبرة تمارس فيه مهارات اتصالية)، كلما قلت الخبرة يصعب من فعالية البرامج ويقلل من عملية التخطيط.
- ✓ مفاهيم خاطئة على العلاقات العامة وبرامجها.
- ✓ اختلاف طريقة التعامل بين جيل والجيل القادم (فهم يتميزون بالشرود الذهني).

[39] عبد الرحمن برقوق، مرجع سبق ذكره، ص112.

4-أهـداف وأهميــة تقويــم بــرامج العــلاقات العــامة:[40]

1.4-أهداف تقويم برامج العلاقات العامة:

يهدف التقويم في مجال العلاقات العامة إلى إمداد الإدارة بالمعلومات التي تفيد في الإجابة على التساؤلات التالية:

- ✓ ما دلالات هذه النتائج من لناحية الكيفية التي توضح أثار هذه الأنشطة على صورة المنظمة.
- ✓ ما الذي قامت به برامج العلاقات العامة من أنشطة لتحقيق الأهداف الموضوعية في خطتها.
- ✓ ما النتائج الكمية التي حققها برامج العلاقات العامة.

فعملية التقويم في مجال العلاقات العامة تهدف إلى التعرف على مدى تحقيق البرامج لأهدافها.

4-2-أهمية تقويم برامج العلاقات العامة:

تكتسي عملية تقويم برامج العلاقات العامة بالمؤسسة أهمية بالغة فهي تساهم في:

- ✓ التأكد من دقة وسلامة الأهداف الموضوعة.
- ✓ التأكد من سلامة الخطط وفاعليتها وأوجه القوة والضعف فيها.
- ✓ التأكد من مناسبة طرق التي اتبعت في التنفيذ برامج العلاقات العامة.
- ✓ مقارنة النتائج الفعلية للإنفاق المالي على العلاقات العامة.
- ✓ التعرف على الصعوبات التي صادفت إدارة العلاقات العامة في تنفيذ خططها.

خلاصة الفصل:

في ختام هذا الفصل نستخلص أن إعداد وإنتاج برامج ومواد العلاقات العامة هو عملية معقدة تتطلب فهما عميقا للجمهور المستهدف وأهداف المؤسسة، باستخدام الاستراتيجيات المناسبة والمواد الإعلامية الجيدة، يمكن للمؤسسات بناء علاقة ايجابية ومستدامة مع جمهورها، مما يسهم في تحقيق النجاح والنمو المستدام.

[40] بوعزة فتيحة، عباس وهيبة، مرجع سبق ذكره، ص97.

الفصـــل الثالث:
بطاقة فنية لديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية

تمهيد:

ان برامج العلاقات العامة تلعب دورًا حيويًا في ديوان مؤسسات الشباب، حيث تعمل على بناء وتعزيز العلاقات بينه وبين جمهوره وتحقيق التواصل الفعال والإيجابي وتساهم هذه البرامج في توعية الجمهور حول أنشطته وفعالياته وأخباره، وتعمل على الترويج لها ، وتشجع على التفاعل الاجتماعي وبناء شبكات علاقات قوية تدعم النوايا الإيجابية تجاه المؤسسة وتعزز التعاون المجتمعي، لذلك سنحاول في هذا الفصل التطرق إلى مفهوم ديوان مؤسسات الشباب ومهامه، وبرامج العلاقات العامة الخاص به.

المبحث الأول: ديـــوان مؤســسات الشــباب لولاية المدية.

في هذا المبحث تناولنا تعريف ديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية ومهامه ونشاطاته ومصالحه وهياكله ومنشاته.

1-تعـريفه: [41]

طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 07 – 01 المؤرخ في 06 جانفي 2007 المتضمن تحويل مراكز إعلام وتنشيط الشباب إلى دواوين مؤسسات الشباب للولاية.

" **الديوان هو مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي** ".

يتوفر الديوان لأداء مهامه على أكثر من 75 مؤسسة شبانية تنشط تحت إشرافه وهي ملحقات تابعة له وهي: «دور الشباب – بيوت الشباب – المركبات الرياضة الجوارية – المراكز الثقافية –القاعات المتعددة الخدمات– مراكز التسلية العلمية – مخيمات الشباب ".

2.مهـــام الديـــوان المنوطة به:

- ✓ يتولى الديوان مهام ضمان تنفيذ برامج الإعلام والاتصال والإصغاء والتنشيط الاجتماعي والتربوي والإدماج في أوساط الشباب وكذا تسيير مؤسسات الشباب التي تشكل ممتلكاتها وصيانتها وحفظها.
- ✓ تنظيم النشاطات الاجتماعية التربوية والثقافية ونشاطات التسلية اتجاه الشباب وتنشيطها وتسييرها.
- ✓ تنظيم نشاطات الهواء الطلق والسياحة التربوية للشباب وتشجيعها.
- ✓ تنظيم تظاهرات ثقافية وعلمية.
- ✓ تقديم المساعدات التقنية للشباب لإنجاز مشاريعهم.
- ✓ المساهمة في ترقية التدابير المعدة لفائدة الطفولة.
- ✓ تشجيع لقاءات الشباب في إطار المبادلات الوطنية والدولية والزيارات ودراسات الوسط.

[41]:نقلا عن وثائق داخلية خاصة بديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية.

- ✓ وضع في متناول الشباب المعلومات التي من شانها توجيههم وتسهيل إدماجهم في الميادين الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.
- ✓ تنظيم أعمال الوقاية العامة والتربية الصحية والإصغاء النفساني والتربية الصحية والإصغاء النفساني لفائدة الشباب وتطويرها. القيام بكل التحقيقات والدراسات وسبر الآراء المرتبطة بمجال تدخلها.
- ✓ المساهمة في تطوير النشاطات الجوارية وترقية الحركة الجمعوية في أوساط الشباب ومرافقتها.
- ✓ إعداد بنك للمعطيات يحتوي على المعلومات التي من شأنها أن تهم الشباب في كل ميادين الحياة الاجتماعية ووضع نقاط الإعلام عبر كل مؤسسات الشباب.
- ✓ تنفيذ كل تدبير يمكن من تطوير الإعلام والاتصال اتجاه الشباب بالتنسيق مع القطاعات الأخرى والمؤسسات.
- ✓ ضمان سير مجموع مؤسسات ومنشآت الشباب وتسييرها وصيانتها وحفظها.
- ✓ ضمان تسيير كل منشآت الشبيبة المرتبطة بنشاطات القطاع التي قد تسندها إليها لسلطة الوصية. تنظيم واحتضان تربصات التكوين والتجمعات.

- إعلام الشبيبة وتوجيهها وتنشيطها، وبهذه الصورة فهو مكلف بتحقيق الاتصال الفعال مع المؤسسات، كما يضع تحت تصرف الشباب ما يلي:
- توفير وسائل ملائمة (معلومات) تساعد على إدماج الشباب في الميادين الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.
- ينظم وينشط لقاءات تربوية ترويحية، تظاهرات ثقافية علمية ويتولى تسييرها.

- ✓ وبناءا على هذه البنود فإن الديوان تحت وصاية وزارة الشباب والرياضة ومهامه تتعزز بتعليمات وزارية تضفي رؤية جديدة لما يمليه الواقع المعاش في ظل التطور التكنولوجي والثقافي والاقتصادي التي مس البنى الاجتماعية ناهيك عن الاحتياجات التي تفرض على القطاع أن يتجاوب معها
- ✓ ويسعى جاهدا إلى إيجاد سبل كفيلة للتكفل بها.

3-مصالح ديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية وهياكله:

1.3-مصالح ديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية:

1.1.3-مصلحة التنشيط والاتصال والحياة الجمعوية: تعتبر العصب الرئيسي للديوان، نظرا للمهام الموكلة لها، فهي تشرف من جهة على فرع الإعلام والاتصال (فضاء الاستقبال والتوجيه) المشكل أساسا من بنك للمعلومات وخلية الإصغاء والوقاية صحة –شباب وخلية السمعي البصري، وتتولى الإشراف والتنسيق في مختلف العمليات والأنشطة التي تقوم بها الملحقات.

2.1.3-خلية الإصغاء والوقاية «صحة –شباب":

يرتكز دور الخلية على الإصغاء النفسي للشباب الذين يعانون من مشاكل نفسية واجتماعية عاطفية، جنسية، دراسية، أسرية ومساعدتهم على تجاوز تلك المشاكل من خلال الإدماج الاجتماعي والإرشاد النفسي من خلال المقابلات الفردية والجماعية، يشرف عليها أخصائيون نفسانيون، لها 14نقطة استماع موزعة على مؤسساتنا الشبانية.

3.1.3-دور الخلية: يتمثل دور الخلية في:

- ✓ السهر على الصحة النفسية والذهنية للشباب.
- ✓ العمل على التوجيه الحسن للشباب في دراستهم وأماكن عملهم.
- ✓ مساعدة الشباب للتغلب على مشاكلهم بصفة عامة مع إعطاء الدعم والتوجيه التربوي الحسن للعائلات بهدف التكفل الحسن بأطفالهم.
- ✓ إعلام وتحسيس الشباب حول العواقب الوخيمة الناتجة عن تعاطي المخدرات الكحول، والأمراض المتنقلة عن طريق العلاقات الجنسية...؛

4.1.3-خليـــة السمعـــي البصري:

هي خلية مهمتها التغطية الإعلامية لمختلف التظاهرات الرياضية والوطنية والدينية، يؤطرها مختصون في السمعي البصري، ولها دور في حفظ وإنجاز وتسجيل كل النشاطات والعمليات التي ينجزها الديوان، وذلك لاستغلالها

والاستفادة من مضامينها، كما تساهم في حفظ المادة الإعلامية (صور، نشاطات ...) لتكون أرشيفا هاما للديوان، وإعداد وتصميم دعائم إعلامية يمكن إحصائها كمايلي: المطويات والملصقات الإشهارية والروبرتاجات.

يشرف على خلية الإصغاء والوقاية صحة –شباب مختصون نفسانيون، وطبيب عام، إضافة إلى نقاط الاستماع الموزعة على مؤسساتنا الشبانية وهي تقدر بـ 11 خلية للإصغاء.

دور خلية الشباب يرتكز على الإصغاء النفسي للشباب الذين يعانون من مشاكل نفسية واجتماعية عاطفية، جنسية، دراسية، أسرية ومساعدتهم على تجاوز تلك المشاكل من خلال الإدماج الاجتماعي والإرشاد النفسي.

1.4.1.3–دور الخلية: يتمثل دور الخلية في:

- ✓ السهر على الصحة النفسية والذهنية للشباب.
- ✓ العمل على التوجيه الحسن للشباب في دراستهم وأماكن عملهم.
- ✓ مساعدة الشباب للتغلب على مشاكلهم بصفة عامة مع إعطاء الدعم والتوجيه التربوي الحسن للعائلات بهدف التكفل الحسن بأطفالهم.
- ✓ إعلام وتحسيس الشباب حول العواقب الوخيمة الناتجة عن تعاطي المخدرات الكحول، والأمراض المتنقلة عن طريق العلاقات الجنسية.

2.4.1.3–نشاطات الخلية: من خلال البرنامج السنوي للخلية، الذي يهتم بالجانب الصحي والنفسي للشباب والمشاكل والآفات الاجتماعية التي يتخبط فيها المجتمع، حيث تسعى إلى التعامل الميداني الذي يعطي فاعليته خاصة في مجال الإعلام والاتصال.

تتلخص النشاطات في:

- ✓ تنظيم أيام إعلامية تحسيسية حول مواضيع وقضايا تهم الشباب منها (التغذية المتوازنة، الأمراض النفسية – السيدا –المخدرات، التدخين، الانتحار، العنف .... الخ
- ✓ التحضير النفسي للمقبلين على اجتياز الامتحانات؛
- ✓ إعداد مطويات، ملصقات، مواضيع متنوعة لها علاقة بالجانب النفسي، والصحي.
- ✓ تنظم فضاءات للحوار على مستوى الديوان ونقاط الاستماع.

تعد مؤسسات الشباب مؤسسات ذات طابع اجتماعي تربوي وترفيهي تابعة للديوان وهي مخصصة لتنظيم أوقات فراغ الشباب يشغلها بصفة نافعة في إطار مهام الديوان.

تهدف نقاط الإعلام باعتبارها مكملة أو نتاج بنك المعلومات إلى توصيل معلومات تربوية وتكوينية تعليمية، مهنية، توجيهية، ترفيهية، صحية، رياضية و سياحية موجهة لفئات الشباب بمختلف مستوياتها الفكرية والثقافية، يشرف عليها على مستوى ديوان مؤسسات الشباب بنك المعلومات، هذا الجهاز الإعلامي مسؤول كما تطرقنا مباشرة على 74فضاء إعلامي موزع على المؤسسات الشبانية، على أن يتم الاستقبال والتوجيه والإعلام في شكل دائم حسب خصوصيات كل مؤسسة، إن ممارسة أي نشاط أو الاستفادة من الخدمة على مستوى الديوان وملحقاته تكون مقرونة بحتمية الانخراط والاشتراك حسب الخدمة المطلوبة.

- ✓ تلقين الشباب نشاطات التنشيط الثقافي والفني والعلمي والإعلام المتعدد الوسائط.
- ✓ اقتراح تسليات ترفيهية للاحتياجات الشبانية.
- ✓ تطوير تنشيط جواري تجاه الشباب ووضع في متناولهم المعلومات التي تسمح بتوجيههم وتمكن من إدماجهم في الميادين الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.
- ✓ تقديم مساعدات تقنية للشباب لتحقيق مشاريعهم.
- ✓ توفير فضاءات للجمهور العريض الموجهة لتعميم العلوم والتقنيات والإعلام المتعدد الوسائط.
- ✓ توفير فضاءات تعبير حر تسمح للشباب بعرض إبداعاتهم وإبراز نشاطاتهم الفنية والثقافية والعلمية للجمهور العريض من خلال المعارض وتظاهرات الشباب الأخرى.
- ✓ تطوير تنشيط اجتماعي ثقافي جواري داخل محيطها، لا سيما الاتصال مع المؤسسات التربوية والحركة الجمعوية للشباب.
- ✓ تطوير أنشطة الإعلام والاتصال والوقاية العامة والتربية الصحية والإصغاء النفساني لفائدة الشباب.
- ✓ توفير أعمال ترفيهية للشباب.
- ✓ ترقية الممارسة الرياضية الجوارية في الأحياء والمدن والبلديات.
- ✓ تنظيم التظاهرات الثقافية والرياضية والتسليات مع الحركة الجمعوية للشباب.
- ✓ المساهمة في تطوير أنشطة الإعلام والاتصال والوقاية العامة والتربية والمواطنة والإصغاء النفساني.

5.1.3-فضاء المواطنة:

تتواجد فضاءات المواطنة كنوادي عبر كامل المؤسسات الشبانية المتواجدة بالولاية، وتخصص لتعريف الشباب برموز الثورة وزرع القيم الوطنية والتاريخية لديه، و توعية الشباب لممارسة حقوقه وواجباته اتجاه الوطن من خلال أداء حقه في الانتخاب إضافة إلى مختلف الانجازات التي عرفتها الجزائر منذ الاستقلال، كما تقوم بإحياء المناسبات والأيام الوطنية والتاريخية، و في هذا الإطار تم حث القائمين على المؤسسات الشبانية و المشرفين على فضاءات المواطنة بتحديث طرق العمل من خلال استخدام الوسائل الحديثة كأجهزة العرض(الداتاشو)، الأقراص المضغوطة، أجهزة التلفاز و الإعلام الآلي، وتقديم العروض المسرحية الهادفة، ودعوة المجاهدين والأساتذة في مادة التاريخ لتنشيط المحاضرات و تنشيط إقامة الموائد المستديرة حول المسيرة الثورية الخالدة ، انجاز أقراص مضغوطة ، أفلام وثائقية ، روبورتاجات و مجلات تتمحور حول تاريخ المنطقة، إضافة إلى إعطاء فرصة للشباب لمناقشة مواضيع الساعة، و فتح المجال أمام الحركة الجمعوية لإثراء مثل هذه الفضاءات، و كذلك تنظيم خرجات للمناطق الأثرية و المتاحف و تشجيع التبادلات بين المؤسسات الشبانية.

2.3-هياكل ديوان الشباب لولاية المدية:

1.2.3-دار الشباب: مؤسسة ذات طابع اجتماعي تربوي ترفيهي تابعة للديوان، وهي مخصصة لتنظيم أوقات فراغ الشباب يشغلها بصفة نافعة في إطار مهام الديوان.

2.2.3-القاعة المتعددة الخدمات: مخصصة لضمان نشاطات اجتماعية تربوية وعلمية مسلية أثناء أوقات فراغهم في الوسط الريفي والحضري.

3.2.3-بيت الشباب: مؤسسة عمومية ذات صبغة اجتماعية تربوية تعمل على تطوير وترقية حركية الشباب والسياحة التربوية.

4.2.3-مخيم التسلية العلمية: هو مؤسسة ذات طابع اجتماعي تربوي لتنشيط الشباب من كل الفئات من خلال ممارسة النشاطات الثقافية والعلمية والتقنية والفنية.

5.2.3-المركب الرياضي الجواري: يخصص لتقديم تنشيط جواري لشباب الأحياء والمدن من خلال ممارسة النشاطات الرياضية والاجتماعية والثقافية.

6.2.3-مخيم الشباب: يخصص لاستقبال الأطفال والمراهقين والشباب خلال أوقات فراغهم وتنظيم نشاطات تسلية تربوية وسياحية لفائدتهم.

4-نشاطات مؤسسات الشباب:

النشاطات الثقافية – التربوية – الترفيهية – الترويحية _ العلمية _ الرياضية – النشاطات النسوية؛ تكمن أهمية قطاع الشباب والرياضة في التكفل بانشغالات الشباب، باعتباره المعني ببرامج القطاع وهو تلك الشريحة السكانية المحصورة بين 05 و29 سنة والتي تمثل نسبة 51.23% من العدد الإجمالي للسكان الذي قدر سنة 2010 بـ 418 849 نسمة حسب إحصائيات مديرية التخطيط.

يتكون قطاع الشباب والرياضة لولاية المدية من مديرية الشباب والرياضة وديوان مؤسسات الشباب وديوان مركب متعدد الرياضات.

وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 345/06 المؤرخ في 2006/09/28 المحدد لقواعد تنظيم مديرية الشباب والرياضة للولاية وسيرها، وكذا القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 10 مارس 2007 الذي يحدد تنظيم مهام

- ✓ التكفل بالوقت الحر للشباب.
- ✓ تمكين الشباب من صقل مواهبهم وقدراتهم وإبداعاتهم في النشاط الرياضي أو الشباني.
- ✓ تجسيد الإصغاء عبر شبكة نقاط الإصغاء المنتشرة عبر المؤسسات.
- ✓ إعلام وتوجيه الشباب في جميع المؤسسات الشبانية.
- ✓ تطوير ودعم الحركة الجمعوية الشبانية والرياضية لإبراز روح التضامن الاجتماعي.
- ✓ تجسيد ثقافة المواطنة والانتماء في الأوساط الشبانية.
- ✓ التكفل بالمواهب وتكوينهم في المجالين الثقافي والرياضي.
- ✓ وطبقا للمرسوم التنفيذي رقم 07/01المؤرخ في 06 جانفي 2007 المتضمن تحويل مراكز إعلام الشباب وتنشيطها إلى دواوين مؤسسات الشباب للولاية.

ديوان مؤسسات الشباب هو مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، ولأداء مهامه يتوفر على أكثر من 69 مؤسسة شبانية تنشط تحت إشرافه وهي ملحقات تابعة له تتمثل في:" دور الشباب – بيوت الشباب – المركبات الرياضة الجوارية– المراكز الثقافية – القاعات المتعددة الخدمات – مراكز التسلية العلمية – مخيمات الشباب "؛ في انتظار استلام عدد آخر من المؤسسات خلال سنة 2014 والتي هي في طور انتظار التجهيز فقط، ومن خلال شبكة ملحقاته فانه يتولى مهام:

- ✓ مهام ضمان تسيير هذه الشبكة من المؤسسات الشبانية التي تشكل ممتلكاته وصيانتها وحفظها.

- ✓ ضمان تنفيذ برامج الإعلام والاتصال والإصغاء والتنشيط الاجتماعي والتربوي والإدماج في أوساط الشباب.
- ✓ تنظيم النشاطات الاجتماعية التربوية والثقافية ونشاطات التسلية اتجاه الشباب.
- ✓ تنظيم نشاطات الهواء الطلق والسياحة التربوية للشباب وتشجيعها وتشجيع لقاءات الشباب في إطار المبادلات الوطنية والدولية والزيارات ودراسات الوسط.
- ✓ تنظيم تظاهرات ثقافية وعلمية.
- ✓ تقديم المساعدات التقنية للشباب لإنجاز مشاريعهم.
- ✓ المساهمة في ترقية التدابير المعدة لفائدة الطفولة.
- ✓ وضع في متناول الشباب المعلومات التي من شانها توجيههم وتسهيل إدماجهم في الميادين الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.
- ✓ تنظيم أعمال الوقاية العامة والتربية الصحية والإصغاء النفساني والتربية الصحية والإصغاء النفساني لفائدة الشباب وتطويرها. القيام بكل التحقيقات والدراسات وسبر الآراء المرتبطة بمجال تدخلها.
- ✓ المساهمة في تطوير النشاطات الجوارية وترقية الحركة الجمعوية في أوساط الشباب ومرافقتها.
- ✓ إعداد بنك للمعطيات يحتوي على المعلومات التي من شأنها أن تهم الشباب في كل ميادين الحياة الاجتماعية ووضع نقاط الإعلام عبر كل مؤسسات الشباب.
- ✓ تنفيذ كل تدبير يمكن من تطوير الإعلام والاتصال اتجاه الشباب بالتنسيق مع القطاعات الأخرى والمؤسسات.
- ✓ ضمان سير مجموع مؤسسات ومنشآت الشباب وتسييرها وصيانتها وحفظها.
- ✓ ضمان تسيير كل منشآت الشبيبة المرتبطة بنشاطات القطاع التي قد تسندها إليها لسلطة الوصية.
- ✓ تنظيم واحتضان تربصات التكوين والتجمعات.
- ✓ إعلام الشبيبة وتوجيهها وتنشيطها، وبهذه الصورة فهو مكلف بتحقيق الاتصال الفعال مع المؤسسات، كما يضع تحت تصرف الشباب ما يلي:
- ✓ توفير وسائل ملائمة (معلومات) تساعد على إدماج الشباب في الميادين الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.
- ✓ ينظم وينشط لقاءات تربوية ترويحية، تظاهرات ثقافية علمية ويتولى تسييرها.
- ✓ أما ديوان مركب متعدد الرياضات فهو يتولى تسيير المرافق الرياضية التابعة للقطاع حيث يتكفل بها وبعمالها تدريجيا ابتداء من سنة 2009.

المبحـــث الثاني: برامـــــج العـــلاقات العامة الخاصة بديوان مؤسسات الشباب بالمدية

تناولنا في هذا المبحث مختلف برامج العلاقات العامة التي يستخدمها ديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية من اجل تحقيق أهدافه.

1-برامج العلاقات العامة المطبوعة:

1.1- مجلة همزة وصل لديوان الشباب لولاية المدية:

1.1.1-تعريف المجلة: [42]هي مطبوعات تصدر على فترات زمنية، وليس من الضروري أن تكون هذه الفترات الزمنية منتظمة، ويحمل كل عدد منها رقما تتابعياً، كما أن أعدادها عادة ما تكون مؤرخة، ولا يمكن التنبأ بموعد توقفها عن الصدور، وهي أيضا أحد أنواع المسلسلات تتميز أجزاؤه أو أعداده عادة بتنوع محتوياتها واختلاف مؤلفيها، سواء أكان ذلك داخل العدد الواحد أو فيما بين الأعداد المتتابعة، وباستثناء الصحف العامة وبعض الأنواع الأخرى من الدوريات العامة الدوريات يتم تحديدها وترقيمها باعتبارها تشكل مجلدات تكتمل في فترات محددة.

2.1.1-مجلة همزة الوصل:

مجلة "همزة وصل لديوان الشباب" هي مجلة ورقية كانت تصدر بصفة دورية سنوية عن ديوان مؤسسات، صدر منها أربع أعداد فقط، وكان أول إصدار لها في مارس /أفريل 2008 لقد توقفت هذه المجلة عن الصدور ف سنة2011 وهذا للنقص الدعم المالي والتكاليف الكبيرة في طباعة هذه، وكانت تتناول مواضيع مختلفة تهم فئة الشباب واهم قضاياهم، وهي واحدة من المبادرات الإعلامية الهامة التي هدفت إلى تسليط الضوء على نشاطات الشباب ودورهم الفعّال في المجتمع، وكانت المجلة منصة إعلامية شاملة تعكس اهتمامات الشباب وتطلعاتهم من خلال محتوى متنوع يغطي المجالات الرياضية، الثقافية، الاجتماعية، والترفيهية، وكانت تتضمن مجلة " مجموعة متنوعة من الأقسام والمقالات التي تلبي اهتمامات الشباب المختلفة، وكانت نحتوى على 8 صفحات ،ومن أبرز هذه الأقسام:

1. **الشباب والشغل:** من خلال تقديم معلومات حول الالتحاق بوكالات التشغيل والاستفادة من القروض وغيرها من الموضوعات التي تندرج في نفس السياق.
2. **أصداء إخبارية:** يتناول هذا الركن اخبار حول الأنشطة الرياضية المختلفة، بالإضافة إلى نصائح من طرف خلية الاصغاء لمشاكل الشباب وغيرها من المواضيع الاخبارية .

[42]رقية بكر محمد الحداد، **تقييم مجلات العلاقات العامة النسوية في الأردن 'دراسة تطبيقية على مجلة تايكي'**، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، الأردن ،2011، ص43.

3. **اجتماعيات** : يقدم هذا القسم نصائح وإرشادات حول تطوير الذات، سواء على المستوى المهني أو الشخصي.

4. **نفسانيات**: تتناول مواضيع في تحليل شخصيات مختلفة.

2.1-مطبوعات ديوان الشباب: هي مجموعة النشرات والمنشورات التي ينتجها ويوزعها الديوان للشباب والمجتمع المحلي، تتنوع هذه المطبوعات بين منشورات، وكتيبات وغيرها، وتغطي مواضيع متنوعة تشمل الثقافة، والتراث، والتعليم، والفنون، والأدب، بالإضافة إلى القضايا الاجتماعية والبيئية. تهدف هذه المطبوعات إلى تعزيز الوعي الثقافي والاجتماعي بين الشباب، وتوفير مصادر تعليمية وتثقيفية تساهم في تنمية المهارات والمواهب الفردية، بالإضافة إلى تعزيز الهوية الثقافية المحلية والوطنية.

ويقوم ديوان مؤسسات الشباب بالمدية بإصدار كثير من المطبوعات في المناسبات التاريخية وكذلك للإرشادات حول المخدرات أو التدخين أو الهجرة غير الشرعية والتوعية حول استخدام الوسائط الاجتماعية، يقوم بتصميمها مختصين في العلاقات العامة والتصميم، وتوزع هذه مطبوعات في الشوارع والمقاهي.

2-الأبواب المفتوحة والأيام الإعلامية والتحسيسية:

1.2-الأبواب المفتوحة:

1.1.2 -مفهومها:

هي نوع من أنواع الاتصال تجلب اهتمام الجمهور العريض الذي يشاهد على ما حقق من إنجازات.[43] لأبواب المفتوحة في سبتمبر بداية السنة الدراسية معظم مؤسسات الشباب التابعة لديوان مؤسسات الشباب تعريف بنشاطاتها.

2.1.2-تحضير وتنظيم الأبواب المفتوحة:[44]

لتحضير وتنظيم الأبواب المفتوحة لابد من تتبع وبعناية الخطوات أو الديباجة التالية الذكر:

1-قبل الحدث:

- ✓ تحديد محتوى الرسالة التي يراد تبليغها (أهداف المؤسسة نشاطاتها الأساسية والثانوية، مشاريعها، ميزانيتها، مواردها البشرية).
- ✓ تحديد نوع الجمهور المستهدف.
- ✓ وضع تصور لكل ما يمكن أن يقدم في المعرض وما تحتويه الأبواب.

[43]: نعيمة واكد، **ميادئ في علم الاتصال**، د-ط، ديوان طاكسيج كوم لدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص168.

[44]: نعيمة واكد، مرجع نفسه، ص 168.

- ✓ وضع مخطط اتصال يضمن الترويج للحدث والتعريف بمحتوياته.
- ✓ تحديد ودعوة الوسائل الإعلامية المعنية بالحدث.
- ✓ تحضير ملف صحفي يكون بمثابة المرشد العملي للأبواب المفتوحة أثناء التظاهرة المفتوحة.
- ✓ تحضير البلاغ الصحفي للإعلان عن وجود التظاهرة (من؟ متى؟ ماذا؟ أين؟) .
- ✓ تحديد المرشد للجمهور لتقديم الشروحات والإجابة عن التساؤلات.
- ✓ ضبط مجال نشاط المؤسسة.
- ✓ التحضير المادي للأبواب المفتوحة ويشمل تعيين.

1.1-المكان المعني بالتعريف والترويج، أي الفضاء الذي يفترض أن يقف ضمنه الجمهور ويتعرف عن كتب بالمجازات المؤسسة والمكان الذي تقام فيه عروض الصور أو الأشكال التوضيحية.

2.1-الوسائل المستخدمة في التعريف بالمؤسسة وعرض انجازاتها ومشاريعها مكبرات صوت شرائط فيديو داتاشو شاشات عرض آليات وأجهزة).

2-بعد الحدث: اعتماد الوسائل الإعلامية المختلفة من بلاغ صحفي عبر الفاكس أو توجيه البلاغ التقويمي المرفق بالصور الذي يحوي الأهداف النتائج الحمل المتعاملين والمتعاونين..

2.2-أيام الإعلامية والتحسيسية:

الأيام الإعلامية والتحسيسية التي يقوم بتنظيمها ديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية تهدف إلى نشر الوعي والمعرفة بين الشباب والمجتمع المحلي بشكل عام، تتنوع هذه الأيام بين الفعاليات التوعوية والحملات الإعلامية التي تسلط الضوء على قضايا مهمة تؤثر على الشباب والمجتمع.

الأيام التحسيسية لديوان مؤسسات الشباب تكون في المؤسسات التابعة له، وكذلك في المدارس وفي الجامعات، وتحتوي على مواضيع مختلفة من مواضيع الساعة مثل المخدرات الآفات الاجتماعية العنف في الملاعب والتربية والتدخين إلى أخره.

3-صالونات والمعارض لديوان الشباب لولاية المدية:

1.3-صالونات:

الصالونات تعد منصات ثقافية وفنية تجمع بين الشباب والمهتمين لتبادل الأفكار والخبرات في مجالات متعددة. تتنوع الصالونات في المواضيع التي تتناولها والأنشطة التي تُنظم، نظم ديوان مؤسسات الشباب بالمدية لعدة صالونات مثل: صالون الولائي في 8 مارس إبداعات الفتاه الصالون الولائي للإلكترونيات المهرجان الوطني للتطور حيث احتضنته ديوان مؤسسات الشباب من 2011 إلى 2013 الملتقى الوطني للبيئة والنوادي الخضراء من 2004 إلى 2006 تصفيات الجهوية لمسرح الطفل أو المسرح الثوري.

2.3-المعارض:

تستخدم المعارض كأداة للعلاقات العامة وقد تكون صغيرة وبسيطة ورخيصة الثمن أو قد تكون كبيرة معقدة وغالية الثمن، ويحدد نوع المعرض وفقا للمكان الذي ستقام فيه' ويقوم ديوان مؤسسات الشباب بمعارض خاصة في المناسبات الدينية والوطنية، وكل مؤسسة تملك شاشه مسطحه حجم كبير مع جهاز dvdلكي تقدم نشاطاتها للزوار.

تستعرض هذه المعارض الأتي:

- ✓ تاريخ المؤسسة أو المنشأة
- ✓ النشاط الحالي لها.
- ✓ خطط المؤسسة
- ✓ منتجات المؤسسة
- ✓ كيفية وأسلوب صناعة منتجات المؤسسة
- ✓ التكريمات والجوائز التي حصلت عليها.
- ✓ مدى استفادة الجمهور من المنظمة.

4 -البرامج الإذاعية والالكترونية لديوان مؤسسات الشباب:

1.4-البرامج الإذاعية:

يستدعي ديوان مؤسسات الشباب بالمدية الاذاعة لتغطية الاحداث والتظاهرات اعلاميا، وكذلك تستدعي الإذاعة إطارات أخصائيين نفسيين يعملون في ديوان مؤسسات الشباب لإجراء حصص اذاعية معهم حول التظاهرات والتفاعلات التي يقوم بها ديوان المؤسسات الشباب بالمدية.

2.4-برامج الإلكترونية:

يحتوي ديوان مؤسسات الشباب على صفحة رسمية على الفايسبوك odej medea، ويضم تقريبا 6 الاف مشارك، ويقوم بنشر مختلف المعلومات، والتظاهرات والنشطات التي يقوم بها ويشترك في تنظيمها، وينشر كذلك النشاطات التي يقومون بها المؤسسات التابعة له.

وكان لديه موقع الكتروني www.odej26.com، ولكن توقف عن العمل بسبب أعباء مالية.

خلاصة الفصل:

في ختام هذا الفصل قمنا بتسليط الضوء على جهود المؤسسة في خدمة الشباب وتعزيز مشاركتهم الفعالة في المجتمع. من خلال استعراض البيانات والبرامج والأنشطة، وفهم الأثر الايجابي الذي يقدمه الديوان في تنمية وتطوير شباب الولاية.

الفصـــل الرابع:
تصميم مجلة الكترونية في إطار اعداد مواد وبرامج العلاقات العامة

تمهيد:

في عصر الرقمنة والتكنولوجيا الحديثة، أصبحت المجلات الإلكترونية وسيلة فعالة للتواصل مع الجمهور ونشر المعلومات بشكل سريع وفعال، في هذا السياق يتطلع ديوان الشباب بولاية المدية إلى الاستفادة من هذه الوسيلة لتعزيز التواصل مع الشباب وتوفير منصة تفاعلية تعبر عن اهتماماتهم وتطلعاتهم، سنحاول في هذا الفصل تطرق الى تصميم مجلة الكترونية في إطار اعداد مواد وبرامج العلاقات العامة وقسمناه الى مبحثين وهما:

- ✓ ماهية مجلة الكترونية.
- ✓ إعداد وتصميم مجلة الكترونية لديوان مؤسسات الشباب بالمدية

المبحث الاول: ماهيـــــة المجـــلة الإلكـــــترونية:

في هذا المبحث حاولنا تسليط الضوء على ماهية المجلة الالكترونية، وقسمناه المبحث أربعة مطالب عالجنا فيهم نشأتها، و تعريفها، وخصائصها، و مميزاتها، و أهميتها.

1. نشأة المجلـــة الإلكتـــــرونية:[45]

مرت المجلات الإلكترونية بتطورات كثيرة، بداية من ظهور الكمبيوتر وحتى اليوم، وذلك كمايلي:

ظهر أول نموذج لمجلة إلكترونية في عام1976، حيث الجيل الرابع لأجهزة الكمبيوتر، والذي استخدم فيه المعالج الصغير، وكان في معهد نيوجرسي للتكنولوجيا **NeW Jersey**، وكانت تصدر كنشرة أسبوعية، كما chimo واسمها Institute of Technologieصدرت مجلة Paper Fair وأصدرتها Electronic information Exchange system وهي مجلة علمية غير محكمة.

- في عام 1989 ظهرت مجلة Psychologie وأصدرتها Steven Harnad.
- في عام 1991 ظهرت المجلة الإلكترونية E-Journal بمواصفاتها الجديدة.
- في عام 1992 ظهرت أول مجلة يمكن البحث فيها إلكترونيا، وهي مجلة (on Line Journal Current Clinical Trials) وكانت مزودة برسومات بيانية.

وبظهور صفحات الويب بداية من عام 1992 ونموها المتسارع، تم استخدامها لنشر المجلات الإلكترونية، وأدى ظهور بوابات البحث الحالية إلى انتشار المجلات الإلكترونية وازدادت رغبة الناشرين والمؤسسات الأكاديمية في نشر مجلاتها على الإنترنت.

2 -تعريـف المجلـــة الإلكتـــــرونية:

هناك تعريفات كثيرة لمجلة الإلكترونية نذكر منها:

وعرفها **نضال عواد** بأنها الدوريات والمجلات والصحف أو أي سلسلة منشورة وموزعة على الإنترنت، وقد تستخدم المعالجة الإلكترونية البسيطة أسكي كود والوسائط المتعددة MultiMedia وبعضها يكون نسخة طبق

[45] نضال عواد شديفات، دور المجلات الإلكترونية في تثقيف الطفل، **مجلة العلمية، كلية التربية، جامعة المنصورة**، العدد1، 2018، القاهرة، ص258.

الأصل من المجلة المطبوعة ومعظمها مجلات علمية وأكاديمية محكمة، ويحتوي بعضها على محركات بحث، وأدوات تصفح، ووصلات تربط بالمعلومات والمواقع المنشورة على الويب.

في حين عرفها **محمد زين** بأنها: نسخة رقمية من المجلة أو الدورية المطبوعة وتعرف بأنها مرصد بيانات تمت كتابته ومراجعته وتحريره وتوزيعه إلكترونيا، وهي تقدم إما على قرص ليزر، أو على مواقع شبكات الإنترنت، وقد وفر هذا التحول الإلكتروني مساحات ضخمة من التخزين لدى المكتبات على مستوى العالم.

أما **نضال عواد** عرفها أيضا بأنها نسخة غير ورقية من المجلة توزع إلكترونيا، وفي موضع أخر بأنها نسخة رقمية من المجلة المطبوعة والإلكترونية، مثل مجلة نشر المطبوعات المتاحة على الانترنت أو البريد الإلكتروني، أو غير ذلك من تطبيقات الإنترنت.

3-خصـــــائص المجـــــلة الإلكتـــرونية ومميزاتها :[46]

1.3-خصائص المجلة الإلكترونية:

إتفق كل من عبد الباسط أحمد ورانيا عبد الغني و نضال عواد واسماء عبد الرحمن على الخصائص الأتية للمجلة الإلكترونية ونذكر منها:

- ✓ أن المقالات والموضوعات الإخبارية المعروضة على مواقع المجلات الإلكترونية، يتم عرضها يعد كتابتها مباشرة دون تأجيل.
- ✓ أنها يمكن قراءتها في كل أنحاء العالم عبر شبكة الإنترنت الدولية الواسعة الإنتشار، بعكس المجلات التقليدية المطبوعة التي تقرأ في الأماكن التي يتم توزيعها فيها.
- ✓ أنها تمتلك أليات بحث مريحة بعكس المجلات الورقية المطبوعة .
- ✓ ان لديها القدرة على التفاعل مع جماهيرها مثل: جماعات المناقشة، والدردشة، في الوقت الذي لا تمتلك في المجلة الورقية مثل هذه الأليات.
- ✓ أن مقالاتها تتميز بالشخصية ومراعاتها لاهتمامات القراء أكثر من المجلات الورقية المطبوعة.
- ✓ أن لديها القدرة على التكامل مع الوسائل الاتصالية الأخرى السمعية والبصرية، كما يمكنها تجسيم المعلومات، ونقل الأخبار من موقع حدوثها، وتهيبة ما يسمى بالواقع أو المجتمع الإفتراضي.

[46] نضال عواد شديفات: مرجع سبق ذكره،261.

- ✓ ان مواقع المجلة الإلكترونية تتميز عن المجلات الورقية المطبوعة بأنها تتيح عرض بيانات ومعلومات كتاب المقال أو الموضوع الإخباري المنشور، كما أنها قد تتيح عنوانه الإلكتروني، حتى يتمكن القراء من مناقشة الموضوع أو المقال المنشور، وهذا ما يعرف بالتفاعلية بين المرسل والمستقبل، في الوقت الذي تفتقر فيه المجلة الإلكترونية تمثل هذه الإمكانيات.
- ✓ التنوع في التخصص، فهنك مجلات علمية وأخرى سياسية واقتصادية وغيرها.
- ✓ التنوع في مادتها ومحتواها بين الأدب والفكر والثقافة
- ✓ لها قالب فني متميز من حيث (الألوان ، الإخراج....)
- ✓ استخدام المجلات الرقمية عبر أحدث الأدوات التكنولوجية، يجعلها أسهل وأكثر عملية

2.3-مميزات المجلة الإلكترونية:

تتوفر العديد من المميزات للمجلات الإلكترونية وهي:

- ✓ إمكانية استخدام الوسائط المتعددة من صور ومؤثرات صوتية ولقطات فيديو ونصوص، والتي تعمل بدورها على زيادة الإقبال وشد انتباه القارئ، وهذا عكس الصحف المطبوعة ورقيا التي تحتوي على القليل من الصور والنصوص فقط.
- ✓ إتاحة القدرة على تحديثها بشكل سريع خلال دقائق معدودة مما يسهل الوصول للأخبار بسرعة في المقابل بعد تحديث الصحف المطبوعة أمر يتطلب الكثير من الجهد والوقت والمال.
- ✓ تتيح إمكانية الرجوع للأرشيف بشكل سهل ويسير.
- ✓ تتيح إمكانية التواصل وطرح الأمراء والأفكار والنقاد والكُتَّاب حول نقطة معينة.

4-أهميـــــة المجـــلات الإلكتـــــرونية[47]:

تحقق المجلات الإلكترونية أهمية كبيرة في مجال النشر:

- ✓ تؤمن تواصل وتبادل المعرفة بين القرّاء والباحثين على نطاق واسع: عن طريق فتح نقاش حول موضوع مقال ما في المجلة أو رد على تساؤلات أحد الأعضاء وتقديم الحلول والاقتراحات.
- ✓ إرسال الاستفسارات والتساؤلات للمجلة بسهولة، والرد من قبل المجلة بطريقة أسرع.

[47]شبكة النشر العلمي، مفهوم المجلات الالكترونية وانواعها والمجلات المحكمة، www.alno5ba.com ، تاريخ الدخول 2024/05/22

- ✓ ربط المقالات بروابط تشعبية تساعد القارئ على الانتقال للموضوع الذي يثير تساؤلاته أو يبحث عن تفسير لموضوع معين مباشرةً .
- ✓ بعض المجلات أتاحت المجال أمام العامة لنشر مواضيع على المجلة الإلكترونية بعد موافقة المسؤول في المجلة عن ذلك.

تحقيق الفائدة للطلاب والباحثين الذين يسعون جاهدين لنشر أبحاثهم أو دراساتهم على مجلات ذات مصداقية مختصة في اختصاص البحث بهدف الشهرة والترقية العلمية والتي تختص بها فئة من المجلات المحكّمة التي تهدف لتحقيق هذه الغاية.

المبحث الثاني: إعداد وتصميم مجلة الكترونية لديوان مؤسسات الشباب بالمدية

في هذا المبحث نتطرق الى خطوات اعداد وإنجاز مجلة الكترونية في إطار اعداد مواد وبرامج العلاقات العامة، ودلالات المحتوى والمواضيع وتصميم الصفحات، وكذلك خطوات اعداد وتصميم الحملات الاعلانية التي تسبق عملية نشر المجلة.

1. خطوات إنجاز مجلة إلكترونية لديوان مؤسسات الشباب بالمدية:

1-تحديد الهدف من اعداد وتصميم المجلة الالكترونية لديوان مؤسسات الشباب:

- ✓ التعريف بديوان مؤسسات الشباب بالمدية.
- ✓ تحسين الصورة الدهنية لديوان مؤسسات الشباب وذلك من خلال تقديم أنماذج من الجمعيات والمنشآت التابعة الديوان من خلال التعريف بها وبمهامها واهدافها وانجازاتها وتقديم أنماذج من الشباب المنخرطين في المؤسسات الشبابية الناجحين، وذلك لاستقطاب أكبر عدد ممكن من الشباب للانضمام للمؤسسات الشبابية وملئ أوقات فراغهم والابتعاد عن الآفات الاجتماعية وكذلك للتخلص من العزلة الإلكترونية.
- ✓ الاتصال بالجمهور الخارجي والتفاعل معهم.

2-الجمهور المستهدف: كل شباب ولاية المدية وخاصة غير المنخرطين في المؤسسات الشبابية التابعة لديوان مؤسسات الشباب لتشجيعهم على الانخراط والانضمام اليها، وكذا والشباب المنخرطين وذلك لغرس روح المنافسة

في قلوبهم بتحفيزهم لتحسين أدائهم وتطوير مهاراتهم وقدراتهم لتحقيق الأفضل والوصول الى مستويات جديدة من الإنجاز وتعزيز الابتكار والابداع وذلك من اجل النجاح والتفوق.

3 –**اختيار اسم المجلة:** اخترنا اسم "افاق الشباب" تشير الى الرؤية والطموح، والفرص والتحديات التي يواجهها الشبان والشابات في تحقيق طموحاتهم وتطوير أنفسهم ومساهمتهم في بناء مستقبل واعد. تعكس تطلعاتهم المستقبلية.

4 –**إختيار رمز المجلة:**  إخترنا رمز بطل كبير وتحت جناحيه بطلان صغيران يمدون أذرعتهم للخارج مما يدل على الانفتاح و ترحيب الديوان بانضمام الشباب لمؤسساته ،و اخترنا الوان الرمز الاحمر والاخضر وخلفية بيضاء ترمز لألوان العلم الوطني الجزائري وذلك لافتخارنا بالانتماء الوطني، وخلفهم شمس برمز ديوان مؤسسات الشباب بالمدية، بإعتباره مصدر طاقة الشباب وقوتهم ، و تحت جناحيه يحققون طموحاتهم و تطلعاتهم

5 –إختيار الشعار: هدف –إرادة –نجاح:

- **هدف:** وهو الغاية أو المبتغى الذي تسعى لتحقيقه والمراد منه انجاز شيء ما والافتخار به أي انه تحقيق لإرادة قوية.
- **الإرادة:** القدرة على التحمل والصمود في مواجهة التحديات والصعوبات التي تعترض سبيلك نحو تحقيق هدفك
- **نجاح:** التوجه نحو تحقيق الأهداف المرسومة والنتائج الإيجابية التي تسعى اليها، وكذلك التميز والإنجازات وهذا لن يكون الا نتيجة العمل الجاد والتفاني.

عبارة "هدف، إرادة، نجاح" تشير إلى عملية متكاملة تبدأ بتحديد الهدف، يليها تفعيل الإرادة والعمل الجاد لتحقيق هذا الهدف، مما يؤدي في النهاية إلى النجاح. هذه العبارة تحفز الشباب على وضع أهداف واضحة، وتنمية الإرادة القوية، والعمل بجد لتحقيق النجاح في حياتهم المهنية والشخصية.

6 – تحديد عدد الصفحات: 22 صفحة

7 –نوع المجلة: هي مجلة شبابية، شهرية.

8 –اختيار وسيلة نشر المجلة: تنشر المجلة على الصفحة الرسمية لديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية على الفايسبوك odej Médéa.

9 – اختيار وقت نشرها: تم برمجة نشر العدد الاول من هذه المجلة بمناسبة الذكرى الثانية والستون سنة لعيدي الاستقلال والشباب المصادف للخامس من جويلية 2024، لما لهذا اليوم من رمزية تاريخية ووطنية، ويتزامن احتفال عيد الشباب في الجزائر بالاحتفال بعيد الاستقلال ويرمز الى الربط بين الشباب ومستقبل الوطن والاستقلال واسترجاع السيادة الوطنية الجزائرية سنة 1962، يعتبر تكريما لدور الشباب في الاستقلال والنضال لأنهم كانوا دائما في طليعة النضال من خلال المشاركة في المقاومة والحركات الطلابية والشبابية.

2-دلالات محتوى المجلة:

ا – دلالات الاركان:

تستخدم الأركان في المجلات:

- **تنظيم الصفحة:** لتنظيم التخطيط العام للصفحة، حيث يمكن استخدامها لتقسيم المساحة وتوجيه القراء في تصفح المحتوى.
- **إبراز المحتوى الهام:** لإبراز المحتوى الهام أو العناصر المهمة في المجلة، مما يساعد في جذب انتباه القراء إلى المحتوى الرئيسي.

تحتوي مجلة افاق الشباب على 14 ركن وهم مرتبين كالاتي:

- **ركن بطل من قلب التيطري:** يتم التطرق في كل عدد الى بطل من ابطال التاريخ، فخر ولاية المدية واخترنا هذا الركن لكي نعطي لشبابنا مثال أبطال كافحوا وحققوا انجازات لازالت محفورة في كتب التاريخ وترويها الاجيال. ونلهمهم بقصصهم من اجل تحفيزهم على تحقيق أهدافهم، والتعلم من حياتهم وإنجازاتهم، وان نعزز فيهم روح الانتماء والوطنية.
- **بطل من ذوي الهمم:** في كل عدد نتكلم عن بطل من ذوي الهمم حقق إنجازات لكي يكون قدوة يحتذى به وسط شبابنا، وكذلك وسط أطفال وشباب من ذوي الهمم لكيلا ييأسوا ويحذو حذو هؤلاء الابطال، لان قصصهم ونجاحاتهم تعكس قوة الإرادة والتحدي والصمود مما يلهم الكثير من شبابنا لتحقيق أهدافهم والتغلب على العقبات.
- **المتميزون الصغار:** التطرق في كل عدد للأبطال الصغار الذين يشقون طريق النجاح بدون كلل أو ملل وذلك بالالتزام والتفاني في تحقيق أهدافهم ومواجهتهم للتحديات والصعاب بشجاعة وعزيمة، فقصص الابطال الصغار الناجحين تعتبر محفز للأطفال والشباب.

- **مواقع من عمق التاريخ: نتناول** في كل عدد موقع تاريخي في ولاية المدية وذلك بإعطاء أنموذج عن شعوب مكافحة عاشت وحققت انجازات في زمانها وان نحتذي بها ونترك بصمتنا نحن كذلك للأجيال القادمة.
- **تراثنا سر هويتنا:** لكل ولاية في بلدنا القارة الجزائر تقاليد وعادات مختلفة ومتنوعة، وهذا الركن مخصص للتعريف بالتراث المداني بمختلف بلدياته. وهذا لتعزيز روح الانتماء.
- **جمعيات:** في كل عدد نعطي مثال عن جمعية ونتكلم عن انجازاتها ودورها وأهدافها المستقبلية، وهذا لفهم دورها في المجتمع والتأثير الذي تحققه على مختلف الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والبيئية، وكذا لتشجيع الشباب في الانخراط في الجمعيات ولتشجيع روح المنافسة بين الجمعيات.
- **منشات الديوان:** في كل عدد نقدم أنمادج عن مؤسسات شبابية ناجحة من مخيمات شبابية أو مركبات رياضية أو قاعات متعددة الخدمات أو دور الشباب، من خلال التعريف بها واهدافها وانجازاتها ونشاطاتها، وذلك لتحفيز الشباب للانخراط بهذه المؤسسات وتحقيق أهدافهم وممارسة نشاطاتهم المفضلة.
- **خلية إصغاء:** في كل عدد نعالج موضوع برفقة الاخصائيين النفسانيين التابعين للديوان ويكون الموضوع من إختيار الجمهور على صفحة الديوان في الفايسبوك، وهذا لزيادة التفاعل بين الديوان والجمهور الخارجي.
- **المهرجانات:** في كل عدد نختار مهرجان يشارك الديوان في تنظيمه وهذا لإبراز الادوار المتنوعة التي يقوم بها الديوان.
- **حملات تحسيسية:** في كل عدد نختار حملة تحسيسية أعدها ديوان مؤسسات الشباب بالمدية وهذا بهدف التعريف بالمجهودات التي يقوم بها الديوان لإصلاح وتقويم سلوكيات الشباب.
- **مقالات:** مقالة حول مواضيع تهم الشباب.
- **تظاهرات الديوان** :التطرق للتصفيات والمسابقات التي يشارك ديوان مؤسسات الشباب في تنظيمها وهذا للتعريف بنشاطاته المختلفة والمتنوعة والتي تصب في مصلحة الأطفال والشباب، ولتشجيعهم للمشاركة في هذه التظاهرات، التي تعطيهم فرصة النجاح والتألق.
- **المسابقة:** وذلك من خلال الاجابة عن اسئلة من محتوى المجلة وذلك لزيادة تفاعل الشباب مع الديوان، وكذلك للتشجيع من اجل قراءة محتوى المجلة.

2-دلالات المواضيع:

ان تقديم مواضيع متنوعة في المجلات يساعد على جذب القراء اثراء ثقافهم

الشهيد امام الياس من بطل بمدالية الى بطل ببندقية: اخترنا هدا الشهيد البطل لأنه بطل رياضي ناجح اختار بلده الجزائر على حساب الالقاب والشهرة فهو رمز للتضحية والفداء. هذه هي النماذج التي يجب ان يحتذي بها اطفالنا وشبابنا، الوطن قبل كل شيء، وتحصلت على المعلومات من بنك المعلومات الخاص بالديوان. وفي اخر الموضوع كتبنا حكمة " قصص الابطال لا تروى لكي ينام الاطفال بل كي يستيقظ الرجال" يمكن القول إن هذه الحكمة تُشدد على أن القصص البطولية ليست مخصصة للأطفال كوسيلة لتسلية قبل النوم، بل هي موجهة للبالغين لتحفيزهم على الاستيقاظ والقيام بدورهم في المجتمع بوعي وشجاعة.

- **طموحي سر نجاحي محمد بوهدة:** اخترنا هذا البطل بالرغم من بلوغه سن 55 الا انه لازالت فيه روح الشباب والطموح، وكذلك لكي قدوة لذوي الهمم اليائسين، وقمنا بإجراء مقابلة معه يوم 22 ماي 2024 على الساعة الرابعة مساءا في مكان عمله المركب الرياضي الشهيد إمام الياس.
- **الحساب الذهني – بطلات يتفوقن في السوروبان بالرغم من الامكانيات البسيطة:** إخترنا هاته العينة من البطلات لما حققنه من انجاز بالرغم من الامكانيات الشبه منعدمة حتى قاعة لممارسة نشاطهن لا تتوفر، بالرغم من كل هذا فهن متفوقات على مستوى الولائي والوطني، فلإمكانيات لا تعتبر حاجز بالنسبة لهن. اجرينا معهم مقابلة يوم 25 ماي 2024 على الساعة العاشرة صباحا بدار الشباب الشهيد يحوي عيسى بمدينة بوشراحيل مع كل من الاستاذين محمد بطهراوي ونوري بلقاسم والتلميذة موسوس نادية وقطار خديجة ووذان فردوس وشعيبي شيماء صاحبات مراتب الاولى ولائيا ووطنيا.
- **باب الاقواس سر الصمود:** هذا المكان التاريخي لم يأخذ حقه على قدر أهميته التاريخية، فلقد تناوبت ادواره من سوق الى محطة حافلات والأن مغلق تابع للجيش، هو كنز من كنوز المدية فهو لا يقل على اي مكان تاريخي موجود في المدينة، أردنا تسليط الضوء عليه، ولجمع المعلومات حول باب الاقواس الحنايا الرومانية وقمنا بإجراء مقابلة مع مسؤول عن المواقع الاثرية في مديرية الثقافة لولاية المدية والذي زودنا بالمعلومات اللازمة يوم 14 ماي 2024 على الساعة الحادية عشر صباحا.
- **شهر التراث 2024 في احضان بحيرة الضاية،** اخترنا هذا الموضوع لان هذا المعرض الذي كان على الهواء الطلق ضم كل ما يخص عادات وتقاليد ولاية المدية، وأردنا ان نبرز النشاط الجمعوي لديوان

مؤسسات الشباب التي تهتم بالتراث، وانتقلنا الى بحيرة الضاية السبت 19 أفريل 2024 وصورنا بعض الصور للجمعيات الناشطة وللمعارض التقليدية، واجرينا بعض المقابلات مع الجمعيات.

- **جمعية البيئة والمحيط الاخضر – الايادي الحامية للطبيعة:** اخترنا هذه الجمعية التي تعتبر من أقدم الجمعيات البيئية في الجزائر، ولقد حققت عدة جوائز وطنية ومشاركات دولية، ولأنها شاركت في شهر التراث كتسلسل للمواضيع، قمنا بإجراء مقابلة مع السيد بن خاوة يوسف نائب رئيس الجمعية يوم 22 ماي على الساعة الثانية زوالا.
- **مخيم جواب مكان ساحر في قلب الطبيعة:** اخترنا مخيم جواب لأنه مكان طبيعي ساحر يتوفر على كل المرافق التي توفر للشباب اجواء الراحة والاستمتاع بالطبيعة، ويعيشون فيه تجارب فريدة وخيالية وسط الغابة، ويحتضن كثير من التظاهرات الولائية، واجرينا مقابلة مع المسؤول بالاتصال يوم 11 ماي 2024 على الساعة الحادية عشر صباحا.
- **المركب الرياضي الجواري الشهيد محمد بوزيدي – الوجهة الأنسب لأبنائكم في عطلة الصيف**–اخترنا هذا الموضوع لما يزخر به هذا المركب من نشاطات متنوعة وكذلك الإنجازات والتشريفات التي حاز عليها، والأبطال الولائيين والوطنيين وحتى العالميين الذي يحتضنهم، فيعتبر الاختيار الأنسب للشباب والأطفال، وقمنا بإجراء مقابلة مع السيد فاروق بن صالح مدير المركب الذي زودنا بالمعلومات والصور يوم 28 ماي 2024 على الساعة العشرة ونصف صباحا.
- **نصائح وارشادات لتلاميذ البكالوريا وشهادة التعليم المتوسط:** هذا الموضوع بالذات ليس له زمن معين، فيصلح لكل الازمنة فهو غير مرتبط فقط بموعد الامتحانات، بل سيستفيد منه حتى طلبة الذين انتقلوا للمرحلة الاخيرة لكي يهيؤوا أنفسهم نفسيا قبل الدخول المدرسي ويعرفون ماذا يجب عليهم القيام به قبل الرجوع لمقاعد الدراسة، الهدف منه هو دعمهم وتمكينهم من اجتياز مرحلة الامتحانات بنجاح من خلال اتباع مجموعة من الإرشادات والنصائح العملية، واجرينا مقابلة مع الاخصائية النفسانية للمركب الرياضي الجواري الشهيد محمد بوزيدي السيدة –كريمة حمداني –يوم 11 ماي 2024 على الساعة العاشرة صباحا التي زودتني بنصائح وارشادات للتلاميذ.

في اخر الصفحة كتبنا حكمة تحفيزية للتلاميذ "عندما تفكر في الاستسلام تذكر دائما لماذا بدأت" هذه الحكمة تُشجع على المثابرة والإصرار من خلال العودة إلى الجذور والأسباب التي كانت الدافع للبداية، مما يُساعد في تجاوز لحظات الضعف والتردد،

- **التصفيات:** التصفيات الجهوية المؤهلة للمهرجان الوطني رقم 19 لمسـرح الطفل ضيف مدينة التيطري، اخترنا هذا الموضوع لما يحمله من رسائل هادفة حول مسرح الطفل وكذلك لتشجيع الأطفال والشباب للاشتراك في الطبعة القادمة، ولإظهار الدور الذي يقوم به ديوان مؤسسات الشباب.
- **حملة تحسيسية توعوية حول مخاطر استعمال وسائط التواصل الإجتماعي** تحت شعار معا ... للتوعية من مخاطر استعمال الإنترنت: اخترنا هذه الحملة لما لها أهمية كبيرة وكذلك خطورة هذه الوسائط على شبابنا، وكذلك لتزامن موعدها مع التصفيات وهذا لإضفاء عنصر التسلسل في المواضيع وبهذا اخترنا الموضوع القادم الذي يندرج تقريبا في نفس النطاق.
- **إدمان من نوع اخر لعبتي popg وfier free: إخترنا هذا الموضوع** باعتباره موضوع الساعة وكذلك لما له من اثار سلبية على شبابنا واطفالنا، واجرينا مقابلة مع الدكتور اتشي عادل يوم 6 ماي 2024 على الساعة الثانية زوالا الذي أثري الموضوع وذلك بتزويدنا بمعلومات حول مخاطر هذه الالعاب الالكترونية على الأطفال والشباب والمجتمع، وكذلك بتقدم نصائح للأسر والشباب من اجل التخلص من هذا الادمان.

في اخر الصفحة كتبنا حكمة "لا تقل لا أستطيع حاول جرب لا تيأس كل انت الداعم الاول لنفسك"، باختصار هذه الحكمة تشدد على أهمية المحاولة المستمرة، وعدم اليأس، والاعتماد على الذات لتحقيق النجاح وتجاوز التحديات، إنها تذكير بأن القوة الحقيقية تأتي من الداخل، وأن الإيمان بالنفس هو المفتاح لتحقيق الطموحات.

- **التصفيات الولائية للمسابقة الوطنية للمنشط المبدع – المكرفون الذهبي** – المؤهلة للتصفيات الوطنية بالبليدة، اخترنا هذا الموضوع لأنه هادف جدا وكذلك لإبراز بعض من نشاطات الديوان.
- **جانب من الاحتفالات باليوم العالمي للـطفولة 01 جوان**، اخترنا هذا الموضوع لأنه موضوع مهم يبرز التسخيرات التي يقوم بها الديوان للاحتفال مع الاطفال في عيدهم العالمي.
- **مسابقة:** وذلك للفوز بعشرة مقاعد في الرحلات التي ينظمها الديوان في إطار المخطط الازرق وهذا لتشجيع الشباب للاطلاع على مواضيع المجلة وبالتالي التعرف على نشاطات الديوان من اجل الانخراط والانضمام لأسرته التي هدفها الوحيد خدمة الشباب.

3 -دلالات تصميم الصفحات:

ان استخدام الاشكال في التصميم يساعد في تحويل الأفكار والمعاني الى رموز، واستخدام الألوان يعكس مشاعر وأفكار معينة، ويساهم في إيصال رسالة للجمهور، واستخدام الصور يساعد على جذب الانتباه وتوضيح الأفكار وإيصال الرسالة بشكل فعال.

1-غلاف المجلة: الغلاف هو العنصر الأهم في المجلات لهذا اخذ معنا وقتا طويلا في تصميمه.

على يمين الصفحة نجد الرمز واسم مجلة أفاق الشباب بخط كبير باللون الأسود والبرتقالي ويرمز اللون الاسود الى: التألق واللون البرتقالي يرمز للطاقة والابداع، وكذلك هو نفس لون رمز ديوان مؤسسات الشباب

الشعار، هدف إرادة ونجاح بشكل دائري يرمز للاستمرارية لان العناصر الثلاثة مرتبطة ببعضها البعض مكتوب بخط مائل لإضفاء جمالية وحركية على اسم المجلة وهي بنفس اللون،



الشكل 2: غلاف المجلة

- **الاشكال:** استخدمنا ربع دائرة وهذا لعرض جزء فقط من الصورة وذلك لجذب انتباه وفضول لدى القارئ حول باقي الصورة مما يدفعه لاستكشاف المزيد والاطلاع على محتوى المجلة، واعتمدنا على الشكل البيضوي في عرض الصور وذلك لتسليط الضوء على موضوعات معينة بطريقة مميزة، واستخدمنا المستطيل لعرض وابراز بعض المواضيع الرئيسية على الغلاف بطريقة منظمة، وكذلك استخدمنا أعمدة للفصل بين المواضيع المعروضة على الغلاف وهذا لتنظيم العناوين بشكل منظم ومنسق.
- **الألوان:** اعتمدنا على ألوان شبابية باستخدام تقنية تدرج الالوان مما يشكل تناغم وتوازن بين هذه الألوان الأربعة، واستخدمنا اللون الأزرق الذي يشير الى السماء والفضاء، ويعتبر من الألوان الشبابية المنعشة، ويعبر عن الهدوء والثقة. للذكاء، التواصل، واللون الأصفر الفاتح الذي يمثل الفرح والنشاط والحيوية، اللون الأخضر الزاهي يُعتبر من ألوان الشباب والحيوية، ويمثل الطبيعة والهدوء، والانسجام، والتوازن، و**الأبيض**: الوضوح، النقاء، البساطة.

- **الصور**: واخترنا صورة مخيم جواب كواجهة للغلاف لاحتواء المخيم على مناظر طبيعية جميلة جدا ولإضفاء جمال على الغلاف وتحته عنوان ملتف على الصورة بخط مائل لإعطاء حركة على الصورة، وصورة الشهيد امام الياس، ومحمد بوهدة، وصورة لجمعية البيئة والمحيط الأخضر، وهذا لتقديم لمحة مشوقة عن المحتوى.

وفي الأسفل معلومات خاصة بديوان مؤسسات الشباب بالمدية الموقع والهاتف والايميل والفايسبوك لسهولة الاتصال بالديوان.

❖ في أسفل كل صفحات المجلة يوجد رقم الصفحة بالأزرق وهو اللون الذي اخترناه للمجلة لأنه لون يرمز للتواصل والثقة وهذا من اهداف مجلتنا وهي بناء جسر التواصل مع الجمهور وبناء الثقة، واسم المجلة بنفس الألوان الموجودة في الغلاف ورقم العدد وتاريخ النشر.

2-الفهرس والكلمة الافتتاحية:


محتويات المجلة

فهرس المجلة

الكلمة الإفتتاحية

الكلمة الإفتتاحية للسيد محمد بلجوهر ..... الصفحة 3

بطل من قلب الفيطري

الشهيد امام الياس من بطل ميدالية الى بطل بيندقية..... الصفحة 4 - 5

بطل من ذوي الهمم

محمد بوهدة طموحي سر نجاحي .. .. الصفحة 6

المتميزون المغاور

الحساب الذهني - بطلات يتفوقن في السوروبان بالرغم من الامكانيات البسيطة ..... الصفحة 7

مواقع من عمق التاريخ

باب الاقواس سر الصمود ..... الصفحة 8

تراثنا سر هويتنا

شهر التراث 2024 بين احضان بحيرة الغابة المدية..... الصفحة 9

جمعيات

جمعية البيئة و المحيط الاخضر بالمدية - الإيادي العامية للبيئة ..... الصفحة 10 - 11

الملحقات التابعة للديوان

مخيم جواب مكان ساحر في قلب الطبيعة ..... الصفحة 12

المركب الرياضي محمد بوزيدي المدية ..... الصفحة 13

خلية إصغاء

نصائح و ارشادات لتلاميذ البكالوريا و شهادة التعليم المتوسط ..... الصفحة 14-15

المهرجانات

التصفيات الجهوية المؤهلة للمهرجان الوطني رقم 19 لمسرح الطفل ضيف مدينة النيطري..... الصفحة 16

حملات تحسيسية

حملة تحسيسية توعوية حول مخاطر استعمال وسائط التواصل الاجتماعي ..... الصفحة 17

مقالات

إدمان من نوع اخر لعبتي POPG و FREE FIRE ..... الصفحة 18-19

تظاهرات الديوان

التصفيات الولائية للمسابقة الوطنية للمنشط المبدع - المكرفون الذهبي ..... الصفحة 20

جزء من الاحتفالات باليوم العالمي للطفولة 01 جوان..... الصفحة 20

التصفيات الولائية للمهرجان الوطني لإبداعات الفتاة ..... الصفحة 21

مسابقة

مجلة آفاق الشباب

مجلة آفاق الشباب مجلة شهرية تصدر عن ديوان مؤسسات الشباب بالمدية

تهدف إلى غرس و تنمية الطموح في قلوب شبابنا وأطفالنا بأخذ العبرة من قصص أبطال كانت و لاتزال أسمائهم خالدة و أبطال ينازعون وينتزعون التفوق و التميز رغم الظروف و أبطال لا يزالون يخلدون أسمائهم بأحرف من ذهب .

من إعداد و تصميم:

خالد رشيدة

الكلمة الإفتتاحية

الكلمة الإفتتاحية للسيد :

محمد بلجوهر

مدير ديوان مؤسسات الشباب لولاية بالمدية

أهلاً ومرحباً بكم في العدد الأول من مجلة «آفاق الشباب» ، هي مجلة شبابية تعكس روح الشباب وتجسد أهم قضاياهم وإهتماماتهم ، صادرة عن ديوان مؤسسات الشباب بالمدية و الذي يكرس جل امكانياته ومؤسساته الشبابية في خدمة شباب ولاية المدية و ذلك من خلال دور الشباب التي تكلف بإستقبال جمهور من الشباب في فضاءات نشاطات إجتماعية تربوية و علمية و ترفيهية . و كذلك بيوت الشباب التي تعمل على تطوير و ترقية حركية الشباب و السياحة التربوية . و القاعات المتعددة الخدمات التي تضمن نشاطات إجتماعية تربوية و علمية وترفيهية تجاه الشباب أثناء أوقات فراغهم في الوسط الريفي والحضري ، و مخيمات الشباب التي تكلف باستقبال الأطفال و المراهقين و الشباب أثناء أوقات فراغهم وتنظيم لفائدتهم نشاطات تسلية تربوية و سياحية دائمة . ولمركبات الرياضية الجوارية التي تقوم بتقديم تنشيط جواري لشباب الأحياء و المدن من خلال ممارسة النشطات الرياضية والإجتماعية و الثقافية . و مهمتنا هي الإهتمام بهذه الفئة لأنها تمثل جيل اليوم وصناع الغد .

في هذا العدد نقدم لكم محتوى ثري ومتنوع يلبي احتياجاتكم ويرضي تطلعاتكم ، يساعدكم في تطوير أنفسكم والوصول إلى أهدافكم ، و نشارككم أفكاراً ومعلومات تهمكم، ونلهمكم بقصص شباب ناجحين و مبدعين، ومقالات ومواضيع متنوعة تتناول جوانب مختلفة من حياة الشباب واهتماماتهم في مختلف المجالات في الرياضة والثقافة و التكنولوجيا ، انضموا إلينا وكونوا جزءًا من رحلتنا الرائعة نحن هنا لنكون صوتكم ونعكس آراءكم وآمالكم ، و لتبادل العلم والخبرات

و نبني جسورًا قوية من التعاون والتضامن لأننا نؤمن بقوة الشباب وإمكانياتهم اللامحدودة لأنهم القادة والمبتكرون الذين يمتلكون العزيمة والطاقة لتحقيق النجاح ، و نحتر بهم ونسعى دائماً لتشجيعهم ودعمهم في تحقيق أحلامهم وتطوير مهاراتهم .وتلخيص أفكارهم و التعبير عن اهتماماتهم ، تابعونا في رحلة مليئة بالمفاجآت والتحديات، حيث نتشارك المعرفة ونبحث عن الإلهام والإبتكار ، و دعونا نساهم سويًا في بناء مستقبل أفضل للجيل القادم. لنجعل من هذه المجلة منبرًا لتبادل الأفكار وتعزيز التواصل بين الشباب المبدع .

نتمنى لكم قراءة ممتعة ومفيدة، ونحن متأكدون بأنكم ستجدون في صفحاتنا الكثير من الفائدة ولا تترددوا في مشاركة آرائكم واقتراحاتكم معنا.

مجلة آفاق الشباب

الشكل 3: الفهرس والكلمة الافتتاحية

على يمين الصفحة رقم اثنين وضعنا تعريف بالمجلة غلافها والجهة التي تصدر عنها والجمهور المستهدف ودورية نشرها والرسالة التي تريد ان تصلها وفريق الاعداد والتصميم وفهرس المجلة، وفي الصفحة رقم ثلاثة الكلمة الافتتاحية مقدمة من مدير ديوان مؤسسات الشباب بالمدية السيد بالجوهر محمد.

- **الاشكال:** استخدمنا اشكال مستطيلة في عرض محتور الفهرس لتقسيم وابراز اركان المجلة وهذا لجعله أكثر تنظيما، ويحتوي على جميع المواضيع التي تناولتها المجلة مرفوق برقم الصفحة وهذا لتسهيل عملية تصفحها. والاعمدة للفصل بين ا
- الألوان: اعتمدنا على اللون الأزرق والأبيض في الصفحتين وهما اللونين الأكثر اعتمادا في المجلة
- الصور: استخدمنا صورة غلاف المجلة في الصفحة الأولى وهذا لتقديم معلومات حول هذا العدد، وفي الصفحة الثانية صورة مدير الديوان وهذا للمصداقية والثقة.

3-ركن بطل من قلب التيطري – الشهيد إمام إلياس من بطل بميدالية إلى بطل ببندقية



الشكل 4: **ركن بطل من قلب التيطري**

- **الاشكال:** لهذا الموضوع اخترنا إطار وضع الصور على شكل مستطيلات ودوائر وهذا لتوجيه الانتباه نحو الشهيد امام الياس وتنظيم محتوى المقال، ودوائر حمراء حول الشهيد امام الياس وهذا للإشارة بانه هو الشخص المعني.
- **الألوان:** استخدمنا اللون الأزرق في كتابة الحكمة كتناسق مع خلفية للصورة الموجودة فوقها
- **الصور:** استخدمنا 7 صور وقسمنا الموضوع لصفحتين:

✓ الصفحة الاولى فيها ثلاثة صور حول بطولته في المجال الرياضي والتي ترمز الى جزء من الأول من العنوان "بطل بميدالية"، الصورة الاولى عبارة عن صورة تجمع بينه وبين اصدقائه في الفريق ووضعنا دائرة حول الشهيد امام الياس والصورة الثانية صورته وهو شاب والثالثة وهو يشارك في سباق في فرنسا بدون ارتدائه لحذاء.

✓ الصفحة الثانية ثلاثة صور لنضاله المسلح إبان الثورة الجزائرية والتي ترمز الى الجزء الثاني من العنوان "بطل ببندقة" صورة الاولى مع زملائه من النضال والثانية وهو يحمل بندقية رمزا للنضال المسلح والثالثة صورته الموجودة في المركب الرياضي الشهيد امام الياس بالمدية المخلدة له.

الصورة السابعة صورة العلم الوطني الموجودة في نهاية العنوان وكأنه يرفرف دلالة على انه مرفوع عاليا الذي يرمز للوطنية والنضال والذي من اجله ضحى الشهيد بحياته، وتحصلنا على جميع الصور والمعلومات من بنك المعلومات لديوان مؤسسات الشباب بالمدية.


بـطل من ذوي الهمـــم

طـــموحي ســـر نـــجاحي " محمد بوهـــدة"

محمد بوهدة فخر عاصمة التيطري بطل في ألعاب القوى سباق الكراسي المتحركة صاحب الإرادة القوية و العزيمة الفولاذية و الحائز على عدة ألقاب إفريقية وعربية ووطنية و هو مثال يحتذى به وسط شبابنا.

وفي حوار معه كشف لنا عن بدايته والتحديات و الصعوبات التي واجهته و الألقاب التي تحصل عليها و طموحاته المستقبلية .

من هو محمد بوهدة ؟

محمد بوهدة رياضي النخبة مستوى عالي لرياضة ذوي الهمم من مواليد 1969 - 55 سنة - عامل في المركب الرياضي الشهيد إمام إلياس ، اعزبه

متى بدأت ممارسة الرياضة ؟

بدأت أمارس الرياضة على مستوى و لاية المدية في 1982 منذ أن كان عمري 13 سنة وماتجمعني على ذلك تأسيس الإتحاد الجزائري لرياضات المعاقين 1979 ، و في البداية كنت أمارس كرة السلة وبعد ذلك إخترت ألعاب القوى لأنها أم الرياضات، الذي يريد أن ينجح يختار طريق واحد و يتبعه و أنا إخترت سباق الكراسي المتحركة كنت مع فريق ولاية المدية ثم جاء مدرب فريق مولودية الجزائر للبحث عني و جاء 6 مرات لإقناعي بالإلتحاق بالفريق و بعد موافقة أهلي إلتحقت لفريق المولودية لمدة 20 سنة .

هل كان لعائلتك دور في تشجيعك لممارسة الرياضة ؟

طبعا ، و خاصة أمي بما جادت في الألعاب على الفور .

هل ساعدتك السلطات المحلية لولاية المدية و مديرية الشباب و الرياضة ؟

أولا أشكر السلطات الجزائرية خاصة السيد رئيس الجمهورية و ذلك من خلال أخر قراراته بإدماج رياضي النخبة . نعم لقد تلقينا أي أبوابهم و واشكر كل من والي الولاية الذي إستقبلني في مكتبه و مدير مديرية الشباب و الرياضة .

ماهي طموحاتك المستقبلية ؟

بالنسبة إلى العنصر هو مجرد رقم مازلت أستطيع أن أقدم أكثر كلاعب و كمدرب ، في كل مساء بعد التفرغ من عملي أذهل ملعب الشهيد إمام إلياس أتدرب وأدرب فريقي المكون من الشخاص من ذوي الهمم و من الأشخاص العاديين كذلك ، أريد أن أترك خليفة لي ، أنا أفرح بما أرى الشخاص ناجحين وطموحين . و أمارس مهنة التدريب كمتطوع

ماهي الصالح التي تقدمها للعائلات التي عندها أطفال من ذوي الهمم ؟

يوجد هناك بعض العائلات بما يرون إبنهم من ذوي الهمم يصيبهم الهلع بالعكس الله هو الذي رزقهم به ، ورسالتي اليهم - العهود لتحطروه يصيبك - لا تركوهم في البيت لأن تركهم في البيت يحطهم ، من الأحسن لو تشجعونهم في ممارسة هواياتهم و أنا مستعد لإستقبالهم و الإشراف على تدريبهم .

كلمة أخيرة ؟

أنا لازلت أمارس الرياضة ولن أتوقف حتى أموت إما في ملعب المعب أو فوق كرسي، أنا أعشق هذه الرياضة .

الإفريقية 2007 لتشجيعي عندما رأيتها داخل الملعب و كانت مفاجئة بالنسبة لي اعطتني قوة مضاعفة و لقد حزت على عدة ميداليات يومها .

ماهي الالقاب التي تحصلت عليها ؟

تحصلت على أكثر من 75 ميدالية ، بطل إفريقيا و بطل في الألعاب الأولمبية في كل سنة بطل الجزائر بدون منازع، وكان أخرها الميدالية الذهبية في ألعاب البحر الأبيض المتوسط بوهران 2022 و لن تكون الأخيرة بإذن الله .

ماهي التحديات و الصعوبات التي واجهتك أثناء مسيرتك الرياضية ؟

واجهت الكثير من التحديات و الصعوبات التي كانت تحارب روح الطموح بداخلي لكني تجاوزتها لأنني أمارس هوايتي التي أحبها ، أنا الحمد لله و لا يوم رأيت نفسي أنني عاجز ، الله لا يبرح منك شيء حتى يعوضك بخير منه .

كنت أذهب إلى تكوينات في النحل بالفريق الوطني كانوا يقولون لي إذهب للمدية لكي تتدرب و بعد ذلك سنرسل لك طلب الإلتحاق فيذهبون دون إرسال الطلب لو كان شخص اخر مكاني كان إنضعف و يتنازل عن حلمه لكن أنا مازلت في هذا إلا إصرارا على ممارسة هوايتي لأني بما بدأت في ممارسة الرياضة بدأتها من أجل صحتي لأن العقل السليم في الجسم السليم .

هل ساعدتك مواقع التواصل الإجتماعي في البروز أكثر ؟

نعم ساعدتني كثيرا ، خاصة في كورونا بما وضعت فيديو بناء استعانة للساعات فلقد تجاوبوا معي

6

مجلة أفـــاق الشباب

الشكل 5: ركن ابطال من ذوي الهمم

4-ركن أبطال من ذوي الهمم –طموحي سر نجاحي محمد بوهدة:

- **الاشكال:** اخترنا إطار الصور على شكل رمز الالعاب الاولمبية الافريقية، وهو عبارة عن حلقات متداخلة، واستخدمنا هذا الرمز لانتماء هذا البطل لرياضة العاب القوى التي تندرج ضمن الالعاب الاولمبية
- **الألوان:** واستخدمنا نفس ألوان الرمز، والعنوان كذلك بنفس اللون، والألوان هي التي أعطت له هويته، واستخدمنا اللون الأحمر القاتم (للدلالة على القوة) في أسئلة الحوار وهذا لتسهيل قراءة النص.
- **الصور:** اخترنا 5 صور لمحمد بوهدة اثناء سباقه في الألعاب الاولمبية بوهران سنة 2022 وفوزه بالميدالية الذهبية، ورتبنا الصور من بداية السباق واثناء السباق الى الفوز **وحمل** العلم الوطني والى تجمع الصحافة حوله، والصورة الخامسة اثناء رفع العلم الوطني واستماعه للنشيد الوطني وعيناه مملوءة بالدموع وهذا ما الا شعور بالافتخار والاعتزاز لانتمائه للجزائر، رتبنا الصور من بداية السباق الى حين اعتلائه منصة تسليم الميداليات، استخدمنا هذه الطريقة لإضفاء نوع من الحركية، ولإبراز تفوقه في رياضة العاب القوى. والصورة 6 هي للعلم الوطني الجزائري كخلفية لان هذا البطل كان دائما هدفه رفع العلم الوطني في المحافل الوطنية والدولية.

5 –موضوع الحساب الذهني – بطلات يتوفقن في السوروبان بالرغم من الامكانيات البسيطة


المتميزون الصـــغار

- الحســـاب الذهني -
بطلات يتفوقن في السوروبان بالرغم من الإمكانيـات البسيطة

السوروبان أو الحساب الذهني عرف رواجا كبيرا في السنوات الاخيرة في الجزائر خاصة وسط أولياء التلاميذ باعتباره المنفذ في مادة الرياضيات ، حيث سارعت الكثير من المدارس الخاصة ودور الشباب إلى تبني هذه التقنية الجديدة التي تهدف لتطوير و زيادة قدرات الطفل وذكائه وتركيزه و كذا ثقته بنفسه .

و بخصوص بداية السوروبان في ولاية المدية صرح مدرب السوروبان الاستاذ بوطهراوي محمد بالنسبة لقطاع الشباب و الرياضة في و لاية المدية بدأ منذ نوفمبر 2020 و جهزت حوالي 20 مؤسسة لتعليمه ، حيث بدأت بلدية بوشراحيل في تعليمه في دار الشباب الشهيد يحيى عيسى سنة 2021 عندما كونت أول الفوج ومنذ البداية لاقى إقبال من طرف المنخرطين ،كما انني بدأت بتعليمهم منذ سنتين و شاركت معهم في عدة مسابقات و سيطرت بلدية بوشراحيل منذ 3 سنوات على المراتب الأولى في ولاية المدية ، وشاركنا مرتين في النقاء الوطني للسوروبان في ولاية ميلة في المرة الأولى مع المتألقين شعيبي شيماء و نادية موسوس و المرة الثانية مع نظار خديجة و موسوس نادية حيث تحصلنا على المرتبة 4 ، وكانت المنافسة جد شرسة خاصة مع جمعيات من القطاع الخاص ذات إمكانيات مادية عاليةوالسوروبان يجب التدرب عليه يوميا ، و تعطيهم ألعاب في الهاتف كلعبة sodoku لكي تنمي قدراتهم في الحساب الذهني .

و هنا بعض تصريحات البطلات التي تفتخر بين مدينة بوشراحيل وولاية المدية حول بنايتهن في تعلم السوروبان و ماذا أضافت إليهن هذه التقنية في مسارهن الدراسي و الإنجازات التي حققنها .

يوسوس نادية : عمري 14 سنة طالبة في السنة الثالثة متوسط إنضممت إلى «دار الشباب بوشراحيل الشهيد يحيى عيسى منذ الصغر بدافع الفضول حول هذه التقنية الجديدة هو الذي دفعني لتعلمها ، شاركت في عدة مسابقات من البلدية الى الولائية وحتى الوطنية ، في 2022 إحتليت المرتبة 2 و اليا و في 2023 إحتليت المرتبة الأولى واليا ، و لقد ألفت كتاب حول السوروبان «الجمع و الطرح البسيطين » ، كما أستاذ بهيهات أخرى كالكتابة و الشعر و الرسم ، و تحصلت على معدل 15 في دراستي و هذا بفضل الله و تشجيع والدي .

فطار خديجة مروة : سنة ثالثة متوسط 14 سنة أنا الفطن أمام دار الشباب و إنضممت إليها منذ أن كان عمري 6 سنوات ومارست مختلف النشاطات من الرسم الى الطرز وحتى أن بدأ الأستاذ محمد بوطهراوي بتدريس السوروبان، و أنا كنت جد ضعيفة في مادة الرياضيات و لكن بفضل السوروبان سرت من المتفوقات فيها لقد إكتسبت الثقة بالنفس وشاركت في المنافسات البلدية و الولائيةو حتى الوطنية وحزت على مراتب مشرفة .

و نان فريدوس : 14 سنة سنة ثالثة متوسط من ولاية تيارت فور قدومي الى بلدية بوشراحيل وإلتحاقي بالمدرسة و جدت معظم زملائي منخرطين بدار الشباب ، إنضممت اليها في السنة الخامسة إبتدائي و كنت جد ضعيفة في مادة الرياضيات وبفضل تعلمي للسوروبان أصبحت من المتفوقين في هذه المادة .

شعيبي شيماء سنة ثانية ثانوي لغات أجنبية تربيت في أحضان دار الشباب منذ صغري لأن مدير دار الشباب أحد أقاربي ، و العامل الأساسي لتعلمي للسوروبان هو عشقي للياباني و طريقة عيشهم فلسفتهوتي و دخلت لتعلمها ، وشاركت في مسابقات بلدية وولائية و تحصلت على المرتبة الأول في 2022 ولائيا و المرتبة الثانية في 2023 ، و لقد علمني السوروبان الثقة بالنفس و التركيز و كانت علاماتي متدنية في مادة الرياضيات لكني الان من المتفوقات جدا في هذه المادة .

مجلة آفـاق الشباب 7

الشكل 6: موضوع الحساب الذهني

- **الاشكال:** اخترنا إطار وضع الصور على شكل لعبة البازل – احجية تركيب الصور – فهي من العاب الذكاء التي تتسم بفوائد تحفز نمو الطفل وتطور قدراته المعرفية وكذلك تنشط التركيز فهي تشترك في بعض الفوائد مع السوروبان لهذا اخترناها كإطار للصور،
- **الألوان:** ولونا حواف الإطار بالأصفر لأنه يرمز للتفاؤل، والثقة، تقدير الذات. لونا العنوان بالتدرج حسب ألوان معداد السوروبان، وهي الازرق والاخضر والاصفر والاحمر، وقمنا بتلوين التصريحات باللون الأزرق (التواصل، والثقة) وهذا لتوجيه انتباه القارئ للتصريحات، وتسهيل قراءة النص.
- **الصور:** اخترنا للموضوع خمسة صور من بين الصور التي صورناها اثناء إجرائنا للمقابلة ، الصور الثلاثة الاولى هي للفتيات اثناء الامتحان الذي أجراه الاستاذ نوري بلقاسم مدرب السوروبان بدار الشباب الشهيد يحوي عيسى ، و استخدمنا تقنية عرض الصور البعيدة و القريبة و القريبة جدا ، و إخترنا هذه الطريقة لسرد أجواء الامتحان بطريقة بصرية ، الصورة الأولى لبداية الامتحان وظهور جميع الفتيات اثناء اجراء امتحان ، والصورة الثانية مقربة حيث تظهر مجموعة مصغرة من الفتيات و اظهار فوق الطاولة معداد وطريقة العمل به و الإجابة ، والصورة الثالثة قريبة جدا للمعداد وورقة الإجابة .

والصورة الرابعة تتكون من الادوات المستخدمة في عملية تعليم السوروبان وهما ا واستخدمنا هذه الطريقة لسرد أجواء الامتحان بطريقة بصرية لمعداد والتنغرام ومكعب روبيك، والصورة الخامسة عبارة عن مجموعة الاجزاء الخمسة لكتاب الفوانيس من اعداد مدرب المدربين السوروبان علون بوقادر المعتمدة في عملية التدريس.

6-ركن مواقع من عمق التاريخ -باب الاقواس سر الصمود:

- **الاشكال:** استخدمنا إطار الصور على شكل مستطيلات وهذا للدلالة على النظام والترتيب والبيضوية لإضفاء جمالية على النص.
- **الألوان:** اخترنا لون العنوان ليتناسب مع لون الصورة التي تقابله. وهذا لخلق الانسجام والتناسق.
- **الصور:** استخدمنا ستة صور في الموضوع


مواقع من عمق التاريـــخ

باب الأقـواس

سـر الصمـود

مجلة آفـاق الشباب

الشكل 7: ركن مواقع من عمق التاريخ

الصورة الاولى هي صورة من أقدم صور المدينة في منتصف ق 19 بالضبط سنة 1858م للمصور (Jean Baptiste Antoine Alary) أنطوان، معروضة في متحف جورج استمان بأمريكا الذي يعتبر أقدم متحف للصور القديمة في العالم، توضح حنايا المياه الرومانية المعروفة باب الأقواس[48]، واخترنا هذه الصورة أكبر حجم لظهور صور باب الاقواس جيدا والمدينة داخله، الصورة لوحدها كأنها تروي لنا قصة عن مدينة كانت محمية بأسوارها الشامخة، ومما يساعد على تصور كيف كان يبدو الباب في الماضي، قبل أي تعديلات أو تغييرات حديثة.

الصورة الثانية قديمة لجزء من المدينة العتيقة سنة 1865م، للمصور جايمس جايسر، الصورة توضح السور جيدا كان مكتملا بكل الأبواب، حنايا المياه الرومانية المعروفة بباب الأقواس الشامخ تظهر فيها دعامات حجرية لحمياته من الانهيار[49].

الصورة الثالثة نساء بالحايك أمام باب الأقواس بالمدية نهاية القرن التاسع عشر[50]، الصورة الرابعة كانت بعد الاستقلال، الصورة الخامسة وهي لباب الاقواس حاليا، والصورة السادسة لباب لأقواس في نهاية القرن 19 استخدمناها كخلفية للنص[51].

والصورتين الرابعة والخامسة تحصلنا عليها من ديوان مؤسسات الشباب بالمدية

[48] تاريخ حاضرة المدية والتيطري، https://www.facebook.com/profile.php?id=100063317645190&mibextid=ZbWKwL ، تاريخ الدخول 2024/05/15.
[49] المرجع نفسه.
[50] المرجع نفسه.
[51] المرجع نفسه.

وهذه الصور مجتمعة تضفي على المقالة بعدًا بصريًا غنيًا يعزز الرسالة المكتوبة ويجعل التاريخ حيًا وماثلاً أمام القارئ.

7-تراثنا سر هويتنا -شهر التراث 2024 بين احضان بحيرة الضاية:


تراثنا ســـر هويتنا

شـــهر التراث 2024 بين احضان بحـــــيرة الضاية -المدية-

مجلة آفـاق الشباب 9

الشكل 8: تراثنا سر هويتنا

- **الاشكال: استخدمنا** الاطر على شكل مربعات ومستطيلات وهذا لتنظيم المحتوى بشكل جذاب وواضح.
- **الألوان:** اخترنا اللون الأخضر لعنوان الموضوع والذي يدل على الطبيعة والنماء، ويتميز بكونه لون هادئ ويعتبر مسكننا للتعب والقلق ويخفف من حدة التوتر خاصة أن جميع الصور اخترناها من الطبيعة، والمتمثلة في سبع
- الصور: اخترنا سبعة صور تتعلق الصورة الأولى للافتة المهرجان المتواجدة عند مدخل المعرض كأنها تجسد باب الدخول، وتحتوي على معلومات حول المهرجان، فيها شعارات الجهات الراعية، والجهات المشاركة، والصورة الثانية تجسد المشهد العام للمتحف تظهر فيها الخيام المنصوبة للجمعيات المشاركة في شهر التراث وهذا لعرض أعمالهم ومنتوجاتهم، والمناظر الطبيعة المحيطة ببحيرة الضاية.

والصورة الثالثة لجمعية أمل المرأة العذاورية، والرابعة لجمعية البيئة والمحيط الاخضر لولاية المدية، والخامسة

جمعية الوفاء لنشاطات الشباب بلدية حناشة، وهذه الجمعيات الثلاثة كانت ممثلة لديوان مؤسسات الشباب بالمدية في هذه التظاهرة الثقافية.

والصورة السادسة عبارة عن عرض لفائدة الأطفال والعائلات مسرح العرائس.

الصورة السابعة عروض فانتازيا وفروسية شاركت فيها علفة عزالدين الشايب لبلدية تمزقيدة وفرسان وخيالة بلدية وامري.

8-جمعيات – جمعية البيئة والمحيط الأخضر بالمدية – الأيادي الحامية للبيئة-


جمعيات

جمعية البيئة و المحيط الأخضر بالمدية
- الأيادي الحامية للبيئة -

جمعية البيئة و المحيط الأخضر بالمدية هي جمعية ناشطة في مجال البيئة منذ تاريخ إعتمادها في 1993/02/23 اي لها 30 سنة من الوجود و الخبرة التي تجعلها رائدة في الأعمال الجمعوية وهي من أقدم الجمعيات البيئية على مستوى الجزائر. ومنذ تأسيسها عكفت على المبادرة بمختلف النشاطات الخاصة بحماية البيئة وتعزيز الوعي والثقافة البيئية في وسط المجتمع. بالإضافة الى انجاز ما يفوق 12 مشروعا للتنمية المحلية في المجال البيئي على مستوى ولاية المدية.

حظيت بتكريم يوم 30 افريل 2024، من طرف مديرية الشباب و الرياضة لولاية المدية و ذلك لنشاطها و مثيلها للولاية على مختلف الأصعدة و المحافل الوطنية . و فوزها بالمرتبة الأولى في النقاء الوطني للنوادي الخضراء بولاية بومرداس سنة 2023 ذلك في صنف أحسن مشروع جمعوي منجز . حيث شاركت بمشروع « المساهمة في تطهير مياه واد مزقيدة المنجز من طرف الجمعية من أجل تحسين نوعية فياه الجارية في هذا الوادي من طريق تصفية فياه المستعملة الموجهة نحوه . و المرتبة الثانية في النقاء الوطني للعمل التطوعي بولاية الطارف صنف أحسن روبورطاج حول عمليات التطوع التي تقوم بها الجمعية .

و المشاركة في القافلة الترفيهية الهامة خلال العطلة الربيعية بولاية المدية . و تحصلها على المرتبة الأولى خلال النقاء الوطني للنوادي الخضراء بولاية بومرداس لسنة 2022 في جائزة أحسن روبورطاج حول البيئة.و غيرها من التشريفات المحلية و الوطنية و كذا الدولية .

و بخصوص المشاريع التي أنجزتها الجمعية حرج السيد بن خاوة يوسف نائب رئيس الجمعية : جمعيتنا وبالشراكة مع مختلف الهيئات العمومية والخاصة، بالإضافة إلى مختلف الفاعلين الوطنيين والأجنبيين الصناديق الأممية، شاركت في انجاز عديد المشاريع نذكر منها:

مشروع تهيئة حديقة حضرية ببلدية المدية، بتمويل من بعثة الاتحاد الأوروبي للمنظمات الغير حكومية ONG1 بالجزائر سنة 2004.

مشروع ملتقى الحدائق والمساحات الخضراء في الوسط الحضري، بدعم من برنامج المنح الصغيرة SGP والبنك الدولي Bank Mondial سنة 2006 بالجزائر.

مشروع منتدى المبادرات الايكولوجية لولاية المدية الممول من طرف بعثة الاتحاد الأوروبي للمنظمات الغير حكومية ONG2 بالجزائر سنة 2008.

مشروعي حماية البيئة سنة 2011 وقوافل الشباب البيئي سنة 2013، بدعم من مصلحة التعاون والنشاط الثقافي لسفارة فرنسا بالجزائر.

مشروع تحسين نوعية المياه واد مزقيدة سنة 2014 بدعم من الفرق التعاقبي للبيئة GEF بالتنسيق مع برنامج الأمم المتحدة الإنمائي بالجزائر.

مشروع المساهمة في الحفاظ على التنوع البيولوجي لبحيرة الغابة لبلدية مزقيدة بدعم من الفرق التعاقبي للبيئة GEF بالتنسيق مع برنامج الأمم المتحدة الإنمائي بالجزائر سنة 2018.

مشروع ترقية قدرات اطارات الجمعيات الشبابية في كتابة وتسيير المشاريع الشبابية سنة 2021، بدعم من وزارة الشباب والرياضة الجزائرية.

و أضاف نفس المتحدث حول اهداف الجمعية تعمل الجمعية على التنسيق بين اعضائها من أجل تحقيق الاهداف الآتية :

نشر الثقافة البيئية في الوسط الطفولي والشبابي.

الحفاظ على المساحات الخضراء وتزيين المحيط في الوسط العمراني.

العمل على تحسين حياة الأجيال القادمة والسعي إلى خلق اقتصاد يقوم على أساس حماية البيئة.

المساهمة في تخطيط وتنفيذ البرامج والمشاريع والنشاطات البيئية.

تنظيم معارض وندوات ومتنقيات تكوينية.

المشاركة في التظاهرات البيئية، العلمية، الثقافية والسياحية (المحلية والوطنية والدولية).

تنظيم رحلات دراسية واستكشاف الطبيعة المحلية والوطنية وزيارة المواقع الأثرية.

ترقية السياحة البيئية والمساهمة في إنشاء مناطق نشاطات الهواء الطلق.

المساهمة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

المساهمة في الدراسات الأكاديمية المتعلقة بالبيئة.

دراسة البيئة البحرية وممارسة النشاطات المتعلقة بهذا المجال.

العمل على خلق تبادل شبابي على المستوى الوطني والدولي.

السعي لتحقيق مويل ذاتي غير ربحي في إطار أهداف الجمعية

وأضاف السيد يوسف بن خاوة حول الاهداف التي تسعى الجمعية لتحقيقها مستقبلا

سطرت الجمعية أهدافها المستقبلية ، حيث تسعى لإنجاز مشتل خاص تساهم به في الحفاظ على النباتات و الأشجار المهددة و المعرضة لتناقص اعدادها .

تسعى كذلك للمساهمة في اثراء النظام الاقتصادي الاجتماعي في الجزائر ، من طريق تقديم مشاريع تساهم في ترقية هذا النوع من الاقتصاد و ترقية المرأة الريفية باعتبارها محركا اساسيا للمجتمع .

مشاركة الخبرات مع فاعلي المجتمع لبدلي هو من أهم الأهداف، حيث و لزمن فاق الثلاثين سنة و تنفيذ العديد من المشاريع التنموية الهامة ، فانها فرصة لمشاركة الخبرات و التشبيك مع الجمعيات الأخرى.

كما اضاف قائلا حول شروط الانخراط في الجمعية

أبواب الجمعية مفتوحة لكل الأشخاص الراغبين من كلا الجنسين ، على أن يقدم طلبا مرفوقا بملف إداري، ليتم بعدها عرضه على أعضاء المكتب التنفيذي للنظر في مكتب المعني

جمعية البيئة و المحيط الاخضر فخر ولاية التيطري و رمز المثابرة و العمل الدؤوب والعطاء . فهذا كله كان بجهود اشخاص ساهرين على حسن سير عمل الجمعية .

مجلة آفـــاق الشباب

الشكل 9: جمعية البيئة والمحيط الأخضر بالمدية.

- **الاشكال:** اخترنا لهذا الموضوع مجموعة من الأطر التي تأخذ أشكالاً مستمدة من الطبيعة، بحيث تعكس لنا طبيعة الموضوع، وتضفي جمالية وتعطي شعوراً بالترابط مع البيئة، مما يجعلها تنعكس إيجابياً على قراءة النص وإدراك المحتوى، واخترنا لهذا الموضوع 3 اطر،

✓ يتمثل الإطار الأول في شكل نبتة مكونة من ثلاثة أوراق الأشجار، والأوراق ترمز للنمو والتطور والصمود والقوة وهذه من صفات هذه الجمعية التي صمدت لمدة 30 سنة وتطورت وأصبحت ما عليه الان.

✓ والإطار الثاني عبارة عن وردة، والتي تمثل الحياة والنمو والازدهار، وهي تعكس الأنشطة البيئية والمشاريع التي تهدف إلى تحسين البيئة وزيادة الوعي البيئي. وتعتبر كذلك رمز عالمي للجمال الطبيعي والرقي، وجودها في النص يضفي عليه جمالاً ويعزز ارتباطه بالطبيعة.

✓ والإطار الثالث عبارة عن اربعة أوراق من شجرة العنب أشكال أوراق العنب في النص ليست مجرد عنصر تصميمي، بل هي للدلالة على ولاية المدية لأنها من الفواكه التي تشتهر بها الولاية وتعتبر رمزا من رموزها، وكذلك للدلالة عن جمعية البيئة والمحيط الأخضر والتي تعتبر بدورها رمزا من رموز الولاية، وكذلك تعزيز للرسالة البيئية، وبجعل المحتوى أكثر ارتباطاً بالطبيعة، وأكثر جاذبية وفهماً للقارئ.

- **الألوان:** اللون الأخضر هو اللون السائد، وهو مرتبط بالطبيعة والنمو والبيئة. استخدام الأخضر في العنوان الرئيسي والعناوين الفرعية المتمثلة في تصريحات وهذا لتعزز الرسالة البيئية ويجذب العين بسهولة، ولتوجيه انتباه القارئ إلى معلومات معينة.
- **الصور:** اخترنا اجماليا 9 صور من أصل 20 صورة تحصلنا عليها من نائب رئيس الجمعية واخترنا نحن الصور التي تعكس الأنشطة البيئية المختلفة التي تشمل الملتقيات تكوينية والرحلات الدراسية والاستكشافية للطبيعة، وحملات تنظيف البيئة، والتعليم والتوعية، والعمل الجماعي والتطوعي، مما يبرز دور الجمعية في تعزيز الاستدامة البيئية والمحافظة على الطبيعة، واستخدمنا صورة رمز الجمعية، وصورة يدين تحمياني شجرة وهذا لدلالة على العنوان الفرعي "الايادي الحامية للبيئة".

حيث توفر هذه الصور الموجودة في النص سياقًا مرئيًا وتكمل المحتوى المكتوب حول الأنشطة والمشاريع البيئية المختلفة، وإنها تعزز بصريًا الرسالة حول أهمية الجهود الجماعية في الحفاظ على البيئة الطبيعية وتقديرها.

9-ركن المنشآت التابعة للديوان:

1. مخيم جواب مكان ساحر في قلب الطبيعة

- **الاشكال:** اخترنا إطار الصور على شكل بيوت حطبيه، التي تعتبر رمزا لحياة الريف التي تمتاز بالبساطة والهدوء والسكينة، وشكل مستطيل وهذا لتسليط الضوء على المخيم.
- **الألوان:** استخدمنا اللون البني في تلوين إطارات عرض الصور وهو لون مرتبط بالخشب والأرض، ويعطي إحساسًا بالأصالة والدفء. استخدامه يعزز فكرة أن المخيم يمتاز بطابع ريفي وأصيل. فهو يعبر الهدوء والتوازن، واللون الأخضر مع البني في العنوان للدلالة على الطبيعة لون الأشجار والتراب والبيوت الحطبية.


المنشآت التابـ

مخيـــم جواب مكان ساحر في قلب الطبيعة

12

الشكل10: مخيم جواب

- **الصور:** اخترنا للموضوع 6 صور الأولى تظهر منظرًا عامًا للمخيم، مما يعطي للقارئ انطباعًا عن البيئة الطبيعية والجمال الذي يحيط بالمخيم، و الصورة الثانية لمجموعة من الخيم المنصوبة في فضاء غابي وهذا دليل عن تجربة التخييم، و الصورة الثالثة عبارة عن غرفة استقبال المخيم و مما يعطي فكرة عن مستوى الراحة

والفخامة المتوفرة داخل أماكن الإقامة ، والرابعة تظهر غرفة نوم داخل أحد غرف المخيم ، مشيرة إلى الأثاث والتصميم الداخلي للمرقد و الخامسة و السادسة تظهر منظرًا آخر من المخيم ، مما يبرز المزيد من المناظر الطبيعية المحيطة به .

كل صورة تخدم غرضًا مختلفًا في تعزيز فهم القارئ لما يمكن توقعه عند زيارة المخيم، من حيث الطبيعة المحيطة، وسائل الراحة، والتصميم الداخلي للبيوت الخشبية، وهذه الصور تحصلنا عليها من المكلف بالاتصال لمخيم جواب.

2. المركب الرياضي الشهيد محمد بوزيدي بالمدية:

- **الاشكال:** اخترنا اشكال عرض الصور على شكل معين وهذا للتعبير عن التحدي والتميز، واستخدمنا المستطيل في عرض الصورة الكبيرة وإطار العنوان وهذا لإعطاء مظهر جذاب وواضح للنص.
- **الألوان:** استخدمنا الألوان المتواجدة في الصورة المعروضة فوق العنوان لإضفاء نوع من التناسق، الأخضر والأزرق للتعبير عن الحيوية والنشاط والتفاؤل، واستخدمنا اللون البنفسجي للإحاء للصدق والاحترام.
- **الصور:** استخدمنا 8 صور لمختلف للنشاطات المتواجدة في المركب الرياضي من الأنشطة الرياضية، والتعليمية، والاجتماعية، وهذا لإبراز وتحصلنا عليها من السيد فاروق



الشكل 11: المركب الرياضي محمد بوزيد

10- ركن خلية اصغاء – نصائح وارشادات لتلاميذ البكالوريا والتعليم المتوسط


خلية اصغاء

نصائح و إرشادات لتلاميذ البكالوريا و التعليم المتوسط

يجرد انتقال التلاميذ للمرحلة النهائية سواء أقسام البكالوريا أو الرابعة متوسط يعيش التلاميذ وأسرهم ضغطاً كبيرا ، و يصبح النجاح في شهادة البكالوريا و شهادة التعليم المتوسط هو هاجسهم الوحيد ، بحيث يجتاح القلق والتوتر نفوسهم ، و قد يعاني بعض التلاميذمن قلة التركيز، وتشتت الذهن، وضعف الذاكرة نتيجة للضغوط النفسية التي يواجهونها، قد يشعر بعضهم بالعصبية والاكتئاب والإستسلام، مما يؤثر على أدائهم في الإختبارات ، و للتغلب على هذه الضغوطات ، إليكم بعض النصائح و الإرشادات التي قدمتها لنا الاخصائية النفسانية «كريمة حمداني» مسؤولة عن نقطة إصغاء بالمركب الرياضي محمد بوزيدي- بلدية -النايح لديوان مؤسسات الشباب و الرياضة بلبلدية

الاستعداد النفسي والجسمي للامتحانات:

إن الاستعداد النفسي والجسمي للامتحان البكالوريا من اهم عوامل النجاح في الامتحان حيث يشعر بعض الطلاب ومن بداية السنة الدراسية بعدم الثقة بالنفس، والخوف والتردد، وتسيطر على ذهنه الخواطر السيئة، والأفكار المحبطة، وهنا يأتي دور الاستعداد النفسي، وللتغلب على هذه الإيحادات السلبية يرجع نفسك على النجاح بالخطوات التالية:

- احذر هذه الكلمات:
- أنا ضعيف المستوى .
- لا يمكن أن أفهم هذه المادة انها صعبة. وليس في أساس فيزي فيها لذلك لا أستطيع الحصول على المعدل فيها وبالتالي عدم النجاح فيها.
- لا أستطيع مراجعة هذه المادة.
- لا يمكن أن أحصل على أكثر من ملبق.
- (تلمسًا) نفسي وأنا أذاكر هذه المادة.
- وعليك بهذه العبارات :

ردد في نفسك هذه العبارات وبصوت مرتفع نسبياً

- إنني أثق بذاكرتي.
- إن المعلومات التي أقرأها سأفهمها وأتذكرها بسهولة.
- إن المادة ستكون سهلة مع الوقت، وسوف أفهمها.
- يوم الامتحان ستكون أعصابي هادئة. هادئة. هادئة....

وإليك هذه الخطوات:

أولاً: يرجع نفسك أن تكون ناجحاً في دراستك، تخيل أنك حصلت على أعلى تقدير.

ثانياً: يرجع نفسك أنك ذي لامع، تخيل نفسك كذلك.

ثالثاً: قم بتصوير العبارة الإيجابية التي تناسبك أكثر من صورة.

رابعاً: الصق الصور في أماكن متكررة أمامك يومياعلى ان تكون في موقع بارز من غرفتك، بجوار مكتبك، عند الباب...

خامساً: عود نفسك النظر إلى هذه العبارات يومياً.

سادساً: كرر العبارات في ذهنك كلما تذكرتها وباستمرار.

اللجوء إلى الله بالدعاء ربّ اشرح لي صدري ويسّر لي أمري.

و الآن نتكلم عن تنشيط الذاكرة

سأذكر هنا باختصار الأمور التي ذكر الأطباء أنها تساعد في المحافظة على (الذاكرة) وسلامتها كثير من الناس من حصلها وكثرة النسيان مع تقدم العمر :

1 - ممارسة الرياضة:

قد يتخيل كل من يقرأ هذا المصطلح وجود مشقه من جهدوالوقت ولكن المقصود هو ممارسة أي نشاط بشكل منتظم يحرك الدم في الجسم ومن الأمثلة على ذلك:

أ)المشي: على أقل تقدير 3 أيام في الأسبوع،وكل مرة 30 دقيقة.

ب)ممارسة تمارين إعتيادية بشكل منتظم، والتي تعتمد على تحريك متناسق لليدين والرجلين والجسم، بالإضافة إلى تمارين البطن المعروفة، وكل هذا لمدة 30 دقيقة وفي أي مكان في المنزل.

2 - النوم : قد يشكل نقيجه ايجابيه أو سلبيه كالتالي:

أ)إيجابي: النوم من 6 إلى 8 ساعات متواصله ليلاً وفي وقت محدد قدر الإمكان، وهذا إيجابي للجسم وبالتالي للمخ وبالتالي للذاكرة.

ب)سلبي: وهو النوم الزائد عن 9 ساعات لمتوسطي العمر، فهذا يتسبب في خمول الذاكرة وتراجعها.

3 - الغذاء:

الموضوع متشعب ولكن باختصار يجب التركيز والإهتمام بتناول الفاكهه (أي نوع) مرتين في اليوم وضرورة احتواء و جبا ت الطعام على أي نوع من الخضار والبقوليات والهدف هنا الحصول على كميه كافيه من فيتامين b12 لمحافظه المباشره بالذاكره.

4 - القراءة:

تنشيط الذاكره وقرينها بالقراءه ومطالعه ومحاولة حل بعض الألغاز عامة، وبخاصة التي تعتمد على الأرقام شفوياً دون كتابه.

نصائح حول الامتحانات:

وجزء من التحضير النفسي هو أن تكون قادرا على التعرف على أعراض الضغط والقلق، وغالبا يكون الضغط شديد لدرجة أنه يؤدي إلى زيادة ضربات القلب وصعوبة التنفس وارتعاش اليدين وارتجاف الرجلين والعثيان والتعرق ..إلخ ويؤدي القلق إلى سلسلة من النتائج السلبية تشمل انعدام التركيز والارتباك والمواقف والأمزجة السلبية والتوجهات السلبية والخوف والغضب وحتى الذعر.

وغالبا تتطور لدى الشخص أساليب غير مجدية للتعلب على المصاعب مثل أن يصبح منشغلا بالتحدث إلى نفسه سلبيا . ومن طرق الدفاع النفسي ضد هذا الشعور وهذه الأفكار السلبية هو الإذعان، واليأس ويصبح الشخص مشلولا أثناء الامتحان. ولكن القدرة على العمل بصورة جيدة تحت الضغط ، تعتبر مهارة يمكنك تعلمها ومن أساليب التعلب على القلق أثناء الامتحان ما يلي:

1 - التحضير الكافي Adéquate Préparation.

2 -الاسترخاء- Relaxation

3 -تجاهل التفكير السلبي Avoid Négative Thinking

كيـــف تتصرف يوم الامتحان:

يوم انتقالك إلى مركز الممتحن سوف تواجهك عدة مظاهر جديدة يجب أن تتحضر نفسيا لمواجهتها ومن أهم هذه المظاهر:

- أغلب الطلبة المقبلون على الامتحانات يتوجهون إلى مؤسسات غير المؤسسات التي زاولوا فيها دراستهم والانتقال إلى مكان جديد يسبب في أغلب الأحيان عدم الراحة النفسية والارتباك والقلق ومن أجل مواجهة ذلك يجب عليك إقناع نفسك بأنك سوف تدخل هذا المركز من أجل الامتحان لا غير وسف تعتاد الأمر بمجرد إجتياز المرحلة الأولى من الامتحانات .

- وجود عناصر من الأمن الوطني عند مدخل المؤسسة وهذا الإجراء ما كان ليتخذ لو لم يكن في مصلحة الطلبة .

- قائمة الامتحان وبوضعيات جلوس الممتحنين كل في طاولته يمكن لهذا أيضا أن يسبب ارتباك لدى الطالب لذا يجب التحضير الجيد من أجل تفادي الوقوع فيه.

- وجود أكثر من عدد للمشرفين على الحراسة داخل الصف، فهذا الإجراء هو في مصلحة الطلبة وذلك من أجل أن يكون النجاح من نصيب الطالب المجتهد.

- أخذ كل الأدوات اللازمة من أجل تفادي الوقوع في القلق عند عدم توفر وسيلة ما كالقلم أو المسطرة أو الآلة الحاسبة.

- أثناء توزيع ورقة الامتحان يجب على الطالب التريث في قراءة الأسئلة بأخذ برهة من الزمن ثم قراءة الأسئلة عدة مرات حتى يتمكن من فهم المطلوب وفي حالة إيجاد صعوبة في الفهم يستحسن إعادة صياغة السؤال بطريقة الطالب مع الحفاظ على مضمون السؤال.

- الإجابة على الأسئلة السهلة وإن كانت تنقيطها أقل لأن ذلك يفتح شهية الطالب.

- استعمال المسودة في التحرير، لأن الكتابة المباشرة على ورقة الإجابة وعندما يخطئ الطالب في شيء ما يضطره ذلك إلى الشطب وتكرار ذلك يؤدي إلى فقد التركيز وبالتالي القلق وسوء التصرف.

عندما تفكر في الإستسلام تذكر دائما لماذا بدأت ؟

الشكل 12: نصائح وارشادات لتلاميذ البكالوريا والتعليم المتوسط

- **الاشكال:** استخدمنا في الموضوع إطار على شكل معين سداسي الاضلاع موضوعة على شكل خلية النحلة التي ترمز للعمل الجاد والإنتاجية وكذلك التنظيم وهذا ما هو مطلوب من تلاميذنا لكي يتحصلوا على النجاح والتفوق يجب عليهم العمل الجاد وتنظيم وقتهم.
- **الألوان:** استخدمنا اللون الأصفر الفاتح تعبيرا عن النشاط والحيوية ولتسليط الضوء على النقاط المهمة والعناصر البارزة في النص، مثل النصائح الأساسية أو الفقرات المهمة. اللون الأصفر على سبيل المثال يُستخدم عادةً لجذب الانتباه وإبراز المعلومات الحيوية.

الصور: واستخدمنا 8 صور الأولى في عنوان الموضوع يد تحمل ريشة وكأنها تكتب والتي ترمز للتعبير عن الأفكار بشكل مميز متمثلة في صورة للأخصائية النفسانية ومجموعة من الطلبة من اجل تقديم نصائح وإرشادات وكذلك صور لتلاميذ يجتازون شهادة البكالوريا وشهادة التعليم المتوسط 2024 مأخوذة من محرك Google، والصورة الأخيرة عبارة عن كراس مكتوبة عليه كلمة امتحان بالفرنسية واقلام التي ترمز للتحضير والكتابة ونظارة طبية فهي تعبر عن التركيز والثقة بالنفس والتميز في مجال الدراسة ومنبه الذي يستخدم في ايقاظ الأشخاص و جعلهم اكثر نشاط ، وهو أكثر استخداما في فترة الامتحانات.

11-ركن مهرجانات وركن حملات تحسيسية:


مهـــــرجـــانـــات

التصفيات الجهوية المؤهلة للمهرجان الوطني رقم 19 لمســـرح الطفل ضيف مدينة التـــــيطري

حملات تحســـــيسية

حملة تحسيسية توعوية حول مخاطر إستعمال وسائط التواصل الإجتماعي تحت شعار معا.. للتوعية من مخاطر إستعمال الإنترنت

1.التصفيات الجهوية المؤهلة للمهرجان الوطني رقم 19 لمسرح الطفل ضيف مدينة التيطري:

- **الاشكال:** عرض الصور في شكل مستطيلات منظمة ومرتبة مشكلة بذلك شكل باب وفي الوسط الموضوع وهذا للترحيب وجذب القراء لاستكشاف الموضوع.
- **الألوان:** استخدمنا اللون الأصفر للدلالة على الطاقة والحيوية ومما يخلقه هذا اللون من جو الفرح والتفاؤل.

الصور: اخترنا للموضوع 11 صورة لعرض جوانب متعددة من المهرجان، مما يعطي نظرة شاملة وكاملة للقارئ وجعله يعيش جو التصفيات من خلال الصور المختلفة للمسرحيات والحضور، واستخدمنا صورة رمز تعبيري في العنوان وهذا لإضفاء نوع من المرح على العنوان.

2.الحملة التحسيسية:

- **الأشكال:** واستخدمنا المستطيل في عرض الصورة الكبيرة وإطار العنوان وهذا لإعطاء مظهر جذاب، وتناسق بين الصورة والعنوان.
- **الألوان:** اخترنا اللون الأحمر للتحذير والتنبيه حول مخاطر هذه الوسائط.

الشكل 13: التصفيات الجهوية المؤهلة للمهرجان الوطني رقم 19 لمسرح الطفل

- **الصور**: اخترنا صورتين، الصورة الأولى لموظفة في ديوان مؤسسات الشباب وهي توزع قصاصات حول مخاطر الوسائط الاجتماعية اثناء التصفيات الجهوية لمسرح الطفل في والصورة الثانية عبارة عن مجموعة رموز الوسائط الاجتماعية مرتبة على شكل شبكة واي فاي التي بواسطتها تشتعل هذه الوسائط استخدمناها كخلفية للموضوع.

12-إدمان من نوع اخر لعبتي POPG و FREE FIRE:



الشكل 14: إدمان من نوع اخر لعبتي POPG وFREE FIRE

- الاشكال: استخدمنا إطار عرض الصور على شكل دوائر وهذا تسليط الضوء على هذه الصور، استخدمنا إطار هاتف نقال وداخله صورة لطفل يلعب بالكمبيوتر وهما الوسيلتين المستعملتان في الألعاب الالكترونية والصورة لطفل يلعب في ساعات متأخرة من الليل وهذا ما لاحظناه من الخلال الظلمة المحيطة به للإشارة للإدمان.
- الالوان: استخدمنا اللون البرتقالي المتواجد في كل صور العاب القتال المعروضة والتي تمثل النار والدمار الذين يتركونه خلفهم

- الصور: استخدمنا إطار الصور على شكل دوائر فيها رمزي فري فاير وببجي وكذلك أداة التحكم في العاب الالكترونية وعلى يمين ببجي وضعت صورة لفتاة من لعبة فري فاير وعلى يسار لعبة فري فاير لشاب من لعبة ببجي، والصورتان تعبران عن كلى الجنسين والفتاة مرتدية لملابس لا تليق بمجتمعنا الإسلامي، وهذا للإشارة الى الأفكار الخطيرة التي يدخلونها في عقول شبابنا وأطفالنا.

13-تظاهرات الديوان:


تظـــــاهرات الديـــــوان

التصـــفيات الولائـــية المؤهـــلة للمهرجان الوطني لإبداعات الفتاة بالأغواط

صفيات الولائية للمسابقة الوطنية للمنشط المبدع - لذكرفـــــون الذهبي -

جانب من الإحتفالات باليوم العالمي للـــطفولة 01 جوان

مجلة آفـاق الشباب 21

مجلة آفـاق الشباب 20

الشكل 15: تظاهرات الديوان

- الشكل: الاشكال المستخدمة في النص عبار عن إطارات مربعة ومستطيلة لعرض الصور والعناوين، ان استخدام المستطيلات والمربعات في عرض الصور يعزز من فهم القارئ ويزيد من جاذبية المحتوى، مما يجعل التجربة الكلية أكثر إمتاعاً وفعالية.
- اللون: استخدمنا اللون الأصفر في عنوان تصفيات المكرفون الذهبي لأنه لون جذاب ويلفت الانتباه ويعبر عن التفاؤل والطاقة، واستخدمنا اللون الوردي في عنوان جانب من الاحتفالات باليوم العالمي للطفولة 1 جوان، يرتبط هذا اللون بالبراءة والنقاء مما يجعله لونا مناسبا لتجسيد عالم الطفولة البريء والنقي.
- الصور: صورة المشاركين ولجنة التحكيم وهذا لتقديم المعلومات بطريقة بصرية. وفي ا يوم العالمي للطفولة اخترنا 9 صور للنشاطات التي قاموا بها الأطفال في يومهم العالمي واحتفال مؤسسات الشباب بيومهم بإدراج مختلف الأنشطة تحصلنا على هذه الصور من ديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية.

اما في موضوع التصفيات الولائية لإبداعات الفتاة اخترنا 8 صور قمنا بتصويرها اثناء اجرائنا لتغطية الحدث الصورة الرئيسية تُظهر خيمة تقليدية مليئة بالأعمال الفنية والمنتجات اليدوية، مما يُشير إلى أهمية الحفاظ على التراث الثقافي والتقاليد المحلية، مجموعة الصور الصغيرة تُظهر أعمال فنية متنوعة تشمل رسم الوجوه، الدمى

اليدوية، الحرف اليدوية المختلفة، والملابس التقليدية. هذا يُبرز الإبداع الفني للشباب المشاركين في التصفيات، بشكل عام، تُظهر الصور مدى غنى التراث الثقافي والفني وأهمية المهرجانات في تعزيز الهوية الثقافية وتشجيع الشباب على المشاركة في الحفاظ عليها.



الشكل 16: مسابقة

14-المسابقة:

- **الاشكال:** استخدمنا أشكال منحنية لعرض الصور، ترتبط هذه الاشكال بالمرونة والحركة الطبيعية، مما يعزز الشعور بالراحة والاسترخاء المرتبط بالعطلات الصيفية.
- **الألوان:** استخدمنا اللون الأزرق لأنه يعكس أجواء البحر والسماء الصيفية. يرتبط الأزرق بالهدوء والراحة، ويعزز شعور الاسترخاء المرتبط بالإجازات والأنشطة المائية.

اللون الذهبي: استخدمناه على حواف إطار عرض الصور، وفي صندوق الهدايا والشريط حوله. يرتبط الذهبي بالفخامة والنجاح والاحتفال، مما يعزز فكرة الجائزة والربح.

- **الصور:** استخدمنا صورتين من المخطط الأزرق 2023 لمجموعة من الأطفال في شاطئ البحر وفي المسابح، وشاطئ بحر في الجزائر تحصلنا على الصور من ديوان مؤسسات الشباب.

4-إعداد وتصميم حملات إعلانية لاطلاق المجلة:

سوف نعتمد على ثلاثة حملات إعلانية لاطلاق المجلة، وسنعرضها على صفحة الفيسبوك الرسمية لديوان مؤسسات الشباب، ووضعنا خطة لعرض هذه الحملات دقيقة، حيث تُقسم عرض الحملات إلى ثلاث مراحل متتالية لضمان أقصى فاعلية وتأثير. تبدأ الحملة الأولى قبل 10 أيام من إطلاق المجلة لتكريس وجودها وتعزيز الترقب، تليها الحملة الثانية بعد 4 أيام لتعميق الاهتمام، ومن ثم الحملة الثالثة بعد 4 أيام لتحفيز الفعل وزيادة الاستجابة، وفي الختام يتم النشر الرسمي للمجلة بعد يومين من الحملة الأخيرة، مما يعزز التواصل والتفاعل المتسلسل مع الجمهور المستهدف بشكل منظم ومدروس، ونقوم بتفعيل خاصية تعزيز النشر، ونختار فئة الشباب من 10 سنوات الى 25 سنة، وذلك للوصول الى أكبر قدر من الجمهور المستهدف.



الشكل 17: الحملة الاعلانية الاولى

الحملة الأولى: اعتمدنا فيها على عنصري التشويق والاثارة والهدف منها اثارة فضول الجمهور وجذب انتباههم حول المجلة.

الهدية الزرقاء مع الشريط الذهبي تعطي انطباعاً بالهدوء والاحتفال، كما لو أن المجلة هدية تُقدَّم للقارئ. اللون الأزرق يمكن أن يرمز إلى الثقة والاحترافية، بينما الذهبي يضيف لمسة من الفخامة والتميز، الجزء الممزق من الهدية يكشف جزء من غلاف المجلة وهذا ويعطي شعورًا بالإثارة والتشويق، كما لو أن هناك شيئًا مثيرًا مخفيًا يتم الكشف عنه، قريبا هذا الأسلوب يجذب انتباه القارئ ويثير فضوله لمعرفة المزيد عن المجلة

إستخدمنا النجوم في تصميم الإعلان لمجلة "آفاق الشباب" وهذا للإشارة الى اسم المجلة، النجوم تُستخدم تقليدياً كوسيلة للتوجيه والملاحة. وضع النجوم في التصميم قد يرمز إلى أن المجلة تهدف إلى توجيه الشباب وإرشادهم نحو مستقبل أفضل، والنجوم الذهبية تخلق جواً من الاحتفال والتفاؤل، مما يعزز الشعور بأن هذا الحدث (إصدار المجلة) هو شيء يستحق الاحتفال. النجوم أيضًا تلمح إلى الجودة العالية والمحتوى المتميز.

- النص "قريباً... انتظروا العدد الأول من مجلتنا" هو دعوة واضحة للقارئ للبقاء مترقباً للإصدار، استخدام علامات الحذف (...) يعزز الشعور بالتشويق والترقب.

- الرمز التعبيري (إيموجي) المستخدم في النص يعكس أسلوباً ودياً وغير رسمي، مما يجعل الإعلان يبدو أكثر قرباً من الجمهور.



الشكل 18: الحملة الاعلانية الثانية

الحملة الثانية: تعتمد الحملة على عنصر الاغراء لجذب انتباه الشباب وتحفيزهم على تحميل وقراءة المجلة بتمعن، والمشاركة في المسابقة للفوز بتجارب رائعة وممتعة.

استخدمنا نصوص مشجعة وهذا للدعوة للتفاعل والمشاركة، وتشجيع القراء على قراءة المجلة بتمعن والإجابة على الأسئلة للفوز بالجوائز.

وضعنا هدية ملفوفة بشريط ومفتوحة في وسط الصورة لجعلها نقطة محورية تجذب العين مباشرة. ولإبراز الرسالة الرئيسية للإعلان ويجعلها واضحة للجمهور، الهدية ترمز بشكل واضح إلى الجائزة القيمة التي سيحصل عليها الفائزون، وهي لرحلات مجانية إلى البحر، استخدام صورة الهدية يعزز من قيمة العرض ويجعل الفكرة أكثر واقعية وجاذبية.

واستخدمنا بالونات للدلالة على الاحتفال، وفتح الهدية وخروج البالونات التي كانت داخلها لهذا وضعنا فيها صور للحائزة.

الأزرق الفاتح: يوحي بالهدوء والاسترخاء ويرتبط بموضوع الرحلات البحرية، مما يجذب انتباه القراء.

الأبيض: يرمز إلى النقاء والبساطة، مما يعكس صفاء ونقاء محتوى المجلة.

ووضعنا صور في وسط الهدية للإعلان الجائزة وهي لشاطئ لبحر، وفي البالونات لتعزيز فكرة العرض، وتوضيح الأنشطة الممتعة التي يمكن الاستمتاع بها خلال الرحلة المجانية إلى البحر، مما يجعل الإعلان أكثر جاذبية وإقناعًا للمشاركين.

الحملة الثالثة: اعتمدنا في هذه الحملة على عنصر الاحتفال، والهدف منها الإشارة الى اقتراب موعد نشر المجلة.



الشكل 19: الحملة الثالثة والنهائية

من خلال النص قمنا بدعوة الجمهور للانضمام إلى الاحتفال بإصدار العدد الأول من المجلة، مما يعزز الشعور بالمشاركة المجتمعية.

استخدمنا رمز ديوان مؤسسات لولاية المدية عند تقطيع الشريط وهذا لكي يبين الجهة التي توجه الدعوة للاحتفال

استخدمنا خاصية تقطيع الورقة لتكشف اخيرا عن اسم المجلة وشعارها ورمزها،

التقطيع يشير إلى عملية الكشف عن شيء مخفي أو جديد، في هذا السياق، يمكن أن يرمز إلى كشف النقاب عن العدد الأول من المجلة ومحتواها المميز.

استخدامنا شرائط ذهبية متدفقة للرمز إلى الفخامة والاحتفال. الذهب هو لون يدل على النجاح والإنجاز، مما يتماشى مع فكرة الاحتفال بإصدار العدد الأول، والأشكال الملتفة والديناميكية تعكس الحركة والنشاط، مما يمكن أن يوحي بأن المجلة مليئة بالطاقة والأفكار الجديدة والمثيرة.

واستخدمنا المقص الذي يُستخدم تقليدياً في قص الشريط عند افتتاح حدث أو إطلاق منتج جديد، مما يشير إلى أن المجلة هي بداية جديدة ومهمة تستحق الاحتفال، وكذلك لرمز إلى الكشف عن محتوى جديد ومثير بانتظار القراء، مما يثير فضولهم.

واستخدمنا اللون الذهبي والذي يرمز عادةً إلى النجاح والإنجاز، في هذا السياق يمكن أن يكون استخدام اللون الذهبي تعبيرًا عن الفخر بالإنجاز وإبراز أهمية الإصدار الأول للمجلة.

اللون الأصفر يشير إلى البهجة والإشراق، مما يعزز فكرة الاحتفال والفرح بالإصدار الجديد.

يرمز اللون الأبيض إلى النقاء والبداية الجديدة. استخدامه هنا قد يشير إلى بداية جديدة مشرقة للمجلة.

اللون البني استخدمناه في كتابة النص الخلفية ويمثل الاستقرار والأرضية الصلبة، قد يرمز هذا إلى الأساس القوي للمجلة والتزامها بمبادئها وأهدافها.

نتائج الدراسة:

وفي الأخير استخلصنا إلى جملة من النتائج الاتية:

- ✓ ان اعداد الخطوات الأولية لتضميهم واعداد مجلة يعتبر كرسم خريطة أولية تساعدك في تحدبد اهداف المجلة، وكذلك في عملية اختيار محتواها من خلال تحديد الجمهور المستهدف والبطاقة الفنية الخاصة بها.
- ✓ ان اختيار اركان المجلة يساعد في وضع إطار واضح للمجلة، ويحدد المواضيع التي ستغطيها، والمجالات التي ستركز عليها، وهذا التحديد يجعل عملية اختيار المواضيع أسهل وأكثر انسجاما مع رؤية المجلة وأهدافها.
- ✓ ان اختيار المواضيع التي ستتناولها المجلة تعتبر خطوة هامة لنجاح المجلة، لأنها هي الركيزة الأساسية التي تقوم عليها عملية تصميم وانتاج المجلة، حيث تؤثر بشكل كبير في جودة المحتوى وتفاعل القراء وتحقيق اهداف المجلة بشكل عام.
- ✓ ان عملية تصميم صفحات المجلة يجب ان تكون دقيقة، وتستطيع من خلال استخدامك للأشكال والألوان والصور بطريقة تعبيرية ومناسبة تساعدك في نقل الأفكار والرسائل التي تريد اصالها للجمهور المستهدف.
- ✓ ان اعداد وتصميم حملات إعلانية للترويج للمجلة قبل صدورها، يعتبر عملية مهمة جدا، لان من خلالها ستقوم بإعلام الجمهور عن وجودها وإزالة الستار عنها.

بناءً على المعلومات التي سبق ذكرها، هنا بعض التوصيات لديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية:

1. يجب أن تولي الديوان اهتمامًا كبيرًا لبرامج علاقاته العامة، حيث تلعب هذه البرامج دورًا هامًا في توجيه وإرشاد الشباب، وينبغي تطوير استراتيجيات فعّالة لتعزيز هذه العلاقات.

2. كونه مؤسسة عمومية تضم 74 مؤسسة تابعة، يجب أن يكون للديوان موقع إلكتروني خاص به، ولا يعتمد فقط على صفحة فايسبوك، يجب أيضا ان تكون لديه صفحات على منصات أخرى، تساهم في الترويج للمنشآت والهياكل التابعة له، وفي إبراز نقاط القوة فيها، بما في ذلك استضافة مسابقات للشباب لجذبهم وتشجيعهم على الانضمام إلى مؤسسات الديوان.

3. يجب على القائمين على برامج العلاقات العامة اختيار الفئة المستهدفة بدقة، واعتماد أساليب حديثة وإبداعية تتناسب مع العصر الحالي، لجذب فئة الشباب والتفاعل معهم بفعالية أكبر.

4. ينبغي تنظيم خرجات دورية للمدارس والمتوسطات والثانويات والجامعات، بهدف تعريف الطلاب والطالبات بالديوان وبمؤسساته، والنشاطات المتاحة داخله، ويفضل أن تكون هذه الخرجات بصفة دورية وغير متقطعة، لضمان الوعي المستمر والتفاعل الإيجابي مع الديوان.

خلاصة الفصل:

في ختام الفصل نستخلص ان تصميم مجلة إلكترونية لديوان الشباب بولاية المدية يمثل خطوة استراتيجية نحو تعزيز التواصل مع الشباب وتمكينهم من التعبير عن آرائهم والمشاركة في الأنشطة المختلفة. من خلال تبني هذه الأداة الرقمية، يمكن للديوان تعزيز برامجه للعلاقات العامة وتحقيق تأثير أوسع وأكثر فعالية في المجتمع.

الخـــــاتمة

الخـــــــاتمة

الخاتمة:

من خلال هذه الدراسة، سعينا الى تقديم الخطوات اللازمة لتصميم واعداد مجلة الكترونية في إطار اعداد مواد وبرامج العلاقات العامة لديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية، بدءًا من التخطيط ووضع الأهداف وصولًا إلى التنفيذ، مع تقديم دلالات حول الأركان والمواضيع وتصميم الصفحات، بالإضافة الى اعداد حملات اعلانية التي تسبق عملية نشرها.

نأمل أن تحقق هذه المجلة الاهداف المسطرة، والنجاح والتأثير المرجو، حيث تمثل هذه المجلة منصة إعلامية مهمة تهدف إلى تعزيز الثقافة والمعرفة في المجتمع، يتوقع أن تساهم هذه المجلة في توسيع دائرة الفهم والتفاعل بين القراء والموضوعات المعروضة، مما يعزز من مستوى الوعي والتعلم، لقد كانت عملية إعداد وتصميم المجلة تجربة ثرية ومفيدة من الناحية الأكاديمية، حيث تعلمنا العديد من الدروس والمفاهيم في مجالات التصميم الإعلامي وبرامج العلاقات العامة. وساهم بشكل كبير في تطوير قدراتنا.نتمنى أن يكون هذا العمل البحثي والتطبيقي قد أضاف قيمة معرفية للمجتمع والمهتمين بالموضوعات المطروحة في المجلة. وأن تكون المجلة مصدراً دائماً للإلهام والمعرفة للأجيال الحالية والمستقبلية. يمثل خطوة جوهرية نحو تعزيز التواصل والتفاعل بين الشباب والمؤسسات التي تخدمهم،

ونتمنى ان تكون بداية لمشاريع مستقبلية تسهم في تطوير العمل الإعلامي والتواصلي بمؤسسات الشباب، وتعزز من قدراتنا في تقديم محتوى ثري ومتنوع يلبي تطلعات الشباب ويواكب تطورات العصر الرقمي، ودعوة لمزيد من المبادرات التي تدعم النمو الفكري والاجتماعي لشبابنا في ولاية المدية وفي الجزائر عامة، أشكر كل من ساهم في هذا المشروع ودعمنا خلال رحلتنا الأكاديمية.

قائمة المـراجع

قائمة المراجع والمصادر

المـــــــراجـــــع:

1-الكتب:

1) برقوق عبد الرحمن، مدخل إلى العلاقات العامة، ط1، دار الخلدونية، جامعة محمد خيضر، بسكرة،2010.

2) تاج السر فقير عمر عماد الدين، إعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة، ط1، كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2013.

3) عابد زهير عبد اللطيف، أبو السعيد احمد العابد، إدارة العلاقات العامة وبرامجها، ط 1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

4) حسن أيوب انعام، جميل زاهر عبد القادر، مقداد فارس محمد، يوسف مصطفى، العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن ،2016.

5) أبو أصبع صالح خليل، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن،2017.

6) محب محمد عبد الحميد، مدخل الى العلاقات العامة، ط1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، المانيا،2024

7) الزعبي علي، بدر السمعيات مروان، إدارة العلاقات العامة (مدخل صناعة العلاقة العامة)، (د-ط)، دار اليازوي العلمية للنشر والتوزيع، الاردن،2019

8) ميهوب نزار، حلاق بطرس، مقدمة في العلاقات العامة، د-ط، جامعة دمشق، قسم الإعلام، دمشق،

9) الخضر محمد، مقدمة إلى العلاقات العامة والإعلان، د-ط، جامعة دمشق، كلية الإعلام، دمشق

10)واكد نعيمة، مبادى في علم الاتصال، د-ط، ديوان طاكسيج. كوم لدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.

2-المجـــــــلات العلمية:

1) جبار أحمد، العلاقات العامة بين الاتجاهات والمنطلقات الفلسفية ومرتكزاتها، المجلة الدولية لاتصال الاجتماعي، جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة،2021.

2) نضال عواد شديفات، دور المجلات الإلكترونية في تثقيف الطفل، مجلة العلمية، كلية التربية، جامعة المنصورة، العدد1، 2018.

قائمة المراجع والمصادر

3-مذكـــــــــرات:

1) بوعزة فتيحة، عباس وهيبة، دور العلاقات العامة في الجذب السياحي، مذكرة لنيل شهادة ماستر علم الاجتماع، كلية علوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيجل، 2015-2016.
2) بولقوس دلال، نويصر مسعودة، إسهام العلاقات العامة في تطوير الخدمات السياحية في فندق الجزيرة بجيجل، مذكرة مقدمة ضمن نيل شهادة ماستر في العلوم التجارية وعلم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة جيجل،2013 -2014.
3) الخصاونة محمد براهيم فؤاد، دور العلاقات العامة في تطوير أداء التلفزيون الأردني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن،2021.
4) ورود عثمان شرباتي، واقع إدارة العلاقات العاملة في الضفة الغربية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر،2011.
5) رقية بكر محمد الحداد، تقييم مجلات العلاقات العامة النسوية في الأردن 'دراسة تطبيقية على مجلة تايكي'، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام،2011

4-مواقـــــع الانترنت:

1. الموقع الرسمي لولاية المدية، wilayamedea.dz، تاريخ الدخول 2024./05/23.
2. موقع المنظومة العصرية للتكنولوجيا التعليمية، https://techm3lomat2012.blogspot.com/2012/12/blog-post_5653.html، تاريخ الدخول 2024/05/14.
3. شبكة النشر العلمي، مفهوم المجلات الالكترونية وانواعها والمجلات المحكمة، www.alno5ba.com، تاريخ الدخول 2024/05/22
4. تاريخ حاضرة المدية والتيطري، https://www.facebook.com/profile.php?id=100063317645190&mibextid=ZbWKwL، تاريخ الدخول 2024/05/15.

5-مؤسســة:

وثائق داخلية خاصة بديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية

الفهـــــــرس

الفهرس

فهرس الموضوعات

الموضوع	الصفحة
كلمة شكر	
اهداء	
ملخص الدراسة	
منهجية الدراسة	
المقدمة	1
اشكالية الدراسة	3
تساؤلات الدراسة	4
أهمية الدراسة	4
اهداف الدراسة	4
أسباب اختيار الموضوع	5
حدود الدراسة	5
الدراسات السابقة	7
تحديد المفاهيم	7
صعوبة الدراسة	8
الفصـــل الاول: مدخل الى العلاقات العامة وبرامجها	
تمهيد	12
المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة	13
1-مفهوم العلاقات العامة	13
1.1-تعريف العلاقات العامة لغة	13
2.1-تعريف العلاقات العامة اصطلاحا	14
2-نشأة العلاقات العامة	15
3-أسس وأنواع العلاقات العامة	16
1.3-أسس العلاقات العامة	16
2.3-أنواع العلاقات العامة	17

الفهرس

3.3-مجالات العلاقات العامة	18
4-خصائص ووظائف العلاقات العامة	20
1.4-خصائص العلاقات العامة	20
وظائف العلاقات العامة	20
5-اهداف واهمية العلاقات العامة	21
1.5-اهداف العلاقات العامة	21
2.5-أهمية العلاقات العامة	22
المبحث الثاني: ماهية برنامج العلاقات العامة	23
1-مفهوم برامج العلاقات العامة	23
2-أسس وأنواع برامج العلاقات العامة	24
خصائص برامج العلاقات العامة	27
4-أهداف وأهمية برامج العلاقات العامة	28
1.4-اهداف برامج العلاقات العامة	27
2.4-أهمية برامج العلاقات العامة	28
خلاصة الفصل	28
الفصل الثاني: اعداد وإنتاج مواد وبرامج العلاقات العامة	
تمهيد	29
المبحث الأول: اعداد وإنتاج مواد العلاقات العامة	30
1- مفهوم اعداد وإنتاج والفرق بينهما	30
2-مفهوم مواد الاعلامية	30
3-أنواع مواد الاعلامية	31
4-مجلة العلاقات العامة	32
1.4-تعريفها	32
2.4-اعتبارات يجب مراعاتها استعدادا لاصدار مجلة المنشأة	32
3.4-السمات العامة لمجلة المنشاة	33
4.4-السمات الاخراجية لمجلة المنشاة	33
5.4-اهداف مجلة المنشاة	33
المبحث الثاني: اعداد وإنتاج برامج العلاقات العامة	34
1-مراحل وخطوات اعداد وبناء برامج العلاقات العامة	34

الفهرس

2-أسس واهداف تخطيط لبرامج العلاقات العامة	36
1.2-أسس تخطيط لبرامج العلاقات العامة	36
2.2-اهداف تخطيط لبرامج العلاقات العامة	36
3-معوقات تخطيط لبرامج العلاقات العامة	37
4-اهداف واهمية تقويم برامج العلاقات العامة	38
4-اهداف تقويم برامج العلاقات العامة	37
1.4-اهمية تقويم برامج العلاقات العامة	37
خلاصة الفصل	38
الفصل الثالث: بطاقة فنية لديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية	
تمهيد	39
1-تعريفه	40
2-مهام الديوان المنوطة به	40
3-مصالح ديوان الشباب لولاية المدية وهياكله	41
1.3-مصالح ديوان مؤسسات الشباب	42
2.3-هياكل ديوان مؤسسات الشباب	45
4-نشاطات ديوان مؤسسات الشباب	46
المبحث الثاني: برامج العلاقات العامة الخاصة بديوان مؤسسات الشباب بالمدية	48
1-برامج العلاقات العامة المطبوعة	48
1.1- مجلة همزة وصل لديوان الشباب لولاية المدية:	48
1.1.1-تعريف المجلة	48
2.1.1-مجلة همزة وصل	48
2.1-مطبوعات لديوان الشباب	49
2-الأبواب المفتوحة والأيام الإعلامية والتحسيسية	49
1.2-الأبواب المفتوحة	49
1.1.2 -مفهومها	49
2.1.2-تحضير وتنظيم الأبواب المفتوحة	49
2.2- أيام الإعلامية والتحسيسية	50
3-صالونات ومعارض ديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية	50

الفهرس

1.3-صالونات	50
2.3-المعارض	51
4 -البرامج الإذاعية والالكترونية لديوان مؤسسات الشباب	51
1.4-البرامج الإذاعية	51
2.4-برامج الإلكترونية	52
خلاصة الفصل	54
الفصل الرابع: إعداد وتصميم مجلة الكترونية في إطار برامج العلاقات العامة	
تمهيد	54
مبحث الأول: ماهية المجلة الإلكترونية	55
1.نشأة المجلــة الإلكتــرونية	55
2 -تعريـف المجلــة الإلكتــرونية	55
3-خصـــائص المجـــلة الإلكتــرونية ومميزاتها	56
1.3- خصائص المجلة الإلكترونية	56
2.3- مميزات المجلة الإلكترونية	57
4-أهميـــة المجــلات الإلكتــرونية:	57
المبحث الثاني: إعداد وتصميم مجلة الكترونية لديوان مؤسسات الشباب بالمدية	58
1-خطوات إنجاز مجلة إلكترونية لديوان مؤسسات الشباب بالمدية	58
2-دلالات محتوى المجلة	60
3-دلالات الاركان	60
4 -دلالات المواضيع	62
5-دلالات تصميم الصفحات	65
7-خطوات اعداد وتصميم حملات اعلانية	80
نتائج الدراسة	83
التوصيات	84
خلاصة الفصل	84
الخاتمـة	
قائمـــة المصـــادر والمراجـــع	
الفهرس	

الفهرس

فهرس الاشكال

الأشكال	رقم الصفحة
شكل 1: أنواع مواد الإعلامية	**25**
شكل2: غلاف المجلة	**65**
شكل 3: الفهرس وكلمة الإفتتاحية	**66**
شكل 4: ركن بطل من قلب التيطري	**67**
شكل5: ركن ابطال من ذوي الهمم	**68**
شكل6: موضوع الحساب الذهني	**69**
شكل7: ركن مواقع من عمق التاريخ	**70**
شكل8: تراثنا سر هويتنا	**71**
شكل9: جمعية البيئة والمحيط الأخضر بالمدية	**72**
شكل10: مخيم جواب	**73**
شكل11: المركب الرياضي محمد بوزيد	**74**
شكل12: نصائح وارشادات لتلاميذ البكالوريا والتعليم المتوسط	**75**
شكل13: التصفيات الجهوية المؤهلة للمهرجان الوطني رقم 19 لمسرح الطفل	**76**
شكل14: إدمان من نوع اخر لعبتي POPG وFIRE FREE	**77**
شكل 15: تظاهرات الديوان	**78**
الشكل 16: مسابقة	**79**
الشكل 17: الحملة الاعلانية الأولى.	**80**
الشكل 18: الحملة الاعلانية الثانية.	**81**
الشكل 19: الحملة الاعلانية الثالثة والنهائية.	**82**