جامعة الدكتور يحي فارس المدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

إعداد مواد وبرامج العلاقات العامة الالكترونية

-اعداد مشروع عملي-

إعداد وتصميم بودكاست مسموع لمؤسسة الحماية المدنية وحدة المدية

ديسمبر 2024- جوان 2025

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة.

من إعداد الطالبتين:

- فايزة مكيد
- مريم بوشهير

تحت إشراف:

د. مصطفى سحاري

الموسم الجامعي:2025/2024

جامعة الدكتور يحي فارس المدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

إعداد مواد وبرامج العلاقات العامة الالكترونية

- اعداد مشروع عملي -

إعداد وتصميم بودكاست مسموع لمؤسسة الحماية المدنية وحدة المدية

ديسمبر 2024- جوان 2025

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة.

من إعداد الطالبتين:

- **فايزة مكيد**
- **مريم بوشهير**

تحت اشراف:

د. مصطفى سحاري

الأعضاء	الرتبة	الجامعة	الصفة
خير الدين بوهدة	أستاذ دكتور	المدية	رئيساً
مصطفى سحاري	أستاذ دكتور	المدية	مشرفاً مقررًا
أحمد شريف بسام	أستاذ دكتور	المدية	عضوا مناقشاً

الموسم الجامعي:2025/2024

شكر وعرفان

نحمد الله تعالى ونشكره أن وفقنا وأعاننا في إنجاز عملنا المتواضع هذا

والذي كان ثمرة مجهود سنواتنا الجامعية.

وصلواتنا للنبي المختار الذي حمل رسالة اقرأ وجعلها أول وآخر قرار.

كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف المحترم سحاري مصطفى

علي كل ما قدمه من توجيهات ساهمت في إتمام دراستنا.

نتقدم بأخص الشكر إلى مؤسسة الحماية المدنية وحدة المدية على

الاستقبال من أجل الدراسة الميدانية.

كما نتقدم بخالص الشكر لإذاعة المدية الجهوية لتعاونها معنا.



الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين

أما بعد

أهدي تخرجي إلى من أوصاني بهما الله براً واحسانا.. والدي الكريمين أطال الله في عمرهما وألبسهما لباس الصحة والعافية.

إلى نفسي التي ثابرت وفازت ومزال طريقها طويل بإذن الله

إلى من جمعنا معهم بيت واحد وكانوا خير سند

إخوتي لأعزاء كل باسمه "مراد " و "خليل"

وأخواتي الطيبات " رهف" و "إلهام"

إلى كل من علمني حرفا طوال مسيرتي الدراسية

أساتذتي الأفاضل.

إلى كل صديقاتي وأخص بالذكر نجية، أشواق، إكرام.

فايزة



من قال أنا لها نالها

لم تكن الرحلة قصيرة ولا ينبغي لها أن تكون

لم يكن الحلم قريبا ولا الطريق كان محفوفا بالتسهيلات،

لكنني فعلتها ونلتها

الحمد الله شكرا وامتنانا الذي بفضله ها أنا اليوم أنظر إلى حلما طال انتظاره وقد أصبح واقعا أفتخر

إلى ملاكي الطاهر وقوتي بعد الله، نبض الحياة "أمي" أهديك هذا الإنجاز الذي لولا تضحياتك

لما كان له وجود، إلى روح والدي الطاهرة رحمه الله الذي كان دعما بلا حدود وعطاء بلا مقابل

إلى من قيل فيهم:

"سنشد عضدك بأخيك، أخي "عمر"

إلى من مد يده دون كلل ولا ملل وقت ضعفي

أدامه الله سندا ثابت لي، إلى أخوتي الغاليين

إلى من تذكرني بقوتي وتقف خلفي كظلي "أختي ليلى"

إلى رفيقات الدرب

إلى نفسي التي راهنت على النجاح، اصبري وصابري فلا يزال الطريق طويلا

مريم

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
شكر	....
إهداء	....
فهرس المحتويات	....
قائمة الملاحق	....
ملخص الدراسة	....
مقدمة	أ
الفصل الأول: مدخل الى العلاقات العامة الالكترونية	10
المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة الالكترونية	11
1. تعريف العلاقات العامة الالكترونية	11
2. عوامل ظهور العلاقات العامة الالكترونية	12
3. أسس ومميزات العلاقات العامة الالكترونية	14
4. أهداف ووظائف العلاقات العامة الالكترونية	16
5. أدوات العلاقات العامة الإلكترونية	18
6. التحديات التي تواجه العلاقات العامة الالكترونية	21
المبحث الثاني: إعداد وإنتاج برامج العلاقات العامة الالكترونية	24
1. تعريف برامج العلاقات العامة الالكترونية	24
2. مبادئ التخطيط لبرامج العلاقات العامة الالكترونية	25
3. أنواع برامج العلاقات العامة الالكترونية	26
4. الاتجاهات المعاصرة في مطبوعات العلاقات العامة	30
5. خطوات إعداد برنامج للعلاقات العامة الإلكترونية	33
الفصل الثاني: البودكاست كمادة من مواد العلاقات العامة الالكترونية	39

المبحث الأول: ماهية البودكاست	40
1. تعريف البودكاست	40
2. نشأة البودكاست	41
3. خصائص البودكاست	42
4. أنواع البودكاست	43
المبحث الثاني: مراحل تصميم البودكاست	45
1. خطوات انتاج البودكاست	45
2. أنواع منتجي البودكاست	46
3. مميزات البودكاست	47
4. فوائد البودكاست	48
الفصل الثالث: تصميم بودكاست في إطار إعداد مواد وبرامج العلاقات العامة الالكترونية لمؤسسة الحماية المدنية ولاية المدية	51
المبحث الأول: تقديم مؤسسة الحماية المدنية وحدة المدية	52
1. التعريف بمؤسسة الحماية المدنية ولاية المدية	52
2. نشأة الحماية المدنية الجزائرية	52
3. نشأة مديرية الحماية المدنية على مستوى الولاية	53
4. التدرج الإداري لمديرية الحماية المدنية لولاية المدية	54
5. مهام الحماية المدنية	56
6. برامج مديرية الحماية المدنية لولاية المدية	57
المبحث الثاني: إعداد وتصميم بودكاست لمؤسسة الحماية المدنية وحدة المدية	62
1. خطوات إعداد بودكاست الكتروني مسموع لمؤسسة الحماية المدنية ولاية المدية	62

2. نص البودكاست الالكتروني المسموع لمؤسسة الحماية المدنية ولاية المدية	63
الخاتمة	72
قائمة المصادر والمراجع	74

قائمة الملاحق

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01	الهيكل التنظيمي لمديرية الحماية المدنية لولاية المدية	54
02	حملة تحسيسية لمكافحة حرائق الغابات	58
03	حملة تحسيسية حول مخاطر السباحة بالمسطحات المائية	59
04	تدريبات الفرق المتخصصة	60

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة تحت مسمى، إعداد مواد وبرامج العلاقات العامة الإلكترونية "اقتراح مشروع عملي" إلى تصميم بودكاست مسموع في إطار إعداد مواد وبرامج العلاقات العامة الإلكترونية لمؤسسة الحماية المدنية ولاية المدية، بما أنه دراستنا تندرج ضمن مشروع عملي لإعداد وتصميم برامج العلاقات العامة الإلكترونية، فهي لا تحتاج لإشكالية ولا تساؤلات فهذه الدراسة هي مشروع عملي تطبيقي هدفه إعداد محتوى يخدم العلاقات العامة للمؤسسة حيث أنه لا توجد قضية تتطلب صياغة إشكالية أو تساؤلات بحثية بل هو عرض معلومات ونصائح للمواطن بطابع إعلامي توعوي، تم اعتماد في دراستنا على الملاحظات والمقابلات والزيارات الميدانية لمؤسسة الحماية المدنية وحدة المدية، ومن خلالها جمعنا عدة معلومات متعلقة بمهام المؤسسة وهياكلها ومختلف البرامج المنتهجة من طرف مديرية الحماية المدنية ولاية المدية قمنا بتصميم بودكاست مسموع لمؤسسة الحماية المدنية ولاية المدية الذي نسعى من خلاله أن يكون نموذج يحتذى به في المؤسسات، تم التطرق فيه إلى عدة مواضيع منها مهام فرق التدخل، البرامج المسطرة من طرف مديرية الحماية المدنية، نصائح وإرشادات متعلقة بالسلامة العامة وهذا طبعاً لإعطاء لمحة وفكرة للمواطن على مؤسسة الحماية المدنية وزيادة وعيه بإجراءات الوقاية والسلامة.

الكلمات المفتاحية: 1) العلاقات العامة الإلكترونية، 2) برامج العلاقات العامة الإلكترونية 3) البودكاست.

Study Summary:

The purpose of this study is to prepare electronic public relations materials and programs under the title "Proposal of a practical project" to design a platform that is heard in the framework of preparing materials and electronic public relations programs for the Civil Protection Institute of the State of Madhya Pradesh. And advice to the citizen in the form of information and awareness, we relied on the observations, interviews and field visits to the Civil Protection Organization of Al-Madiya unit, and through them we gathered several information related to the organization's tasks and structures and various programs developed by the Directorate of Civil Protection of Al-Madiya State. From the side Directorate of Civil Protection, tips and guidelines related to public safety, and this is of course to give a glimpse and idea to the citizen about the civil protection organization and increase awareness of prevention and safety measures.

Keywords :1) électronique public relations, 2)électronique public relations programs 3)Podcast.

مقدمة

1/ المقدمة:

برز مصطلح العلاقات العامة مع نهاية القرن التاسع، وانتشر استخدامه بكثرة مع بداية القرن العشرين ويمكن القول أنه بعد الحرب العالمة الثانية 1939* 1945 تطورت العلاقات العامة وازدادت أهميتها، حيث شهد العالم المعاصر تقدم تكنولوجي ملحوظ مس كل المجالات بما في ذلك العلاقات العامة التي كانت محيطة ببعض الغموض لتصبح علم قائم بحد ذاته يشير إلى مجموعة النشاطات والبرامج المخططة، التي تهدف الى توطيد العلاقات بين المؤسسة وجمهورها، ونظرا للتحولات الرقمية التي مست الوسائل الاتصالية والإعلامية اقتضى الأمر ضرورة مواكبة هذه التحولات للتناسب مع متغيرات العصر الحالي خاصة في مجال العلاقات العامة، لتصبح العلاقات العامة الإلكترونية عنصر فعال في العملية التواصلية للمؤسسات الحديثة، وذالك لاستعانتها بالوسائط المتطورة والأدوات الرقمية من أجل تحسين الصورة الذهنية وتعزيز الشفافية، ولإعداد وإنتاج برامج تتناسب مع أهداف المؤسسة وفي نفس الوقت تلبي احتياجات الجمهور.

ومع تزايد استخدام الرقمنة داخل المؤسسات الجزائرية في السنوات الأخيرة، تسعى كل المؤسسات بكل الطرق للإظهار خدماتها بشكل عصري ومتميز لذلك برزت الحاجة لتبني الرقمنة في أدوات العلاقات العامة التقليدية، للتواصل مع الجمهور، ومعرفة آرائه واتجاهاته.

ومن بين هذه المؤسسات تظهر لنا مؤسسة الحماية المدنية ولاية المدية، مؤسسة ذات صبغة الأمنية، التي تتعامل مع مختلف شرائح المجتمع عبر برامج العلاقات العامة.

من حملات تحسيسية وبرامج تكوينية لفائدة الجمهور الداخلي والخارجي.

وفي هذا السياق يبزر البودكاست كأداة من أدوات العلاقات العامة الإلكترونية كوسيط تفاعلي يشكل نقلة نوعية في برامج المؤسسة يتيح لهم عرض محتوى توعوي أو وقائي حسب أهداف المؤسسة، وعرض تجارب حية أو سرد قصص إنقاذ من الواقع مما يعزز الروابط بين مؤسسة

الحماية المدنية وجمهورها حيث يعد البودكاست خيار الأمثل لجعل برامج العلاقات العامة الخاصة بالمؤسسة ذات طابع رقمي.

وجاءت دراستنا بهدف إعداد بودكاست مسموع في إطار إعداد وإنتاج مواد وبرامج العلاقات العامة الالكترونية لمؤسسة الحماية المدنية ولاية المدية حيث يتضمن المشروع إضافة طابع شخصي لبرامج الحماية المدنية ولاية المدية من خلال استخدامه كمادة للعلاقات العامة الإلكترونية لتميزه بطابع شخصي يضم مجموعة من المواضيع مثل مهام فرق الحماية المدنية ويومياتهم وغيرها من المواضيع، لهذا نطمح أن يكون هذا المشروع نموذج يعتمد عليه من طرف المؤسسات الجزائرية.

تم تقسيم الدراسة إلى الفصول التالية:

الفصل الأول: تناول مدخل إلى العلاقات العامة الإلكترونية حيث تضمن مبحثين:

المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة الإلكترونية والمبحث الثاني إعداد وإنتاج مواد وبرامج العلاقات العامة الإلكترونية.

الفصل الثاني: تم إدراج البودكاست كمادة من مواد العلاقات العامة الإلكترونية في مبحثين

المبحث الأول: ماهية البودكاست والمبحث الثاني حول مراحل تصميم البودكاست.

الفصل الثالث: تطرقنا إلى تصميم بودكاست في إطار إعداد وإنتاج مواد وبرامج العلاقات العامة الإلكترونية لمؤسسة الحماية المدنية ولاية المدية، يحتوي على مبحثين: المبحث الأول بعنوان تقديم مؤسسة الحماية المدنية ولاية المدية والمبحث الثاني إعداد وتصميم بودكاست لمؤسسة الحماية المدنية ولاية المدية.

2/الإشكالية:

تعد العلاقات العامة الإلكترونية جزءا أساسيا من استراتيجيات الاتصال الحديثة للمؤسسات، إذ أنه في العصر الحالي تزايدت المنافسة بين المؤسسات وازدادت بذلك تطلعات الجماهير، وبذلك أصبحت العلاقات العامة الالكترونية ضرورة ملحة تمثل بذلك جسر يربط بين المؤسسة وجمهورها، حيث تتيح لهم فرصة التواصل الفوري وتبادل المعلومات بشكل سريع مع ضمان التفاعلية، وهذا طبعا في إطار إعداد مواد وبرامج العلاقات العامة التي تساهم في تسهيل سيرورة عمل المؤسسة وضمان استمرارها، وبناء صورة ذهنية إيجابية وتتطلب عملية إعداد مواد وبرامج العلاقات العامة الالكترونية مهارات متعددة، يجب فيها مراعاة الجوانب التخطيطية والإبداعية والتقنية .

حيث تسعى المؤسسات الجزائرية مواكبة التطور الرقمي الحاصل، خاصة في مجال العلاقات العامة وبرامجها، والاستفادة من الأدوات التواصلية الحديثة للاحتكاك بفئات معينة من المجتمع والتأثير عليها، وفي هذا الصدد تحظى مؤسسة الحماية المدنية باحترام كبير في المجتمع نظير مجهوداتها الإنسانية الجبارة وكغيرها من المؤسسات، لديها برامج علاقات عامة، ومن خلال احتكاكنا شخصيا وتعرفنا على نشاطاتها، ومتابعتنا لها عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي خاصة في حسابها على موقع الفيسبوك، لاحظنا قلة تفاعل مع أنشطتها وخاصة على صفحتها الرسمية في موقع الفيسبوك، وهذا ما دفعنا لاختيار هذه المؤسسة لتسليط الضوء على مجهوداتها. وفي هذا الصدد يبرز البودكاست كوسيلة رقمية مبتكرة مؤثرة، شاعت في الآونة الأخيرة والتي تجذب مختلف شرائح المجتمع لما تحتويه من خصائص معينة، اخترنا تصميم برنامج بودكاست الكتروني مسموع ضمن إطار إعداد مواد وبرامج العلاقات العامة الالكترونية لمؤسسة الحماية المدنية وحدة المدية ليكون بذلك ضمن أنشطتها التوعوية وأيضا للتعريف أكثر بمؤسسة الحماية المدنية وحدة المدية.

3/ أهداف الدراسة:

1-تصميم بودكاست الالكتروني مسموع ضمن برامج العلاقات العامة الالكترونية لمؤسسة الحماية المدنية ولاية المدية.

2- التعريف بمؤسسة الحماية المدنية وحدة المدية ونشاطاتها الأساسية.

3-الاستفادة من شعبية البودكاست لجذب فئات جديدة من الجمهور.

4/ أهمية الدراسة:

تساهم هذه الدراسة في الفهم العلمي لمواد العلاقات العامة الالكترونية مشيرة الى كيفية تسخير هذه المواد لتناسب بيئات عمل محددة مثل الحماية المدنية من خلال استخدام البودكاست كمادة للعلاقات العامة ما يعزز الشفافية بين المؤسسة والمجتمع.

5/ أسباب اختيار الموضوع:

نتيجة التطور التكنولوجي تحولت العلاقات العامة من الطرق التقليدية الى الطرق الرقمية مما يتطلب تبني استراتيجيات حديثة للتواصل مع الجمهور لتحقيق أهدافها المسطرة، ومن هذا قمنا باختيار الموضوع لأسباب نذكر منها:

أ/ الأسباب الموضوعية:

- الرغبة في اكتشاف الدراسة في دعم اهداف مؤسسة الحماية المدنية وذالك عبر توفير معلومات مهمة.

ب/ الأسباب الذاتية:

- الرغبة في المساهمة في رفع مستوى الوعي بالأمان والسلامة من خلال محتوى رقمي تفاعلي.

- محاولة مواكبة التطورات الرقمية ودمجها بمجال تخصصنا.

6/ حدود الدراسة:

أجريت الدراسة ضمن حدود زمانية ومكانية:

بدأنا الدراسة النظرية من يوم **10** جانفي **2025.**

اما الدراسة التطبيقية ابتداء من يوم **12** فيفري الى غاية **11 جوان 2025.**

7/تحديد المفاهيم:

أ/ العلاقات العامة الالكترونية:

هي إدارة الاتصال بين المنظمة وجمهورها، من خلال استخدام تطبيقات الأنترنت بما تتضمنه هذه التطبيقات من الموقع الالكتروني والألعاب الالكترونية، وخدمات الرسائل النصية التي تقدم المعلومات عبر الأنترنت ودمج الصور ومقاطع الفيديو.

- **التعريف الاجرائي:**

هي مجموعة من الأنشطة المخططة التي تستخدمها مؤسسة الحماية المدنية لتقوية التواصل مع الجمهور عبر استخدام الوسائط الرقمية، تشمل هذه الأنشطة التخطيط للمحتوى التوعوي على منصات التواصل الاجتماعي.

ب / برامج العلاقات العامة الالكترونية:

وهي البرامج التي يتم إعدادها من قبل خبراء العلاقات العامة، فهي تحتاج الى استخدام موارد مالية كبيرة ووسائل متعددة من قبل الأجهزة الإعلامية، لتحقيق وسائل الإعلامية واسعة، وبعض هذه البرامج تغطي مساحات دول واسعة. **(مشاقبة، 2014، صفحة 98)**

- **التعريف الاجرائي:**

هي استخدام الوسائط الرقمية للتواصل مع الجمهور وتتمثل هذه البرامج في نشر نصائح أمنية، أو محتوى توعوي حول السلامة والمساهمة في التفاعل بجدية مع الأزمات.

ج / البودكاست:

عبارة عن ملف وسائط رقمي أو سلسلة من الملفات يتم مشاركتها على الأنترنت، ويمكن لهذه الملفات أن تكون صوتا وفيديو، ويطلق بعضهم على الفيديو **Vodcast** هذه الملفات عادة تكون ضمن سلسلة من الحلقات، حيث يمكن للمستمعين الحصول على حلقات جديدة بشكل تلقائي عند اشتراكهم في قناة الناشر على أحد برامج التقاط البودكاست **Podcatchers** مثل تطبيق **Podcast App** على أجهزة أبل التي تستخدم نظام **iOS** وتطبيق ستيتشر **Stitchess** لأجهزة الأندرويد. **(الحمود، 2016)**

- **التعريف الاجرائي:**

هو برنامج صوتي ينتج عبر الانترنت لتطوير العلاقات بين مؤسسة الحماية المدنية والمجتمع، من خلال محتوى يلامس اهتمامهم مثل توثيق قصص انقاذ، يوميات أعوان الحماية.

- **الدراسات السابقة:**

الدراسة الأولى: جاءت بعنوان "إعداد مواد وبرامج العلاقات العامة للمؤسسات – اقتراح مشروع عملي، من إعداد الطالبة رشيدة حاند، قدمت المذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة يحي فارس بالمدية **2024**. طرحت إشكالية الدراسة كالتالي: كيف يتم إعداد وتصميم مجلة إلكترونية في إطار إعداد برامج ومواد العلاقات العامة لديوان الشباب لولاية المدية؟ اندرجت عنها تساؤلات:

1-ماهي خطوات إعداد وتصميم مجلة إلكترونية لديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية؟

2-ماهي دلالات محتوى أركان ومواضيع المجلة إلكترونية؟

3-ماهي دلالات تصميم صفحات المجلة الإلكترونية؟

تسعى هذه الدراسة لتحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:

تصميم مجلة إلكترونية في إطار إعداد مواد وبرامج العلاقات العامة لديوان الشباب بولاية المدية، تصميم حملات إعلانية للمجلة قبل صدورها.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة لعدد من النتائج نذكر منها:

1-خطوات إنجاز مجلة إلكترونية: تحديد الهدف من إعداد وتصميم المجلة الالكترونية، الجمهور المستهدف، اختيار اسم المجلة، اختيار رمز المجلة، اختيار الشعار، تحديد عدد الصفحات، نوع المجلة، اختيار وسيلة النشر.

2- دلالات محتوى المجلة: تتضمن دلالات الأركان، دلالات المواضيع.

3-دلالات تصميم الصفحة: غلاف المجلة، الفهرس والكلمة الافتتاحية، ركن بطل من قلب التيطري، ركن ابطال من دوي الهمم، طموحي سر نجاحي محمد بوهدة، موضوع الحساب الدهني.

التعقيب على الدراسة:

تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في أن كلاهما يعتمدان على إعداد مواد وبرامج العلاقات العامة للمؤسسات، ويكمن الاختلاف بين دراستنا مع الدراسة الحالية أن هدف الدراسة هذه يكمن في تصميم مجلة الكترونية لمؤسسة ديوان الشباب لولاية المدية، أما دراستنا تتمثل في تصميم بودكاست مسموع في إطار إعداد مواد وبرامج العلاقات العامة الالكترونية لمؤسسة الحماية المدنية ولاية المدية.

قد أفادتنا هذه الدراسة في تحديد الجانب المنهجي والنظري. **(حاند، 2024)**

- **صعوبات الدراسة:**

أبرز الصعوبات التي واجهتنا خلال فترة إنجاز المذكرة:

- ✓ قلة المصادر والمراجع المتعلقة بموضوع مواد وبرامج العلاقات العامة وخاصة تلك المتعلقة ببرامج العلاقات العامة الإلكترونية.
- ✓ صعوبة الحصول على المعلومات من مؤسسة الحماية المدنية، نظراً لطابعها الأمني
- ✓ محدودية الدراسات السابقة التي تناولت موضوع برامج العلاقات العامة وأيضا في مجال البودكاست، مما أخر إنجاز بعض المهام.

الفصل الأول: مدخل الى العلاقات العامة الالكترونية

تمهيد:

تعد العلاقات العامة الالكترونية جهود مخططة ومنظمة ومستمرة، تكون بطريقة رقمية بهدف تقليل الجهد والوقت وتحقيق أهداف المؤسسة، والمتمثلة في ربط المؤسسة بجمهورها الداخلي والخارجي وتحسين صورتها، وعلى سبيل المثال مؤسسة الحماية المدنية وحدة المدية وذلك باستخدام الوسائل الرقمية الجديدة، فهذا الفصل يهدف الى إعطاء نظرة على العلاقات العامة الالكترونية من خلال مبحثين رئيسين، تناولنا في المبحث الأول ماهية العلاقات العامة الالكترونية وفي المبحث الثاني تطرقنا الى ماهية برامج العلاقات العامة الالكترونية.

1.1/ المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة الالكترونية

في هذا المبحث سنتكلم عن ماهية العلاقات العامة الالكترونية، وذالك من خلال تعريفها ونكشف عن العوامل التي أدت الى ظهورها كما سنبحث في، أهدافها، وظائفها، أهميتها بالإضافة الى الأسس التي تقوم عليها.

1.1.1/مفهوم العلاقات العامة الالكترونية:

أن المفهوم الحالي للعلاقات العامة الالكترونية هو تطور زمني للعلاقات العامة التقليدية، حيث تعددت تعاريف العلاقات العامة حسب اتجاهات وأفكار الباحثين، من ذلك نجد عدة تعاريف للعلاقات العامة الالكترونية:

كان ينظر الى العلاقات العامة في السابق على انها أداة تكتيكية للتأثير على وسائل الاعلام، الآن أدى انتشار بيئات الاتصال الجديدة والحاجة الى اتصالات متعددة مع أصحاب المنظمة والمطالبة بالمزيد من الشفافية للشركات، إلى وضع العلاقات العامة في مراكز الإدارة الاستراتيجية فقد حان وقت إطلاق العنان للإمكانيات العلاقات العامة وتطوير الممارسات والأساليب. **(العكل، 2022، صفحة 124)**

وإذا ما نظرنا لمفهوم العلاقات العامة الرقمية، سنجده يتكون من شقين، الأول: العلاقات العامة والثاني: الرقمية، ويمكن القول أن العلاقات العامة أي الشق الأول من التعريف أصبحت واضحة ومعروفة على نطاق واسع. بعد أن مرت بالعديد من التطورات منذ ظهورها في عشرينيات القرن الماضي، حيث يعرفها المعهد البريطاني للعلاقات العامة بأنها: الجهود المخططة والمبذولة للإقامة واستمرار الفهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها.

أما الشق الثاني من التعريف الرقمية فتشير الى الأكواد التي تقرأها الوسائل والنظم الرقمية.

وإذا كانت العلاقات العامة هي فن وعلم إدارة الاتصال بين المنظمة وجماهيرها، لتحقيق الفهم المتبادل، والرقمية تعني الوسائل الحديثة القائمة على النظم الرقمية والمستخدمة في عملية

الاتصال بين المنظمة والجمهور، فان العلاقات العامة الرقمية تشير الى تكامل العلاقات العامة والوسائل الاتصالية الرقمية، لتحقيق أهداف العلاقات العامة. **(صالحي، 2021، صفحة 52 _53)**

كما أن العلاقات العامة باستخدامها لتكنولوجيا الاتصال الحديثة نقلت جماهير المنظمات إلى مرحلة الجمهور النشط والمتفاعل، حيث تقدم شبكة الأنترنت للعلاقات العامة الوسيلة المثالية للوصول الى شرائح الجمهور المستهدف، وتقدم أيضا الوسيلة الفعالة للدخول في حوار مع تلك الجماهير، وقد أضافت الأنترنت بعدا اخر للعلاقات العامة، حيث وفرت أدوات وقنوات اتصالية جديدة لممارسي العلاقات العامة. **(بوذراع، 2024، صفحة 89 _ 90)**

العلاقات العامة الالكترونية تشترك مع العلاقات العامة التقليدية في المفهوم والمبادئ والاهداف، إلا انها تختلف عنها في الممارسة، وذلك باعتمادها على تطبيقات الاتصال الالكتروني. بهدف تحقيق الحوار والتفاعل والفهم المتبادل مع الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة.

2.1.1/عوامل ظهور العلاقات العامة الالكترونية:

نظرا للظروف والعوامل الصعبة التي مرت بها المؤسسات العربية خاصة الجزائرية، فيما يتعلق بواقع ممارسة العلاقات العامة والتي شهدت عدم وضوح في ممارسة هذه المهنة، وابتعادها عن الشروط والمعايير اللازمة، الا أنه وبالنظر الى التطورات الإدارية التي حصلت على مستوى المؤسسات العالمية، ونظرا للحاجات الإدارية الملحة التي تتعرض لها مختلف المؤسسات في العالم، هذا ما دفع بالممارسين ورجال الإدارة الي ضرورة ادخال علم جديد يصنف ضمن علوم الاعلام والاتصال وهو علم العلاقات العامة. غير أنه مع ظهور تكنولوجيات الاعلام والاتصال والتطور السريع لأشكال الاتصال وتقنياته خاصة مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي الحديثة، هذا ما ولد مفهوم جديد للعلاقات العامة داخل

المؤسسات، والذي يسمى بالعلاقات العامة الالكترونية، بحيث ظهر هذا المفهوم نتيجة عدة عوامل وأسباب ومن بين أهم هذه العوامل نذكر ما يلي: **(راجعي، 2023، صفحة 198)**

أ/ ظهور أساليب الإدارة الحديثة التي تعتمد على تعزيز الحوار، والمشاركة في الرأي كوسيلة مؤثرة للتعرف على رأي الموظفين والعملاء حول طبيعة عمل المؤسسة.

ب/ تنوع طرق الاستهلاك عند المستهلكين، والتي تحتاج الى وجود أفكار إبداعية جديدة لتحقيق طلبات الجمهور. **(راجعي، 2023، صفحة 199)**

ج/ تزايد أهمية شبكة الانترنت سواء في خصائصها الفنية كوسيلة اتصال أو في عدد مستخدميها أو تزايد عدد المواقع، التي وصلت الى 200 مليون موقع وصفحة ويب على محركات البحث المختلفة عام 1997 كما تجاوزا عدد مستخدميها في 2016، ولهذا كان من الضروري للعلاقات العامة أن تتطور وأن تتجه لاستغلال الأنترنت كوسيلة للوصول الى الناس وتلبية احتياجات عملائها.

د/ انتشار الهواتف الذكية وأجهزة الكومبيوتر المحمولة التي أصبح عدد ضعف سكان الأرض رغم محدودية استخدام العلاقات العامة الرقمية في البلاد العربية، الا أن بعض المبادرات الحديثة ،جاءت لنشر مفهومها، ومن أبرز هذه المبادرات تلك التي قامت بها شركة SPRK للعلاقات العامة والتي تعد من أولى الشركات التي تهتم بالعلاقات العامة الالكترونية في مصر، حيث قامت بعمل مجلة الالكترونية تشرح العلاقات العامة بلعربي –بلعربي–PR و تصب تركيزها على مفهوم العلاقات العامة الالكترونية وكل ما يخصها، بالإضافة لإطلاقهم لحملة اضغط علاقات عامة PR–click التي تسعى لتسهيل عملية الحصول على خدمات العلاقات العامة الالكترونية، فكل ما عليك هو أن تسجل ما تريد لتحصل على خدمات العلاقات العامة التي تريد. **(إسماعيل، 2021، صفحة 108)**

3.1.1/ أسس العلاقات العامة الالكترونية:

ان أهم عنصر في العلاقات العامة الالكترونية الناجحة هو الاستماع الى عملائك، حيث تجد أنهم لا يخبروك بما يريدون فحسب، بل يخبروك أيضا بمدى تلقي رسالتك، أن العلاقات العامة الالكترونية في التعامل والتواصل مع عملائها تتعلق بالرد عليهم، من خلال اشراكهم في محادثة قنوات الاتصال التي يتم من خلالها اجراء المحادثة رغم انه لا يمكنك التحكم في الرسالة الا أن تقود المحادثة من خلال اتصالات شفافة.

***استمع الي عملائك: أن** إدارة السمعة عبر الأنترنت (ORM Online Reputation Mangement، من الاستماع الى ما يقال عبر الأنترنت من المهم بشكل خاص مراقبة جميع القنوات التي يستخدمها العميل للاتصال بالشركة أو التحدث عنها بانتظام.

. تسليط الضوء على المشكلات التي تحتاج الي الاهتمام والمجالات التي يتم تنسيقها بنجاح.

***التجاوب مع الأخرين:** أن الرد على استفسارات وتعليقات الجمهور والتعاطي معها من احدى الوظائف الرئيسية للعلاقات العامة الرقمية وإلا ستظهر غير مبالية وتسوء صورتها.

***التحلي بالشفافية والصدق:** أن فقدان الثقة يعتبر مظهر من مظاهر الخداع، لذلك تتحلى العلاقات العامة الرقمية بالشفافية والصدق كونهما أمران حيويان.

استفد من الإمكانيات التي تتيحها شبكة الأنترنت وتطبيقاتها والتي تتطور من حين الى آخر. **(غربية، 2023، صفحة 35)**

- ✓ **مميزات العلاقات العامة الالكترونية:**

تتعدد مميزات العلاقات العامة الرقمية بشكل كبير وفقا لدورها وما تساهم في القيام به، ومن مميزاتها:

أولا: حسن الاتصال: ويعتبر من أهم علامات نجاح هذه الإدارة في المؤسسات، حيث أنها باتت من أهم عوامل التفوق للمجتمعات عموما، والجهات العاملة فيه على الصعيدين العام والخاص، فالعلاقات العامة كعلم انساني واداري لا يمكن أن تستخدمها شركة أو مؤسسة وتبقى معزولة عن آخر التطورات والابتكارات الجديدة في عالم تقنيات الاتصالات والابتكارات الجديدة.

ثانيا: حسن التفاعل والتواصل مع الإدارة المعنية بالمؤسسة: ومن أهم مزايا العلاقات العامة الرقمية، أنها تتسم بالسرعة في التفاعل والتواصل مع الإدارة المعنية داخل المؤسسة ففي حالة وجود أي اعتراضات من الجمهور على ما تقدمه المؤسسة، تقوم تلك الإدارة بالتواصل مع الإدارات المعنية داخل المؤسسة بشكل سريع لحل الأزمة.

ثالثا: الشفافية: من مميزات العلاقات العامة، أنها تمتاز بالشفافية على التواصل مع العملاء أو الجمهور الخاص بالمؤسسة، حيث لا يكون المتحدث الرسمي بشكل دائم على المنصة الرقمية.

رابعا: تقييم وقياس الأداء: وتعمل إدارة العلاقات العامة على قياس أدائها داخل المؤسسة بشكل مستمر من خلال تقييم تواصلها مع قاعدتها الجماهيرية. **(إسماعيل، 2021، صفحة 106 _ 107)**

يتأتى عن استخدام الأنترنت كأداة للعلاقات العامة عدة مزايا:

*التكلفة المنخفضة مقارنة بالوسائل الورقية المطبوعة. **(محمودي، 2017، صفحة 191)**

*تتميز معلومات الشركة على الموقع بالحداثة.

*سهولة وسرعة الوصول الي الجمهور سواء الحالي أو المتوقع من خلال محركات البحث أو من خلال مواقع خاصة على الأنترنت، عملها الأساسي هو العلاقات العامة حيث تقوم باستلام

الأخبار من الشركة وتتولى عملية توزيعها من خلال علاقاتها مع محركات البحث ومواقع البوابات ك **yahoo** التي تهدف الي حشد كمية كبيرة من المتصفحين في مواقعها

ومثال على هذه الشركات شركة **PR Web**.

كما تكمن أيضا من مزايا العلاقات العامة الالكترونية داخل المنظمات الحديثة والمعاصرة عملية الاتصال الحواري في المواقع الالكترونية للعلاقات العامة، مما يجعل ممارسيها في اتصلب وتواصل آني مع جماهيرهم المستهدفة، وهوما يعرف لدى الباحثين والأكاديميين في علم الاتصال ب الاتصال التفاعلي.

كما تكمن مزايا العلاقات العامة الالكترونية فيما يعرف بأنظمة المعلومات التفاعلية الذي أضحى من سيمات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات **Technologie De Communication et Des Information** الذي عرفه عالمنا المعاصر اليوم. حيث يسمح لإتاحة كل من القائمين بالاتصال والمتلقين أن يحصل على إجابة فورية ومباشرة من المرسل من خلال ما يعرف ب تكنولوجيا المعلومات التفاعلية. **(محمودي، 2017، صفحة 192)**

4.1.1/أهداف العلاقات العامة الالكترونية:

- تعمل العلاقات العامة الالكترونية أو الرقمية على تنبيه الناس بوجود المؤسسة أو الشخص في حياة الأعمال.
- تسعى لتصدير الصورة الإيجابية عن المؤسسة أو الشخص **(عادي** أو **اعتباري)** وتعمل كمزيل لأي شوائب قد تمس صورتهم **(بوذراع، 2024، صفحة 95)**
- تحسين صورة المؤسسة وحمايتها في الأزمات، وخلق الوعي العام عن المؤسسة وما تقدمه عبر التأثير على الجمهور المستهدف من خلال أماكن تواجدهم مثل: المدونات، والمنتديات والمجلات الالكترونية والمواقع الإخبارية ومواقع التواصل الاجتماعي وأماكن المناقشات تعمل على بناء وتنمية المصداقية الشركة عند جمهورها، باعتبار العلاقات العامة

الالكترونية حلقة وصل بين المؤسسة والجمهور والمؤسسات الأخرى، حيث تستهدف وتأثر على الجمهور ذو تواجد الالكتروني الكبير، فهي تسعى لجعل المعلومات متاحة.

– توعية المؤسسة بدورها الاجتماعي وهو التزام شركات ومؤسسات القطاع الخاص تجاه تحقيق التنمية المستدامة، والذي يتم بالعمل المشترك مع المجتمعات المحلية، مثل المبادرات لخفض انبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون، تطوير القرى، حماية الأرض من الاحتباس الحراري، وغيرها من الأعمال الاجتماعية المختلفة التي تهدف الي تطوير لتحقيق التناسق والانسجام بين الشركة والمجتمع والترابط بين التنمية والبيئة بغرض حماية الأنظمة البيئية. **(إسماعيل، 2021، صفحة 109)**

✓ **وظائف العلاقات العامة الالكترونية:**

يمكننا استعراض الوظائف والخدمات لنشاط العلاقات العامة عبر الأنترنت في النقاط التالية:

أ/ البحث والتخطيط الالكتروني: يمكن للمستخدمين والمتخصصين البحث وجمع المعلومات والخدمات عن طريق بنوك المعلومات وقواعد البيانات خدمة جمهور المؤسسة، كما يتيح التخطيط توفير معلومات الرقمية، وسرعة انجاز العمل والابتعاد عن الروتين الإداري اليومي.

ب/الاتصال الالكتروني: يؤدي الاتصال الالكتروني دورا مهما ومؤثرا في الحياة العلمية لنشاط المؤسسات، إذا تحرص جميع المؤسسات على التنافس والنجاح في البيئة التي تمارس نشاطها اليومي، وبأخذ الاتصال الالكتروني في العلاقات العامة عبر لأنترنت أشكالا وفنونا مختلفة لأجل التأثير والاقناع وخلق استجابة فورية من الجمهور ومن هذه الاشكال والفنون، الاعلام الالكتروني، الترويج الالكتروني، التسويق الالكتروني، فضلا عن النشر الالكتروني معتمدة على العمليات الاتصالية الالكترونية.

ج/ النشر الالكتروني: وهو نشر البحوث والمحاضرات والمقالات وكافة الموضوعات وطرحها في المواقع المختلفة، وقراءتها في شبكة الأنترنت بشكل مضغوط ومدعوم بوسائط متعددة،

كالأصوات والرسومات والصور الثابتة والمتحركة، ويتيح كثافة النشر الالكتروني والظهور الإعلامي لممارس العلاقات العامة وتكوين صورة واضحة وشاملة عن مدى وصول اخبار المؤسسة الى الجمهور المستهدف ومدى نجاحها في تحقيق أهدافها.

د/ التعليم والتعلم: ويكون عن طريق تقديم شبكة من المعلومات، فضلا عن انشاء مراكز

توفير المعلومات وبرامج التعليم والتدريب بتصميم برامج تضم مناهج وطرق التعليم الحديثة.

هـ/ البريد الالكتروني Email: تتمثل هذه الخدمة بإرسال واستقبال الرسائل الالكترونية من والي جميع المشتركين في الشبكة عبر العالم، عن طريق تميزه بسرعة الاتصال وتكلفته المنخفضة، فضلا عن كونه أرشيفا وقتيا وآمنا لحفظ الرسائل وإمكانية الاشتراك في الندوات والمؤتمرات الالكترونية. **(بوذراع، 2024، صفحة 96 _ 97)**

5.1.1/ أدوات العلاقات العامة الالكترونية:

- الأنترنت هو أساس أدوات العلاقات العامة الرقمية، وبدون انترنت لا يمكن استخدام هذه الأدوات، فالأجهزة المستخدمة للوصول الي الأنترنت كثيرة ومتنوعة من الهواتف المحمولة الي أجهزة التقنية المرتبطة بالأنترنت. **(العكل، 2022، صفحة 129)**

المدونات الشخصية Blog:

في البداية يجب شرح كلمة **Blog** والتي هي عبارة عن **Web log** واصبحت **Blog** والتي تدل على ما يمكن تسميته بمفكرة من الملصقات التي حفظت بترتيب زمني حيث عندما تدخل الى هذه المواقع تلاحظ أن المواضيع مصنفة ومرتبة حيث يتم تصنيف المواضيع أو العناوين ولهذا فان الدخول والتعامل مع هذه الأخيرة والتعامل مع هذه المواقع يعتبر اسهل بكثير **(العكل، 2022، صفحة 185)** ،تساعد المدونات الشخصية على توفير المعلومات عن جماهير المؤسسات المحتملين ثقافيا، عرفيا، اجتماعيا، وسياسيا فهي تحقق إمكانية فهم وجهات النظر للأفراد والجماهير المتنوعة من خلال ما ينشرونه من أفكار وتوجهات، ومن جانب آخر تعد

وسيلة لتوصيل ثقافة المؤسسة وصورتها وتسهم في ترويج خدمات ومنتجات المؤسسة. على اعتبار أن المدونة تمتلك عاملين اساسيين مؤثرين هما الحوار والنقاش والقدرة على الاقناع الذاتي فتوفرهما يمكن مستخدمي هذه المدونات من التواصل التشاركي مع الجماهير باستمرار وتبادل النقاشات معهم حول السلع والخدمات حول ماله علاقة بنشاطات المؤسسة ويهم الجماهير من قريب أو بعيد. (يامين بودهان ، عبد الوهاب مخلوفي، 2017، صفحة 354)

- **المدونات الصغيرة:**

هي شكل من أشكال المدونات التي تسمح للمستخدمين بكتابة مدونات نصية وقصيرة للغاية. عادة ما تكون محدودة بحد أقصى 140 حرفا. يمكن للمستخدمين بعد ذلك اختيار نشرها بحيث يمكن لأي شخص قراءتها أو نشرها في المجموعات. يعني الحد الأقصى لعدد الأحرف أنه يمكن تحميل هذه الرسائل بعدة طرق، أبرزها عبر الرسائل النصية القصيرة. على الرغم من أن المدونات الصغيرة تشبه التدوين، الا أن طبيعة استخدامها تختلف تماما عن استخدام المدونات الطويلة.

أشهر أنواع المدونات الصغيرة هي Twitter وFoursquare وFriendfeed وTumblr My Space وLinkedIn و +Google. (العكل، العلاقات العامة في العالم الرقمي: المفهوم و الأدوات، 2022، صفحة 131)

- **الموقع الالكتروني: Site Web**

يعد موقع الانترنت لكل منظمة عبارة عن أداة علاقات عامة باعتباره الواجهة الأساسية للشركة وتحليله للناطق الرسمي باسمه وباحتوائه على المعلومات والتصريحات الموثوقة، ويحتوي أيضا على معلومات عن منتجات الشركة ممثلا بذلك كتالوجا رقميا. **(محمودي، 2017، صفحة 186)**

يجب على إدارة العلاقات العامة العمل على تصميم موقع المؤسسة داخل شبكة الأنترنت ويتم الإعلان عن عنوان هذه المواقع، ليتيح فرصة امام الجمهور المختلف لزيارته والاطلاع على ما فيه من المعلومات والبيانات والأخبار عن المؤسسة وخدماتها. **(زروقي، 2024، صفحة 512)**

- **البريد الالكتروني:**

يستخدم البريد الالكتروني لإرسال الرسائل واستقبالها، ونقل المعلومات والملفات مع أي شخص يمتلك عنوان بريد الإلكتروني بصورة سريعة لا تتعدى ثوان وهو من أقدم الخدمات وأكثرها شيوعا فضلا عن اقتصاد في التكلفة **(قطش، 2023، صفحة 198)** .

من بين استخدامات البريد الإلكتروني وهو استخدامه كوسيلة اتصالية بين المتلقي والمحرر كذلك يمكن استخدامه في تبادل المعارف والخبرات مع مجموعات المتخصصين في مجال أو مجالات أخرى، بالإضافة إلى أنه وسيلة للاتصال مع المجتمعات الافتراضية نهيك عن ارسال الأخبار والموضوعات بصفة شخصية وتحديث المعلومات. (محمودي، 2017، صفحة 188) يعتبر البريد الالكتروني من الوسائل الهامة للعلاقات العامة فهو يوفر السرعة والتبادل مع الاخرين بالإضافة للقدرة على إرسال المعلومات التي تهدف الى توصيلها الى الجمهور بسرعة وسهولة، حيث أثبتت الحملات الترويجية التي استخدمت وسيلة البريد الالكتروني الشخصية كفاءة عالية وبأنها صاحبة أعلى عائد على الاستثمار عند استخدامها بطريقة سليمة ومتصلة حيث يسمح البريد الالكتروني لمؤسسة ما أو توزع الرسائل الخاصة بها بطرق مختلفة لتناسب احتياجات المتلقين. **(حدادي ، 2018، صفحة 104)**

البريد الالكتروني يعد خيار مهما لممارس العلاقات العامة لجمع البيانات من الجماهير المستهدفة وأضاف خيارا للإجراء البحوث في شكل مقابلات في الشبكة ويعتبر بديلا لاستطلاعات الراي التي تعتمد على النماذج التقليدية، ومن اهم فوائدها أن الافراد عندما

يقومون بمراجعة بريدهم الالكتروني فإنهم يكونون مهيئين نفسيا للقراءة والإجابة عن الاستطلاع. **(فنور، 2022، صفحة 673)**

- **شبكات التواصل الاجتماعي:**

هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 0.2 تتيح التوصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات الاهتمام أو شبكات الانتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة....) كل هذا يتم عن طريق التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض. **(بوذراع، 2024، صفحة 121)**

تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا مهما في نقل الاخبار والتعليقات والآراء ووجهات النظر وبكل ما يحدث في البيئة المحيطة، ولذلك أصبحت هذه المواقع ذات أهمية فعالة لإدارة العلاقات العامة مما جعل هذه الإدارة مجبرة على استخدامها كوسيلة من وسائل اتصالها بجماهيرها، فمواقع التواصل الاجتماعي لديها القدرة على تجميع الأشخاص وتوجيههم نحو موضوع ما أو قضية محددة في شكل احتفال أو تظاهرة أو احتجاج أو غير ذلك من اشكال التعبير والتعامل. **(زروقي، 2024، صفحة 512)**

6.1.1/ التحديات التي تواجه العلاقات العامة الالكترونية:

تواجد العلاقات العامة الرقمية أحد فروع علم العلاقات العامة العديد من التحديات الناتجة في الغالب عن حداثة الوسائل الرقمية التي تستخدمها العلاقات العامة الرقمية والتي تتطلب من ممارسي العلاقات العامة التقليدية مزيدا من التعلم والتدرب عليها وتطويعها بالطريقة المناسبة لخدمة اهداف وانشطة العلاقات العامة. **(جربوعة و بولمدن، صفحة 07)**

على الرغم من أهمية الانترنت واهمية الخدمات التي وفرتها لممارسي العلاقات العامة والإمكانيات الكبيرة التي تقدمها في مجال الاتصال إلا أن واقع استخدام العلاقات العامة لهذه

الإمكانيات يبقى مختلفا من بلاد الى أخرى ومن مؤسسة الى أخرى ، فهناك بعض المؤسسات التي قطعت أشواطا في الاستفادة من خدمات الانترنت في حين مازالت مؤسسات أخرى ترى هذه الخدمات بعين الريبة فلا تحسن استغلالها كما يجب واقع الاستخدام الفعال للأنترنت في مجال العلاقات العامة حتى في الدول الرائدة في مجال الانترنت كالولايات المتحدة الامريكية يتم عن ضعف وبطئ واضحين في الاقبال على الاستفادة من خدماتها. **(فنور، 2022، صفحة 682)**

يمكن إجمال بعض هذه التحديات في الآتي:

التحدي الأول:

وجدو ممارسو العلاقات العامة أنفسهم بحاجة للتعلم والتدريب على الأدوات والوسائل الرقمية الحديثة واستكشاف استخداماتها وتوظيفها لخدمة أهداف وأنشطة العلاقات العامة.

التحدي الثاني:

القضاء على المهام المتكررة وتوفير الوقت والمال الذي كان ينفق على إعداد وإنتاج المواد الإعلامية التقليدية في العلاقات العامة

التحدي الثالث:

حاجة الممارسين لتعلم طرق جديدة ومبتكرة في التواصل الفعال مع العملاء والموظفين والمستثمرين ووسائل الاعلام عبر الوسائل الرقمية، والاستفادة من إمكانات البريد الالكتروني والمدونات وشبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية وغرف الدردشة والهواتف الذكية وتسخيرها للتواصل مع المئات والآلاف من الجماهير المتعددة والمتنوعة، مع مراعاة توظيف الأساليب الاقناعية والكتابية الإبداعية في توظيف هذه الوسائل مما يحقق أهداف المنظمة ويلبي طموحات وتطلعات جماهيرها. **(جربوعة و بولمدن، صفحة 7)**

التحدي الرابع:

أكثر التحديات التي تواجه العلاقات العامة الرقمية اليوم، هو السن أي ممارسي العلاقات العامة المتقدمين بالسن، حيث يشير بانوبولس **Panopoulos** بان المنظمات قد تفشل في تطوير المهارات التقنية لممارسين كبار السن ما يجعلها تلجأ الى توظيف الشباب الأكثر تطلعا للتعامل مع التقنيات الحديثة.

التحدي الخامس:

مزج التخصص مع الأدوات لرقمية الحديثة، اذ أن العلاقات العامة لا يمكنها أن تعمل بمعزل عن المتغيرات والتطورات التقنية الحاصلة في العصر الحاضر أو كما يحلو للبعض تسميته بالعصر الرقمي، وبالتالي فإن على ممارسي من الان فصاعدا أن يمتلكوا مجموعة جديدة من الأدوات والمهارات الرقمية، وان يمزجوا التخصص مع الأدوات الرقمية من وسائل الاجتماعي والهواتف الذكية والأدوات التفاعلية عبر الانترنت. **(جربوعة و بولمدن، صفحة** 08)

2.1/ المبحث الثاني: إعداد وإنتاج برامج العلاقات العامة الالكترونية

تمهيد:

تناولنا في هذا المبحث، تعريف معمق لبرامج العلاقات العامة الإلكترونية وأواعها كما تطرقنا إلى مختلف الاتجاهات المعاصرة في مطبوعات العلاقات العامة.

1.2.1/ تعريف برامج العلاقات العامة الالكترونية:

البرنامج هو خطة عمل صغيرة محدودة النطاق تنبثق عن الخطة العامة ،خلال فترة زمنية محددة ووفق ميزانية مرسومة ،وغالبا يلاحظ أن البرامج الكبيرة غالبا ما يتطلب إنجازها وجود برامج فرعية تخدم هدف البرنامج الكبير النهائي، وعلى ذلك نجد أن العمل في أي برنامج في المؤسسة لا يمثل برنامجا اشتقاقيا أو فرعيا أو مكملا لبرنامج آخر من أجل تحقيق هدف معلن أو خطة مقررة والخطط في حقيقتها هي عبارة عن مجموعة من البرامج المتكاملة التي تؤدي اما في شكل زمني واما في شكل متلاحق أو متداخل و تخدم تحقيق هدف معين يراد تحقيقه في أمد البعيد ومهما يكن من أمر فإن البرامج الفرعية يجب أن تنسق زمنيا لأن فشل أي برنامج قد يؤدي إلى التأخير في إنجاز البرنامج الرئيسي مع ما يترتب عليه من نفقات إضافية وفقدان لبعض الإيرادات المتوقعة. **(مشاقبة، 2014، صفحة 97)**

تعتبر برامج العلاقات العامة من اهم الموضوعات التي يقوم بها اخصائيو العلاقات العامة، فالبرنامج الناجح يكون وراءه اخصائي علاقات عامة ناجح، ملما بشكل كاف وفهم عميق بمفهوم العلاقات العامة وبالرسالة الإعلامية التي يتناولها البرنامج الناجح. **(العابد، 2014، صفحة 181)**

تتناسب برامج العلاقات العامة في المؤسسات مع ما يرصد لها من ميزانيات، وتختلف هذه البرامج باختلاف المؤسسات، وتتناسب كذلك مع الأهداف التي تخططلها تلك المؤسسات ومع

هذا فإن جميع المؤسسات تشترك في الأسلوب العلمي الذي تتبعه لوضع خطة سليمة ناجحة للوصول إلى الأهداف بأقصر وقت ممكن وأقل نفقات وجهد. **(فهمي، 2011، صفحة 81)**

2.2.1/ مبادئ التخطيط لبرامج العلاقات العامة الالكترونية:

يحدد اخصائي العلاقات العامة مجموعة من المبادئ يلتزم بها ليكون تخطيطه مجديا وفعال وهي:

- **التركيز على الهدف المراد تحقيقه:** وذالك بتوجيه كافة الطاقات في التنبؤ على الشيء المراد تحقيقه
- **شمولية التحقيق:** فيجب أن يشمل التخطيط كافة الأنشطة والوسائل والأساليب المتعلقة بالهدف المراد تحقيقه
- **أولوية وأسبقية التخطيط في تنفيذ الهدف:** وهذا يعني اننا في سعينا للوصول الى غاية أو هدف ما يجب أن نعتمد أولا التخطيط قبل أي وظيفة إدارية أخرى وذالك لتحديد الأنشطة والمسارات والامكانيات المؤدية الى الغاية والهدف المنشود.
- **فعالية وكفاية التخطيط:** وهذا يعني أن يكون التخطيط قابلا للتطبيق ويخدم الهدف بشكل يغطي كافة الأنشطة والوسائل والأساليب والامكانيات الضرورية لتحقيق الغاية
- **مرونة التخطيط:** وهذا يعني أن يكون التصور المستقبلي له ابعاد يمكن التحرك من خلالها بسهولة لمواجهة التغيرات المستقبلية من خلال بدائل محتملة. **(أدخينيسة ، 2014، صفحة 232)**

✓ **أهمية برامج العلاقات العامة الالكترونية:**

- زيادة الاهتمام بالإنسان لدرجة تجعل من قوته وفاعليته هي الأساس في تطوير المجتمع
- 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 وتتوافق مع حاجاتهم **(العابد، 2014، صفحة 182)**

- فوضع البرامج هي الوسيلة الوحيدة التي يمكن من خلالها المنظمة تحقيق التكيف الإنساني اللازم بينها وبين الجمهور المتعامل معها وبين المنظمات الأخرى. هذا التكيف هو الذي يمكنها من بلوغ أهدافها المنشودة ويحقق لها ولجمهورها العديد من لخدمات والمنافع ويكفل تحقيق العدالة الرعاية الاجتماعية ونشر الطمأنينة في نفوس جماهيرها التي هي بدورها تسعى من جراء ذلك الى زيادة التعاون والثقة والمحبة وحسن التعامل الذي يحقق لها النجاح والشهرة. **(العابد، 2014، صفحة 183)**

3.2.1/ أنواع برامج العلاقات العامة الالكترونية:

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 جمهورا كبير لان مثل هذه البرامج تحتاج الى أموال كبيرة ووسائل اعلام متعددة لتغطيتها ومن الأمثلة على ذلك برامج العلاقات العامة التي توجه الى الراي العام أو الى مخاطبة الجماهير لتغيير أفكارها المضادة حول مؤسسة أو منظمة ما. **(العابد، 2014، صفحة 181)**

- **برامج بسيطة ومحدودة التأثير:**

وهي برامج لا تتعدى أهدافها سوى قدر محدود من الإنجاز أو إقامة علاقة معينة أو المحافظة على علاقة ذات قيمة معينة بالنسبة للمنشأة ومن أمثلة ذلك:

برنامج زيارة لمواقع المنشأة من وفد زائر، أو فوج من الضيوف أو دعوة ضيف ذي شخصية معينة أو أحد المتعاملين مع المنشاة، أو الأشخاص من ذوي النفوذ الذين يمكن أن يكون في حسن معاملاتهم واستضافتهم ما يفيد المنشأة في أعمالها مشروعاتها، ومثل هذه البرامج غير المكلفة، ولا تحتاج الى إشراف عدد كبير من أخصائي العلاقات العامة، بالإضافة إلى البرامج الموجهة نحو غرض محدود تريد به المنشأة أن تحصل على تأييد معين من جمهور معين، أو استقطاب بعض الآراء، أو مجاورة البيئة المحيطة بالمنشأة.

ويهدف البرنامج التأثيري لإقناع الجماهير واستمالتها لسياسة المنظمة، وكسب التأييد لها وتحقيق التفاهم والتناغم بين المنظمة وجماهيرها، بالإضافة الى تأكيد السمعة الطيبة والصورة المشرفة في اذهان الجماهير **(العابد، 2014، صفحة 184)**

- **البرامج الكبيرة ومتعددة الاتجاهات والتأثير:**

وهي تعني استخدام إمكانيات كبيرة نسبية 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 الاعلام لتحقيق أهدافه التي تكون في الغالب كبيرة، أي إقامة علاقات واسعة مع المجتمع مثل: دخول السوق لأول مرة، أو بلد، أو مجتمع لأول مرة معروف للمنشأة، وفيه يحتاج لمقدمات لدخوله من قبل المنشأة لأن دخوله فجأة يكون خطر على المنشأة، مثل: برنامج لإدخال الغاز الى كل منزل....

فالمعروف أن الغاز سام وكثير من الناس يخاف من هذا الجانب، لذا يحتاج مثل هذا المشروع استعمال وسائل إعلام عديدة، لإقناع الجمهور بأهميته ومزاياه العديدة من استخدامه وتعريف السليم لطرق استخدامه والآمان التام فقد ساعدت مثل هذا البرنامج على التغلب على رفض الكثير من المتعاملين لشراء هذ الأجهزة.. وحتى لو كلف الكثير، مثل: إرسال مندوب أو مندوبية للإقناع الجمهور باستخدامه. **(العابد، 2014، صفحة 186)**

- **البرامج الوقائية:**

وهي برامج طويلة المدى تعمل على الوقاية من المشاكل والمخاطر وكذا التنبؤ بالأحداث المستقبلية، وتتصف بالاستمرارية تهدف لتحقيق الفهم المشترك، والمشاركة في المسؤوليات الاجتماعية والمحافظة على علاقات الود والتكامل المستمر مع جمهورها بالقضاء على أي مصدر من مصادر سوء الفهم أو الإشاعات المعرضة.

- **البرامج العلاجية:**

وهي برامج تستخدم عندما يحتاج الأمر إلى بذل جهد جهود محددة لمواجهة الأزمات والتي تبرز فجأة في علاقة المؤسسة بجمهور معين من جماهيرها النوعية.

وتتسم البرامج العلاجية بقصر مدى، لأنه يستند إليها في المواجهة السريعة للمشكلات والأزمات فهي برامج لتصحيح أوضاع خاطئة كالمشكلات والصرعات والأزمات والخلافات والنزاعات التي تتعرض لها الأجهزة الحكومية. **(أدخينيسة ، 2014، صفحة 232)**

- **البرامج الهجومية:**

وهي البرامج التي تعد بإتقان من قبل المتخصصين في العلاقات العامة، بهدف مهاجمة المؤسسات المنافسة رغم أن هذا النوع من البرامج غير محبب في العلاقات العامة وإن أكثر ما يستخدم ولا يزال يستخدم هذه البرامج، الشركات المنافسة لشركات إنتاجية أخرى أو تشويه سمعة بلد من قبل بلدان أخرى. **(مشاقبة، 2014، صفحة 98)**

وهي غير مستحبة دائما ولكن يلجئ لها لمنع وقوع الضرر، أو منع الأخطار قبل وقوعها كأن تتوقع منظمة أو شركة ما من أحد منافسيها، استغلال موقف معين لتحويله الى صالحة على حساب مصالحتها، وهنا يكون الهجوم مبررا مثل الدفاع عن النفس مقدما قبل أن يبدأ الهجوم المتوقع وهنا يطبق المثل الشعبي: تغذى فيه قبل أن يتعشى فيك. **(العابد، 2014، صفحة 187)**

- **البرامج 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 ولو كانت بغرض زيادة كسب الآراء المؤيدة ومعززا

بالأدلة والحجج والبراهين التي لا تقبل الشك أو الاجتهاد ، بالإضافة الى إبراز الجوانب الممتازة والمؤيدة لوجهة نظر المنشأة ولا يمنع من تضمين البرنامج الدفاعي بعض ماورد من هجوم أو شائعة أو أكذوبة وتنفيذها في دقة وإتقان، بحيث لا تسمح للمنافس بمعاودة الهجوم .

- **برامج الاعلام الداخلي:**

وهي موجه إلى الجمهور الداخلي في المنظمة، ويتسم عادة بلغة الود موجهة من الإدارة العليا للمنشأة الى جمهور العاملين **مثل:**

- ✓ النشرات الداخلية.
- ✓ عقد الاجتماعات الدورية مع العاملين.
- ✓ تنظيم رحلات جماعية.
- ✓ تقديم خدمات خاصة للعاملين في المناسبات.
- ✓ تقديم هدايا أو مكافأة مالية في حالات خاصة.
- ✓ عقد اجتماع أسبوعي أو سنوي أو شهري أو سنوي في فندق مع حفل عشاء فاخر في أحد الفنادق وهذا يحدث خاصة في الشركات الخاصة والبنوك والمنظمات التي لديها إمكانات مالية تهتم بترفيه العنصر البشري. **(العابد، 2014، صفحة 188)**

- **برامج الاعلام الخارجي:**

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

ومن أمثلة ذلك : إعداد نشرات مطبوعة ومخرجة بشكل أنيق أو أن تقوم إدارة العلاقات العامة في المؤسسة الكبيرة بإعداد أفلام سنيمائية أو وثائقية عنها، لإبراز الجوانب المشرقة فيها وما حققته المؤسسة من تقدم سواء على صعيدها الداخلي أو الخدمات المقدمة الى جمهورها

الخارجي أو خاصة عندما تعرض مؤسسة في وسائل الإعلام فيلما عن زيارة كبار الزوار إليها أو استغلال المعارض الدولية والاشتراك في المسابقات أو المساهمة في المشروعات الوطنية التي تؤثر على الرأي العام بهدف تحقيق أكبر قدر من لإعلام عن المنشأة ونشاطها وهذا بخلاف ما تقوم بإعداده العلاقات العامة من أفلام عن أنشطتها الداخلية التي تشرح إنجازاتها للمجتمع المحلي في المناسبات الخاصة وذلك لترويج المؤسسة وتكوين صورة الذهنية عن نشاطات المؤسسة ومشروعاتها . **(العابد، 2014، صفحة 189)**

4.2.1/ الاتجاهات المعاصرة في مطبوعات العلاقات العامة:

استطاعت التحولات الحديثة في مجال الاتصال الإلكتروني العلاقات العامة بتقنيات الحاسوب ولإنترنت والبرامج الخاصة بالنشر الإلكتروني إلى دخول هذا النوع من أداء الإعلامي فيما يعرف بالاتجاهات المعاصرة أو الحديثة لمطبوعات العلاقات العامة والتقنية لإعلامية أن تضيف كثيرا إلى الطرق والوسائل الخاصة وإعداد وإنتاج مطبوعات العلاقات العامة.

- **الصحافة الالكترونية:**

يقصد بهذا المصطلح كافة أنواع أو أشكال أو قوالب الكتابة الصحفية الموجودة على صفحات المواقع الإلكترونية الخاصة بالمؤسسات المتخصصة في هذا المجال من مثل الصحف ومواقع المؤسسات الإعلامية، وكذلك المواد الصحفية التي تنشرها كافة المؤسسات العامة الخاصة بهدف تحقيق التواصل مع جمهورها المستهدف.

وبشكل خاص تعتني مؤسسات العلاقات العامة بمثل هذا النوع من الكتابات والمواد الصحفية سيما في ظل التغييرات التي طرأت على أهدافها الرامية إلى تحقيق ما يعرف بالدور التفاعلي للعلاقات العامة، فقد استفادت مؤسسات العلاقات العامة كثيرا من الفرص التي اتاحتها لها تقنيات الاتصال وشبكة الإنترنت في مجال الممارسة الصحفية الإلكترونية الشيء الذي زاد من اهتمامها بهذا الجانب.

فالعلاقات العامة تستخدم كافة أشكال أو أنواع الكتابات الصحفية بشكل إلكتروني ومن ذلك الأخبار الصحفية التي تنشرها إدارات العلاقات العامة عبر الصفحات الإلكترونية لتلك المؤسسات بالإضافة إلى كافة الأنواع الأخرى من المواد الصحفية مثل التحقيقات وكتابات الرأي والمواد التسويقية وغيرها. **(تاج السر فقير عمر، 2013، صفحة 83)**

كما تستفيد العلاقات العامة من المواقع الإلكترونية والتقنيات الحاسوبية في تقديم موادها الإعلامية المطبوعة **مثل:**

- **النشرات الإلكترونية:**

يمكن تعريف النشرة الإلكترونية بذات التعريف العام لنشرات مؤسسات العلاقات العامة مع اختلاف في الوعاء الذي تقدم به المادة إذ تقدم في النشرات التقليدية في شكل أوراق صحفية مطبوعة، أما النشرات الإلكترونية فتكون النشرة متاحة للقراءة من خلال الشبكات الخاصة بالمؤسسات أو مواقعها الإلكترونية على الإنترنت ما يمكن الجمهور من التعامل مع ما في النشرات بحفظها إلكترونيا أو نسخها أو إرسالها عبر البريد الإلكتروني أو إعادة التفاعل مع المؤسسة بشأن ما ورد فيها من مواد. **(تاج السر فقير عمر، 2013، صفحة 84)**

- **المجلة الإلكترونية:**

كما هو الحال في الفرق بين النشرة الورقية والإلكترونية تختلف المجلة الورقية أو التقليدية عن المجلة الإلكترونية من حيث طريقة تقديم المادة على الأوراق المطبوعة والشبكات والمواقع الإلكترونية والمساحات والأحجام لكل نوع، وقد أصبحت المجلات الإلكترونية من أهم وأشهر وسائل التواصل من قبل إدارات وأقسام العلاقات العامة في المؤسسات مع الجمهور المستهدف خاصة في جوانب الإعلانات الترويجية للسلع والخدمات والأعمال والأنشطة. **(تاج السر فقير عمر، 2013، صفحة 85)**

- **المطويات الإلكترونية:**

رغم الاستخدام الدائم من قبل مؤسسات العلاقات العامة للمطويات الورقية كواحدة من أساليب الدعاية والإعلان لسلعها و خدماتها وأنشطتها ،إلا أن التعامل مع المطوية أو البروشور بشكل إلكتروني اصبح من ضرورات التواصل المؤسساتي المعاصر نسبة لسهولة وسرعة تبادل المعلومات غيرها بين المؤسسات والجمهور، وتلجأ بعض المؤسسات إلى استخدام أو تبادل نفس النسخة المطبوعة ورقيا عبر الشبكات والمواقع إلكترونية بينما تقوم بعضها إلى إخراج مطويات إلكترونية بمواصفات خاصة تختلف عن الورقية ، من حيث الحجم وطريقة عرض المعلومات وفي الأغلب تستخدم المطويات الإلكترونية للأغراض الإعلانية .

- **الإعلان الإلكتروني:**

أتاحت التقنية المعلوماتية المتمثلة في الحواسيب الآلية والشبكات المعلوماتية مجالاً واسعاً بالنسبة للأنشطة الإعلانية المطبوعة والإلكترونية حيث أصبح من السهل بمكان الإعلان عن السلع والخدمات والأنشطة والأعمال ما أسهم بشكل فاعل في أنشطة العلاقات العامة وبرامجها الإعلانية، كما نشطت شركات البرمجة الحاسوبية في اقتراع عدد هائل من البرامج المتخصصة في مجال إخراج وتصميم ونشر الإعلانات المكتوبة.

وكنوع من أنواع الفائدة المتبادلة عمدت المواقع الإلكترونية الخاصة بوسائل الإعلام الكبرى أو المشهورة إلى بيع جزء من صفحاتها في تلك المواقع كمساحات إعلانية لمن يريد أن يعلن عن أنشطته، وقد بدأت هذه المواقع أنشطتها الإعلانية بطريقة الإعلان المطبوع إلكترونيا ثم تطورت إلى ما يعرف باستخدام وسائط الإعلام المتعددة التي أتاحت لها عرض الإعلانات باستخدام الوسائط المتحركة أو الإعلان المتحرك بالصورة والصوت كما سمحت بإمكانية تبادله إلكترونيا.

(تاج السر فقير عمر، 2013، صفحة 86)

- **شاشات العرض الذكية:**

تطورت فكرة الإعلانات المرئية عبر الشاشات المعلقة التي توضع في مواقع إعلانية مختارة إلى استخدام الشاشات الذكية التي تستخدمها مؤسسات العلاقات العامة في عمليتي التسويق والتعريف المؤسسي وعادة يكون ذلك بالتنسيق مع الشركات المتخصصة في هذا المجال، ويستفاد من الشاشات الذكية في الجانب المعلوماتي أو الإعلان عن السلع والخدمات ولأنشطة والأعمال وغيرها. **(تاج السر فقير عمر، 2013، صفحة 87)**

5.2.1/ خطوات إعداد برامج العلاقات العامة الإلكترونية:

أولاً: البحث عن الحقائق وجمعها:

إن اتخاذ القرارات وسلامتها من قبل الإدارة يتوقف على دقة المعلومات التي تجمعها عن المشكلة موضع القرار، وعلى تفهم هذه المعلومات والإلمام بها جيداً لبناء أو صنع القرار، ويمكن معرفة أدق المعلومات اللازمة للإعداد برنامج من خلال الأمور التالية:

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

وهذه الأمور لا تحقق إلا من خلال إجراء البحوث والدراسات والتي يجب أن تتضمن الأعمال التالية:

- القيام بجمع وتدوين الحقائق من تاريخ المنشأة، وأهدافها، وخططها، وكل ما تم إنجازه، وسبب الفشل والنجاح والشهرة، وما كان محل للإخفاق، أو الفشل وكل ما يفعله المنافسون لشهرة منظماتهم.
- القيام بمعرفة مدى اتجاهات الجماهير الخاصة وقوة هذا الاتجاهات من أجل الاستفادة منها والاستعانة بها عند وضع خطة أو برنامج المنظمة.

- القيام بالتحري عن الأسباب والظروف المؤدية لهذه الاتجاهات.
- قياس أثر البرامج السابقة من أجل بلورة النتائج.
- الإمكانات الفنية لإدارة العلاقات العامة
- الإمكانات المالية المقدرة لاستخدام الوسائل والأدوات اللازمة لجميع البيانات وجمع المعلومات. **(العابد، 2014، صفحة 194)**

ثانيا: التخطيط وتحديد الأهداف:

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

ولكن هنا نذكر الطرق الحديثة التي تستخدم في تخطيط البرامج، حيث مع بداية العقد السابع من القرن الماضي انتشر أسلوب تحليل شبكات الأعمال في العلوم الإدارية عموما، وفي تخطيط ومراقبة تنفيذ المشروعات على وجه الخصوص وتعتبر المخططات الشبكية ركنا أساسيا في العلوم الطبيعية وخاصة الهندسية الكهربائية، ومنها انتقلت الى العلوم الإدارية، واتضحت أهميتها في تنفيذ وتحليل سريان المعلومات في الوحدات الإدارية.

ويهدف استخدام تحليل شبكات الأعمال في تخطيط وتنفيذ المشروعات إلى تحديد الأنشطة التي يتوقع أن تكون نقط اختناق في التنفيذ، فتوجه الإدارة العليا اهتمامها إليها، وتراقب سير تنفيذها حتى لا يتعطل المشروع بأكمله كما ييسر هذا الأسلوب التعرف على مدى تأثير التعديلات التي يمكن إدخالها على برنامج التنفيذ في الوقت والتكلفة وكذلك دراسة أثر نقل الإمكانات المتاحة بين الأنشطة المختلفة

وبذلك يمكن المقارنة بين الأساليب البديلة في تحقيق أهداف المشروع، ويساعد تطبيق هذا الأسلوب على إيضاح التسلسل المنطقي للعملية الإدارية، والذي يبين جلاء مدى الترابط بين الأنشطة، بحيث يمكن تقويم أجزاء المشروع أولا بأول بما يحقق الاستفادة من أية إمكانات عاطلة، وكذلك القضاء على مواطن الركود التي تعرقل سير المشروع وفقا لخطة تساعد على إتمام التنفيذ في الوقت المحدد. **(العابد، 2014، صفحة 196)**

ثالثا: تحديد الوسائل:

وهي تشمل العناصر الأساسية لعملية الاتصال وهي:

- تحديد الغاية والهدف من عملية الاتصال بدقة ووضوح
- تحديد فئات الجمهور التي سيتم التعامل معها
- صياغة نص رسالة الأعمال
- اختيار الأسلوب الأمثل لعملية الاتصال
- اختيار الوقت المناسب للقيام بالاتصال
- المباشرة بالاتصال لنقل الفكرة
- مراقبة ردود الأفعال
- تقييم النتائج الحاصلة من هذا الاتصال

وضع البرنامج التنفيذي المتوقع بناءً على نتائج عملية الاتصال. **(العابد، 2014، صفحة 197)**

رابعا: تحديد الميزانية العامة للبرنامج

والتي تشمل على كافة الموارد اللازمة والتي تكون متوازنة مع أهداف المنظمة وسبق شرحها

خامسا: توزيع الأدوار على المنفذين:

دور العلاقات العامة وأخصائها وموظفوها

دور الموظفين في المنظمة والعمل على برمجته وعدم تركه للاجتهاد الشخصي

دور المنظمات الأهلية والحكومية ذات الصلة بنشاط المنظمة

سادسا: تنفيذ البرنامج:

وذلك من خلال الآتي:

- تصميم جدول زمني يشمل كافة الموضوعات والموارد الموزعة بشكل دقيق
- تحديد من سيقوم بعملية التنفيذ وماهي الوسائل والأساليب المستعملة
- تنظيم أسلوب المتابعة بما يضمن مصاحبة عمليات التنفيذ

مثل: مدى تحقيق البرنامج لأهدافه المنشودة؟

- تأييد الإدارة العليا وتوفير متطلبات البرنامج البشرية والمادية
- تعاون الإدارات والاقسام المختلفة وتأييدها للبرنامج
- التزام البرنامج بالأسس العلمية
- تأثير الموضوعات على الفئات والجماهير
- مدى نجاح وسائل الإعلام المستخدمة
- البحث في تعديلات قد تحدث في البرنامج. **(العابد، 2014، صفحة 198)**

سابعاً: تقويم ومراجعة البرنامج:

يعني التحري من 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

ومن أساليب التقييم التي تتبع في هذا المجال عادة هي:

- التقارير الدورية ومتابعة الأعمال
- المقارنة بين الخطة الموضوعة والنتائج المتحصلة
- تقارير إدارة التخطيط والمتابعة
- المقارنة بالسنوات السابقة
- الاستفتاء والاجتهادات الشخصية والمناقشات والمقابلات. **(العابد، 2014، صفحة 199)**

خلاصة الفصل:

كخلاصة لهذ الفصل، تناولنا العلاقات العامة الإلكترونية كجهاز حيوي في المؤسسات في ظل التكنولوجيا الحديثة من خلال فهم ماهيتها والأسس التي ترتكز عليها يمكننا إدراك أهميتها في تعزيز صورة المؤسسة، كما أن إعداد برامج العلاقات العامة الإلكترونية بشكل مدروس والاستثمار في الأدوات الرقمية ضروري لتحقيق الأهداف ومجابهة التحديات في البيئة الرقمية.

الفصل الثاني: البودكاست كمادة من مواد العلاقات العامة الإلكترونية

تمهيد:

في عصر التكنولوجيا الحديثة ووسائل الإعلام الرقمية، أصبح البودكاست أداة فعالة في مجال العلاقات العامة الإلكترونية، حيث يمكن المؤسسات من التواصل المباشر مع جمهورها عبر رسائل صوتية موجهة، وفي هذا السياق تسعى مؤسسة الحماية المدنية –وحدة المدية – إلى توظيف هذا النوع من المحتوى الصوتي للتواصل مع الجمهور.

في هذا الفصل سنستعرض البودكاست كمادة من مواد العلاقات العامة الإلكترونية، وقسمناه إلى مبحثين وهما:

- ✓ ماهية البودكاست
- ✓ مراحل إنتاج البودكاست

2.1/ المبحث الأول: ماهية البودكاست

في المبحث الاول سنتناول تعريف البودكاست، خصائصه، نشأته، وأنواعه

1.1.2/ تعريف البودكاست:

جاءت كلمة البودكاست من كلمتي الإذاعة broadcast واي بود iPod لتعبر عن البرامج الإذاعية حسب الطلب، فيمكنك الاستماع للبودكاست في أي وقت ترغبه، بعكس محطات الراديو والتلفزيون حيث يبرمج بث المحتوى، وتتنوع فئات البودكاست، فمنها الدراما والكوميديا والرياضة والتحليل السياسي، والتجارة والأعمال وغيرها. **(بازرعه، 2024، صفحة 599)**

البودكاست يعرفه الخليفة أنه تقنية تقوم أساسا على فكرة التدوين الصوتي والمرئي، ونشره عبر الأنترنت أو تسجيله على أجهزة أخرى، والإستماع إليه لاحقا في أي وقت. **(بنت محمد بن زيد المعولية، 2021، صفحة 172)**

ملفات صوتية تبث عبر منصات رقمية من خلال شبكة الانترنت، يمكن للمتصفح تحميلها والاستماع إليها والاطلاع على مختلف الحلقات وايقاف الاستماع أو إستئنافه بمرونة كيفما يريد، وتقدم حلقات وفق ترتيب واضح يتضمن مختصر لموضوعها حيث يتم إنشاؤها بواسطة منصة مستضيفة ثم يتم نشرها حلقة تلو الأخرى. **(عبدالحميد، 2024، صفحة 162)**

5) تم اقتراح الكلمة في الأصل من قبل BEN HAMMERSLEY ويعرف بأنه ملف صوتي رقمي يتم إتاحته على الانترنت لتنزيله على جهاز كومبيوتر أو جهاز جوال وعادة ما يكون متاحا كسلسلة أو في نسق رقمي، ويمكن للمستخدمين متابعته تلقائيا بمجرد الاشتراك **(رقية، 2019، صفحة 108)**

2.1.2/ نشأة وتطور البودكاست:

أولا: البودكاست عالميا:

الموجة الأولى:

بدأ انتشار عبارة التدوين الصوتي في مطلع الثمانيات من القرن الماضي، ولكن تعثر هذا المحتوى لمدة طويلة وذلك بسبب الافتقار إلى وسائل توزيع التسجيلات الصوتية، وقد أدى إلى توقفه لمدة 20عاما تقريبا مع بزوغ فجر أكتوبر تشرين الاول 2021، دشنت شركة أبل أول مشغل موسيقى محمول، حمل اسم IPOD. أحدث هذا الجهاز رغم بساطته ثورة في صناعة الموسيقى والصوتيات، وأدى إلى ظهور مفهوم نقل المدونات الصوتية إلى مشغل الصوت كملف بصيغة MP3 وإمكانية تداوله وانتشاره بسهولة. في عام 200، قام المذيع السابق لقناة MTVالتلفزيونية، أدم كاري، بالتعاون مع مطور البرامج ديف وينر، بتطوير برنامج يعرف باسم POWDER، ما أتاح للاشخاص حفظ المدونات الصوتية على جهاز IPODالخاص بهم، وفي اواخر عام 2004,ظهر أول مزود خدمة بودكاست LIBSYN COM (LIDERATED SYMDICATION)، وقبل نهاية العام تجاوز عدد زيارات جوجل لمصطلح بودكاست 100الف زيارة، مع حلول عام 2000، أضافت أبل رسميا البث الصوتي إلى مكتبة موسيقى ITUNESالخاصة بها. وخلال مقابلة أوضح ستيف جوبز كيفية إنشاء بودكاست باستخدام جهاز الماك الخاص بالمستخدم ومشاركته. (بازرعه، **2024، صفحة 599)**

ثانيا: البودكاست في العالم العربي

الموجة الثانية:

بدأ البودكاست يزدهر عربيا في أواخر 2008 مع ظهور مجتمعات التدوين والالعاب ومن أشهر بودكاست تلك الحقبة بودكاست أطياف وسعودي جيمر وشبكة FT WEEKLY، ولكن في 2011أخذ البودكاست العربي المقعد الخلفي مع ظهور نجوم اليوتيوب واكتساح

شبكات اتواصل والثورات العربية ,استمر ضعف البودكاست العربي حتى 2015 حينه شعر الكثير أن المحتوى العربي يفتقر إلى العمق والتنوع والنوعية في الطرح , وسياسات اليوتيوب العربي أدت إلى خروج العديد من صناع المحتوى من المنصة ,وحان الوقت لوسيلة مستقلة ومفتوحة وهكذا بدأت موجة البودكاست العربي الثانية .انطلقت فيها العديد من برامج البودكاست التي غيرت قواعد اللعبة أعادت تعريف المجال منها بودكاست فنجان وساندويتش ورقي وغيرها. **(بازرعه، 2024، صفحة 600)**

الموجة الثالثة:

اليوم يتوجه البودكاست العربي في كافة المجالات من الحوار والمجتمع إلى التقنية حتى إدارة المرافق العامة وعالم الطيران والملاحة، يسجل لدينا المئات من برامج البودكاست الجديدة وكل سنة نلاحظ البرامج الجديدة تتضاعف والأرقام تشير إلى شيء واحد: أن مستقبل الصناعة سيكون كبيرا ومن أبرز البرامج إنتشارا هي إذاعة ثمانية. (بازرعه، 2024، صفحة 600)

3.1.2/ خصائص البودكاست:

- لا يحتاج إلى الانترنت للاستماع إليه، فبعد تحميل الحلقات يمكن الاستماع إليه دون الحاجة إلى الانترنت
- يعد وسيلة سهلة الاستخدام، فلا يتطلب سوى برنامج أو تطبيق بودكاست عبر أجهزة الهواتف الذكية، أو اللوحية أو أجهزة اللابتوب أو الكومبيوتر الشخصي، وغالبا ما تأتي بعض أجهزة الهواتف الذكية بتطبيق بودكاست مثل **SPOTIFY GOOIE PODCAST** أو **APPLE PODCAST.**
- يعد وسيلة سهلة الانتشار، ومن ثم الوصول إلى الجمهور المستهدف، نتيجة سهولة استخدامه.

- تنوع الموضوعات والمعلومات والقضايا والافكار التي تتناولها المدونات الصوتية المختلفة، منها الإخباري العام، ومنها المتخصص، مثل: الاقتصادي والرياضي والصحي والتعليمي، وغيرها من المحتويات متخصصة المضمون والجمهور.
- يمكن الاستماع إلى البودكاست في أي وقت واي مكان، ولاتتطلب البقاء في مكان معين وقت إذاعة الحلقات.
- إمكانية استخدامه أثناء ممارسة الانشطة الروتينية اليومية، مثل القيادة وممارسة الرياضة وغيرهما.
- يعد وسيلة غير مكلفة للحصول على المعلومات واكتساب المعارف والمهارات يؤدي دورا في نشر المعلومات والاخبار والمحتوى التعليمي.
- إمكانية استرجاع حلقات بودكاست المؤرشفة في اي وقت عبر تطبيقات التدوين الصوتي
- الالفة والعفوية مع المتلقي إذ يوفر البودكاست جودة صوت عالية في البث، وتسمح للمستمعين بالتعليق والنقاش، واقتراح الموضوعات.
- مصدر ملائم ومحمول وشائع بشكل متزايد لنقل المعلومات ونشر المعرفة. (محمد و عبد الرزاق، 2024، صفحة 935)

4.1.2/ أنواع برامج البودكاست:

أشار اليعقوبي بان هناك انواع عدة لبرامج البودكاست اهمها:

- **بودكاست المقابلة:** وفيه يتم استضافة ضيوف معينيين والتحدث عنهم.
- **بودكاست المحادثة:** ويتم فيه تحديد موضوع أو عدة موضوعات ويتم التحدث عنها ومناقشتها.
- **بودكاست المونولوج:** ويتم إستضافته بواسطة شخص خبير في مجال ويبدأ في التحدث عن مجاله.

- **بودكاست الطاولة المستديرة:** ويتم فيه استضافة مجموعة من الاشخاص بواسطة مقدم البودكاست ويناقشوا مواضيع معينة مع بعضهم البعض.
- **البودكاست المسرحي:** ويتم فيه إنشاء قصص كاملة بأفراد (التمثيل وسرد إنشاء)محتوى مثير للمستمعين تماما مثل الافلام والتمثيل ولكنها بشكل صوتي فقط.
- **البودكاست الإخباري:** ويتم فيه سرد مجموعة من الاخبار بواسطة مؤسسات إخبارية شهيرة.
- **بودكاست رواية القصص** من أكثر انواع البودكاست مشاهدة في العالم يتم فيه مناقشة قصص مثيرة ومعبرة. **(بازرعه، 2024، صفحة 601)**

2.2/ المبحث الثاني: مراحل إنتاج البودكاست

سنستعرض غي هذا المبحث مراحل إنتاج البودكاست

1.2.2/ خطوات إنتاج البودكاست:

كما هو الحال عند إنشاء مدونة، عليك التفكير اولا في الخطوات التي يجب إتباعها للخروج بودكاست ناجح والتي تتمثل في:

✓ **اختيار الموضوع:**

عليك اختيار موضوع مناسب تدور حوله حلقاتك، وذلك من خلال تصفح مواقع البودكاست الشهيرة لمطالعة القوائم الاكثر رواجا، إضافة إلى استضافة الخبراء والحرص على التمييز عن منافسيك من خلال التركيز على الفجوات التي يبحث عنها جمهورك ولم يعالجها منافسوك، ثم تتناولها وتناقشها بعمق في البودكاست الخاص بك.

✓ **تحديد ملامح البودكاست:**

وذلك من خلال اختيار عنوان جذاب للجمهور يدل على المحتوى، وتجنب استخدام العناوين المعقدة، الوصفية الدقيقة والمتخصصة لكي تتمكن من التوسع في تناول الموضوعات لاحقا، إضافة إلى إنتاج مقدمة جذابة والتي غالبا ما تبدا بها حلقات البودكاست، وتمثل اول رابطة تنشا بين برنامجك وبين المستمعين، إذ تتكرر على مسامعهم في بداية كل حلقة.

✓ **تحضير الصوت:**

بما أن البودكاست هو عبارة عن ملف رقمي يجعلنا هذا نرى أنه من الضروري أن يفهم المستخدمون ما يقال لهم من خلال التمرن قبل التسجيل. في وجود سيناريو البودكاست في متناول الايدي يمكن من إجراء تسجيل صوتي بشكل مسبق للاستماع له وتصحيح ما تراه ضروريا.

✓ **تسجيل البودكاست:**

يتطلب إعداد بودكاست القليل من المواد والادوات، وبالتالي القليل من الموارد المالية. اهمها وجود ميكروفون، لملائمة قوة الصوت، والتمكن من نقل الرسالة بجودة عالية، يمكنك استخدام ميكروفونات من نوع **USB**، أو ميكروفون يتم تثبيته في الياقة، أو حتى في الهاتف الذكي.

✓ **التحرير:**

يحتاج البودكاست إلى التحرير لإزالة الاجزاء غير المرغوب فيها مثل السكوت الطويل، إضافة الموسيقى والانتقالات، وتحسين جودة الصوت وذلك من خلال عدة برمجيات منها **AUDACITY، GARAGE BAND، ANCHOR.**

✓ **النشر:**

بعد التحرير، أصبح البودكاست جاهزا ليتم نشره، لهذا يكفي اختيار المنصة المثالية مثل: **SOUND CLOUD.**

✓ **الترويج:**

إختيار القنوات التي يمكن استخدامها في الترويج للبودكاست الذي قمت بإعداده، ويجب الاخذ بعين الاعتبار البودكاست الاكثر استماعا. **(سوالمية، 2023، صفحة 21)**

2.2.2/ أنواع منتجي البودكاست:

الشركات الإعلامية التي لديها أقسام بودكاست داخلية، والتي تتراوح أهدافها في البث من تطوير الجمهور إلى تنوع الإيرادات.

✓ **أستوديوهات البودكاست المستقلة:**

وهذه الفئة تعتمد بالإيرادات بشكل أساسي على الإعلانات وبالتالي فهي تحتاج لبناء قاعدة عريضة من الجمهور، عبر بث محتوى حصري، واستضافة شخصيات شهيرة في برامجها.

✓ **بودكاست الشخصيات الشهيرة:**

حيث يدخل هذا الشخص الذي لديه عدد كبير من المتابعين سابقا إلى سوق البودكاست، مستفيدا من المتابعين الذين سيتلقون أي منتج منه بشغف وحماس.

الشركات غير الربحية أو الشركات غير الإعلامية بالأصل تتنوع أهداف هذه الشركات وأغلبها يسعى لبناء علامة تجارية مميزة.

✓ **الهواة:** وهؤلاء ينشؤون محتوى خاص بهم، ومن الممكن أن يصبحوا من المشاهير الذين لديهم قاعدة جماهيرية كبيرة. **(هاشم و عبد الرحمان، صفحة 766)**

3.2.2/ مميزات البودكاست:

- يمكنك تحميل البودكاست من خلال التطبيق المتوفر على هاتفك.
- إمكانية تشغيله في أي وقت واستغلال فترة راحتك أو جلوسك في الباص أو القطار دون الحاجة إلى الانترنت.
- لا يحتاج إنتاجه إلى أستوديو للتسجيل أو تجهيزات صوتية اوتقنية كبيرة فقط هاتفك أو المايك، فإنتاجه غير مكلف.
- الربح من خلال البودكاست سواء من الإعلانات أو بيعه لشركة إنتاج.
- يعتبر مساهما جيدا في تحسين محركات البحث (SEO) للمواقع، وبالتالي دفع عدد زيارات المواقع الالكترونية.

- خاصية RSS يستخدم البودكاست أو التدوين الصوتي هذه الخاصية التي تقوم بإصدار إشعارات بوجود حلقات جديدة يتم تنزيلها تلقائيا في حساب المشترك بالمنصات الصوتية المختلفة التي يكون الإشتراك في نشرها وإشعارها مجانيا.
- العفوية مع المتلقي حيث يتميز التدوين الصوتي البودكاست بكونه صورة أقرب إلى المتلقي مقارنة بالقراءة العادية من ملف أو من مواقع الويب. **(هاشم و عبد الرحمان، صفحة 765)**

4.2.2/ الفوائد البودكاست:

- ✓ تعلم العديد من المهارات.
- ✓ تنشيط معلومات الدماغ وتوسيع الافاق الفكرية.
- ✓ سماع الموسيقى والملفات الصوتية خلال التنقل.
- ✓ وسيلة للتثقيف الشخصي.
- ✓ الاسترخاء والتأمل. **(هاشم و عبد الرحمان، صفحة 766)**

خلاصة الفصل:

في ختام هذا الفصل يتضح أن البودكاست كأحد مواد العلاقات العامة الإلكترونية هومن الوسائط الرقمية الإعلامية. يستخدم لنقل المعلومات، والمحتوى السمعي بطريقة جذابة، كونه يتميز بالمرونة والقدرة على الوصول لجمهور واسع، مما يجعله مادة فعالة في استراتيجيات العلاقات العامة الإلكترونية، ومن خلال فهم طبيعة البودكاست، تتضح لنا عملية إنتاجه من خلال معرفة الجمهور واهتماماته لضمان محتوى جيد.



الفصل الثالث: تصميم بودكاست مسموع في إطار إعداد مواد وبرامج العلاقات العامة الإلكترونية لمؤسسة الحماية المدنية وحدة المدية

تمهيد:

في ظل التطور السريع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، أتاحت الأنترنت فرص كثيرة للمؤسسات للتفاعل مع جمهورها عبر وسائط جديدة للتواصل، من بينها يبرز البودكاست كوسيط، شاع استخدمه في السنوات الأخيرة، حيث تسعى مؤسسة الحماية المدنية بولاية المدية، لتبني استراتيجيات جديدة للتحقيق أهدافها المسطرة لفائدة المجتمع، سنحاول في هذا الفصل إعطاء لمحة عن مؤسسة الحماية المدنية بولاية المدية وطرق تصميم بودكاست مسموع للمؤسسة عبر مبحثين:

- ✓ تقديم مؤسسة الحماية المدنية وحدة المدية
- ✓ إعداد وتصميم بودكاست مسموع لمؤسسة الحماية المدنية ولاية المدية.

1.3/ المبحث الأول: تقديم مؤسسة الحماية المدنية وحدة المدية

تطرقنا في هذا المبحث إلى إعطاء بطاقة تقنية عن مؤسسة الحماية المدنية ولاية المدية من خلال نشأتها وهيكلها ومهامها وأهم برامج العلاقات العامة الإلكترونية التي تعتمد عليها، كما تناولنا خطوات إعداد بودكاست إلكتروني مسموع لمؤسسة الحماية المدنية ولاية المدية.

1.1.3/ التعريف بمؤسسة الحماية المدنية:

الحماية المدنية مرفق عمومي مكلف بحماية الأشخاص والممتلكات، حيث تأسست في 24 أبريل 1964، وهي مؤسسة موضوعة تحت وصاية وزارة الداخلية والجماعات المحلية شعارها الإنقاذ أو الهلاك، أن طبيعة مهامها تتطور باستمرار لمسايرة التطورات التكنولوجية والنمو الديموغرافي للبلاد، حيث تتمتع بتنظيم إداري، لضمان التكفل الخاص بالمهمة الإنسانية المنوطة بها.

المصدر: من إعداد الطالبتين.

2.1.3/ نشأة الحماية المدنية الجزائرية:

- ✓ **الحماية المدنية خلال الفترة الاستعمارية:**

خضعت الجزائر كباقي دول المغرب العربي للاستعمار الذي احتل الجزائر سنة **1830** فكانت هناك عدة مقاومات شعبية وانتفاضات متواصلة، للوقوف وللتصدي للاحتلال الذي سلب ودمر وخرب ممتلكات الشعب وحرمه من جميع الأعمال الإنسانية النبيلة بما في ذلك حماية نفسه وممتلكاته من مختلف الأخطاء سواء كانت ذات مصدر صناعي أو إنساني ومن جهة أخرى عمد المستعمر إلى خدمة مصالحه وحماية ممتلكات المعمرين بإنشاء وحدات للتدخل عبر التراب الوطني، وذلك بمقتضى قانون **1938** والذي نص على إنشاء ثكنات

لرجال المطافئ، حيث ركزوا على توزيع مراكزها في المدن الشمالية الجزائرية ذات الكثافة السكانية العالية والأخطار المعتبرة.

المصدر: من وثائق المديرية الولائية للحماية المدنية

- ✓ **الإصلاحات الطارئة على قطاع الحماية المدنية بعد استقلال الجزائر:**

بعد استقلال الجزائر **1962** كانت هناك مصلحة للحماية المدنية تتكون من جهاز مركزي تابع لوزارة الداخلية المصلحة المركزية للحماية المدنية، ومصالح الإسعاف ومكافحة الحرائق على مستوى الدوائر، وهذا الجهاز سواء على مستوى المركزي أو المحلي بم يكن يمتلك المعدات الكافية والأموال للقيام بالمهام الموكلة إليهم من إطفاء، وإنقاذ وإسعاف فقد كانت في أغلب الحالات من الإدارة.

أما من ناحية التدخلات فكانت محدودة بسب قلة العتاد والتقنيات، حيث كانت تتم من طرف عناصر إطفائية دائمة أو موزعة على مستوى المناطق الحضارية والمدن الأخرى.

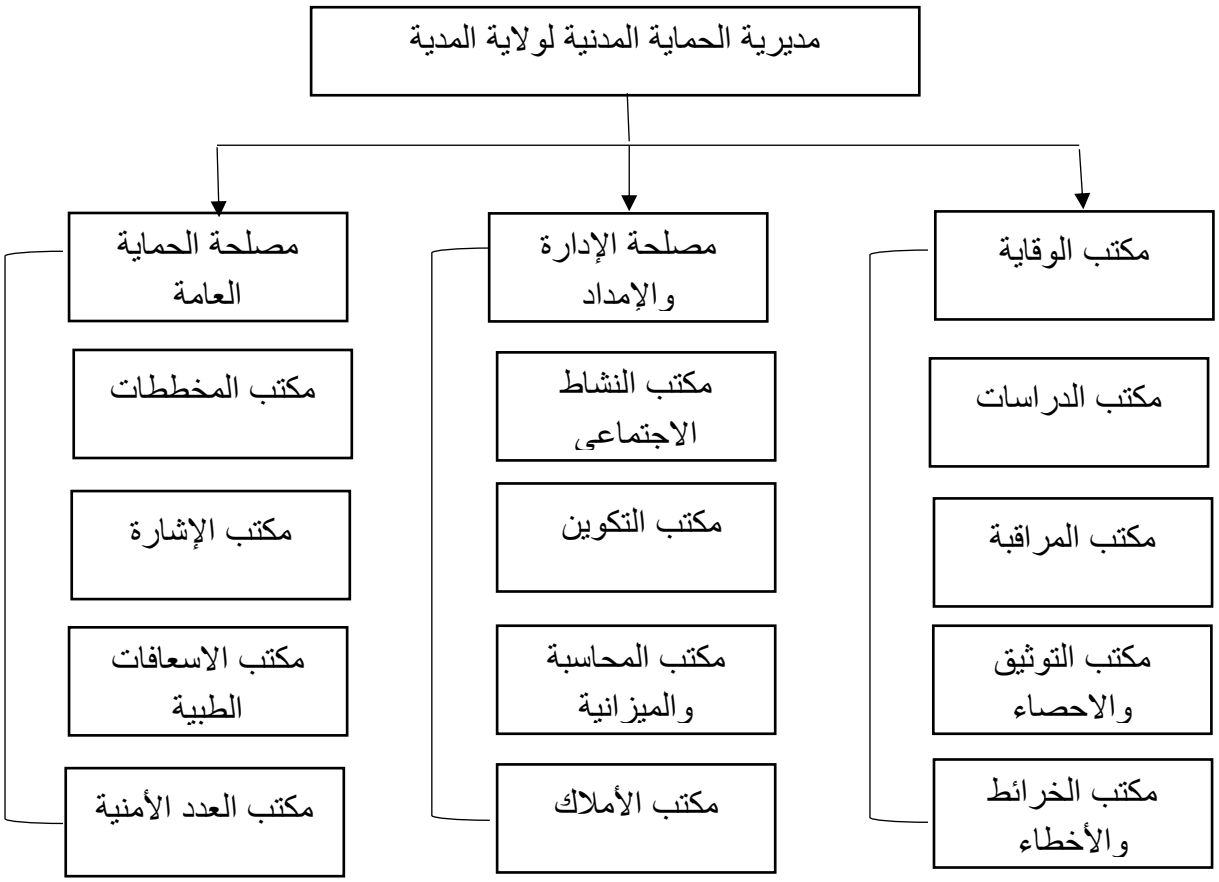
3.1.3/ نشأة مديرية الحماية المدنية على مستوى الولاية:

بمقتضى المرسوم التنفيذي **54/92** المؤرخ في **12 فيفري 1992** والمتعلق بتنظيم وتسيير المصالح الخارجية للحماية المدنية، والذي سمح بتحويل مصالح لحماية المدنية والإسعاف للولايات إلى مديريات الحماية المدنية على مستوى كل الولايات، وبالتالي ضبط قواعد سيرها وهيكلتها وتنظيمها، وفي ظل هذه المعطيات التنظيمية الجديدة. فإن مديرية الحماية المدنية على مستوى الولاية تتولى تنسيق نشاطات المصالح المتواجدة بالولاية والمنصوص عليها في المادة **2** من نفس المرسوم كما تقوم المديرية على مستوى الولاية الأمر بصرف الاعتمادات المخولة لها.

وتتمثل المصالح المنصوص عليها في المادة 2 من المرسوم السابق الذكر:

- مصلحة الوقاية
- مصلحة الحماية العامة
- مصلحة الإدارة والإمداد
- ويمكن توضيح ذلك في الشكل الآتي:

الشكل رقم (01): الهيكل التنظيمي لمديرية الحماية المدنية لولاية المدية



المصدر: من وثائق المديرية الولائية للحماية المدنية

4.1.3/ التدرج الإداري للمديرية العامة للحماية المدنية:

بعد إعادة التنظيم الإقليمي في شهر فبراير 1991، أصبحت ولاية المدية تتربع على مساحة 8700 كم²، قسمت حينها إلى19 دائرة و64 بلدية، بكثافة سكانية تقدر ب 894559 نسمة،

تقديرات 2018 وموقعها الجغرافي جعلها تلعب دور وساطة بين المنطقة البحرية ومنطقة الهضاب العليا، حيث تمتاز بعلوها وشكالة أراضيها المعقدة بالإضافة إلى مساهمتها في الميدانين التلي والسهلي، التغطية العملية مضمونة بواسطة الوحدة الرئيسة للحماية المدنية المتمركزة في مقر الولاية و12 وحدة ثانوية للحماية المدنية المتمركزة بمقرات الدوائر، ومركزين متقدمين الأول في حي بزيوش والثاني بعجلانة في قصر البخاري كالآتي :

- **الوحدة الرئيسة بالمدية:** تتضمن تغطية البلديات الآتية: المدية، ذراع السمار، تمزقيدة، وامري.
- **الوحدة الثانوية بوزرة:** تغطية البلدية الآتية: وزرة.
- **المركز المتقدم بزيوش:** يتضمن تغطية بعض أحياء بلدية المدية.
- **الوحدة الثانوية سي المحجوب:** تتضمن تغطية البلديات التالية: حناشة، سي محجوب، بوعيشون، أولاد بوعشرة، تيزي المهدي.
- **الوحدة الثانوية البرواقية:** تتضمن تغطية البلديات الآتية: البرواقية، الربعية، أولاد ذايد، سغوان، الزبيرية، ثلاثة الدوائر.
- **الوحدة الثانوية قصر البخاري:** تتضمن تغطية بعض البلديات التالية: مجبر، سانق، المفاتحة، قصر البخاري، أولاد هلال، بوغار، أولاد عنتر.
- **المركز المتقدم بعجلانة:** يتضمن تغطية بعض أحياء قصر البخاري.
- **الوحدة الثانوية العمارية:** يتضمن تغطية البلديات الآتية: العمارية، بعطة، أولاد إبراهيم، بوشراحيل، سيدي نعمان، خمس جوامع.
- **الوحدة الثانوية السواقي:** تتضمن تغطية البلديات التالية: السواقي، جواب، سيدي زيان، سيدي زهار.
- **الوحدة الثانوية الشهبونية:** تتضمن تغطية البلديات الآتية: الشهبونية، بوغزول، بواعيش.

- **الوحدة الثانوية بني سليمان:** تتضمن تغطية البلديات الآتية: بني سليمان، سيدي ربيع، بوسكن، القلب الكبير، بئر بني عابد.
- **الوحدة الثانوية العزيزية:** وتتضمن تغطية البلديات الآتية: العزيزية، سدراية، مغراوة، ميهوب.
- **الوحدة الثانوية تابلاط:** تتضمن تغطية البلديات التالية: تابلاط، الحوضين، العيساوية، مزغنة.
- **الوحدة الثانوية عزيز:** تتضمن تغطية البلديات الآتية: عزيز، أم الجليل، دراق.
- **الوحدة الثانوي شلالة العذاورة:** تتضمن تغطية البلديات التالية: شلالة العذاورة، شنيقل، عين القصير، تاقراون.
- **الوحدة الثانوية عين بوسيف:** تتضمن البلديات الآتية: عين بوسيف، سيدي دمد، العوينات، أولاد معرف، الكاف الأخضر.

شهدت الحماية المدنية بولاية المدية، تطوراً ملحوظاً في عدد المنشآت والهياكل القاعدية حيث استمر هذا التقدم على مدار سنة، ومن المنتظر أن يشهد القطاع إضافة هياكل جديدة كلها تهدف إلى هدف واحد: تحسين جودة الخدمات العامة ورفع مستوى الأمان في المجتمع.

أن هذا الإنجاز يعكس الالتزام المستمر بتقديم أفضل الخدمات، ويعد خطوة جديدة نحو مستقبل أكثر أمنا غير محفوف بالمخاطر.

المصدر: تقارير مسلمة من طرف مديرية الحماية المدنية لولاية المدية.

5.1.3/ مهام الحماية المدنية:

هناك عدة مهام للحماية المدنية، تتمثل في الوقاية والتدخل أثناء الكوارث الطبيعية والتكنولوجية، وحراسة الشواطئ والمصطافين ونقل الجرحى والمرضى، كما تتولى الحماية المدنية تقديم

الإسعافات في الحوادث المنزلية والبحث عن التائهين في الصحراء والإنقاذ والإسعاف في مختلف المياه، وإخماد الحرائق بجميع أنواعها، ومن مهامها الأساسية أيضا، إعداد الدراسات الوقائية للوقاية من مختلف الأخطار والقيام بحملات تحسيسية وتوعية من مختلف الأخطار وأخيرا التغطية الأمنية بمختلف أنواعها.

نلخص المهام الأساسية للحماية المدنية فيما يلي:

- الوقاية والتدخل أثناء الكوارث الطبيعية والتكنولوجية.
- التغطية الأمنية لمختلف التظاهرات وحراسة الشواطئ.
- تقييم الإسعافات في مختلف الحوادث.
- البحث عن التائهين في الصحراء.
- إخماد الحرائق بمختلف أنواعها.
- إعداد الدراسات الوقائية للوقاية من مختلف الأخطار
- القيام بحملات التحسيس والتوعية من مختلف الأخطار.

المصدر: مقابلة كمية مع أعوان الحماية المدنية.

6.1.3/ برامج مؤسسة الحماية المدنية لولاية المدية:

لدى مؤسسة الحماية المدنية لولاية المدية عدة برامج، تستخدمها لتحقيق أهدافها والمتمثلة في حماية المواطنين والممتلكات من المخاطر المختلفة.

✓ **البرامج التوعوية والتحسيسية:**

تبرمج حسب خصوصية الموسم حيث تكون هناك جاهزية من العناصر البشرية والمادية المسخرة لتفادي كل الأخطار محتملة الوقوع في تلك الفترة. هناك أنواع عدة من البرامج التحسيسية والتوعوية نذكر منها:

- ✓ **مكافحة حرائق الغابات والمحاصيل الزراعية:** حيث تنظم حملات ميدانية للفضاءات الطبيعية عبر كامل تراب الولاية، من أجل إعطاء المواطنين جملة من النصائح والإرشادات حول بعض السلوكيات السلبية التي تؤدي إلى افتعال الحرائق ونشوبها. مثل حديقة التسلية ببلدية بني شكاو.

الشكل رقم (02): حملة تحسيسية لمكافحة حرائق الغابات



✓ **الوقاية من حوادث المرور**: تنظيم حملات ميدانية عبر طرق الولاية، من خلال توقيف السائقين ونصحهم، تقديم مطويات، أيضا يمكن أن تتعاون الحماية المدنية مع الدرك الوطني ميدانياً في هكذا نوع من الحملات.

✓ **مخاطر السباحة في المسطحات المائية:**

تطلق هذه الحملات في موسم الاصطياف لتنويه المواطنين ونشر الوعي حول خطورة السباحة في الشواطئ الغير محروسة، تستهدف هذه الحملات العائلات. وخاصة الأطفال المتواجدين للسباحة في السدود والبرك الغير محروسة.

الشكل رقم (03): حملة تحسيسية حول مخاطر السباحة بالمسطحات المائية



✓ **الوقاية من خطر الاختناق بغاز أحادي أكسيد الكربون:**

وهذا وفقا لبرنامج مسطر من قبل مديرية الحماية المدنية، حيث تطلق حملات شتوية بالتنسيق مع مختلف المديريات، مثل مديرية الشؤون الدينية عبر توعية وتحسيس المصلين بخطر القاتل الصامت.

✓ **التكوينات والتدريبات:**

وفق الإستراتيجية المتبعة من طرف المديرية العامة للحماية المدنية، توفر برامج تدريبية للضباط والأعوان قبل لالتحاقه بالوحدات العملياتية سواء مناورات يومية، رياضة مكيفة تمارين تطبيقية أو افتراضية، حيث تدخل في إطار الوقوف على مدى جاهزية أعوان الحماية المدنية من حيث السرعة والتنفيذ في التدخل، واللياقة البدنية أيضا تنظم دورات في الإسعاف الطبي والمناورات لفائدة المواطنين مثل الطلبة الجامعيين.

الشكل رقم (04): تدريبات الفرق المتخصصة





- ✓ **الزيارات التفقدية:** تنظمها مديرية الحماية المدنية بولاية المدية للوحدات العملياتية للحماية المدنية لفائدة مختلف الجمعيات والقطاع المدني، من أجل التعريف بمهام الحماية المدنية وعناصرها البشرية والعتاد المستخدم في التدخلات اليومية، هناك أنواع عدة للزيارات مثل الزيارات البيداغوجية للمؤسسات التربوية، متوسطة، ثانوية، مدارس، جامعات، أحياء جامعية. أيضا زيارة تفقدية لبعض الوحدات الثانوية التابعة لولاية المدية.
- ✓ **البرامج الإلكترونية:**

تملك مديرية الحماية المدنية ولاية المدية صفحة خاصة على تطبيق الفيسبوك تضم 48 ألف مشترك، تقوم بنشر كل البرامج من تكوينات ومناورات، أيام تحسيسية وتوعوية تظاهرات وطنية، بيئية، اجتماعية زيارات تفقدية، آخر أخبار التدخلات اليومية، أيضا نشر أخر المستجدات والقوانين التي تطرأ على القطاع.

- ✓ **البرامج الإذاعية:**

يتم استضافة مختلف الإطارات من مؤسسة الحماية المدنية في برامج على إذاعة المدية للتغطية إعلامياً على مختلف التظاهرات والأحداث، وغالبا ما يستدعى المكلف بالإعلام لدى مديرية الحماية المدنية ولاية المدية إلى هكذا برامج.

المصدر: مقابلة نوعية مع أعوان الحماية المدنية.

2.3/ المبحث الثاني: إعداد وتصميم بودكاست مسموع لمؤسسة الحماية المدنية ولاية المدية

في هذا المبحث سنسلط الضوء على خطوات إعداد وإنتاج بودكاست إلكتروني مسموع لمؤسسة الحماية المدنية ولاية المدية، من خلال دلالات المحتوى والمواضيع.

1.2.3/ خطوات إعداد بودكاست إلكتروني مسموع لمؤسسة الحماية المدنية وحدة ولاية المدية

❖ **تحديد الهدف من تصميم البودكاست المسموع لمؤسسة الحماية المدنية ولاية المدية:**

- ✓ التعريف بمؤسسة الحماية المدنية ولاية المدية.
- ✓ تسليط الضوء على مهام فرق الحماية المدنية في الحياة اليومية.
- ✓ التعرف على جملة من البرامج المنتهجة من طرف الحماية المدنية وحدة المدية وذالك في إطار التحسيس والتوعية والتكوين.
- ✓ رفع مستوى الوعي لدى المواطنين بولاية المدية حول مختلف الكوارث والمخاطر عبر جملة من النصائح والارشادات.

❖ **الجمهور المستهدف:**

يتشكل من مختلف شرائح المجتمع، خاصة المواطنين بولاية المدية وذلك للتعريف أكثر ببرامج الحماية المدنية ولاية المدية وتعزيز ثقافة الوعي والوقاية لدى المواطنين.

❖ **اختيار اسم البودكاست:**

اخترنا اسم البودكاست "" صوت الأمان "" لأنه اسم يشعر المستمع بالسكينة، حتى قبل أن يستمع إليه، ودلالته أنه يعطي البودكاست معنى بأنه الملاذ والهدف منه إشعار المستمع الطمأنينة أنه ليس وحيدا، حيث يمكنه الاستماع إليه وقت ما يشاء

أيضا إعطاء فكرة للمستمع حول الجهود المبذولة من طرف الحماية المدنية.

❖ **تحديد المدة الزمنية:**

قدرت مدة الحلقة الواحدة10 دقائق كأقصى حد، ونظراً لقلة المعلومات واختصارها من قبل الهيئة الناطقة بمؤسسة الحماية المدنية ولاية المدية وذلك لقوانين وبروتوكولات أمنية خاصة بالمؤسسة.

❖ **نوع البودكاست:**

يصنف على أنه بودكاست اتصالي توعوي يركز على تدخلات الحماية المدنية ومهامها.

❖ **اختيار وسيلة النشر:**

بما أنه بودكاست صوتي فقط سينشر على منصات مثل: **Spotify Appel Podcasts أو Google Podcasts.**

2.2.3/ نص البودكاست الإلكتروني المسموع

❖ نص البودكاست المسموع لمؤسسة الحماية المدنية ولاية المدية

"بودكاست صوت الأمان"

❖ بداية تمهيدية بموسيقى بطولية.

المقدم: السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته، أهلا وسهلا بكم في حلقة جديدة من بودكاست صوت الأمان على إذاعة المدية.

"**موسيقى** "

البودكاست الذي يتكلم عن الحماية المدنية الجزائرية.

"**موسيقى**"

حيث نقدم لكم قصص ملهمة وتجارب حقيقية من قلب المجتمع.

"**موسيقى**"

في كل حلقة نغوص في عالم الحماية المدنية، ونتعرف على الأبطال الذين يعملون خلف الكواليس لحماية أرواحنا وممتلكاتنا.

"**موسيقى**"

اليوم ضيفي هو أحد الإطارات بمديرية الحماية المدنية وحدة المدية الملازم حميدوش محمد.

هل تساءلتم يوماً، كيف يقضى أبطال الحماية المدنية يومهم؟

كيف يتعاملون مع لإنذار حالات الطوارئ والكوارث؟

وكيف يتأهبون لها؟

كواليس كثيرة ...وقصص كثيرة، سنعيشها اليوم مع المكلف بالإعلام، رئيس خلية الإعلام والاتصال بمديرية الحماية المدنية ولاية المدية الملازم حميدوش محمد.

"**موسيقى** "

بإذن الله حلقة مثيرة، استماع لطيف.

"موسيقى "

بداية سيد حميدوش محمد رئيس خلية الإعلام والاتصال بمديرية الحماية المدنية ولاية المدية، الحماية المدنية مؤسسة عريقة لها تاريخها وحاضرها، معروفة بعناصرها البشرية المدربة والمسخرة لتوعية وإنقاذ الأرواح

كيف يقضي أعوان الحماية المدنية يومياتهم داخل وخارج الوحدة؟

الملازم حميدوش: شكراً سيدتي على هذه الاستضافة، بالنسبة لنا نحن نعرف أن قطاع الحماية المدنية هي مؤسسة عمومية، مهمتها الرئيسية هي حماية الأرواح والممتلكات والبيئة في ظروف حسنة وفي ظروف جيدة من أجل حماية المواطنين وممتلكاتهم بالنسبة لمصالح الحماية المدنية وأعوان الحماية المدنية خلال تدخلاتهم اليومية، تكون عندهم تدخلات روتينية سواءً في الإسعاف و الإجلاء أو حوادث المرور والإنقاذ تحت الردوم ، مكافحة حرائق الغابات، وكذالك المحاصيل الزراعية وكذالك العمليات المختلفة، عندما نقول العمليات المختلفة نذكر على سبيل المثال : حالات الغرق في البرك والسدود والمسطحات المائية .

المقدم: هذا موسمها على فكرة .

الملازم حميدوش: أكيد، أكيد، حالات الغرق في البرك والمسطحات المائية كذلك حالات الانتحار، الحالات المشكوك فيها، هذه نسميها العمليات المختلفة.

التدخل اليومي لأعوان الحماية المدنية، يكون فور تلقي النداء على مستوى خطوط النجدة التي هي معروفة هي **14 و1021** وفور تلقي النداء، عون الحماية المدنية تكون عنده وقت وجيز أو ظرف وجيز، لكي يكون على مستوى سيارة الإسعاف أو مستوى شاحنة التدخل، حيث يقدر الوقت ب 30 ثانية في وضح النهار ويقدر بدقيقة على مدار الليل. في التدخل يجب أن تكون الشاحنة، لكي يكون التدخل فوري ولحظي.

المقدم: بمعنى توقيت آني. هل هناك برنامج تدريب يومي أو أيام محددة في الأسبوع؟

الملازم حميدوش: في إطار البرنامج اليومي الخاص التي تعتمد عليه المديرية العامة للحماية المدنية على مستوى كل المديريات الولائية للحماية المدنية الموزعة عبر القطر الوطني، البرنامج اليومي سواءً يكون في التكوين الداخلي أو التكوين الخارجي ، يكون برنامج يومي مضبوط سواءً في المناورات اليومية ،تمارين تطبيقية الرياضة المكيفة ، يكون هناك دورات رياضية تكوينية داخل الثكنة ، أيضاً دورات نفسية على مستوى أخصائيين نفسانيين سواءً عند التدخلات الهامة، أو التدخلات الخاصة بحالات الانتحار أو حالات إنقاذ الأرواح ، يصادف عون الحماية المدنية تدخلات روتينية يومية ، يمكن تكون حالات مزرية للمواطنين.

المقدم: هناك تقييم أيضاً لنفسية الفريق بعد الحوادث الخطيرة؟

الملازم حميدوش: أكيد بالنسبة لبعض الحوادث الخطيرة يكون هناك تقييم نفسي من طرف أخصائيين نفسانيين على مستوى الوحدة الرئيسية، يكون هناك أيضاً دورات على مستوى كل الوحدات العملياتية للحماية المدنية موزعة عبر تراب الولاية.

عون الحماية المدنية عندما يتدخل في حادث مرور أو حريق شقة أو أي تدخل سواءً غريق أو حرائق غابات، حالات الانتحار. عون الحماية المدنية يخضع لدورات نفسية أو دورات مثلما نقول الترويض النفسي.

المقدم: " الدعم النفسي "

الملازم حميدوش: نعم الدعم النفسي من طرف الأخصائيين النفسانيين على مستوى الوحدة الرئيسة.

المقدم: وهناك أخصائيين نفسانيين على مستوى الوحدة عند تلقي الحماية المدنية بلاغ عن حالة طوارئ، هناك إجراءات متبعة من لحظة الاستقبال حتى الوصول إلى مكان الحدث، ممكن تشرح أكثر؟؟

الملازم حميدوش: أكيد، بالنسبة لتدخلات مصالح الحماية المدنية أو التدخل الفوري عند استقبال النداءات يكون أول نداء يستقبله مركز التنسيق العلمي يكون على الوحدة الرئيسة، النداء هذا سواء يكون إسعاف سواء إجلاء كما ذكرنا سابقا، حادث مرور أي حادث كان يكون استقبال من طرف عون مكلف بالاتصالات السلكية ولا اللاسلكية. مركز التنسيق العملي هذا فيه ضبط وفيه إطارات ويكونون يتابعون. في هذه العملية

المقدم: على أهبة الاستعداد

الملازم حميدوش: على أهبة الاستعداد وتسخير النجدات اللازمة لطبيعة الحادث. حسب طبيعة الحادث أو حسب طبيعة التدخل. تدخلاتنا مثلا: حادث حريق شقة أو كل حادث وطبيعته بمعنى هذا التدخل يمكن أن يتحكم عون الحماية المدنية في عين المكان هذا أو يمكن أن يصل دعم أخر، يمكن أن يكون له ضحايا كثر، حيث يطلب الدعم من المركز التنسيق العملي ليبعث له بدعم إلى غاية نهاية المهمة.

المقدم: يعني هناك تجديد في الدعم

الملازم حميدوش: أكيد بالتأكيد

المقدم: على حسب الحالة، كما هو معروف فريق التدخل هو الموجود دائما في ميدان الحوادث، هل من الممكن أن تذكر لنا الموارد البشرية والمادية المتكون منها هذا الفريق؟

الملازم حميدوش: أكيد أعوان مصالح الحماية المدنية يخضعون لتكوين قبل الالتحاق بالوحدات العملية أو وحدات التدخل الخاصة لهم، يكون متدرب لديه لياقة بدنية ليس أمراض مزمنة أو معرقلة لتأدية مهامه.

عون الحماية المدنية يكون دائما متأهبا لأمور التدخلات، بمعنى أنه في الثكنة لا يدري ماذا سيواجه. يمكن أن يواجه أي تدخل لا يخطر على باله، حيوان مثلا قط سقط في بئر يتدخل لإنقاذه

المقدم: نعم ليس هناك تفريق بين الأرواح. هل هناك برامج مسطرة لفائدة فئة معينة من المجتمع في قادم الأيام؟

الملازم حميدوش: بالنسبة لنا الإستراتيجية المنتهجة وفي إطار الجهود المبذولة التي تعتمد عليها المديرية العامة للحماية المدنية على مستوى كل المديريات الولائية عندنا برامج خاصة سواء في التحسيس والتوعية أو برامج خاصة بالتكوين. برامج كذلك لاستقبال المؤسسات التربوية والتي تندرج في إطار المتابعة البيداغوجية وكذلك الاجتماعية سواء للأطفال على مستوى كل الوحدات العملياتية للحماية المدنية من أجل التعريف بقطاع الحماية المدنية أيضا من أجل التعرف على مهام والعتاد الذي يعتمد عليه.

هناك أيضا حملات تحسيسية، تكون الحملات التحسيسية في كل فترة خاصة بها، كل موسم وخصوصيته، عندنا موسم الاصطياف له خصوصية. عندنا جاهزية من إمكانيات بشرية ومادية مسخرة من أجل تفادي مختلف الأخطار المتعلقة بموسم الصيف. كذلك الفيضانات أو الموسم الشتوي، أوان صح القول الحملة الشتوية يكون هناك برنامج تحسيسي توعوي سواءً في التدخلات الخاصة بتسممات غاز أوكسيد الكربون أو الحوادث المنزلية حتى الحرائق مثلا بمختلف أنواعها.

المقدم: قبل الختام، الملازم حميدوش كلمة أخيرة من فضلك لمستمعينا، نصائح أو شيء من هذا القبيل.

الملازم حميدوش: نحن كمصالح الحماية المدنية دائما هدفنا ترسيخ ثقافة الوعي والوقاية لدى المواطنين، يلزم على المواطن أن يكون لديه ثقافة وقائية للحفاظ على نفسه والحفاظ على عائلته، وأولاده، والحفاظ على جيرانه، أو بالأصح المجتمع الذي يعيش فيه.

نحن دائما، خاصة مستعملي الطرقات، نوصيهم دائما اتخاذ الحيطة والحذر.

المواطنين دائما نقول لهم إتباع جميع الإرشادات والنصائح التي تقدمها الحماية المدنية لتفادي أو الوقاية من مختلف الأخطار الناجمة عن هذه الحوادث.

المقدم: ودائما نذكرهم بالرقم الخاص بالحماية المدنية ألا وهو 14 والرقم الأخضر 1021.

الملازم حميدوش: نحن كمصالح للحماية المدنية ككل المصالح المعنية ومؤسسات الدولة عندها خط تعمل عليه، خط النجدة 14 والرقم الأخضر 1021.

المقدم: شكراً الآن مستمعينا وصلنا إلى ختام حلقة هذا اليوم الشكر الجزيل لضيفنا الملازم حميدوش محمد على مشاركته الفعالة في هذا البودكاست، كانت معارفه دافعاً للانسياب في حوار مثير، نقدر وقتك ونأمل أن نراك مجددا في حلقات قادمة.

الشكر لمستمعينا الأفاضل والسلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته.

"موسيقى ختامية "

خلاصة الفصل:

في ختام هذا الفصل، نستنتج أن مؤسسة الحماية المدنية، تولي اهتماماً كبيرا للعلاقات العامة وذالك لتبنيها مختلف الاستراتيجيات الحديثة للتحقيق أهدافها المنشودة من خلال إعداد برامج تتناسب مع البيئة الاجتماعية، وتصميم بودكاست مسموع يعد نقلة نوعية في برامج المؤسسة المسطرة لفائدة المواطنين.

خاتمة

وفي ختام هذه الدراسة، يتبين لنا أن إعداد وإنتاج مواد وبرامج العلاقات العامة الإلكترونية، من خلال تصميم بودكاست مسموع لمؤسسة الحماية المدنية ولاية المدية، يعد خطوة جديدة تساعد في تحسين التواصل مع المجتمع، وتقديم محتوى متنوع خاص بقطاع الحماية المدنية، حيث تبرز هذه الدراسة أهمية استخدام تقنية البودكاست كمادة من مواد العلاقات العامة الإلكترونية لنشر المعلومات المتعلقة بسلامة العامة والوقاية.

يعد هذا المشروع المقترح، منصة تفاعلية بين المؤسسة وجمهورها لتحفيز الموطنين على اتباع إرشادات ونصائح الحماية المدنية ويمثل فرصة لتجديد العلاقات بين المؤسسة والمواطنين، لقد كانت عملية تصميم البودكاست المسموع تجربة مبتكرة، وشيقة ساهمت في تطوير مهارتنا الإبداعية والميدانية خاصة في مجال برامج العلاقات العامة الإلكترونية.

نأمل أن يكون هذا المشروع بوابة لدراسات مشابهة في المستقبل، كما نوصي بدمج مثل هذه المنصات في برامج العلاقات العامة الإلكترونية مع ضرورة توفير التدريب الإعلامي للعناصر البشرية من أجل تحقيق نتيجة أفضل.

قائمة المصادر والمراجع

1) الطاهر راجعي. (30 جوان, 2023). العلاقات العامة والتحول نحو الممارسة الإلكترونية. *الرسالة ادراسات الإعلامية، المجلد07 العدد* (02).

2) أمينة هاشم ، و منى عبد الرحمان. (بلا تاريخ). اتجاهات المواقع الاخبارية المصرية والعربية لاستخدام تقنية البودكاست وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري. *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري كلية الإعلام جامعة بني سويف*.

3) إيمان بنت محمد بن زيد المعولية. (17 أفريل , 2021). أثر توظيف تقنية البودكاست في تنمية مهارة الإستماع في مادة اللغة الإنجليزية لدى طلاب الصف الأول بمحافظة جنوب الباطنة. (وزراة التربية والتعليم، المحرر) *المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد 10العدد*(الأول).

4) بسام عبد الرحمان مشاقبة. (2014). معجم *مصطلحات العلاقات العامة* (الإصدار 1). عمان ، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

5) بسمة فنور. (13 10, 2022). العلاقات العامة الإلكترونية في الجزائر واقع الممارسة وتحديات الرقمنة. *مجلة قبس للدراسات الإنسانية والاجتماعية،المجلد06*العدد 2.

6) بشير محمد محمودي. (ديسمبر, 2017). العلاقات العامة الإلكترونية وتطور المنظمة. *مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد الأول ، العدد43.*

7) بوسنان رقية. (16 جوان , 2019). ديناميكية البودكاست في العملية التعليمية. *مجلة دراسات الإنسانية والإجتماعية*، العدد العاشر.

8) جمال بوذراع. (2024). دور العلاقات العامة الرقمية في إدارة السمعة الإلكترونية للمؤسسة دراسة حالة حول مؤسسة موبليس نموذجا. 403. الجزائر : جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة .

9) حاتم صالحي. (09 أوت, 2021). العلاقات العامة الرقمية: مراجعة نظرية للمفهوم وعوامل الظهور والتحديات. *مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية، المجلد 09،العدد 02.*

10) خديجة قطش. (2023). إدارة العلاقات العامة الإلكترونية لصورة المؤسسة الإقتصادية في الجزائر_دراسة تحليلية ميدانية للصفحة الرسمية لمؤسسة Ooredoo Algerie. *أطروحة مقحمة لنيل شهادة الدكتوراه*، 408. قسنطينة،الجزائر: جامعة قسنطينة 3.

11) خولة برباق خديجة غربية. (2023). دور العلاقات العامة الإلكترونية في تسويق خدمات مؤسسة الاتصالات _ دراسة على عينة من مستخدمين خدمة سما ميكس _موبيليس بطولقة. *مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والتصال تخصص علاقات عامة*، 134. بسكرة، الجزائر: جامعة محمد خيضر.

12) رشيدة حاند. (2024). إعداد مواد وبرامج العلاقات العامة للمؤسسات _إقتراح مشروع عملي _ إعداد وتصميم مجلة إلكترونية لديوان مؤسسات الشباب لولاية المدية. 105. المدية، الجزائر: كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية جامعة الدكتور يحى فارس ولاية المدية.

13) ريان بن علي الحمود. (06 ديسمبر , 2016). البودكاست مفهومه وإنتاجه ونشره وإستخداماته في التعليم. المملكة العربية السعودية: جامعة الملك سعود.

14) زهية أدخينيسة . (ديسمبر, 2014). إتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو تخطيط برامج العلاقات العامة الأجهزة الحكومية. *مجلة العلوم الإنسانية و الإجتماعية*(17)

15) شروق محمد العكل. (21 جوان, 2022). العلاقات العامة في العالم الرقمي: المفهوم و الأدوات. *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام،المجلد 05*العدد الأول.

16) شفيق محمد ، و هبة عبد الرزاق. (يناير , 2024). مصداقية برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار لدى الجمهور المصري _ دراسة تحليلة وميدانية. (69).

17) شهرة سوالمية. (2023). دور البودكاست التعليمي في تفعيل عملية التعلم عن بعد ،دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي البودكاست.

18) زهير عبد اللطيف عابد، أبو سعيد أحمد العابد. (2014). *إدارة العلاقات العامة وبرامجها* (الإصدار 01). عمان،الأردن: دار اليازوري العلمية .

19) عادل جربوعة، و جميلة بولمدن. (بلا تاريخ). تحديات العلاقات العامة في ظل الرقمنة. 11. قالمة، الجزائر.

20) عامر محمد إسماعيل. (2021). العلاقات العامة والتطور الرقمي. 121.

21) عبدالإله بن أسامه بن علي بازرعه. (نوفمبر, 2024). معايير إنتاج البودكاست في ضوء المحتوى الإعلامي الإبداعي: دراسة مسحية على عينة من الخبراء الأكاديميين والمهنيين في الإعلام والإتصال في الرياض بالمملكة العربية السعودية. *المجلة الدولية للعلوم التربوية والآداب المجلد 03 العدد* (11).

22) عماد الدين تاج السر فقير عمر. (2013). *إعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة.* عمان، الأردن: دار البداية ناشرون وموزعون.

23) عبد الحميد مخمود مخمد عمرو.(19 ديسمبر, 2024). تفاعل الجمهور مع محتوى البودكاست بالمنصات الرقمية وانعكاساته على مستقبل الإذاعة بالمنطقة العربية. *Deanship of Scientific Research، 52 العدد*(02).

24) كريم قندز، أمال حمو زروقي. (30 سبتمبر, 2024). تكنولوجيا الإتصال الحديثة ودورها في ممارسة أنشطة العلاقات العامة. *مجلة إضافات الاقتصادية المجلد، 08 العدد*(02).

25) محمد العدوي فهمي. (2011). *مفاهيم جديدة في العلاقات العامة*. (1، المحرر) عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

26) وليدة حدادي . (26 جوان, 2018). العلاقات العامة الإلكترونية في القطن العربي : الواقع والتحديات. *مجاة العلوم الإجتماعية،المجلد 70* العدد 30.

27) يامين بودهان ، عبد الوهاب مخلوفي. (جوان, 2017). التطبيقات الجديدة في مجال العلاقات العامة ودورها في ترقية الأداء الإتصالي للمؤسسة Manager RP. (يامين مخلوفي بودهان، و عبد الوهاب مخلوفي، المحررون) *مجلة العلوم الإجتماعيةالعدد* (24).

.