

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي  
جامعة محمد بوضياف  
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية  
قسم علوم الإعلام و الإتصال

**أنشطة العلاقات العامة و دورها في تفعيل العمل  
الجمعي الخيري  
دراسة ميدانية على جمعية كافل اليتيم الخيرية  
-برج بو عريريج-**

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام و الإتصال تخصص إتصال و علاقات عامة

تحت إشراف الأستاذ

بلعباس عبد الحميد

منجز من طرف :

- بودشيشة نوال

- شادي أشواق

السنة الجامعية : 2021-2022



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# إهداء

ما أجمل أن يكون المرء بأعلى ما لديه والأجمل أن يهدي الغالي للأغلى.  
هي ذمي ثمرة جهدي أجنيتها اليوم هي هدية أهديتها

إلى

أمي العزيرة الغالية الداعم الأول والوحيد أطال الله في عمرها. وأدامها نورا في  
بيتنا

أبي الغالي حفظه الله. وأطال في عمره

روح عمي الطاهرة وأبي الثاني رحمه الله الحاج.

و إخوتي، وليد، فاتح، محمد لمين، عبد الكريم نخيلي أخي و زوج أختي و أختي العزيرة  
ليندة

إلى

فلذات أكبادنا ومستقبلنا، سبلينا، إيمان، حسام الدين والغالي أيمن.

إلى

الأستاذ المشرف بلعباس عبد الحميد

إلى كل من ساعدني على كتابة و إنجاز هذا العمل أمينة، بلال، مصطفى و الزميلة

التي شاركتني هذا العمل شادي أشواق وكل طلبة علوم الإعلام والاتصال،

زملائي، إخوتي لعلاوي دراجي، دريشن جمال و وائل

إلى

إخواتي في العمل و الحياة لوخايدية وفاء وزوجها أخي بوعلوش عبد الحكيم

وسهام موساوي وبلقبلي أمال و زوجها سفيان وبخوخ فريدة وزوجها لخضر

صارة قريدي وزوجها

إلى

أختي و صديقتي بن جدو فاطمة و زوجها و ابنتها ردينة، و دليلا بو بعثي و

زوجها و أولادها

بودشيشة نوال

# إهداء

أشكر المولى عز و جل الذي وفقني لإتمام هذا العمل المتواضع الذي قد يفيد أجيالا من بعدي، و يكون لي ذخرا في الدنيا و ثوبا في الآخرة.  
أهدي أسما التشكرات لأستاذي الفاضل المشرف د. بلعباس عبد الحميد الذي لم يترك عليا بتوجيهاته و نصائحه و أفكاره البناءة فجزاه الله خيرا و جعله منارة من منارات العلم الخالدة.

إلى عائلتي العزيزة حفظها الله و رعاها. إلى جداتي الغاليات أطال الله في عمرهن ، و إلى آبائي الأعمام، أبي رشيد، عز الدين، خليفة و باديس الذين وفروا لي جميع الظروف المساعدة للوصول إلى هذا المستوى و إنجاز هذا العمل حفظهم الله و جعلهم تاجا فوق رؤوسنا.

إلى التي لازلت دعواتها لي بالتوفيق في كل أمور حياتي حاضرة أمي الغالية و إلى أجدادي الأعمام علي قليب، جدي علي و جدي لخضر رحمهم الله و أسكنهم فسيح جناتهم.

إلى عمتي الغالية التي سهرت من أجلي وردة و صخرية و زوجتي العم سمية و إلى أخوالي رشيد، ناصر، لخلوفي و فؤاد

و إلى إخوتي الأعمام علي، أحمد، عفاف، رباب، رهن و روعة. وإلى صديقتي التي شاركتني الحياة الجامعية فربان، إلى من اختارتنا الأقدار لتتقاسم المشوار فكانت هي نعم الأخت و الرفيقة إليك أيتها العزيزة نوال و العائلة الكريمة.

و إلى كل من ذكره قلبي و سلمى عليه قلبي و في الأخير نشكر من لم يتركوا علي بدعمهم و مساعدتهم

شادي أشواق

# كلمة شكر وتقدير

قال رسول الله صلى الله عليه و سلم

" من لم يشكر الناس لم يشكر الله، من صنع إليكم معروفاً  
فكافؤه، فإن لم تجدوا ما تكافؤه؛ فادعوا له حتى تروا أنكم  
قد كافأتموه"

و عملاً بهذا هذا الحديث و اعترافاً بالجميع نحمد الله عز و جل  
ونشكركم بأن وفقنا لإتمام هذا العمل المتواضع.

و نتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف بلعباس عبد الحميد  
الذي رافقنا طيلة هذا البحث و أمدنا بالمعلومات و النصائح  
القيمة راجين من الله عز و جل أن يسد خطاه و يحقق فناه،  
فجزاه الله عنا كل خير.

نشكر السيد كمال سيليني وجميع أعضاء جمعية كافل اليتيم برج  
بوعربريج

كما نشكر الأستاذ وليد لقوي على المجهودات التي بذلها معنا  
وعلى توجيهاته المستمرة.

وأخيراً لا يغوتنا أن نعبر عن بالغ تحياتنا إلى كل من ساعدنا  
من قريب أو من بعيد في إنجاز هذا البحث المتواضع

## الملخص

هدفنا من خلال دراستنا التي تتمحور حول دور أنشطة العلاقات العامة في تفعيل العمل الجماعي الخيري نظرا لأهمية هذا الموضوع والرغبة في معالجته وضعنا التساؤل الرئيسي التالي: أنشطة العلاقات العامة ودورها في تفعيل العمل الجماعي الخيري وقمنا بدراسة حالة على جمعية كافل اليتيم بـ برج بو عريـريـج .  
ولإجابة على هذا التساؤل الرئيسي والوصول الى النتائج المرجوة من وراء هذه الدراسة وضعنا مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

- ما لوسائل المستخدمة في جهاز العلاقات العامة للتعريف بنشاطات جمعية كافل اليتيم بـ برج بو عريـريـج
  - ما دور جهاز العلاقات العامة في تفعيل العمل الجماعي
  - كيف تستخدم جمعية كافل اليتيم جهاز العلاقات العامة في تعريف بأهدافها
  - ماهي أنشطة العلاقات العامة المعتمدة من طرف جمعية كافل اليتيم الخيرية لولاية برج بو عريـريـج من اجل تعزيز عملها
  - ماهي المعوقات التي تواجه أنشطة العلاقات العامة داخل جمعية كافل اليتيم لبرج بو عريـريـج
- من اجل معالجة إشكالية دراستنا اعتمدنا على النهج المسحي باعتبار انه يهدف الى مسح الظاهرة موضوع الدراسة لتحديد الووقوف على واقعها بصورة موضوعية تمكن الباحث من استنتاج علمي لأسبابها والمقارنة فيما بينها وقد يتجاوز ذلك للتقييم تبعا لما نلخص له من نتائج ومن ادواته الاستبيان حيث اعتمدنا عليه كأداة أساسية لجمع المعلومات المتعلقة للمبحوثين والذين يصل عددهم الى 35 مفردة موزعين على الجمعية .بمختلف مهامهم كما قمنا بإجراء مقابلة تمكننا من الحصول على معلومات المراد التوصل اليها .  
كما لاحظنا على الجمعية تقوم بالعديد من أنشطة العلاقات العامة المتمثلة في الزيارات ، الاجتماعات ، البروتوكولات إلخ ..... وذلك باستعمال التكنولوجيات وكل هذا من اجل ترسيخ الصورة الذهنية الإيجابية كما انها لزلت تواجه الكثير من المعوقات خاصة المادية منها وعدم دعم دولة لها .  
وبالرغم من كل هذا تعلقت هذه الجمعية على باقي الجمعيات وكان حضورها فعالا في كل المناسبات .  
الكلمات المفتاحية : أنشطة العلاقات العامة ، العمل الجماعي ، العمل الجماعي الخيري .

## Summary

Our goal through our study, which revolves around the role of public relations activities in activating charitable collective work due to the importance of this topic and the desire to address it, we put the following main question: public relations activities and their role in activating charitable collective work and we studied the case on the Orphan Association in Bordj Bou Arreridj Tower.

To answer this key question and to reach the desired results from this study, we have developed a set of sub-questions:

- What means used in the public relations agency to introduce the activities of the Orphan Association in Bordj Bou Arreridj Tower
- What is the role of the public relations agency in activating collective work
- How the Orphan Association Society uses the PUBLIC RELATIONS system to define its objectives
- What are the public relations activities approved by the Orphan association Charitable Association of The State of Bordj Bou Arreridj Tower in order to enhance its work
- What are the obstacles to public relations activities within the Orphan Association of Bordj Bou Arreridj Tower

In order to address the problem of our study we relied on the survey approach as it aims to survey the phenomenon in question to identify it and to identify its reality objectively enables the researcher to draw scientific conclusion of its causes and compare them and may exceed this to the evaluation according to our results and questionnaire tools where we relied on it as an essential tool for collecting information about the researches, which number up to 35 individuals distributed to the association in various tasks and we conducted an interview enabling us to obtain information to the purpose reached.

As we have noted on the association does many public relations activities compliance in visits, meetings, protocols etc..... Using technologies and all this in order to establish a positive mental image, it still faces many obstacles, especially material ones, and the lack of state support for it.

Despite all this, this association has been attached to the rest of the associations and its presence has been effective in all the forums.



خطة الدراسة :

الفصل الأول : الاطار المنهجي للدراسة

تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

أسباب اختيار موضوع الدراسة:

أهداف الدراسة:

تحديد مفاهيم الدراسة:

منهج الدراسة وأدواتها:

مجالات الدراسة:

مجتمع البحث :

الفصل الثاني : الاطار النظري للدراسة

المبحث الأول : مدخل للعلاقات العامة

المطلب الأول : مفهوم العلاقات العامة

المطلب الثاني : مبادئ المتعلقة بممارسة نشاط العلاقات العامة

المبحث الثاني : أنشطة العلاقات العامة ووسائلها في العمل الجماعي الخيري

المطلب الأول : المحاور الرئيسية للنشاط العلاقات العامة في العمل الجماعي

المطلب الثاني : وسائل العلاقات العامة

المطلب الثالث : العمل الجماعي الخيري

الفصل الثالث : الإطار التطبيقي للدراسة

الاطار الزماني:

الاطار المكاني

أسئلة المقابلة :

تحليل أسئلة المقابلة :

تحليل الاستمارات :

نتائج الدراسة

# مقدمة

العمل الجماعي قبل ان يكون عملا منظما او مؤسسا كان عملا إنسانيا مارسه الانسان منذ القدم فهو نابع من إرادة داخلية داخله تقوم على الرحمة بينه وبين افراد مجتمعه ، حتى يحقق غاية سامية وهي تشكيل مجتمع قوي ومتماسك فيما بينه حيث يدعم كل فرد لآخر حتى يصل ويتجاوز العقبات التي تعترضه .

وقد تطور مصطلح العمل الجماعي وشهد عدة تسميات منها : العمل التطوعي العمل الخيري العمل الأهلي ويخص المصطلحات الأخرى التي تصب كلها في عصب واحد وهو خدمة الإنسانية . كما تلعب الجمعيات الدور الكبير في تنمية المجتمع في كافة مجالاتها كونها تلمس كل المجالات الخدمية ، التطوعية ، والخيرية .

حيث تعد أنشطة العلاقات العامة بمثابة مرآة المنظمة ، فهي الأداة التي تعرف جماهير المنظمة الداخلية والخارجية بكل ما يتعلق بنشاطاتها وفعاليتها لأنها الركيزة الأساسية لأي مؤسسة يكون لها تأثيرا فعالا وإيجابيا في إيصال رسائلها وتحقيق أهدافها .

وإذا كانت العلاقات العامة قد أصبحت امرا لازما بالنسبة لمنظمات الحكومية والمؤسسات الخاصة فان تواجدها اصبح الزاميا بالنسبة لمنظمات القطاع الخيري ووظيفة عملها قائمة على مبدأ المشاركة واللجوء نحو العمل الجماعي وعدم الربح ومنه هي بحاجة ماسة للتواصل والاتصال المستمر بأفراد المجتمع لكي تضمن إقامة علاقات الثقة والتفاهم المتبادل مع جماهيرها .

ولمعالجة التساؤل المطروح قد تم الاعتماد على خطة تتكون من ثلاث فصول تسبقها المقدمة تنتهي بخاتمة .



فالفصل الأول يظم الاطار المنهجي للدراسة وفي قمنا بتحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وأسباب الدراسة

وأهدافها وأهميتها إضافة الى تحديد المفاهيم ومجتمع الدراسة وعيناته ومنهج ونوع الدراسة وأداة جمع

البيانات ومجالاتها المكانية والزمانية والبشرية. ثم الفصل الثاني الذي جاء بالعنوان الاطار النظري للدراسة

والذي يتضمن عدة عناصر ومطالب تتضمن مجموعة من النقاط تبدأ بتمهيد الى مدخل العلاقات العامة

ويضم مفهوم العلاقات العامة والمبادئ المتعلقة بممارسة نشاط العلاقات العامة وخلاصة

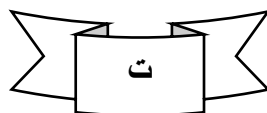
ثم يليه عنصر آخر تحت عنوان أنشطة العلاقات العامة ووسائلها في العمل الجمعي وقد تضمن المحاور

الرئيسية لنشاط العلاقات العامة وكذلك وسائل العلاقات العامة والعمل الجمعي الخيري ومفاهيمه ثم

الخلاصة .

ثم الفصل الثالث بعنوان الاطار الميداني الذي يضم عرض النتائج والتوصيات والاقتراحات وقائمة الملاحق

وملخص .



# الفصل الاول

## تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

شهدت السنوات الأخيرة تقدماً سريعاً في مجال تقنيات الاتصال الحديثة، خاصة ونحن نعيش عصر المعلومات والاتصالات.

وظهرت إلى العلن أنشطة العلاقات العامة التي تمارسها المؤسسات يومياً بدراية أو دون دراية، حيث أصبحت عنصراً مهماً في بناء المؤسسات الحكومية، فضلاً عن أهميتها في تحسين العلاقات بين الحكومة والجمهور.

حيث أصبحت العلاقات العامة السمة الأساسية للمجتمعات المعاصرة حالياً كإدارات الحكومية والمؤسسات الكبرى والجمعيات الخيرية وغيرها.

حيث تعمل أنشطة العلاقات العامة على كسب تأييد جماهيرها الداخلية والخارجية من خلال نشر المعلومات والحقائق الصادقة عن المؤسسة، وذلك بتقديم أنشطة متنوعة عن مؤتمرات، زيارات، معارض... إلخ.

وهذه الأنشطة تساعد المؤسسات في أداء عملها وتحسين والإبقاء على صورتها الذهنية عند جماهيرها ومن بينها الجمعيات.

إذ تعود فكرة الجمعيات الخيرية إلى مجتمعات الغرب الرأسمالي منذ عدة قرون وذلك في إطار مفهوم الخير والإحسان، في نفس الوقت ارتبطت بالظروف الاجتماعية والإنسانية ليبدأ دورها الفعلي في منتصف القرن التاسع عشر في أوروبا، وكان كل هذا التشكل من تأثير الكنيسة من أجل خدمة الفقراء والمحتاجين والفئات اليتامى والمشاكل الاجتماعية... إلخ.

وتعتبر أول جمعية أنشئت جمعية أصدقاء الغرباء سنة 1785م وهي جمعية خيرية والجمعيات كباقي المؤسسات الإدارية عليها أن تفهم الجمهور عن طريق سماعه أولاً لأن معلومات الرسائل الأهداف وتقنيات الاتصال تختلف من جمعية لأخرى ومن مشروع لآخر، لذا يعتبر الاتصال المنظم ضرورة لا غنى عنها لتحقيق هدف تطوير الجمعية، وهي تقوم على التبرعات والهبات التي تحصل عليها، عن طريق مساهمة جهاز العلاقات العامة الذي يرسم للقائمين والفاعلين والناشطين فيها خطط وأهداف مع تحديد الأدوار في تحقيق استمراريتها، وتلبية رغبات الفئة التي يشملها العمل الجمعي الخيري من خدمة وإعانات والتواجد المستمر في مختلف المناسبات والأزمات والاحتفالات، وذلك للمحافظة على وزنها وصورتها الذهنية واستمراريتها بطبيعة الحال.

ولا شك أن النجاح الذي حققته الجمعيات الفاعلة والناجحة والتي أثبتت وجودها واستمرارها تتوفر على عدد من القيادات الناجحة التي استطاعت أن تصل إلى الجماهير وأن تخاطب عقولهم لأن القيادة الإصلاحية التغييرية تساعد القائمين بالاتصال في التنظيمات الجمعوية على تكوين منهج تفكير المجتمع بشأن العديد من القضايا المهمة كاحترام الإنسانية والتعريف بحقوقهم وواجباتهم، ومن أهم المؤشرات التي تعكس توفير التنظيم الجمعي الخيري على قيادات كفؤة في الفترة الزمنية التي مارست فيها قيادة الجمعية نشاطها، فكلما زادت تلك الفترة اكتسب الجمعية وقيادتها الخبرة اللازمة.

كما أن القدرة على إشعار الجمهور الواسع بوجودها سواء على المستوى الإقليمي أو الوطني أو المحلي تعد من أهم مؤشرات فعالية القيادة ونجاح القائمين بالاتصال في تواصلهم بملتقى رسائلهم الاتصالية المتعددة والمتباينة.



هذا وتعتبر جمعية كافل اليتيم من أنجح الجمعيات الخيرية على المستوى الوطني نظرا لما تقوم به في سبيل فئة اليتامى والأرامل والاهتمام باحتياجاتهم.

وهي جمعية ذات طابع اجتماعي وإنساني تنشط في العديد من ولايات الوطن إن لم نقل في أغلبها.

وجمعية كافل اليتيم في برج بوعريريج خير نموذج وهذا ما حاولنا التطرق إليه من خلال دراستنا بدور جهاز العلاقات العامة في تعزيز العمل الجمعي الخيري، سنقوم بمسح كلي لأفراد وأعضاء الجمعية، ومقابلة مع رئيسها .

ومنه نطرح التساؤل الرئيسي:

كيف تساهم أنشطة العلاقات العامة في تفعيل العمل الجمعي الخيري من خلال جمعية كافل اليتيم  
برج بوعريريج؟

- كما يندرج هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي:
- ما هي الوسائل المستخدمة في جهاز العلاقات العامة للتعريف بنشاطات جمعية كافل اليتيم؟
- ما دور جهاز العلاقات العامة في تعزيز العمل الجمعي الخيري الجوارى؟
- كيف تستخدم جمعية كافل اليتيم جهاز العلاقات العامة في التعريف بأهدافها؟
- ماهي المعوقات التي تواجه أنشطة العلاقات العامة داخل جمعية كافل اليتيم لولاية برج بوعريريج؟

## 1 أسباب اختيار موضوع الدراسة:

### 1-2 أسباب ذاتية:

- رغبتنا في اكتشاف الموضوع.
- إيجاد وإبراز شيء جديد في دراستنا.
- رغبتنا في تسليط الضوء على أعضائها لتقديم لهم الجزء القليل مما قدموه لولاية برج بوعرييج.
- الفضول العلمي الذي يدفعنا للدراسة الملائمة لاهتمامها.
- تزويد مكتبة الجمعية ومكتبة الولاية بمذكرة تكون مرجعا ودراسة سابقة للبحوث القادمة.

### 2-2 أسباب موضوعية:

- صلة موضوع العلاقات العامة بتخصصنا.
- محاولة تقديم لولاية البرج مذكرة حول دور أنشطة العلاقات في تفعيل العمل الجمعوي الخيري.
- التزايد المستمر للجمعيات وانتشارها في أرجاء الوطن والعمل الذي تقوم به لذا يحتاج إلى دراسة عن الوسائل والآليات التي تساعد على تعزيزه وزيادة فعاليته.
- مدى قدرة أنشطة العلاقات العامة إذا تم تطبيقها بشكل صحيح على تحسين أداء الجمعيات والمحافظة على وزنها وصورتها الذهنية الإيجابية.
- قلة الدراسات حول الموضوع ودور العلاقات لعامة في تعزيز العمل الجمعوي الخيري حسب اطلاعنا.
- قلة العمل الجمعوي الخيري.

## 2 أهداف الدراسة:

- التعرف على الوسائل التي يستخدمها جهاز العلاقات العامة في للتعريف بنشاطات الجمعية الخيرية كافل اليتيم " برج بوعريريج.
- التعرف على دور جهاز العلاقات العامة في تعزيز العمل الجمعوي الخيري.
- التعرف على المجالات التي يساهم فيها جهاز العلاقات العامة في الاتصال داخل الجمعيات الخيرية.
- التعرف على كيفية مساهمة جهاز العلاقات العامة في تحقيق أهداف الجمعية.
- التعرف على الأنشطة المعتمدة من طرف جمعية كافل اليتيم لبرج بوعريريج لتعزيز عملها الجمعوي الخيري.

## 3 تحديد مفاهيم الدراسة:

### 1-4 تعريف العلاقات العامة

#### التعريف اللغوي في اللغة العربية :

كما ورد في لسان العرب لابن منظر ترد إلى الأصل الثلاثي ( غلق ) بفتح العين و كسر اللم و فتح القاف و منه الفعل يعلق ، و منها قول بعضهم تربطه بهم علاقة و هي من الصلة و النسب و العامة عكس الخاصة و تشمل العموم لا الخصوص . (لعلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية، أنغام حسن أيوب فارس محمد بقداد، زاهر عبد القادر جميل، مصطفى كافي، 2016، ص 14).

أما كلمة العلاقات العامة في اللغة الإنجليزية فتشير الكثير من الدراسات و المعاجم اللغوية الى أنها تتكون من

كلمتين مترجمتين عن اللغة الإنجليزية و هما : (خضير شعبان، مصطلحات الإعلام والاتصال، دار اللسان العربي، الجزائر، 2007، ص

الكلمة الأولى : العلاقات ( relation ) و تعني التواصل الناجم عن تفاعل فردين أو أكثر ، و تحقق هذه العلاقة بعد حدوث فعل و رد فعل إيجابي و تكون حصيلة علاقات متوترة قد تؤدي الى التفكك أو الاختلاف بين الأفراد .

الكلمة الثانية للعلاقات ( public ) : و تعني الجمهور العام أو الناس ، و يعد هذا المفهوم تحديد النقاط شمولية العلاقات ، أي ان العلاقات تشمل هنا كل عمليات التفاعل مع الجمهور أو الناس في المجتمع ، و لذلك تصبح عملية التفاعل هذه واسعة النطاق معقدة الابعاد متنوعة الأهداف بتعدد حاجات الافراد و الجماعات و تنوع مصالحهم و إتساع أهدافهم .

و منه العلاقة هس الصلة و الرابطة التي تجعل المرء متعلقا بالآخر ، فهو يتصل به بعلاقة و العام عكس الخاص .

**التعريف الاصطلاحي:** تعرف الجمعية الدولية للعلاقات العامة: بأنها الوظيفة الإدارية ذات طابع مخطط ومستمر وتهدف من خلالها المنشأة العامة والخاصة إلى كسب والمحافظة على تفهم وتعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم، وذلك عن طريق تقديم الرأي العام بما من اجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان لتحقيق تعاون مستمر ومقابلة المصالح لعامة بدرجة أكفأ عن طريق المعلومات المخططة ونشرها.

في هذا التعريف ركز على أن العلاقات العامة توجد في الشركات في حين يمكن أن نجها في مختلف المؤسسات سواء كانت خاصة أو عمومية لا ربحية مثل الجمعيات .

كما عرفت الجمعية الفرنسية للعلاقات العامة بأنها مجموعة الوسائل التي تستخدمها المؤسسة لخلق جو من الثقة لدى الموظفين و الهيئات المتصلة بهم و منه هذا التعريف ركز على الجمهور الداخلي و أهمل الجمهور الخارجي الذي يعتبر عنصرا أساسيا لعمل العلاقات العامة (عبدالرحمان، 2001، ص410)

### التعريف الاجرائي :

هي وظيفة إدارية ذات طابع مخطط و مستمر تقوم به مجموعة من الأنشطة و السياسات و تستخدم مختلف التقنيات و الأساليب و الوسائل الاتصالية و الإعلامية من أجل كسب تأييد و ثقة و تعاون الجماهير الداخلية و الخارجية ، و الحفاظ عليهم من خلال تغيير اتجاهاتهم ، و سلوكياتهم و تبنيم لوجهة نظر هذه الوظيفة

### 4-2 تعريف أنشطة العلاقات العامة :

من خلال التعاريف السابقة لمصطلح العلاقات العامة و تعريف كلنة أنشطة التي يعود أصلها من الفعل أنشط ، ينشط ، إنشطا أي خفيفا للقيام بالأمر جاد فيه أي أحبه حركة و أنشطة و منه تعرف العلاقات العامة : هي مختلف الأنشطة الاتصالية و الإعلامية التي تعتمد عليها المؤسسة من خلال القيام بأعمالها بشكل جدي و نشيط مع جماهيرها الداخلية و الخارجية لإيصال رسائلها ، و تحقيق أهدافها و كسب الثقة و التأييد و التعاون من قبل الجماهير و ترسيخ الصورة الذهنية الجيدة .

## 3-4 تعريف الدور:

لغة:

دار الشيء يدور دورا ودوراناً ودعورا، واستدار وأدرته أنا ودور به ودرت به وأدرت واستدرت، وداوره مداورة ودوارا ودار معه. (ابن منظور، 1290، ج 09، المجلد 02، ص 1450).

**اصطلاحاً:** يعرف الدور على أنه نموذج يتركز على بعض الحقوق والواجبات يرتبط بوضع محدد للمكانة داخل الجماعة أو موقف اجتماعي معين. (محمد عبد الرحمان وآخرون، 2012، ص 36)

ويقصد به مكانة ووظيفة الفرد في موقف معين كدور الطبيب اتجاه مرضاه، والأب اتجاه أسرته والقائد، والداعية... إلخ.

وهو الجانب الحركي للمركز أو كيفية التمتع بالحقوق وتحمل الواجبات التي يفرضها المركز. (خيضر، 2001، ص 93).

**إجرائياً:** هو مجموعة من الجهود المخططة والمنظمة تقوم بها الإدارة العامة، داخل المؤسسات الاقتصادية لممارسة أنشطتها من خلال الاعتماد على تقنيات حديثة لمواكبة العصر والتطور المتسارع الذي فيه وتستخدم بكفاءة ومهارة عالية.

## 4-4 تعريف العمل الجمعي الخيري:

**التعريف اللغوي:** العمل الجمعي لغة مكون من كلمتين عمل وجمعي، وكلمة عمل تعني عمل، عمل به، عمل على، عمل في، عمل ليعمل، عملاً، فهو عامل والمفعول معمول.

يعرف العمل في اللغة العربية بأنه مهنة، أو شغل، أو وظيفة، وهو مجهود يبذله الفرد للحصول على منفعة ما أو فائدة محددة، أو هو مجموع المهام التي يجب القيام بها أو إنجازها، أو ممارسة نشاط ما، ويقال عمل عملاً أي فعل أمراً ما عن قصد ونية وواظب عليه حتى التصق به، ويقال رجل عمول أي كثير العمل وباستمرار. (أحمد مختار عمر، ، 2008، ص 155).

وكلمة جمعوي جاءت بناء على عمل الجمعية ومنه نقول عمل جمعوي.

**التعريف الاصطلاحي:** هي شخصية معنوية مستقلة تنشأ بموجب اتفاق بين عدد لا يقل عن سبعة أشخاص لتحقيق أهداف مشروعة تهتم بالصالح العام دون استهداف الربح المالي بهدف اقتسامه بين الأعضاء أو تحقيق منفعة شخصية (أوهايبي، 2022، مقال)

**التعريف الإجرائي:** هو عبارة عن علاقات إنسانية وهي سلوك إرادي للقيادات المختلفة اتجاه المرؤوسين داخل المنظمة وهو السلوك الذي قوم على تقدير الفرد كعضو في المنظمة واحترام مواهبه وقدراته في كل ما يقوم به من أعمال وإذا كانت العلاقات العامة تنطق في نشاطها من كسب تأييد للجمهور الداخلي للمنظمة، فإنها تستفيد من تطبيق مفهوم العلاقات الإنسانية كنمط سلوكي إداري يستهدف كسب ثقة العاملين ورفع الروح المعنوية بينهم، ومن هنا تكامل جهود العلاقات العامة والإنسانية للفوز بثقة الجمهور الداخلي، وكسب ولائه له وتأييده للمنظمة وهو ما ينعكس على الصورة التي يرسمها هؤلاء العاملين للمنظمة في المجتمع الخارجي الذي ينتمون إليه.

#### 4-5 تعريف الجمعيات الخيرية :

لغة : هي جماعة من الافراد ينتظمون في عمل جماعي مشترك حسب القانون الداخلي للجمعية لهدف و مقصد معين مثل جمعية ثقافية ، رياضية .... إلخ

اصطلاحا : هي شخصية معنوية مستقلة تنشأ بموجب اتفاق بين عدد لا يقل عن 07 أشخاص لتحقيق أهداف مشروعة تهم الصالح العام بهدف استهداف الربح المالي و اقتسامه بين الأعضاء أو تحقيق منفعة شخصية

عرفها الدكتور عبد الرافع موسى : أنها كل مجموعة من الأعضاء (طبيعيين أو معنويين ) يدخلون نظاما يحكم طريقة و نظم تحقيق الهدف الذي أنشأت من أجله .

#### 4-6 تعريف جمعية كافل اليتيم:

هي جمعية خيرية تهدف إلى رعاية شؤون الأرامل و الأيتام على مستوى ولاية برج بوعريريج شعارها، كيف أكفل يتيما. رسالتها حيث لا يقهر اليتيم و لا تمان الأرملة، من بين أنشطتها قفة رمضان، و قفة على مدار السنة، أضاحي العيد، المحفظة المدرسية، جهاز العروس، المخيم الصيفي، الكفالة، عمرة للأرامل، رعاية نفسية و الدعم المدرسي.... إلخ

حيث منذ تأسيسها سنة 2001 و هي تقوم بهذه النشاطات الخيرية و تضمن حياة كريمة للأفراد المتكفل بهم. مقرها الرئيس برج بوعريريج ولها 28 فرع على مستوى الولاية. وهي من أكثر الجمعيات نشاطا على مستوى ولاية برج بوعريريج.



## 5 منهج الدراسة وأدواتها:

يعتمد المنهج المسحي على أدوات علمية قصد جمع المعلومات والبيانات في مجتمع الدراسة. بما يقتضي اعتماد أدوات منها:

## 1-5 مفهوم المنهج المسحي:

عبر الكثير من التربويين عن ماهية المنهج المسحي ولكن كل بطريقة وشاغر بعض هذه التغيرات لمفهوم المسح.

**المسح لغة:** هو إلقاء نظرة شاملة وفاحصة على موضوع معين بغرض فهمه وإدراك مختلف جوانبه وتداخلاته وأبعاده.

**إصطلاحا:** هو البحث الذي يعدف إلى وصف الظاهرة المدروسة أو تحديد المشكلة أو تبرير الظروف والممارسات أو التقييم والمقارنة، أو التعرف على ما يعمله الآخرون في التعامل مع الحالات المماثلة لوضع الخطط المستقبلية. (عوض صابر و علي خفاقة، 2002، ص 87)

**إجرائيا:** هو منهج بحثي يهدف إلى مسح الظاهرة موضوع الدراسة لتحديد لها والوقوف على واقعها بصورة موضوعية تمكن الباحث من استنتاج علمي لأسبابها والمقارنة فيما بينها وقد يتجاوز ذلك للتقييم تبعا لما تخلص له من نتائج.

## 2-5 مميزات المنهج المسحي: (زيان عمر، 1989، ص73)

1- إمكانية ترميز البيانات الوصفية، وتحويلها إلى أرقام ذات صلة بما يسهل من دراسة المتغيرات المرتبطة بأسئلة البحث أو الفروض.

- 2- إمكانية تدريب المنخرطين في جمع البيانات على طريقة استخدام أدوات البحث العلمي نظرا لسهولة الاستخدام.
- 3- سهولة تصنيف البيانات التي يتم الحصول عليها من بين مميزات منهج المسح الاجتماعي نظرا لأن معظمها ينصب على محور واحد أو محاور محدودة عدديا.
- 4- سهولة تحليل البيانات المتحصل عليها من خلال وسائل إحصائية متنوعة.
- 5- إمكانية التصنيف بكفاءة بالغة.
- 6- التعرف على معلومات عن الماضي والحاضر من خلال مجتمع الدراسة.
- 7- خطواته منظمة ومرئية في مختلف مراحلها.

### 3-5 عيوب المنهج المسحي: (نفس المرجع السابق، ص74)

- صعوبة تصنيف وتحليل بعض نوعية البيانات من بين عيوب منهج المسح الاجتماعي وذلك لعدم توافر التقنيات المناسبة.
- عدم القدرة على دراسة بعض المعلومات بشكل عميق وقد يكون الناتج غير دقيق.
- عدم قيام الباحثين بالإجابة على الأسئلة بشكل كامل أو بطريقة خاطئة سواء كان مقصودا أو غير مقصود، وذلك من عيوب المنهج المسحي الاجتماعي.

### 4-5 أدوات المنهج المسحي:

#### أولا: الاستبيان

وهو مجموعة من الأسئلة المتنوعة التي ترتبط ببعضها البعض بشكل يحقق الهدف الذي يسعى إليه الباحث من خلال المشكلة التي يطرحها بحثه ويرسل الاستبيان بالبريد أو بأي طريقة أخرى إلى مجموعة من الأفراد

أو المؤسسات التي اختارها الباحث لبحثه لكي يتم بعد إعدادها للباحث وهناك استبيان مغلق ومفتوح واستبيان مغلق مفتوح. (دياب، 2003، ص46)

### ثانيا: المقابلة

تعرف بأنها تفاعل لفظي بين شخصين في موقف مواجهة، حيث يحاول أحدهما وهو الباحث القائم بالمقابلة أن يستثير بعض المعلومات أو التعبيرات لدى الآخر وهو المبحوث والتي تدور حول آرائه ومعتقداته، فهناك بيانات ومعلومات لا يمكن الحصول عليها إلا بمقابلة الباحث للمبحوث وجها لوجه، ففي مناسبات متعددة يدرك الباحث ضرورة رؤية وسماع صوت وكلمات الأشخاص موضوع البحث.

إذ يختبر المستجيب عن طبيعة الموضوع، ويحفزه على التعاون معه، كما يحدد طبيعة البيانات والمعلومات المطلوبة كما يمكنه الحصول على المعلومات التي يرغب في الحصول عليها وهي مقابلة مغلقة ومفتوحة ومقابلة مغلقة مفتوحة. (أحمد، 2010، ص72)

وتندرج الملاحظة ضمن هذه الأدوات.

وجمعية كافل اليتيم خير نموذج حول أنشطة العلاقات العامة والوسائل المستخدمة في تعزيز العمل الجماعي الخيري.

## 6 مجالات الدراسة:

## 6-1 مجال الزمني:

الفترة الأولى: وتمتد من 2021-10-15 إلى 2021-10-27 وهي فترة اختيار الموضوع وضبط عنوانه مع المشرف واختيار عينة البحث التي ضبطت أخيرا على أن تكون دراسة على جمعية كافل اليتيم لبرج بوعريريج.

الفترة الثانية: امتدت من 2021-10-28 إلى 2021-10-30 وتم فيها الشروع في الإطار المنهجي المتمثل في الإشكالية والسؤال الزمني والتساؤلات الفرعية والمنهج المستخدم والعينة... إلخ، وصولا إلى مجالات الدراسة.

الفترة الثالثة: من 2021-11-02 إلى... الجانب النظري وذلك بمحاولة الإمام بالموضوع واستنادا إلى دراسات سابقة لمعرفة الجوانب التي لم نتطرق إليها والمراجع في الموضوع لإثرائه وتقديم إفادة ولو قليلة للباحث المستقبلي.

الفترة الرابعة: التزول إلى الميدان وتكون بعد انتهاء الفترة الثالثة إلى غاية زيارة الجمعية، وبعض فروعها، تقديم استمارة استبيان للمراجعة من طرف مسؤول جمعية كافل اليتيم لمراجعتها من أجل الإضافة أو التعقيب، ومع قابلية تعديلها.

كذلك إجراء مقابلة مع المسؤول

## 6-2 المجال المكاني :

قمنا بإجراء هذه الدراسة في المقر الولائي لجمعية كافل اليتيم بـ برج بوعريريج و الكائن مقرها بتجزئة 1044 قطعة ، بجوار القطاع الصحي بـ برج بوعريريج

## 3-6 المجال البشري :

أفراد بحثنا مكونين من 35 عينة و هم من الأعضاء الفاعلين في جمعية كافل اليتيم الخيرية برج بوعرييج.

## 7 مجتمع البحث :

مصطلح عملي منهجي يراد به كل ما يمكن أن تصمم عليه نتائج البحث سواء كانت مجموعة أفراد أو كتب أو... إلخ ، و منه المجتمع و المجموعة التي يهتم بها الباحث و التي يريد أن يعمم عليها نتائج الدراسة التي يصل إليها من العينة .(الضامن، 2011، ص 56)

و منه يعرف المجتمع على أنه مجموعة من العناصر أو الأفراد التي يقع عليهم الاهتمام أثناء الدراسة و التي يرغب الباحث أن يعمم النتائج التي جمعت عن العينة إليها ، و من هنا قسم الباحثون المجتمع إلى مصطلحي أساسيين :

المجتمع المستهدف و المجتمع المتاح

-المجتمع المستهدف : هو المجتمع الحقيقي و الذي يود الباحث بالفعل أن يعمم نتائجه عليه و يعتبر هذا

المجتمع بسوء الحظ نادرا ما يكون متاح للباحث

-المجتمع المتاح : هو المجتمع الذي يكون الباحث قادرا على تعميم نتائجه عليه بالفعل

الأول : الاختيار النموذجي للباحث

الثاني : اختياره الواقعي المتاح

عند القيام بأي بحث لابد من إختيار عينة للدراسة تكون ممثلة لمجتمع البحث، حيث تعرف العينة على أنها

مجموعة جزئية مميزة و منتقاة من المجتمع الأصلي و مميزة حاملة لنفس خصائصه (التل، 1998، ص96)

و قد تمثل مجتمع بحثنا على 35 عينة من مجموع جهاز العلاقات العامة لجمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج .

# الفصل الثاني

تعتبر العلاقات العامة من الأمور الرئيسية والمهمة التي ينبغي على المؤسسة الوطنية مهما كان شكلها وحجمها أن تأخذها بعين الاعتبار، فهي تأخذ فرعا ضروريا في التسيير الحسین للمؤسسات لما تحمله من فوائد تعود على المؤسسة والعاملين بها، إذ يقع على عاتقها دعم الإدارة العامة وإسنادها بكل السبل في سعيها لتحقيق الأهداف التي أنشئت من أجلها، عبر القيام بكامل الواجبات والوظائف المتعلقة من العلاقات العامة فهي تستخدم في ممارسة نشاطها (الاتصالي) وسائل مختلفة أهمها الاتصال الجماعي، كما تستخدم وسائل الإعلام التي تصدرها بنفسها كمجلة المؤسسة.

كما تعد أنشطة العلاقات العامة بمثابة مرآة المؤسسة، تعرف جماهيرها بكل ما يتعلق بنشاطها وفعاليتها، لأنها الركيزة الأساسية لأي مؤسسة تريد إيصال رسالتها وتحقيق أهدافها.

كما أن العمل الجماعي سلوكا حضاريا يقوم على جهود أفراد مؤسسات المجتمع، ليساهم في تنميته من جانب، وليعالج مشاكل من جانب آخر، فهو قوة محرّكة تنبع من داخله ليعكس هذا النشاط المجتمعي درجة التكافل والتعاون والتماسك.

لأن عمل الجمعيات هو من الأعمال التي هي بحاجة ماسة إلى أنشطة العلاقات العامة، حيث يركز عملها على العلاقات المتبادلة بين الجمهور الداخلي المتمثل في الأعضاء المنخرطين والإدارة والعاملين والجمهور الخارجي المتمثل في المجتمع بشكل عام والمتبرعين بشكل خاص.

وعلى ضوء هذا يتم طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ماهي أنشطة العلاقات العامة ودورها في تفعيل العمل الجماعي الخيري؟



## 1- المبحث الأول : مدخل للعلاقات العامة

العلاقات العامة صورة من أسلوب الإعلام والاتصال يهدف بناء وتدعيم العلاقات المليئة بالثقة والتي تقوم على أساس المعرفة والفهم المتبادلين بين المؤسسة وجمهورها المتأثر بوظائف وأنشطة تلك المؤسسة.

## 1-1 المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة

عرف مصطلح العلاقات العامة منذ نشأته عدة تعاريف والتي تبرز في ما يلي: (عجوة و غتران، 2008، ص 73)

العلاقات العامة في اللغة العربية، لغة كما ورد في لسان العرب لابن منظور ترد إلى الأصل الثلاثي (علق) بفتح العين وكسر اللام وفتح القاف، ومنه الفعل (تعلق)، ومنها قول بعضهم تربطه بهم علاقة وهي من الصلة والنسب، والعامة هي عكس الخاصة فتشمل العموم لا الخصوص.

أما كلمة "العلاقات العامة" في اللغة الإنجليزية فتشير كثير من الدراسات والمعاجم اللغوية إلى أنها تتكون من كلمتين مترجمتين عن اللغة الإنجليزية وهما:

- الكلمة الأولى: العلاقات (Relation): وتعني التواصل الناجم عن تفاعل فردين أو أكثر وتحقق هذه

العلاقة بعد حدوث فعل ورد فعل إيجابيا، وتكون حصيلة علاقات متوترة قد تؤدي إلى التفكك أو الاختلاف بين الأفراد."

- الكلمة الثانية: العامة (Public): وتعني الجمهور العام أو الناس ويعد هذا المفهوم تحديدا لنطاق

شمولية العلاقات أي أن العلاقات تشمل هنا كل عمليات التفاعل مع الجمهور أو الناس في المجتمع، ولذلك تصبح عمليات التفاعل هذه واسعة النطاق معقدة الأبعاد متنوعة الأهداف بتعدد حاجات

الأفراد والجماعات وتنوع مصالحهم واتساع أهدافهم". (بدر الحديدي، 2010، ص 13)

تعرفها جمعية العلاقات الأمريكية بأنها "نشاط أي صناعة أو اتحاد أو مهنة أو أي منشأة أخرى في

بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور كالعاملين أو الموظفين أو المساهمين أو

الجمهور بوجه عام، لكي تخول سياستها حسب الظروف المحيطة بها وشرح هذه السياسات للمجتمع (أحمد

حضر، 1998، ص 25).

يعرف الدكتور "أحمد زهران" العلاقات العامة بأنها "الجهود المقصودة المستمرة والمخططة التي تقوم

بها إدارة المؤسسة والتي تهدف إلى الوصول إلى تفاهم متبادل وثقة متبادلة، وتأييد متبادل، وتعاون متبادل،

وعلاقات سليمة بين المؤسسة وبين الجماهير التي تتعامل معها في داخلها وخارجها عن طريق النشر

والإعلام والاتصال الشخصي بحيث يتحقق في النهاية التوافق بين المؤسسة وبين الجماهير". (علي فرجاني،

2018، ص 89)

يقول "ر كس هارلو" في كتابه "Public Relation in Warand Peace" العلاقات العامة

علم وفن يستند إلى أسس علم الاجتماع ويسعى إلى تحسين العلاقات بين الناس، لا في حياتهم الخاصة،

وإنما في حياتهم الاجتماعية". (الخلي، 1980، ص 10)

## 2-1 المطلب الثاني : المبادئ المتعلقة بممارسة نشاط العلاقات العامة:

تعمل العلاقات العامة في بيئة كلية للمؤسسة أو المنظمة، وبالتالي فإن إنجاز الأنشطة والمهام المرتبطة

بالعلاقات العامة وكذلك ممارسة الوظائف الإدارية فيها تتأثر بكل المتغيرات التي تحتويها بكل المتغيرات التي

تحتويها بيئة العمل الكلية للمؤسسة، فالعلاقات العامة هي النشاط المخطط الذي يهدف إلى تحقيق الرضا

والتفاهم المتبادل بين المؤسسة وجمهور الناس، من خلال سياسات وبرامج تستند في تنفيذها على الأخذ

بمبدأ المسؤولية الاجتماعية، وهي جهود مستمرة ونشاط لا يتوقف.

فالعلاقات العامة لها مبادئها الخاصة بها، وهناك عدد من المبادئ والركائز التي يسترشد بها المشتغلون بالعلاقات العامة، وتتلخص هذه المبادئ في: (حاج أحمد، 2018/2017، ص 42-43-)

- البدء من داخل المؤسسة والعمل على إيجاد تفاهم متبادل بين المؤسسة والعاملين بها، والعمل على تماسك الجمهور وتقديم روح الجماعة والتعاون داخل المؤسسة.

- مراعاة الصدق والأمانة في شرح كل ما يصدر عن المؤسسة حرصا على كسب الجمهور.

- التمسك بالأسلوب المهني وبأهداف العمل واتساق القول الصادق، واتباع المبادئ والقيم الأخلاقية الرفيعة في التصرفات.

- الابتعاد عن اتخاذ موقف دفاعي عن تغطية المساوى وأوجه التعقيد.

**ومن مبادئ العلاقات العامة أيضا:**

- إن العلاقات العامة وظيفة إدارية مستمرة ومخططة، وهي في ذلك تحتاج إلى إسهام العملية الإدارية كالتهيئة والتنظيم والتقييم، شأنها شأن وظائف المؤسسة الأخرى.

- معرفة الأساليب النظرية والعملية لتشكيل الاتجاهات وتغييرها.

- ضرورة جعل العلاقات العامة مسؤولية الإدارة العليا حيث لا بد أن تكون برامجها متطابقة مع سياسات المؤسسة، كما أن سياسات المؤسسة يجب أن تلتقي مصالح الجماهير المختلفة.

- تهيئة مسعى العلاقات العامة: فعلى غرار وظيفة العلاقات العامة، وفي علاقتها الحديثة كونها سيرورة مهيكلية فإن طرق إعداد تهيئة المؤسسات ونشاطاتها قد حدد منذ سنوات مضت.

- إن سيرورة إعداد مسعى العلاقات العامة يحترم دائما مراحل لا يمكن تجنبها أو الاستغناء عنها في عمل العلاقات العامة.

و منه تعتبر العلاقات العامة وسيلة هامة لإعداد وتدريب الجماهير لتقبل أفكار وآراء جديدة أو للقيام بالمسؤوليات المطلوبة في إطار طبيعة وأهداف المهن المختلفة ومن بينها مهنة الخدمة الاجتماعية كونها تضمن التفاهم بين المؤسسات وجماهيرها فهي تعمل على الترابط وتحقيق التعاون بينهما وهي عملية لازمة لنجاح المهن المختلفة ومن ثم نجاح المؤسسات.

## 2- المبحث الثاني: أنشطة العلاقات العامة ووسائلها في العمل الجمعي الخيري

لا تقتصر العلاقات العامة على نوع واحد من النشاط بل أن مجالها يتبع لكافة أنواع النشاط العام والخاص في جميع الميادين، ما جعل لها تنوع كبير في وسائلها في المؤسسة نجد منها ما تعتبر وسائل داخلية كالمطبوعات والكتيبات، وما ما تكون خارجية كالراديو والتلفزيون، ومنها ما تكون الكترونية كالبريد الإلكتروني، وهذا ما سنتطرق له في هذا الفصل.

### 2-1 المطلب الأول: المحاور الرئيسية لنشاط العلاقات العامة في العمل الجمعي الخيري

تعد وسائل الإعلام والاتصال الركيزة الأساس في نشاط العلاقات العامة، فمن دون هذه الوسائل لا يمكن أن يكون هناك نشاط للعلاقات العامة، لأن هذا النشاط هو عبارة عن عملية اتصال بين المؤسسات والجماهير لتبادل المعلومات والآراء.

تتمثل أهم المحاور نشاط العلاقات العامة في: (بلخيري، 2018/2019، ص 83-84).

أولاً: محور الإعلام

ويشمل:

- التعريف بالمؤسسة من خلال الشرح والتفسير عبر وسائل الإعلام المختلفة والمناسبة وبلغة سهلة الفهم للجماهير المعنية.
- تخطيط وتنفيذ برامج العلاقات العامة وحملاتها.
- إعداد وتحرير البيانات والمعلومات وإيصالها لوسائل الإعلام المختلفة.
- إعداد وتحرير مجلة المنظمة ودورياتها المختلفة.
- تخطيط وتنفيذ الملصقات والإعلانات.

ثانياً: محور الاستعلام

ويشمل:

- إجراءات البحوث والدراسات وجمع المعلومات عن جمهور المؤسسة أو الرأي العام، والوصول إلى مؤشرات دقيقة عن مواقفها تجاه المؤسسة.
- تحليل اتجاهات الجمهور والرأي العام تجاه المؤسسة ومتابعة هذه الاتجاهات لمعالجة الجوانب السلبية منها ودعم الإيجابية منها اتجاه المؤسسة.
- التأكد من صحة المعلومات التي تنقل للجمهور، والعمل على تصحيحها وتدارك الموقف في حال كون هذه المعلومات غير صحيحة.
- متابعة شكاوى الجماهير والتعرف عن أسبابها وتقديم الحلول لها.

- ثالثاً: محور التنسيق

ويشمل:

- ربط خطة العلاقات العام مع خطط الإدارات الأخرى في إطار الخطة الشاملة للمؤسسة.
- ربط أنشطة العلاقات العامة بالأنشطة الأخرى للمؤسسة والتنسيق فيما بينها بما يمنع التداخل والتعارض بينها.
- تقديم المشورة للإدارة العليا حول سياسة المؤسسة، والمشاركة في اتخاذ القرارات التي تؤثر في جماهير المؤسسة.
- التنسيق بين الإدارات المختلفة في المنظمة لتحقيق الانسجام بينها وبين الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة.

ومن أنشطة العلاقات العامة في المؤسسات نذكر ما يلي (حمادة بلخيري، مرجع سابق، ص 78-81-82)

أ) الإعلام الاقتصادي:

يعرف على أنه "كل مادة علمية أو إعلانية تظهر في وسائل الإعلام الجماهيرية أو المتخصصة بهدف طرح أو معالجة أو متابعة قضايا لها أهمية على المستوى العام أو الخاص في الشؤون الاقتصادية والمالية"، أي أن هناك تكامل بين السياسات الإعلامية والاقتصادية والاجتماعية تتحقق من خلال مشاركة الجمهور في العملية الاتصالية لضمان احتياجهم فلا بد من اختيار الوسائل المناسبة التي تسعى إلى تحقيق الأهداف الموضوعية.

## ب) الإعلان التجاري:

يعرف الإعلان على أنه "النشاط المخطط على أسس علمية وعملية والهادف إلى خلق الطلب على السلعة أو الخدمة أو الفكرة المراد إشباعها مقابل أجور مدفوعة وذلك عن طريق وسائل النشر المناسبة شريطة مراعاة الضوابط الفنية والشكلية كافة، المتأثرة به والمؤثرة فيه، لإحداث الأثر الإيجابي في الجمهور المراد مخاطبته".

## ج) الدعاية التجارية

للعلاقات العامة جدورا رئيسيا بالتأثير في الرأي العام، والقضايا التي تتعلق بالمؤسسة، وذلك لأن العلاقات لعامة حقل واسع من الأنشطة والأعمال التي تهدف إلى تحسين صورة المؤسسة لدى جماهيرها الداخلية والخارجية، فالدعاية تعد جزءا من نشاط العلاقات العامة فهي تهدف إلى نشر الصورة الحسنة للمؤسسة، وانتقاء المعلومات التي تهدف إلى إثارة اهتمام شركة ما أو جمهور أو مؤسسة، ونشرها عبر وسائل الإعلام، فضلا على أنها تسعى إلى انسجام الفرد مع المجتمع لتحقيق أهدافها، فالعلاقات العامة تقوم على بناء علاقات طيبة مع المؤسسات الإعلامية وذلك لكسب تعاون الإعلام في الوقت الذي تحتاج إليه المؤسسة لبث أخبارها أو صورتها عبر هذه الوسائل.

## د) الترويج

هو نشاط اتصالي يهدف إلى جذب اهتمام الوسط الاجتماعي ويستخدم لتحقيق ذلك أسلوب تنظيم فعاليات خاصة معارض، مؤتمرات ...

إلا أنه يذهب بأبعد من ذلك بهدف القيام بمهمة أخرى مغايرة وهي تكوين الرأي العام، لذلك يعد الترويج هو أحد الأنشطة التسويقية التي تمد المستهلك بالمعلومات عن المؤسسة، والتأثير في سلوك المستهلك

عن طريق إشباع رغباته وتحقيق أهداف المؤسسة، وهو بذلك يمثل العملية الاتصالية التي يتم عن طريقها توصيل المعلومات الخاصة بالمؤسسة.

## 2-2 المطلب الثاني: وسائل العلاقات العامة

تتميز وسائل العلاقات العامة بالقرب والاتصال المباشر مع الجمهور وتتمثل في الوسائل المكتوبة ومنها (حاج أحمد، 2010/2009، ص 120-121-122).

### النشريات الدورية للمؤسسة:

لها هدف اتصالي، بالإضافة إلى وجود الملصقات واللافتات الإشهارية، أما الوسائل السمعية البصرية فهي متمثلة في الجريدة الرسمية البصرية، المعلوماتية والموجهة خصيصاً إلى جمهور معين، تقوم باقتراح محاضرات ودروس تقدمها إدارات المؤسسة أو المشاركة في نشاطات ثقافية وعلمية تنظمها مؤسسات أخرى.

### أ) المقابلات:

وتتمثل في الملتقيات، الأيام الدراسية، المؤتمرات، أيام الأبواب المفتوحة، الندوات، الندشين، المعارض الثابتة والمتجولة، المقابلات الشخصية مع مسؤولي المؤسسة.

وبالنسبة للمعارض فإنها تستخدم لأسباب إعلامية وترويجية للسلع والخدمات لإبراز إنتاج المؤسسة وتحسين صورتها العمومية أو لمعرفة اتجاهات جمهورها.

وهناك خمسة أنواع مختلفة من المعارض:

- المعارض الرأسية: وهي مخصصة لمعارضات من نوع واحد.
- المعارض الأفقية: وهي مخصصة لأسواق التجارة.



- معارض الدعاية: تستخدم لعرض الأفكار مثل الحماية من حوادث الطرق، أو الحوادث المهنية.
- المعارض العامة: وتختص بمعارض لصناعة دولة معينة.
- المعارض الدولية: تتميز بطابعها الدولي قد تكون رأسية، أفقية، أو دعائية.
- المعارض المتجولة: تتميز بطابعها المتنقل.

(ب) التحفيزات والتشجيعات :

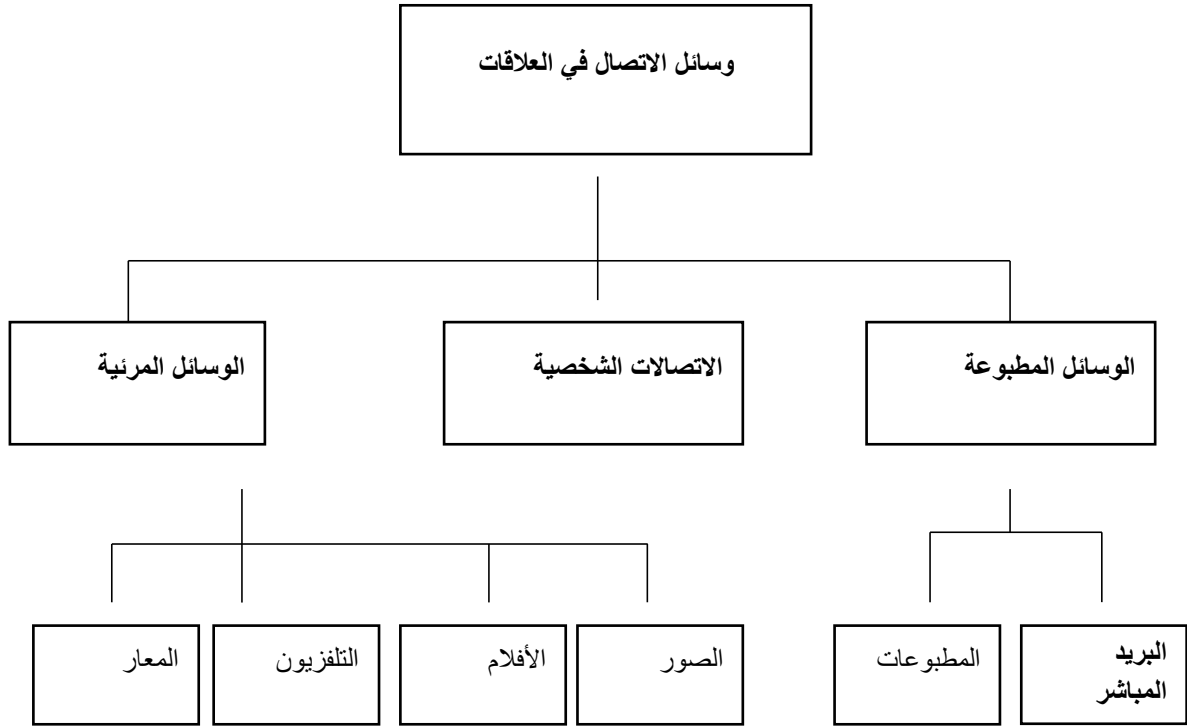
وتتمثل في:

- تقديم منح دراسية ونهايات أسابيع استجمامية.
- القيام بدعوات خاصة للمشاركة في المنتقيات التجارية والأمسيات التكريمية لتدشين المقرات، وافتتاح المؤتمرات والمحاضرات ولزيارة المؤسسة وورشات العمل أو قاعات البحث والتدريس.

(ج) الأعمال الخيرية : (Mécénat)

وهي إحدى الوسائل التقنية للعلاقات العامة وتعني تجنيد مختلف إمكانيات المؤسسة لخدمة قضايا ذات منفعة أو مصلحة عامة كدعم حر ومجاني مقدم للمؤسسات الدينية، الثقافية، الاجتماعية، الرياضية، ومن أهدافها تمكين المؤسسة من التغلغل في النسيج الاجتماعي والاستفادة من الأثر الاجتماعي الإيجابي على صورة المؤسسة.

وبما أن العلاقات العامة شأنها شأن أي فرع من فروع المؤسسة في استخدامها لعدد من الاتصالات التي تمكنها من تنفيذ أهدافها المحددة من قبل إدارة المؤسسة، وبالتالي يمكن توضيح هذه الوسائل في المخطط التالي:



### وسائل الاتصال المستخدمة في العلاقات العامة

#### (د) الوسائل الالكترونية:

#### ➤ البريد (الالكتروني):

يستخدم البريد الالكتروني في إرسال الرسائل النصية الالكترونية وقواعد البيانات والصور والسجلات الصوتية وغيرها من الخدمات، ويتم ذلك من خلال إرسالها من حاسوب معين يقوم باستقبالها حاسوب آخر وبكلفة بسيطة.

- بالإضافة إلى: (بلخيري، مرجع سابق، ص 78-79-80).

❖ **الراديو:** من وسائل الاتصال السمعية التي تتصف بالجماهيرية بسبب قدرته على الوصول إلى جماهير

كبيرة وبشكل سهل، وبكلفة قليلة، ويمتاز الراديو بسرعة في نقل الخبر بتغطية مساحات جغرافية شاسعة، وبالتالي إمكانية تحقيق التأثير المطلوب في الجماهير من خلال الأخبار والإعلانات والبرامج المختلفة التي تبث عن طريقه وبالرغم من وجود هذه الميزات في الراديو إلا أنه له بعض العيوب منها عدم إمكانية الاحتفاظ بالرسائل التي تبث من خلاله، كما أن الإعلانات المستخدمة في الراديو تفتقد إلى عنصر التشويق بسبب عدم دعمها بالصور والمؤثرات الأخرى كما في التلفزيون لإيضاح مميزات السلعة أو الخدمة المعلن عنها، إذ يعتمد على تأثير الصوت فقط.

❖ **الندوات:** وهي من وسائل الاتصال التي تستخدمها العلاقات العامة لتحقيق الاتصال بين الإدارة

وجماهيرها المختلفة، وتعد الندوات قناة اتصالية ذات اتجاهين تستخدمها العلاقات العامة من أجل الاتصال بين الإدارة العليا والعاملين من أجل النقاش حول الموضوعات التي تطرح للبحث والدراسة وتحاول الوصول إلى القرارات بشأنها، فتستخدم الندوات لتعزيز الثقة بين العاملين والإدارة، حيث تقوم بتوضيح الأنشطة التي تمارسها المؤسسة وشرح القوانين لرافع كفاءة ووعي العاملين، فتكون ذات طابع ديمقراطي لخلق روح الفريق لدى الحاضرين وتحقيق التعاون فيما بينهم.

❖ **المؤتمرات:** تعتبر المؤتمرات من أهم وسائل الاتصال في ميدان العلاقات العامة إذ يتم فيها تبادل وجهات

النظر والأفكار والآراء بين الحاضرين وممثلي المؤسسة، لذلك فهي وسيلة فعالة لتنمية التفاهم بين المؤسسة والجماهير التي تتعامل معها بخصوص قضية معينة أو موضوع أو مشكلة فضلا عن المؤتمرات تحقق فرصة للتعبير عن الآراء والإجابة عن الأسئلة التي تقدم، مما يساعد ذلك على بناء الثقة والتفاهم

بين الجمهور والإدارة. (الدليمي، 2013، ص157)

❖ **الوسائل المسموعة:** تتميز هذه الوسائل بعدم تجانس جمهور هذه الوسائل وإمكانية استقبال الرسالة في

لحظة إرسالها والتجاوب الفوري بين طرفي عملية الاتصال، تتمثل هذه الوسائل في: (ديلمي، 2015، ص82)

- **الإذاعة:** تعتبر الإذاعة من الوسائل الحديثة والهامة في الوقت الحاضر، يمكن لرجال العلاقات العامة

الاستفادة منها للاتصال بجمهور المؤسسة عن طريق إذاعة الأخبار والمعلومات والبرامج الخاصة

والندوات الإذاعية.

- **الهاتف:** يلعب أهمية خاصة عند الاجتماعات وتحديد المواعيد وإبلاغ الرسائل والأخبار والبيانات

اللازمة لأداء العمل.

➤ **الوسائل المقروءة:** وتتمثل في:

- **المطبوعات:** من وسائل الاتصال المقروءة التي تستخدمها العلاقات العامة في بعض المؤسسات، إذ

تستخدم الكتب والمطبوعات والكتيبات ليتسنى لجمهورها الاطلاع على المعلومات والأفكار عن

المؤسسات وسياساتها دون مقابل بهدف كسب ثقتهم وتأييدهم، وهناك أنواع للكتيبات منها خاص

بالعاملين في المؤسسة، ومنها بزوار المؤسسة، حيث تبين لهم سياسة وطبيعة عمل المؤسسات.

- **الكتيبات:** من الوسائل المقروءة تلك الكتيبات التي تصدرها المؤسسة على فترات متباعدة، وتحوي

بيانات أكثر وضوحاً وتوسعا عن المؤسسة وخدماتها ومنتجاتها وأسواقها، وتعرض من هذه الكتيبات أو

تقدم لزوار الموقع.

➤ **الوسائل المرئية:** وهي الوسائل التي تجمع بين الصوت والصورة، ولها فعالية كبيرة على الجمهور،

وتتمثل في:

التلفزيون: وهو من الوسائل المهمة التي يستخدمها موظفي العلاقات العامة في ممارسة أنشطتهم إذ يمكن لهذه الوسيلة الوصول إلى أعداد كبيرة من الناس ومخاطبة جميع الفئات في أماكن مختلفة مثل المنازل والأماكن العامة، إلا أن استخدام هذه الوسيلة في العلاقات العامة يكون مكلف في بعض الشيء، إذ تمتاز هذه الوسيلة بالصورة والصوت في تقديم المادة الإعلامية بأساليب متعددة باستخدام الألوان فتظهر الأشياء واقعية إلى حد ما، وكذلك تمتاز هذه الوسيلة في تقديمها للمادة الإعلامية في نفس وقت حدوثها مما يحقق التأثير الجماعي، وهذا لا يتطلب من المشاهدين الاستعداد لذلك.

أجهزة الفيديو: وهو من ضمن وسائل الاتصال المرئية والسمعية، إذ تقوم المؤسسات بإمداد إدارة العلاقات العامة بأجهزة الفيديو والتصوير في الحفلات والمناسبات والاجتماعات وإعادة أداؤها لاستخلاص النتائج والآراء التي عرضت فيها. (عبد الفتاح محمد، 2006، ص 177).

شبكة الأنترنت: يعد الأنترنت من أهم الإنجازات في مجال التواصل والمعلومات، فهو شبكة تربط العديد من الحواسيب ومراكز الإعلام في جميع دول العالم، وقد تطورت شبكة الأنترنت بدرجة كبيرة وسريعة، حيث يزداد الاعتماد عليها من قبل شركات الأعمال والمنظمات الخدمية كوسيلة اتصال مستمرة وتحقق التفاعل مع المستهلكين والمستثمرين والعاملين على نطاق محلي وإقليمي ودولي، فيمكن عن طريقها تقديم أخبار فورية وسريعة عن السياسات والمنتجات والتطورات المالية، حيث تتيح هذه المعلومات بدقة عالية، وللأنترنت مزايا عدة تقدم خدمات للمستخدمين منها:

- **المحادثة:** تتم من خلال كتابة الرسالة يجري عرضها مباشرة أمام أي شخص يقوم بالرد المباشر عليها.

- الدخول عن بعد: حيث يمكن للمشارك الدخول إلى أي جهاز كمبيوتر ضمن الشبكة واستعمال المعلومات الموجودة فيه.
- خدمة المعلومات واسعة النطاق: تستخدم هذه الخدمة في حصول المشتركين على المعلومات الخاصة بالأبحاث.
- الشبكة العنكبوتية العالمية: يمكن من خلال هذه الشبكة الحصول على الكثير من المعلومات والأخبار فضلا عن مشاهدة الصور والإعلانات، وتتبع المشتركين الاشتراك في الجوائز والمسابقات والبيع والشراء. (عجوة و عتران، 2008، ص 180)

### 2-3 المطلب الثالث: العمل الجماعي الخيري

أولا : النشاط الجماعي

تعرف الجمعية بأنها

من الجانب اللغوي:

الجمعية أصلها من "جمع" المتفرق أي ضم بعضه البعض، وجمع الله القلوب ألفها، وجمع القوم

لأعدائهم، حشدوا لقتالهم، وأجمع أمره عزم عليه، وأجمع القوم: اتفقوا، وجمع الناس، شهدوا الجمعة وقضوا

الصلاة فيها، وتجمع: انضم بعضه البعض. (شينون و مرابط، 2018، ص 464-465).

والجمعية طائفة تتألف من أعضاء لغرض خاص، وفكرة مشتركة ومنها الجمعية الخيرية، والجمعية

التشريعية ... وهي كلمة محدثة.

• أما التعريف الاصطلاحي:

فقد عرفها القانون الجزائري 06/12 في مادته الثانية بقوله "تعتبر الجمعية في مفهوم هذا القانون تجمع اشخاص طبيعيين أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة غير زمنية محددة أو غير محددة يشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعا ولغرض غير مربح، من أجل ترقية الأنشطة لا سيما في المجال المهني والاجتماعي والعلمي والديني والتربوي والثقافي والرياضي والبيئي والخيري والإنساني".

كما تعرف المادة 02 من "قانون الجمعيات" الجمعية بأنها "الجمعية تشكل اتفاقية يديرها قانون منظم في إطاره يجتمع أشخاص معينون من خلال عقد هدفه ليس الربح". (نوري وأوهايبي، 2006، ص75)

وبالتالي فإن النشاط الجمعوي هو "نشاط مشترك تقوم به مجموعة من الأفراد بمختلف أجناسهم من أجل تحقيق جملة من الأهداف التي تم وضعها مسبقا". (موسى، 1994، ص98)

فـ \_\_\_\_\_ "النشاط الجمعوي": هو كل عمل من طرف جماعة أو أفراد انبثقت لديهم رغبة للقيام بنشاط معين سواء كان موجودا كن قبل أو غير موجود لفائدتهم أو لفائدة مجتمعهم في إطار التعاون والتطوع، هاته الممارسة التي تؤدي إلى خلق ديناميكية ونشاط بين مجموعة من الأفراد لتحقيق الأهداف المسطرة، في القانون الأساسي للجمعية. (محمد شينون، مرابط اليامنة، مرجع سابق، ص 465)

ثانيا: العمل الجمعوي الخيري

يعتبر العمل الخيري من بين المبادئ الأساسية والأصيلة المنجزة في مجتمعاتنا العربية الإسلامية، وهو من الظواهر الاجتماعية التي تعكس أرقى أنواع السلوك الإنساني المتحضر.

وتعد الجمعيات الخيرية من المظاهر الحضارية في أي مجتمع لأنها تدل على مدى الرقي الذي وصل إليه هذا المجتمع منذ إنشاء هذه الجمعيات الخيرية للقيام بنشاطها المختلفة سواء كانت اجتماعية أم اقتصادية

أم سياسية والهدف الرئيسي من وراء الجمعيات هو تقديم عدد كبير ممكن من خدمات المجتمع والحجر الأساس لتحقيق المنفعة العامة.

فنجد أن تعاريفها عديدة بتعدد أسمائها فيطلق عليها: الجمعيات الخيرية، الهيئات غير الحكومية، مؤسسات العمل الأهلي، منظمات المجتمع المدني، جمعيات النفع العام، الجمعيات التطوعية، من بينها(باحمد، 2018، ص 262)

**تعريف الدكتور عبد الرافع موسي:** عرف الجمعيات الخيرية بأنها "كل مجموعة من الأعضاء طبيعيين أو معنويين يدخلون نظاما يحكم طريقة وينظم تحقيق الهدف الذي أنشئت من أجله".

**تعريف جيمس بيتر أرباس:** عرف الجمعيات الخيرية التعاونية بأنها "جمعيات اختيارية ينظمها الأفراد على أسس ديمقراطية على حاجاتهم عن طريق العمل المتبادل حيث يكون الدافع الأول لهذا التنظيم في كونه أداة لعمل مفيد يعود بالنجاح وبأفضل الجزاء".

**العمل (النشاط) الخيري الجمعي:** هو "كل نفع مادي أو معنوي الذي يقدمه الإنسان غيره دون أن يأخذ عليه مقابلا ماديا ، وذلك في إطار جمعيات مؤهلة لذلك.

هو "كل عمل خيري جماعي تتضافر فيه الجهود الجماعية لتنتج نشاطا خيريا باسم الجماعة أو المجتمع، كما يمثل أيضا عملا خيريا مؤسساتيا، والذي تشرف عليه مؤسسة متخصصة نابعة من المجتمع، مثل مؤسسات المجتمع المدني. (كوندة ، بن سباع ، 2019 ، ص42)

وهو "كل نشاط بشري يقوم على تقديم خدمة مجانية للصالح العام في مختلف المجالات".



وبصفة عامة فإن النشاط الجموعي الخيري يهدف إلى تقديم الخدمات منها الاجتماعية والتعليمية والثقافية والصحية... الخ، سواء كانت عينا أو نقدا مما له علاقة بالخدمات الإنسانية دون أن يكون هدفها الربح المادي.

نستنتج من خلال دراستنا أن العلاقات العامة وقيامها بمختلف الأنشطة والوظائف في المؤسسة الاقتصادية تشكل عنصر من العناصر الأساسية التي لا بد أن تهتم بها المؤسسات، وأن تراعي أهميتها ودورها وتأخذه بعين الاعتبار.

كما توصلنا إلى أن هناك تنوع كبير في وسائل العلاقات العامة من أجل تأدية مهامها الموظفة في المؤسسة فمنها الوسائل المكتوبة والوسائل المرئية، الوسائل الالكترونية كالبريد الالكتروني. من جهة أخرى تسهم الجمعيات بشكل كبير في تحقيق التنمية الاجتماعية بالمجتمع والتي تمس جوانب عديدة، فهي تعمل على تعزيز روح الانتماء للمتطوعين فضلا عن إسهاماتها في مكافحة الفقر ودعم المؤسسات لإنشاء مجال تنموي قادر على تلبية احتياجات الأفراد المحتاجين فيه.

# الفصل الثالث

## 1- الإطار الزمني:

الفترة الأولى: وتمتد من 2021-10-15 إلى 2021-10-27 وهي فترة اختيار الموضوع وضبط عنوانه مع المشرف واختيار عينة البحث التي ضبطت أخيراً على أن تكون دراسة على جمعية كافل اليتيم لبرج بوعريريج.

الفترة الثانية: امتدت من 2021-10-28 إلى 2021-10-30 وتم فيها الشروع في الإطار المنهجي المتمثل في الإشكالية والسؤال الزمني والتساؤلات الفرعية والمنهج المستخدم والعينة،... إلخ، وصولاً إلى مجالات الدراسة.

الفترة الثالثة: من 2021-11-02 إلى... الجانب النظري وذلك بمحاولة الإمام بالموضوع واستناداً إلى دراسات سابقة لمعرفة الجوانب التي لم نتطرق إليها والمراجع في الموضوع لإثرائه وتقديم إفادة ولو قليلة للباحث المستقبلي.

الفترة الرابعة: التزول إلى الميدان وتكون بعد انتهاء الفترة الثالثة إلى غاية زيارة الجمعية، وبعض فروعها، تقديم استمارة استبيان للمراجعة من طرف مسؤول جمعية كافل اليتيم لمراجعتها من أجل الإضافة أو التعقيب، ومع قابلية تعديلها.

## 2- الإطار المكاني:

قمنا بإجراء هذه الدراسة في المقر الولائي لجمعية كافل اليتيم بـ برج بوعريريج و الكائن مقرها بتجزئة 1044 قطعة ، بجوار القطاع الصحي برج بوعريريج.

3- أسئلة المقابلة :

- 1- متى تأسس فرع جمعية كافل اليتيم بولاية برج بوعرييج؟
- 2- هل لها استناد على المستوى المحلي؟ (دوائر وبلديات برج بوعرييج).
- 3- هل تؤدي الجمعية كل أعمالنا اللوجية هذه الفتنة (الايام)؟
- 4- ما نوع المساعدات المقدمة؟ هل هي متناسيته (رمضان، ...)?
- تمثل المساعدات المقدمة في قفة رمضان ، أضحية العيد ، على مدار الستة قة شهرية ، العلاج ، التحاليل ، الأشعة ، جهاز العروس ... الخ
- 5- ما نوع الأنشطة التي تستخدمها الجمعية في التواصل مع الجمهور الخارجي؟ (نماذج كارت تستخدم الجمعية في التواصل مع جمهورها الخارجي كدروس الدعم و مخيم صيفي
- 6- ما هي التظاهرات التي تشارك فيها الجمعية؟ وهل لها صدى لهذه الجماهير الخارجية؟
- التظاهرات التي تشارك يا الجمعية : المعارض ، أيام ثقافية ... الخ
- 7- هل ترى أن هذه الأنشطة والمعارض، الزيارات ... كافية؟
- هذه الأنشطة كافية نوعا ما
- 8- كيف يتم التنسيق و التشاور في إقامة النشاطات مع الفروع الأخرى المنتشرة محليا؟
- يتم قبل أي نشاط التنسيق بين الفروع المختلفة للجمعية (الاستدعاءات و الاتصال الهاتفي و الدعوات الالكترونية )
- 9 -- ما الاستراتيجية المستقبلية التي يمكن أن تتبناها الجمعية في التواصل مع الجمهور الخارجي ؟
- التواصل مع الجمهور الخارجي عن طريق منصات التواصل الاجتماعي فيسبوك، يوتوب ، تويتر ..... الخ المقصود بالسؤال: هل لديكم أنواع من المحرمات والزيارات باستخدام تكنولوجيا الحديثة نعم لدينا و لكنها بنسبة قليلة .
- 10- ما هي أهم العوائق الإدارية الى بواحاها المسؤول على السعية؟ (عوائق إدارية، عوائق مالية)
- العوائق المالية و العوائق الإدارية و ذلك بقص التمويل من طرف الدولة و الماطر في إعطاء الرخص المشاريع الخيرية المنجزة
- 11- ماهي المطالب أو ما هو المطلب التي ترغبون في تحقيقه؟

هناك العديد من المشاريع المستقبلية التي تعد ولا تحصى و كلها في سبيل الاعمال الخيرية

12- ما هو الشكل المتكرر التي تواجهونه دائما في كل المناسبات؟

مشكل التمويل من طرف الدولة و كون المسلمين من رجال الأعمال

4- تحليل أسئلة المقابلة :

4-1 تأسست فرع جمعية كافل اليتيم بولاية برج بوعريريج سنة 2001

4-2 نعم لها امتداد على المستوى المحلي تحتال في 28 بلدية

4-3 تؤدي الجمعية كل أعمالها الموجهة بنسبة كبيرة

4-4 تمثل المساعدات المقدمة في قفة رمضان ، أضحية العيد ، على مدار الستة قة شهرية ، العلاج ،

التحاليل ، الأشعة ، جهاز العروس ... الخ

4-5 تستخدم الجمعية في التواصل مع جمهورها الخارجي كدروس الدعم و مخيم صيفي

4-6 التظاهرات التي تشارك يا الجمعية : المعارض ، أيام ثقافية ... الخ

4-7 هذه الأنشطة كافية نوعا ما

4-8 يتم قبل أي نشاط التنسيق بين الفروع المختلفة للجمعية (الاستدعاءات و الاتصال

الهاتفي و الدعوات الالكترونية )

4-9 التواصل مع الجمهور الخارجي عن طريق منصات التواصل الاجتماعي فيسبوك، يوتوب ، نويتر

..... الخ

المقصود بالسؤال: هل لديكم أنواع من المحرمات والزيارات باستخدام تكنولوجيا الحديدة نعم لدينا و

لكنها بنسبة قليلة .

4-10 العوائق المالية و العوائق الإدارية و ذلك بقص التمويل من طرف الدولة و الماطر في إعطاء

الرخص المشاريع الخيرية المنجزة

4-11 هناك العديد من المشاريع المستقبلية التي تعد ولا تحصى و كلها في سبيل الاعمال الخيرية

4-12 مشكل التمويل من طرف الدولة و كون المسلمين من رجال الأعمال.

5- تحليل الإستمارات :

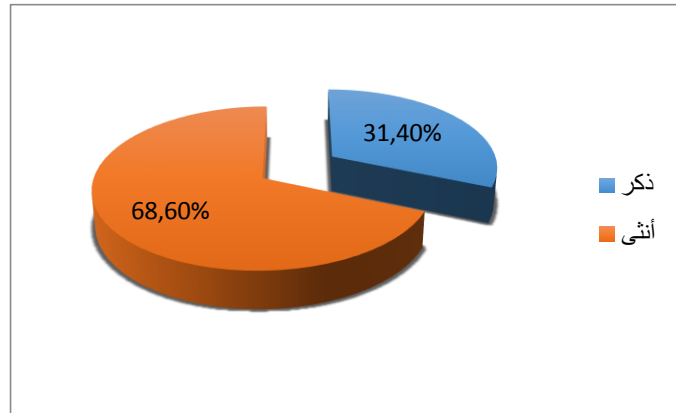
قمنا بدراسة ميدانية لجمعية كافل اليتيم برج بوعريريج، و المكونة ب 35 عضو في هذه الجمعية. من

حيث:

- البيانات الشخصية
- الأنشطة المعتمدة من طرف جمعية كافل اليتيم "الولاية برج بوعريريج" من أجل تفعيل العمل الجمعي
- أنشطة العلاقات العامة وتأثيرها على الجماهير الداخلية لجمعية كافل اليتيم "الولاية برج بوعريريج"
- المعوقات التي تواجه أنشطة العلاقات العامة داخل الجمعية كافل اليتيم "الولاية برج بوعريريج"

الجدول رقم (01): يوضح جنس العينة

| الجنس   | التكرار | النسبة |
|---------|---------|--------|
| ذكر     | 11      | 31.4%  |
| أنثى    | 24      | 68.6%  |
| المجموع | 35      | 100%   |



الشكل رقم (01)

من خلال الجدول رقم 01 : الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب الجنس . اتضح لنا ان نسبة الاناث المقدرة ب 68.6% هي الأكثر تمثيلا وهو ما يمثل اتجاه العنصر النسوي للمشاركة بقوة في المجتمع المدني بصفة عامة والجمعيات الخيرية على وجه الخصوص

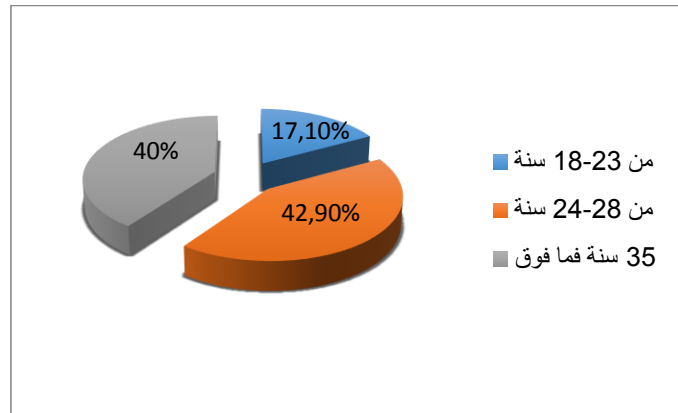
أما نسبة الذكور بلغت 31.4% وذلك يرجع لارتباط هذه الفئة بأعمال وانشغالات أخرى قد ت

وهو مؤشر واضح لمحاولة دخول المرأة واشراكها في مختلف المجالات .

شغلهم عن المشاركة في هذا النوع من الجمعيات .

الجدول رقم (02): يوضح سن العينة

| النسبة | التكرار | السن           |
|--------|---------|----------------|
| 17.1%  | 6       | من 18-23 سنة   |
| 42.9%  | 15      | من 24-28 سنة   |
| 40%    | 14      | 35 سنة فما فوق |
| 100%   | 35      | المجموع        |



الشكل رقم (02):

من خلال الجدول 02: الذي يمثل سن العينة اتضح لنا ان السن من 24 الى 28 سنة يشكل نسبة 42.9

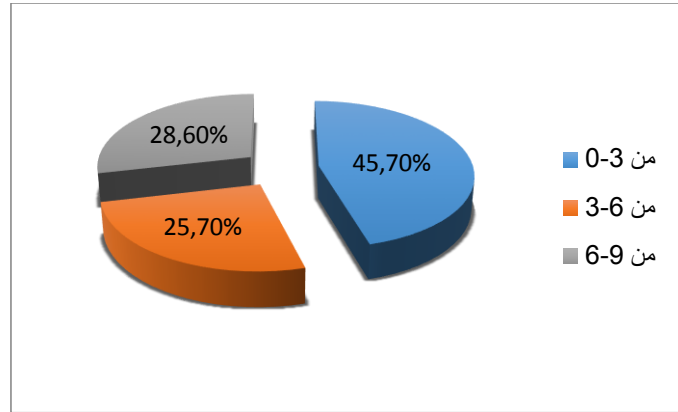
% وهو الاكثر تمثيلا في الجمعية هي فئة الشباب الأكثر نشاطا والأكثر ميولا لأعمال الخير بمختلف الأنواع

وذلك نظرا لتفرغها من الدراسة ومسؤوليات أخرى

أما السن بين 18 الى 22 سنة يشكل نسبة لابأس بها تمثلت في 17.1% قد تكون هذه الفئة في حالة تدرس سوآءا في الثانوي او الجامعة او مرتبطة بأعمال أخرى أو موظفين في إدارات تخضع لنظام عمل صارم وبدوام مقسم الى فترة صباحية او مسائية .

الجدول رقم (03): يوضح تاريخ الانخراط العينة في الجمعية

| النسبة | التكرار |         |
|--------|---------|---------|
| 45.7%  | 16      | من 0-3  |
| 25.7%  | 9       | من 3-6  |
| 28.6%  | 10      | من 6-9  |
| 100%   | 35      | المجموع |



الشكل رقم (03):

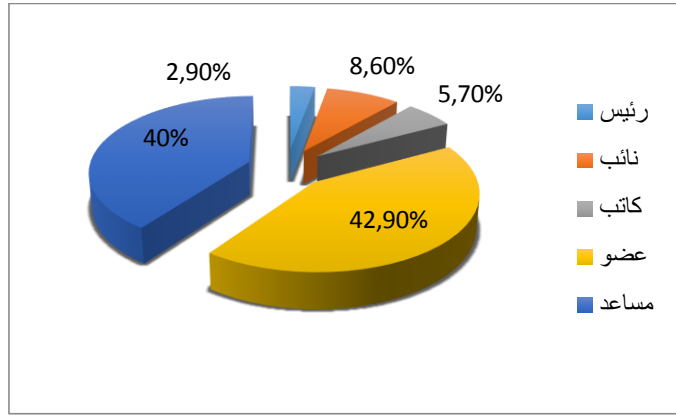
من خلال الجدول رقم 03 : الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب تاريخ الانخراط تبين ان المنخرطين في السنوات الثلاث هم الأكثر تمثيلا بنسبة 45.7% وهذا راجع الى الشهرة والمكانة التي أصبحت تحظى بها هذه الجمعية ووصولها الى مختلف الفئات حيث انها أصبحت معروفة في كل الأوساط .



ثم يأتي المنظمون الى الجمعية اكثر من 06 سنوات بنسبة 25.7% وهؤلاء المنظمون رفقة اكثر من 09 سنوات يشكلون اكثر من نصف عدد المنخرطين وهو يمثل مدى عمق تاريخ الجمعية في المجال الاجتماعي على اعتبار انها من ابرز واعرق الجمعيات الخيرية على مستوى الوطن .

الجدول رقم (04): يوضح المنصب الذي تشغله العينة داخل الجمعية

| النسبة | التكرار | ما هو المنصب الذي تشغله |
|--------|---------|-------------------------|
| 2.9%   | 1       | رئيس                    |
| 8.6%   | 3       | نائب                    |
| 5.7%   | 2       | كاتب                    |
| 42.9%  | 15      | عضو                     |
| 40%    | 14      | مساعد                   |
| 100%   | 35      | المجموع                 |



الشكل رقم (04): يمثل

من خلال الجدول رقم 04 : الذي يمثل المنصب الذي تشغله العينة داخل الجمعية اتضح لنا

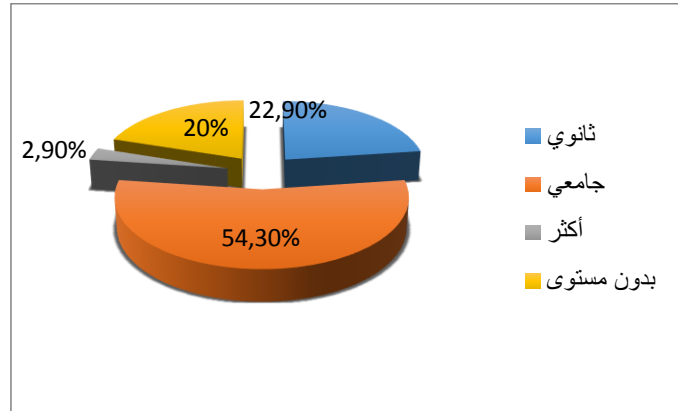
ان نسبة 42.9% تمثل النسبة الأكثر ارتفاعا والمتمثلة في الأعضاء المنخرطين داخل الجمعية بمختلف مهامهم ومناصبهم كونها الفئة الأكثر فعالية في الجمعية .

أما نسبة 2.9% المتمثلة في الرئيس وتكمل مهمته في الاشراف والتنسيق بين مختلف فروع الجمعية ومختلف المساهمين فيها وهي نسبة منطقية لان أي مؤسسة سواء عامة او خاصة يتراسها رئيسا واحدا.

أما النسبة المتبقية فتوزعت بين مساعد بنسبة 40% ونائب بنسبة 8.6% وكاتب بنسبة 5.7% وهم أعضاء فاعلين في الجمعية نظرا لمختلف المهام المنوطة بهم .

الجدول رقم (05): يوضح العلمي لكل واحد من العينة

| النسبة | التكرار | المستوى العلمي |
|--------|---------|----------------|
| 22.9%  | 8       | ثانوي          |
| 54.3%  | 19      | جامعي          |
| 2.9%   | 1       | أكثر           |
| 20%    | 7       | بدون مستوى     |
| 100%   | 35      | المجموع        |



الشكل رقم (05): يمثل

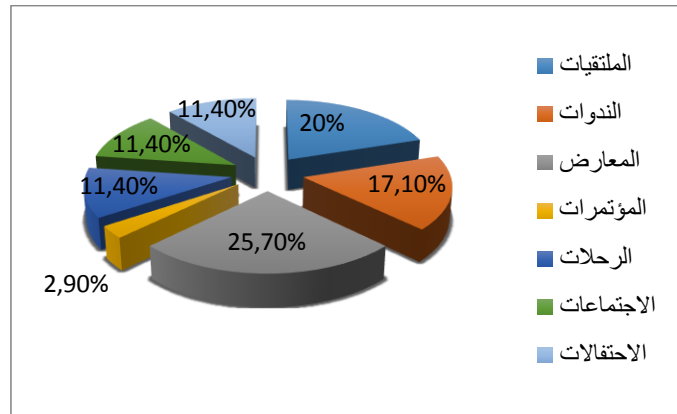
من خلال الجدول رقم 05 : الذي يمثل المستوى العلمي لكل واحد من العينة اتضح لنا أن نسبة 54.3% هي النسبة اكثر تمثيلا وهو ما يمثل المستوى الجامعي حيث نلاحظ ان هذه الفئة هي الفئة البارزة والمنشطة للجمعية حيث تبني الجمعية عليها من خلال مختلف المساهمات العلمية والفنية عن طريق الخبرة التي يكتسبونها في الجمعية ويوظفونها في دروس الدعم المقدمة على مدار السنة لمختلف الفئات .

أما النسبة الضئيلة في الجمعية هي نسبة الفئة ذات المستوى العلمي المتثل في الدراسات العليا ( ماستر أو الدكتورا ) والمقدرة ب 2.9 وهذا يدل على ان هذه الفئة لها انشغالات أخرى غير الاعمال الخيرية وبالرغم من ذلك كانت لها بعض المساهمات في الجمعية .

أما باقي المستويات تمثلت في الثانوي مقدره ب 22.9% والفئة غير المتعلمة ( بدون مستوى) تمثل نسبة 20% وهي نسبة قليلة مقارنة باقي النسب كانت أعمالهم مساعداتية وتطويرية .

الجدول رقم (06): يوضح الأنشطة المعتمدة من طرف الجمعية للتواصل مع المجتمع الخارجي

| النسبة | التكرار |            |
|--------|---------|------------|
| 20%    | 7       | الملتقيات  |
| 17.1%  | 6       | الندوات    |
| 25.7%  | 9       | المعارض    |
| 2.9%   | 1       | المؤتمرات  |
| 11.4%  | 4       | الرحلات    |
| 11.4%  | 4       | الاجتماعات |
| 11.4%  | 4       | الاحتفالات |
| 100%   | 35      | المجموع    |



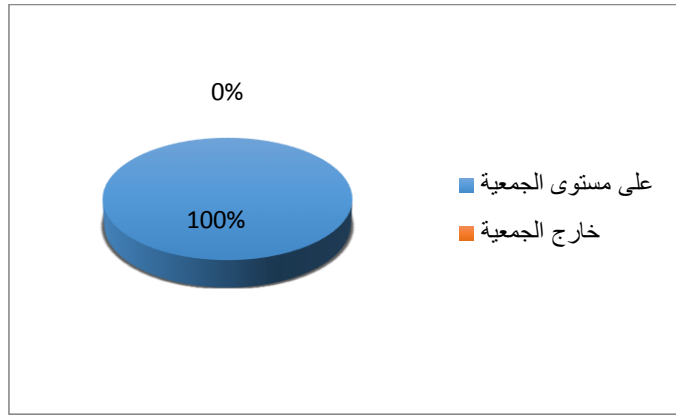
الشكل رقم (06):

من خلال الجدول رقم 06 : الذي يمثل توزيع افراد العينية حسب اكثر الأنشطة ممارسة مع المحيط الخارجي اتضحنا ان المعارض هي الأنشطة الأكثر تمثيلا بنسبة 25.7% لأنها النشاط الأنسب في التواصل مع الجماهير وتستعمل عادة للتعريف بالجمعية وبالأهداف التي تريد تحقيقها . واهم الاعمال المنجزة وتكون هذه الأنشطة مناسبة ( احداث وطنية ودينية ) .

أما نسبة المؤتمرات 2.9% وهي الأدنى نسبة نظرا لان هدف الجمعية لايتلائم والمؤتمرات كونها جمعية خيرية. أما النشاطات الأخرى ( ملتقيات ، ندوات ، رحلات ، اجتماعات ، احتفالات ) جاءت متقاربة من حيث تمثيل حيث تقوم الجمعية بممارسة كل هذه الأنشطة للتعريف بها وبأهدافها .

الجدول رقم (07): يوضح مكان تنظيم أنشطة الجمعية

| النسبة | التكرار |                   |
|--------|---------|-------------------|
| 100%   | 35      | على مستوى الجمعية |
| 0%     | 0       | خارج الجمعية      |
| 100%   | 35      | المجموع           |

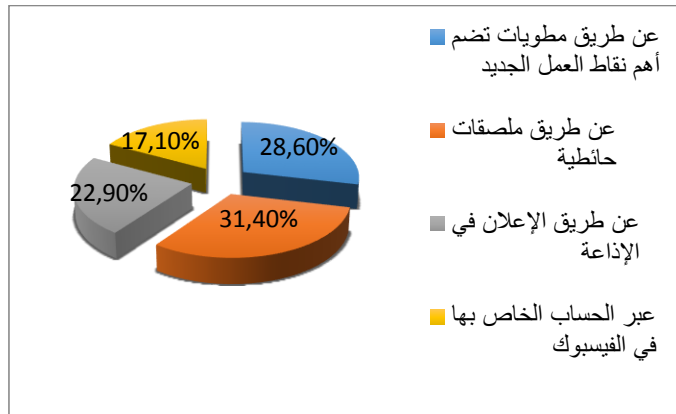


الشكل رقم (07):

من خلال الجدول رقم 07 : الذي يتمثل في مكان تنظيم الأنشطة الجمعية اتضح لنا ان كافة الأنشطة تنظم داخل الجمعية بنسبة 100% نظرا لتوفر المكان المناسب في مقر الجمعية مع تسخير الإمكانيات المادية والبشرية اللازمة لذلك ، كون ان تنظيم الأنشطة خارج الجمعية يكلفها ميزانية كبيرة من نقل واكل ومبيت وحتى مواجهة الظروف الطارئة والاحداث الغير المتوقعة والتي نرى ان الجمعية في غنى عنها .

الجدول رقم (08): يوضح الوسائل التي يعتمد عليها أعضاء الجمعية للإعلان عن أي جديد داخلها

| النسبة | التكرار |                                          |
|--------|---------|------------------------------------------|
| 28.6%  | 10      | عن طريق مطويات تضم أهم نقاط العمل الجديد |
| 31.4%  | 11      | عن طريق ملصقات حائطية                    |
| 22.9%  | 8       | عن طريق الإعلان في الإذاعة               |
| 17.1%  | 6       | عبر الحساب الخاص بها في الفيسبوك         |
| 100%   | 35      | المجموع                                  |

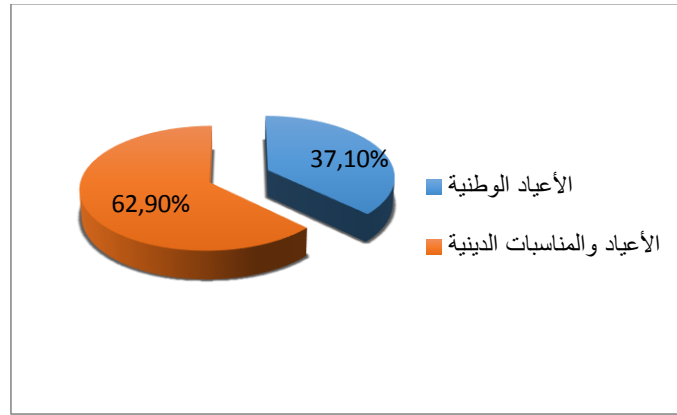


الشكل رقم (08):

من خلال الجدول رقم 08 : تبين لنا ان الوسائل التي يعتمد عليها أعضاء الجمعية للإعلان عن أي جديد ينشط داخل الجمعية هي عن طريق الملصقات الحائطية بنسبة 31,4% وذلك كون الفئة التي يوجه اليها هي من عامت الناس وكونهم اعتادوا على المنشورات الحائطية وقراءتها باستمرار . أما اعتمادها على الفيسبوك كان بنسبة 17,1% وهي نسبة لا بأس بها . أما بقية الوسائل توزعت بين الإعلان عن طريق الإذاعة بنسبة 22,9% والمطويات بنسبة 28,6% وهي وسائل ككل متكامل في ما بينها لأداء الوظيفة المنوطة بها وكلها في سبيل نشر قيم الخير والتكافل .

الجدول رقم (09): يوضح المناسبات التي تنشط فيه الجمعية مقارنة بالأيام العادية

| النسبة | التكرار |                            |
|--------|---------|----------------------------|
| 37.1%  | 13      | الأعياد الوطنية            |
| 62.9%  | 22      | الأعياد والمناسبات الدينية |
| 100%   | 35      | المجموع                    |



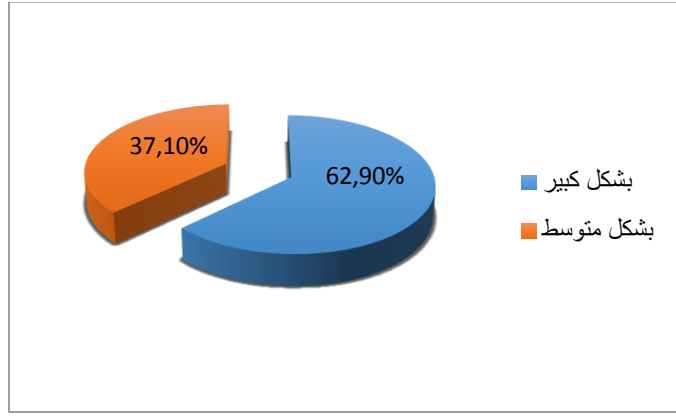
الشكل رقم (09):

من خلال الجدول رقم 09 : الذي يمثل توزيع افراد العينة حول اكثر المناسبات التي تنشط فيها الجمعية اتضح لنا ان الأعياد والمناسبات الدينية هي المناسبات الأكثر نشاطا بنسبة 62,9% لان الهدف الأساسي في وجود هذه الجمعية هو زرع الافراح في نفوس الایتام ومثل هذه المناسبات .

ثم الأعياد الوطنية بنسبة 37,1% وهي لا تقل أهمية عن الأعياد والمناسبات الدينية الى انها لا تحظى بنفس الاهتمام سواء من قبل الجمعية او من خلال من يستفيدون من خدماتها .

الجدول رقم (10): يوضح مدى مساهمة الأنشطة المناسبة مقارنة بالأيام العادية

| النسبة | التكرار |            |
|--------|---------|------------|
| 62.9%  | 22      | بشكل كبير  |
| 37.1%  | 13      | بشكل متوسط |
| 100%   | 35      | المجموع    |



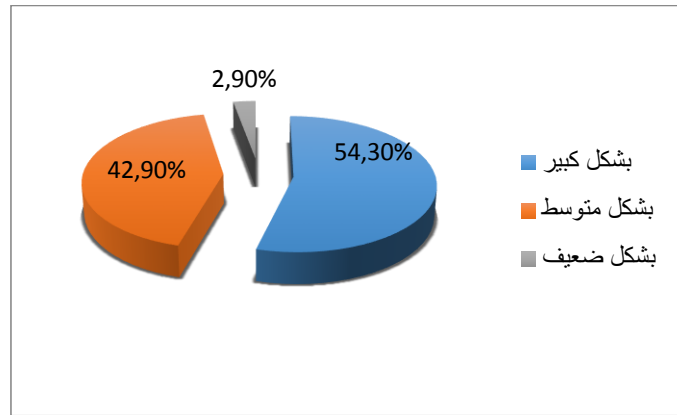
الشكل رقم (10):

من خلال الجدول رقم 10 : الذي يمثل مساهمة الأنشطة المناسبة مقارنة بالايام العادية تبين لنا أن الأنشطة المناسبة تشكل نسبة 62,9% وهي نسبة كبيرة جدا تدل على المكانة الجيدة والارضية الصلبة التي وضعت الجمعية فيها وتواجدها وتأثيرها واحياءها بشتى المناسبات بشكل بارز .

أما الفئة التي تشكل نسبة 37,1% وهي التي ترى أن الجمعية تساهم بشكل متوسط في الأنشطة المناسبة وهي فئة لا تكتفي بالقليل وتسعى دائما الى تحقيق الأفضل والعطاء بشكل مستمر .

الجدول رقم (11): يوضح مدى مساهمة أنشطة العلاقات العامة في جذب متطوعين جدد

| النسبة | التكرار |            |
|--------|---------|------------|
| 54.3%  | 19      | بشكل كبير  |
| 42.9%  | 15      | بشكل متوسط |
| 2.9%   | 1       | بشكل ضعيف  |
| 100%   | 35      | المجموع    |



الشكل رقم (11):

من خلال الجدول رقم 11 : الذي يمثل مدى مساهمة أنشطة العلاقات العامة في جذب متطوعين جدد ،

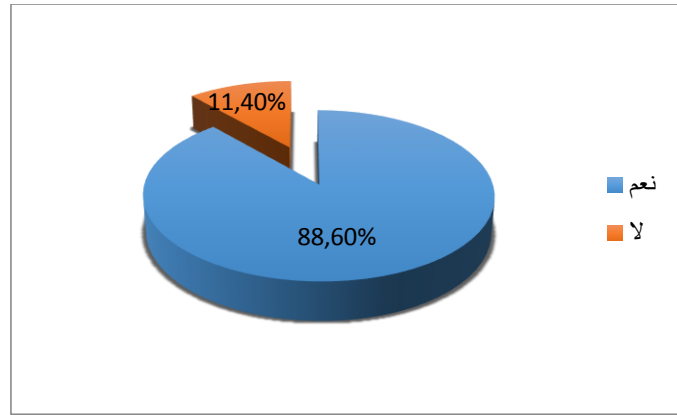
اتضح لنا أن مساهمة أنشطة العلاقات العامة في جذب متطوعين جدد كانت بنسبة كبيرة ، تمثلت في 54,3% و هذا نظرا للتأثير الإيجابي و التموقع الجيد و الصورة الإيجابية الحسنة التي ترسخت في أذهان .

أم النسب المتبقية تمثلت في 42,9% و هي مساهمة في شكل متوسط و نسبة 2,9% بشكل ضعيف و تشكل نسبة قليلة جدا مقارنة بباقي النسب.



الجدول رقم (12): يوضح مدى تأثير الصور المنشورة في الحالات التي تحتاج مساعدة على الجماهير الخارجية

| النسبة | التكرار |         |
|--------|---------|---------|
| %88.6  | 31      | نعم     |
| %11.4  | 4       | لا      |
| %100   | 35      | المجموع |



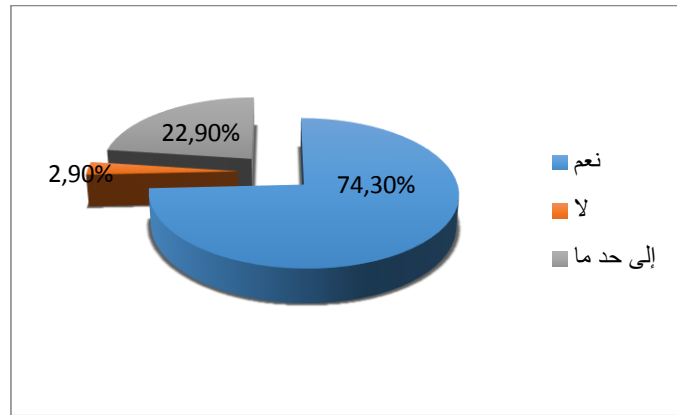
الشكل رقم (12):

من خلال الجدول رقم 12 الذي يمثل تأثير الصور المنشورة في الحالات التي تحتاج مساعدة على الجماهير الخارجية ، اتضح لنا أن تأثير الصور يكون بشكل كبير جدا و ذلك بنسبة 88,6 % و غي نسبة كبيرة جدا نظرا لاحتواء الصورة على مجموعة من المؤثرات الجذابة كالألوان ، الخط ، الشعارات الرنانة المليئة بالرسائل المتقاة بكل دقة ( رسائل إنسانية بجثة كالمرض ، الحالات المستعجلة التي تستدعي التدخل السريع للتكفل بها ) .

أما نسبة 11,4% فهي نسبة قليلة جدا ، حيث يرون أن الصورة لا تكفي لوحدها للتأثير في الجماهير الخارجية و ضرورة دعمها بالصوت مثلا أو مؤثرات أخرى كالموسيقى... ألخ للتأثير أكثر ، و إيصال الرسالة على أكمل وجه .

الجدول رقم (13): يوضح أنشطة العلاقات العامة و فتح المجال أمام الافراد للانخراط في

| النسبة | التكرار |           |
|--------|---------|-----------|
| 74.3%  | 26      | نعم       |
| 2.9%   | 1       | لا        |
| 22.9%  | 8       | إلى حد ما |
| 100%   | 35      | المجموع   |



الشكل رقم (13)

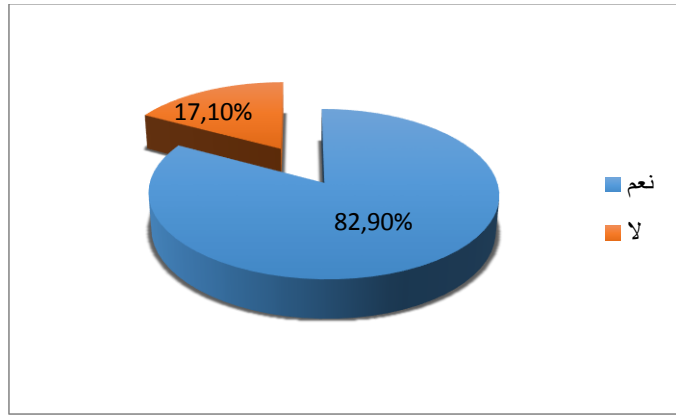
من خلال الجدول رقم 13 الذي يمثل أنشطة العلاقات العامة و فتح المجال أمام الافراد للانخراط في الجمعية ، اتضح لنا أن نسبة الانخراط في الجمعية كبيرة و المقدرة ب 74,3% ، و هذا ما يدل على التأثير الإيجابي من طرف الجمعية على الجمهور الخارجي .

أما نسبة 22% تدل على أن الجمعية تؤثر الى حد ما على الجماهير كونها لا تنشط وحدها على مستوى المجتمع المدني بل تنشط مع جمعيات أخرى كل على حساب نشاطها .

أما النسب المتبقية التي تقول أن أنشطة العلاقات العامة لا تفتح مجالها للانخراط أمام الافراد في الجمعية هي فئة ضعيفة جدا و المقدرة ب 2,9% .

الجدول رقم (14): يوضح علاقة الجمعية بوسائل الاعلام للتعريف بنشاطاتها

| النسبة | التكرار |         |
|--------|---------|---------|
| %82.9  | 29      | نعم     |
| %17.1  | 6       | لا      |
| %100   | 35      | المجموع |



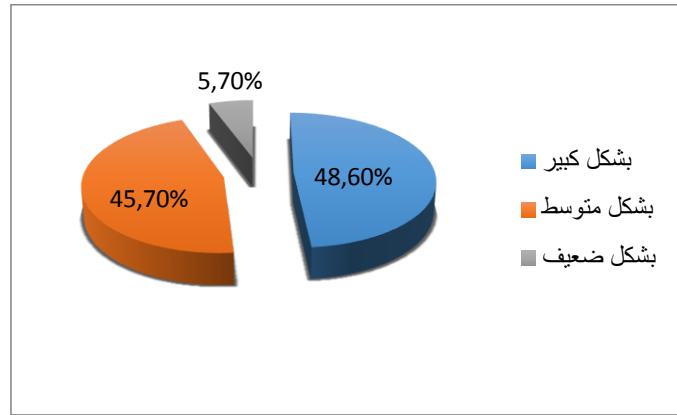
الشكل رقم (14)

من خلال الجدول رقم 14: الذي يوضح علاقة الجمعية بوسائل الاعلام للتعريف بنشاطاتها تبين لنا أنها نسبة عالية جدا تمثلت ب 82,9% هذا ما يدل على العلاقة الوطيدة بين الجمعية ووسائل الاعلام و اعتمادها على الطرق الحديثة لإيصال رسائلها و للتأثير بشكل كبير على جماهيرها .

أما نسبة 17,1% هي نسبة قليلة نظرا لمستواها الثقافي و المتمثل في الطبقة الغير متعلمة و اعتمادها على الطرق التقليدية لإيصال رسائلها الى الجمهور الخارجي .

الجدول رقم (15): يوضح الدور الإيجابي الذي تلعبه الجمعية في نقل انشغالات المواطنين الى المسؤولين

| النسبة | التكرار |            |
|--------|---------|------------|
| 48.6%  | 17      | بشكل كبير  |
| 45.7%  | 16      | بشكل متوسط |
| 5.7%   | 2       | بشكل ضعيف  |
| 100%   | 35      | المجموع    |



الشكل رقم (15): يمثل

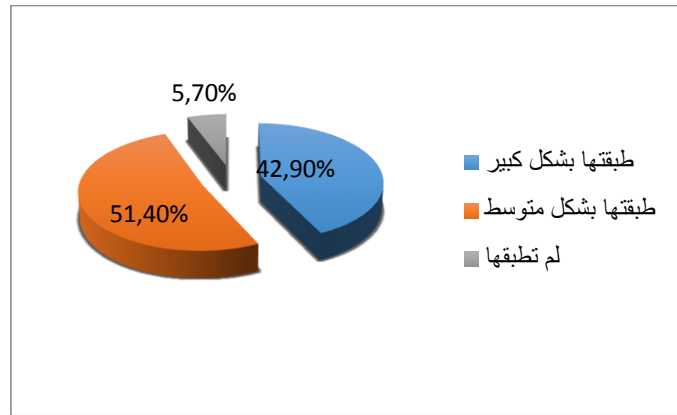
من خلال الجدول رقم 15 : الذي يمثل الدور الإيجابي الذي تلعبه الجمعية في نقل انشغالات المواطنين الى المسؤولين ، اتضح لنا أن نسب تقاربت بين 48% و 45,7% ، حيث كان تأثيرها بشكل كبير و متوسط

إذ أن رئيس الجمعية السيد كمال سيليني هو مندوب بلدي ، هذا ما يمكنه من نقل انشغالات المواطنين بشكل مستمر ليعالج ما يمكن معالجته مع الجهات المختصة و نقل الانشغالات بشكل مستمر.

أما النسبة المتبقية تمثلت ب 5,7% هي نسبة صغيرة جدا مقارنة بباقي النسب نظرا لطبيعة الانشغالات و استحالت تحقيقها .

الجدول رقم (16): يوضح مدى تطبيق الجمعية لأنشطة العلاقات العامة أثناء ممارسة نشاطها

| النسبة | التكرار |                   |
|--------|---------|-------------------|
| 42.9%  | 15      | طبقتها بشكل كبير  |
| 51.4%  | 18      | طبقتها بشكل متوسط |
| 5.7%   | 2       | لم تطبقها         |
| 100%   | 35      | المجموع           |



الشكل رقم (16): يمثل

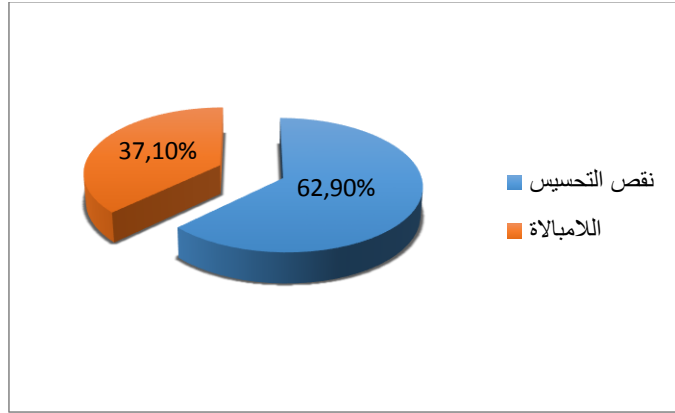
من خلال الجدول رقم 16: الذي يمثل مدى تطبيق الجمعية لأنشطة العلاقات العامة أثناء ممارسة نشاطها تبين لنا أن الجمعية طبقت نشاطاتها بنسبة 51,4% و هذا نظرا لجدة المصطلح ( العلاقات العامة ) ، و تركيزها على الأساليب و الوسائل التقليدية المعتمدة من قبل .

أما نسبة 42,9% هي نسبة طبقتها بشكل كبير و هذا راجع الى المستوى الثقافي و الخبرة التي يكتسبها أعضاء الجمعية .

أما الفئة الأخيرة لم تطبقها اطلاقا و تقدر ب 5,7% و هذا راجع للمستوى الثقافي أو العلمي .

الجدول رقم (17): يوضح سبب نقص الوعي الجماعي

| النسبة | التكرار |             |
|--------|---------|-------------|
| 62.9%  | 22      | نقص التحسيس |
| 37.1%  | 13      | اللامبالاة  |
| 100%   | 35      | المجموع     |



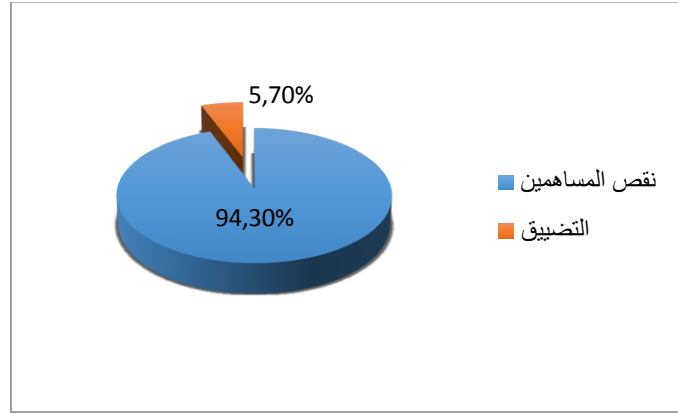
الشكل رقم (17): يمثل

من خلال الجدول رقم 17 : الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب نقص الوعي الجماعي يتضح لنا أن نقص التحسيس هو الأكثر تمثيلاً بنسبة 62,9 % و هذا راجع الى أن هذا النوع من الجمعيات لا يحظى بالترويج بين الجماهير بصفة تسنح بالتعريف بها و بأهدافها .

ثم صفة اللامبالاة بنسبة 37,1 % و هي صفة سائدة في مجتمعاتنا المتحضرة ن نظراً لانشغالات الحياة المستمرة و تتبعه دائماً للقيمة العيش و تكون الجمعية آخر همهم .

الجدول رقم (18): يوضح أهم العراقيل التي تحد من نشاط الجمعية

| النسبة | التكرار |               |
|--------|---------|---------------|
| 94.3%  | 33      | نقص المساهمين |
| 5.7%   | 2       | التضييق       |
| 100%   | 35      | المجموع       |



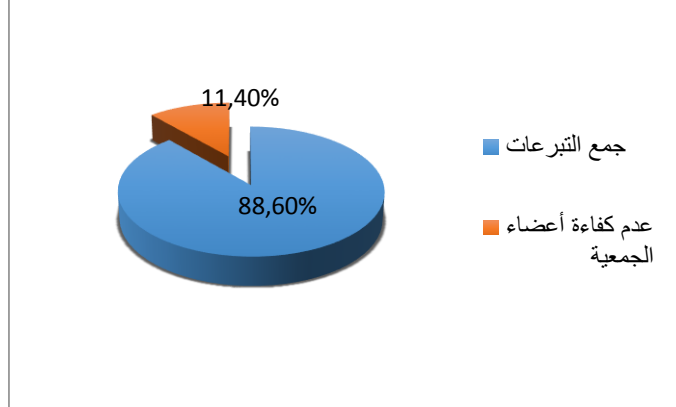
الشكل رقم (18):

يوضح الجدول رقم 18 : أهم العراقيل التي تحد من نشاط الجمعية ، أولا نقص المساهمين بنسبة 94,3% و هي نسبة كبيرة جدا كون الدولة لا تقدم تحفيظات و دعم مالي للجمعية و هذا لأنها لا تنشط وحدها بل تنشط مع باقي الجمعيات في المجتمع المدني و حتى إن قدمت تحفيظات تكون محتشمة جدا ولا تسد كل احتياجاتها .

أما نسبة 5,7% ترى أن مشكل التضييق هو من أهم العراقيل التي تواجه الجمعية و حسب رأينا أن هذا المشكل قليل بنسبة كبيرة كون الجمعية خيرية .

الجدول رقم (19): يوضح أهم العوائق الإدارية التي تواجه عمل الجمعية

| النسبة | التكرار |                         |
|--------|---------|-------------------------|
| %88.6  | 31      | جمع التبرعات            |
| %11.4  | 4       | عدم كفاءة أعضاء الجمعية |
| %100   | 35      | المجموع                 |



الشكل رقم (19): يمثل

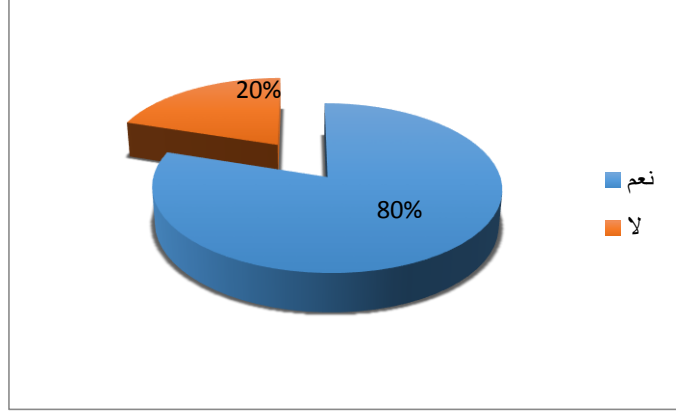
من خلال الجدول رقم 19 : الذي يمثل أهم العوائق الإدارية التي تواجه عمل الجمعية اتضح لنا أن جمع التبرعات يشكل نسبة 88,6% ، و هي نسبة كبيرة جدا نظرا لنقص المساهمين من مختلف الفئات (رجال الاعمال ، أناس خبيرين... إلخ)

أما نسبة 11,4 % تبين أن عدم كفاءة أعضاء الجمعية هو من أهم العوائق الإدارية و ذلك لكونها جمعية خيرية تقوم بالعديد من الأنشطة سألقة الذكر لا يستدعي تواجد عمال أصحاب كفاءات للعمل بها .

الجدول رقم (20): يوضح مساهمة الأنشطة المقامة في التحصيل المالي للجمعية

| النسبة | التكرار |         |
|--------|---------|---------|
| %80    | 28      | نعم     |
| %20    | 7       | لا      |
| %100   | 35      | المجموع |





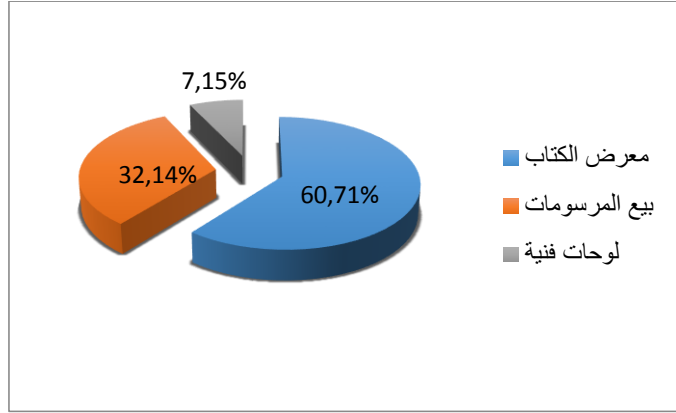
الشكل رقم (20): يمثل

من خلال الجول رقم 20 : الذي يمثل مساهمة الأنشطة المقامة في التحصيل المالي للجمعية تبين لنا أن نسبة 80 % و هي نسبة كبيرة جدا نظرا لكونها مورد مال حته و ان كان بمبلغ رمزي قد يسد حاجة يتيم او اثنين على الأقل .

أما نسبة 20 % ترى أن الأنشطة المقامة لا تساهم في التحصيل المالي للجمعية كون أغلبها أنشطة خيرية و خدماتية بحتة .

الجدول رقم (21): يوضح النشاط الأكثر مساهمة في التحصيل المالي للجمعية

| النسبة | التكرار |               |
|--------|---------|---------------|
| 60.71% | 17      | معرض الكتاب   |
| 32.14% | 9       | بيع المرسومات |
| 7.15%  | 2       | لوحات فنية    |
| 100%   | 28      | المجموع       |



الشكل رقم (21):

من خلال الجدول رقم 21 : الذي يمثل النشاط الأكثر مساهمة في التحصيل المالي للجمعية تبين لنا أن معرض الكتاب يساهم بنسبة كبيرة تمثلت في نسبة 60,71% حيث يقام بشكل مستمر و على مدار السنة .

أما باقي النسب فانقسمت بين بيع المرسومات ب نسبة 32,4% و اللوحات الفنية بنسبة 7,15% و كل هذه الأنشطة تساهم في التحصيل المالي للجمعية و تحافظ على استمرارها .

## 6- نتائج الدراسة

يعتمد جهاز العلاقات العامة في جمعية كافل اليتيم على العديد من أنواع و الأشكال الاتصالية في تفعيل العمل الجماعي الخيري.

وهما خلال موضوعنا المندرج حول أنشطة العلاقات العامة و دورها في تفعيل العمل الجماعي الخيري من طرف الجمعية كافل اليتيم لبرج بوعريبيج .

نرى اعتمادا من طرف الجمعية في التواصل مع المجتمع الخارجي . هم اعمار

إن الجمعية تمارس أنشطتها داخل الجمعية لانعدام المرافق على المستوى المحلي . - إن الوسائل التي تعتمد عليها أعضاء الجمعية الإعلان عن أي جديد ينشط داخل الجمعية يكون عن طريق ملصقات حائطية - ان نشاط عمل الجمعية يزداد في اوقات الأعياد والمناسبات الدينية إن مساهمة الانشطة في خدمات الجمعية تزداد بشكل كبير تمكنت أنشطة العلاقات العامة في جذب متطوعين جدد - تؤثر الصور التي تنشر في الحالات التي تحتاج مساعدة على الجماهير الداخلية فتحت أنشطة العلاقات العامة المجال أمام الافراد للإخراط في الجمعية تستعين الجمعية بوسائل للإعلام للتعريف بنشاطاتها تمكنت الجمعية بشكل كبير في

نقل انشغالات المواطنين الى المسؤولين -تم تطبيق أنشطة العلاقات العامة أثناء ممارسة نشاطاتها بشكل متوسط

سبب نقص الوعي الجمعي نقص التحسيس -ان العراقي التي تحد من نشاط الجمعية نتيجة نقص المساهمين

ان جمع التبرعات هي اهم العوائق الادارية التي تواجه جمعية كافل اليتيم الخيرية بولاية برج بو عريريج -تم مساهمة الانشطة المقامة في التحصيل المالي لجمعية كافل اليتيم برج بو عريريج ونوع النشاط الذي يساهم في هذه الجمعية هو معرض الكتاب

نرى من خلال ما وضعنا أن الهدف الأول المتمثل في التعرف على أنشطة العلاقات العامة التي

تمارسها جمعية كافل اليتيم لولاية برج بو عريريج تحقق حيث نرى أن اهم الانشطة التي تعتمد عليها جمعية كافل اليتيم المتمثلة في المنتديات. الندوات المعارض. المؤتمرات الرحلات الترفيهية... وغيرها من الأنشطة الاخرى من اجل القيام بعملها والتواصل مع جماهيرها الداخلية والخارجية من اجل ايصال مختلف المعلومات

أما الهدف الثاني والمتمثل في التعرف على أهم الوسائل الاتصالية المستخدمة من طرف ج ك اليتيم

لولاية برج بو عريريج للقيام بأنشطة العلاقات العامة قد تحقق حيث كانت من أهم الوسائل استخداما للتعريف بنشاطاتها هي المصققات الحائطية التي يتم نشرها بمختلف الأماكن بالأخص الاماكن التي يتواجد فيها عدد كبير من الجماهير واعتمادها كذلك على المطويات والاعلان في الاذاعة المحلية كوسائل اتصالية للقيام بأنشطتها وكذلك لديها صفحة فايسبوك خاصة بها نظرا لسرعة وصوله إلى مختلف شرائح المجتمع اما الهدف الثالث والرابع والخامس المتمثلة في محاولة إبراز مدى أهمية وضرورة أنشطة العلاقات

العامة داخل جمعية كافل اليتيم لولاية برج بو عريريج من أجل سيرورة عملها بشكل أفضل والخروج بنتائج تساعد الجمعية في معرفة أي الأنشطة التي تزيد من شهرتها لدى الجماهير الخارجية وكسب ثقتهم

وتأييدهم ومعرفة كيفية استغلال أنشطة العلاقات العامة من اجل ايصال رسالة الجمعية الى جماهيرها المختلفة فقد تحققت حيث تبين ان أنشطة العلاقات العامة ذات أهمية بالغة في تسيير عمل الجمعية ولا تتخلى عليها الجمعية في القيام بمختلف نشاطاتها ومنه فهي ضرورية لسير عملها بشكل أفضل ومنه تساهم في ايصال رسالة الجمعية الى جماهيرها المختلفة وهكذا تتشكل صورة ذهنية إيجابية عن الجمعية ومنه غاية الجمعية ليست الربح وتحقيق منفعة مادية وانما تقديم مساعدات مختلفة وتقديم منافع معنوية

- اما الهدف السادس المتمثل في التعريف باهم العوائق التي تواجهها ج ك اليتيم بروج بوعريريج ومحاولة إيجاد الحلول للمشاكل التي تعالجها سواء كانت الداخلية او الخارجية . - كما لاحظنا انا نقص الدعم المالي من الدولة وعوائق ادارية اخرى يؤثر على عملها بشكل مستمر.

سنتناول نتائج الدراسة في ضوء الاطار النظري التي جاءت كما يلي :

حيث تناولنا في الفصل الثاني العلاقات العامة ومفاهيمها واهم المبادئ المتعلقة بنشاط العلاقات العامة ومفاهيمها واهم المبادئ المتعلقة بممارسة نشاط العلاقات العامة وهذه الأخيرة اساس نجاح الجمعية وباعتبار اغلب اعمالها مبنية على علاقتها الوطيدة مع رجال اعمال وناس الخير... الخ - ان أنشطة العلاقات العامة جزء لا يتجزأ من الوظائف التي تقوم بها الجمعية في مختلف نشاطاتها - ان أنشطة العلاقات العامة داخل الجمعية تواجه العديد من العوائق من بينها التكاليف المالية. تكريس العامل البشري وتجهيزه بصورة جيدة. تقديم التراخيص من

طرف السلطات المختصة وكذلك تناولنا اهم وسائل أنشطة العلاقات العامة التي تساهم في الإبقاء على الصورة الجيدة والمكانة التي احتلتها

وباعتبار ان العمل في الجمعية هو عمل تطوعي لا يهدف الى الربح وان المجتمع الجزائري بحاجة الى قطاع العمل التطوعي اللاربحي وهذا ماتطرقنا له من خلال دراستنا.

يهتم جهاز العلاقات العامة في جمعية كافل اليتيم بالعديد من الأنواع و الأشكال الإتصالية في تفعيل العمل الجموعي الخيري، و من خلال موضوعنا المدرج حول أنشطة العلاقات العامة و دورها في تفعيل العمل الجموعي الخيري من طرف جمعية كافل اليتيم لولاية برج بوعريريج.

- نرى أن الأنشطة الأكثر اعتمادا في التواصل مع المجتمع الخارجي هي المعارض.
- إن أغلب نشاطات الجمعية تقام داخلها
- إن الوسائل التي يعتمد عليها أعضاء الجمعية للإعلان عن أي جديد ينشط داخلها تكون عن طريق الملصقات الحائطية.
- إن نشاط كل جمعية يزداد في أوقات الأعياد و المناسبات الدينية.
- تمكن أنشطة العلاقات العامة في جذب متطوعين جدد.
- تؤثر الصور التي تنشر في الحالات التي تحتاج مساعدة على الجماهير الداخلة بشكل كبير.
- تستعين الجمعية بوسائل الإعلام للتعريف بنشاطاتها.
- تسعى الجمعية جاهدة إلى نقل انشغالات المواطنين إلى المسؤولين.
- تم تطبيق أنشطة العلاقات العامة أثناء ممارسة نشاطها بشكل متوسط بسبب نقص الوعي الجموعي و نقص التحسيس.
- إن جمع التبرعات هي من أهم العوائق الإدارية و المالية التي تواجه جمعية كافل اليتيم الخيرية بولاية برج بوعريريج.

- تساهم الأنشطة المقامة داخل و خارج الجمعية في التحصيل المالي لها و النشاط الأكثر مساهمة هو معرض الكتاب.

توصيات واقتراحات:

من خلال الدراسة التي قمنا بها حول أنشطة العلاقات العامة ودورها في تفعيل العمل الجماعي الخيري يمكن تسجيل الاقتراحات والتوصيات التالية:

محاولة استقطاب متخصصين في الاعلام بصفة عامة وفي العلاقات العامة بصفة خاصة لتنظيم اجتماعات دورية بين أعضاء الجمعية من اجل مناقشة أهم المستجدات واخذ قرارات تخص سير عمل الجمعية في كل مرة تقام فيها هذه الاجتماعات التعامل الأكثر على وسائل الاعلام لما لهذه الأخيرة من تأثير وجعل من المعلومات المعروضة فيها أكثر مصداقية وضع خلية اصغاء واستماع لكل من أعضاء الجمعية والجمهور الخارجي من اجل معرفة نظرة الأطراف ومن خلالها تحسين عمل الجمعية

تكتيف اكثر لأنشطة العلاقات العامة حتى في الأيام العادية وليست وقت الأزمات فقط من اجل تلقي الدعم من المجتمع - دحض الشائعات التي ترون أنها تؤثر على سمعة الجمعية بسرعة من اجل ان لا تؤثر على سمعة المؤسسة - القيام بحملات توعوية من اجل التأثير على مختلف الجماهير من اجل تلقي الدعم المالي محاولة اقناع المسؤولين وخاصة المحليين منهم (رئيس البلدية ) لأهمية هذا النوع من الجمعيات الذي يساهم في دعم التضامن الاجتماعي بتوفير مقرات للممارسة مختلف الأنشطة التي تقوم بها الجمعية

خاتمة



## الخاتمة

إن تضافر الجهود في العمل الجمعوي سواء بالمال أو بالوقت أو بالخبرة و حتى العلم هي من أهم الصفات الإنسانية التي لازمت المجتمع الإنساني عبر العصور و زكتها جميع الأديان السماوية و الأعراف البشرية و الفئات الضعيفة في المجتمع ، و هذا ما تطرقنا إليه في العمل الجمعوي الخيري التطوعي الذي تقدمه جمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج في سبيل حياة اجتماعية مريحة ، و هذا من خلال شعارها كيف أكفل يتيما ، و عملها المنظم القائم على منهجية علمية و عملية و كسبها لثقة الجمهور الخارجي و ترسيخ صورة ذهنية جيدة دامت لسنوات و لا زالت مستمرة .

و أخيرا نرجو ان تكون دراستنا قد أعطت فكرة واضحة عن دور أنشطة العرقات العامة في العمل الجماعي الخيري و معرفة كيف يساهم هذا العمل في رفع الغبن على الفئات المحتاجة و المحرومة ، و الفئات التي يهتم بها من خلال مجموع الجهود المبذولة و البرامج المسطرة و الاعمال الداعمة .

# قائمة المراجع

قائمة المراجع :

- انعام حسن أيوب، زاهر عبد القادر جميل، فارس محمد مقداد، مصطفى يوسف كافي، 2016،  
العلاقات العامة و الإتصال في الخدمة الاجتماعية، طبعة 1، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان  
الأردن.
- خيضر شعبان، 2007، مصطلحات في الإعلام و الإتصال، دار اللسان العربي و التوزيع،  
الجزائر.
- أوهابيه فتيحة، 2012، الإتصال الجمعي (إشكاليات النظرية)، مكتبة كنوز الحكمة، الجزائر.
- عبد الله محمد عبد الرحمان، 2001، إدارة المؤسسات الاجتماعية بين الإتجاهات النظرية و  
الممارسات الواقعية، دار المعرفة الجامعية، بيروت.
- أديب اللجمي، 1996، الحيط معجم اللغة العربية، طبعة 3، الحيط، لبنان، بيروت.
- ابن منظور الأنصاري، 1968، معجم لسان العرب، مجلد 2، الجزء 9.
- محمد عبد الرحمان و آخرون، 2012، المعجم الشامل في ترجمة مصطلحات علم الاجتماع و  
علم النفس الاجتماعي، دار الوفاء الإسكندرية.
- أحمد مختار عمر، 2008، معجم اللغة العربية المعاصرة، مجلد 1، عالم الكتب، القاهرة، مصر.
- عبد المعطي محمد عساف، محمد فالصالح، 2003، أسس العلاقات العامة، دار الحامد،  
الأردن، عمان.
- محمد زيان عمر، 1998، البحث العلمي منهجه و تقنياته، طبعة 1، مطبعة خالد حسين  
الطرايشي، الرياض، السعودية.
- سهيل رزق دياب، 2003، مناهج البحث العلمي، غزة، فلسطين.

- محمد أحمد، 2010، إعداد و تنظيم الإجتماعات و المؤتمرات و الحفلات، طبعة 1، زمزم ناشرون و موزعون، عمان ، الأردن.
- عجوة علي، عتران محمد، 2008، فن العلاقات العامة،
- يحي بدر الحديد علي، 2010، واقع دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام، تخصص إعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن.
- جميل أحمد خضر، 1998، العلاقات العامة، دار الميسرة للنشر و التوزيع، مصر.
- فرجاني علي، 2019، العلاقات العامة و الاستراتيجيات الاتصال، أجمد للنشر و التوزيع.
- حاج أحمد كريمة، 2017-2018، العلاقات العامة و تطبيقاتها التكنولوجية الحديثة في المؤسسات الإتصالية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في المدرسة الدكتورالية للعلوم الاجتماعية و الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران 2، الجزائر.
- حمامة بلخيري، 2018-2019، دور الإدارة الإلكترونية في تعزيز أنشطة العلاقات العامة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي ، الجزائر.
- الديلمي عبد الرزاق، 2015، العلاقات العامة و إدارة الأزمات المسيرة، طبعة 2، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن.
- محمد عبد الفتاح محمد، 2006، العلاقات العامة بمنظمات الرعاية الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر.

- شينون حمد، مرابط اليامنة، 2018، النشاط الجمعوي لجمعية نور اليتيم و دورها في الحد من البطالة بولاية تمنراست، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية و الاقتصادية، مجلد7، جامعة عبد الحميد مهري، قسنطينة، الجزائر.
- عب الرافع موسى، 1994، الجمعيات الأهلية و الأسس التي تقوم عليها و مدى تجارية أعمالها و إكتسابها صفة تاجر، دار النهضة العربية، مصر.
- با أحمد رحمة، 2018، الجمعيات الخيرية و سبل تطورها الموارد و الأهداف، مجلة الإجتهد للدراسات القانونية، مجلد7، العدد4، المركز الجامعي، تمنراست، الجزائر.
- كوندة سلمى، بن سباع صليحة، 2019، إسهامات الجمعيات الخيرية في تحقيق التنمية الاجتماعية للمجتمع الجزائري، مجلة الدراسات في علوم الانسان و المجتمع الجزائري، مجلد2، جامعة محمد لين دباغين، سطيف، الجزائر.

الملاحق

## بطاقة فنية لجمعية كافل اليتيم:

- ✓ التأسيس: يعود تأسيسها إلى عام 2001.
- ✓ الأعضاء: 35.
- ✓ عدد الفروع على مستوى ولاية برج بوعرييج: 28.
- ✓ المدير: سبلي كمال.
- ✓ المقر: حي 1044 مسكن قطعة بجوار القطاع الصحي "برج بوعرييج".
- ✓ رقم الحساب البنكي: BDL N : 329 418 50771 0018
- ✓ رقم الحساب البريدي: ccp N° : 7553378 clé 61
- ✓ الهاتف: 035.72.43.22، النقال: 06.70.41.88.53، 07.72.88.41.53
- ✓ البريد الإلكتروني: mailhossam5@gmail.com
- ✓ أهدافها: رعاية شؤون الأرملة والأيتام على مستوى ولاية "برج بوعرييج".
- ✓ غايتها: تضمن الكفالة المادية بـ 1050 مبلغ شهري، 03 آلاف دينار للشهر.
- ✓ رؤيتها: إضافة إلى كفالة الطلبة الجامعيين من الأيتام.
- ✓ شعارها: كيف أكفل يتيما.
- ✓ رسالتها: حيث لا يقهر اليتيم ولا تخان الأرملة.
- ✓ الفئة المتكفل بها: الأيتام، الأرملة، الطلبة الأيتام، وكل محتاج.
- ✓ أنشطتها: قفة رمضان، قفة رمضان على مدار أيام السنة، أضحية العيد، وتوزيع اللحوم، كسوة العيد، المحفظة المدرسية، مشروع الترميم، جهاز العروس، رعاية الطلبة، المخيم الصيفي، عمرة للأرملة، الكفالة، الرعاية النفسية، الدعم المدرسي، التكوين المهني، وغيرهما...



## أسئلة المقابلة

جمعية كافل اليتيم جمعية وطنية.

- 1- متى تأسس فرع جمعية كافل اليتيم بولاية برج بوعرييج؟
- 2- هل لها امتداد على المستوى المحلي؟ (دوائر وبلديات برج بوعرييج).
- 3- هل تؤدي الجمعية كل أعمالها الموجهة لهذه الفئة (الايتام)؟
- 4- ما نوع المساعدات المقدمة؟ هل هي مناسباتية (رمضان، ...)?
- 5- ما نوع الأنشطة التي تستخدمها الجمعية في التواصل مع الجمهور الخارجي؟ (نماذج كارت فيزيت...)
- 6- ما هي التظاهرات التي تشارك فيها الجمعية؟ وهل لها صدى لهذه الجماهير الخارجية؟
- 7- هل ترى أن هذه الأنشطة (المعارض، الزيارات ...) كافية؟
- 8- كيف يتم التنسيق والتشاور في إقامة النشاطات مع الفروع الأخرى المنتشرة محليا؟
- 9- ما الاستراتيجية المستقبلية التي يمكن أن تتبناها الجمعية في التواصل مع الجمهور الخارجي؟
- المقصود بالسؤال: هل لديكم أنواع من التظاهرات والزيارات باستخدام التكنولوجيا الحديثة؟
- 10- ما هي أهم العوائق الإدارية التي يواجهها المسؤول على الجمعية؟ (عوائق إدارية، عوائق مالية)
- 11- ماهي المطالب أو ما هو المطلب الذي ترغبون في تحقيقه؟
- 12- ما هو المشكل المتكرر الذي تواجهونه دائما في كل المناسبات؟

استمارة استبيان حول موضوع :

أنشطة العلاقات العامة و دورها في تفعيل العمل  
الجموعي الخيري  
دراسة ميدانية على جمعية كافل اليتيم الخيرية  
- برج بو عريريج -

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال  
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

تحت اشراف الأستاذ:  
بلعباس عبد الحميد

إعداد الطالبان :  
➤ شادي أشواق  
➤ بودشيشة نوال

**ملاحظة :** نضع بين أيديكم هذه الاستمارة المتواضعة راجين منكم الإجابة عليها  
بعناية بوضع علامة ( X ) في الخانة التي ترونها مناسبة ، علما أن المعلومات التي  
ستدلون بها لا تستعمل إلا في اطار البحث العلمي

السنة الجامعية: 2022/2021

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس:

ذكر  أنثى

2- السن:

من 18 إلى 23 سنة  من 24 إلى 28 سنة  من 30 إلى 35 سنة   
36 سنة فما فوق

3- تاريخ الانخراط في الجمعية:

3-0  6-3  9-6

4- ما هو المنصب الذي تشغله داخل الجمعية؟

رئيس  نائب  كاتب  .....   
مساعد  عضو

5- المستوى العلمي:

ثانوي  جامعي  أكثر  بدون مستوى

المحور الثاني: الأنشطة المعتمدة من طرف جمعية كافل اليتيم "لولاية برج بوعريريج" من أجل تفعيل العمل الجمعي

1- ما هي الأنشطة التي تعتمد عليها الجمعية في التواصل مع المجتمع الخارجي؟

الملتقيات  الندوات  المعارض  المؤتمرات   
الرحلات الترفيهية  الاجتماعات  الاحتفالات

2- أين يتم تنظيم هذه الأنشطة؟

على مستوى الجمعية  خارج الجمعية

- في حالة خارج الجمعية أين؟

المركز الثقافي  قاعة رياضة

أخرى تذكر .....

3- ما هي الوسائل التي يعتمد عليها أعضاء الجمعية للإعلان عن أي جديد ينشط داخل الجمعية؟

عن طريق مطويات تضم أهم نقاط العمل الجديد  عن طريق ملصقات حائطية

عن طريق الإعلان في الإذاعة  عبر الحساب الخاص بها في الفيسبوك

4- متى يريد نشاط عمل الجمعية مقارنة بالأيام العادية؟

الأعياد الوطنية  الأعياد والمناسبات الدينية

أخرى تذكر .....

5- ما مدى مساهمة هذه الأنشطة في خدمات الجمعية؟

بشكل كبير  بشكل متوسط  بشكل ضعيف

المحور الثالث: أنشطة العلاقات العامة وتأثيرها على الجماهير الداخلية لجمعية كافل اليتيم "لولاية برج بوعريريج"

1- هل تمكنت أنشطة العلاقات العامة في جذب متطوعين جدد؟

بشكل كبير  بشكل متوسط  بشكل قليل

2- هل تأثير الصور التي تنشرها في الحالات التي تحتاج مساعدة على الجماهير الداخلية؟

نعم  لا

3- هل أنشطة العلاقات العامة فتحت المجال أمام الأفراد للانضمام في هذه الجمعية؟

نعم  لا  إلى حد ما

4- هل تستعين الجمعية بوسائل الإعلام للتعريف بنشاطاتها؟

نعم  لا

5- هل يمكن للجمعية أن تكون وسيط فعال في نقل انشغالات المواطنين إلى المسؤولين؟

بشكل كبير  بشكل متوسط  بشكل قليل

6- ما مدى تطبيق الجمعية لأنشطة العلاقات العامة أثناء ممارسة نشاطاتها؟

طبقتها بشكل كبير  طبقتها بشكل متوسط  لم تطبقها

المحور الرابع: المعوقات التي تواجه أنشطة العلاقات العامة داخل الجمعية كافل اليتيم "لولاية برج بوعريريج"

1- في نظرك ما سبب نقص الوعي الجمعي؟

نقص التحسيس  اللامبالاة

أخرى تذكر .....

2- ما هي أهم العراقيل التي تحد في نشاط الجمعية حسب رأيك؟

نقص المساهمين (المتبرعين)  التضيق (السلطات المحلية)

3- ما هي أهم العوائق الإدارية التي تواجه عمل الجمعية؟

جمع التبرعات  عدم كفاءة أعضاء الجمعية

4- هل تساهم الأنشطة المقامة في التحصيل المالي للجمعية؟

نعم  لا

إذا كانت الإجابة بـ "نعم" ما نوع النشاط الذي يساهم في ذلك؟

معرض كتاب  بيع المرسومات  لوحات فنية



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## جمعية كافل اليتيم الخيرية

لولاية برج بوعريريج

رقم الإعمار: 119/2001

## مشروع كفالة اليتيم

حيث لا يفهر اليتيم... ولا تهان الأرملة

PESSIBNER  
MAILHOSSAM5@GMAIL.COM



## فضائل الكفالة

- كفالة اليتيم تؤدي إلى رفقة الرسول صلى الله عليه وسلم
- تعود على صاحبها بالأجر الجزيل والفضل العظيم في الحياة الدنيا والآخرة
- كفالة اليتيم ببركة عظيمة تحل على الكافل وتزيد في رزقه
- كفالة اليتيم تطيب للخاطر وورقة للقلوب

## سَكَرَ خَاَصِرٌ

من أعماق قلوبنا نوجه شكرا مشفوعا بالإمتنان والتقدير إلى اصحاب الايادي البيضاء الذين جادت ايديهم بالخير وأنفسهم الكريمة ، بالبذل والعطاء إسعادا لأبنائنا الأيتام ، ونقول لكم لمن ساهم وقدم واعطى سترون ثمار أعمالكم ، أجورا عند بارئكم ، وصحة في أجسادكم ، وبركة في أولادكم ، اوراقكم وطمانينة في نفوسكم بإذنه تعالى



مركز الجمعية

تجزئة 1044 قطعة · جوار القطاع الصحي

برج بوعريريج

رقم التليفون : 0772 88 4153 / 0670 4188 53

رقم الحساب :

BDLN : 329 418 50771 0018

CCP N : 7553378 Cle 61



Tel : 03 776 80 95 18

• تغطية المتطلبات الضرورية  
للأيتام بكفالة شهرية  
دائمة

• إيجاد سند يرعاهم ويدخل  
الفرحة والسرور عليهم

## طريقة التكفل

• ملء الإستمارة الخاصة بالكفالة  
من طرف الكفيل تجدونها في مقر الجمعية  
أو في صفحتنا على الفيسبوك

جمعية كافل اليتيم الخيرية برج بوعريش

• تسديد مبلغ الكفالة نقدا عن طريق  
الجمعية أو حساب الجمعية

• تسديد مبلغ الكفالة شهريا أو لمدة  
6 أشهر أو مدة سنة كاملة

• التقرب من مكاتبنا المتواجدة عبر  
بلديات الولايات



يعتبر مشروع الكفالة العمود الفقري للنشاط الاجتماعي والخيري للجمعية  
والذي أطلقتها الجمعية سنة 2015 وذلك بتحديد مبلغ شهري لكل يتيم  
لا يقل عن 8000 دج

ولقد لاقى هذا المشروع نجاحا كبيرا وتجاوبا واسعا لدى كل فئات المجتمع  
وهذا الرسم يظهر مدى تطور مشروع الكفالة منذ إنطلاقه

تطور عدد الأيتام المكفولين حسب السنوات



## الهدف من المشروع

- تحقيق التكافل الاجتماعي المنشود
- تحصيل وحماية الأيتام وتضرعها لرعاية أيتامها



بنك الأردن الإسلامي

## جمعية كافل اليتيم الخيرية

لولاية برج بوعريريج  
رقم الاعتماد : 119/2001

• حيث لا يفهر اليتيم... ولا تُهان الأرملة...



قال الله تعالى :

وَيُخَشِّئُ الَّذِينَ يُؤْتِرْكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَةً ضَعُفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

انوار كافل اليتيم الخيرية

وأشاروا لسباياهم والوسطى وفرج بينهما شيئا

البنك الوحيد الذي له فروع في الدنيا والآخرة  
هو **بنك الصدقة**

تودع فيه في دنياك وتسحب منه  
في آخرتك



الصدقة تدفع البلاء  
وتطفى غضب الله وتبارك في المال  
وخير ما يهدى للميت  
وتظل صاحبها يوم القيامة  
وسبب سرور وأنسراح المسلم  
ومن المبشرات بحسن الخاتمة



مقر الجمعية :

تجزئة 1044 قطعة ، بجوار القطاع الصحي  
برج بوعريريج

رقم النقال :

0772 88 4153 / 0670 418853

رقم الهاتف :

035 72 43 22

رقم الحساب :

BDL N : 329 418 50771 0018  
CCP N : 7553378 Cle 61

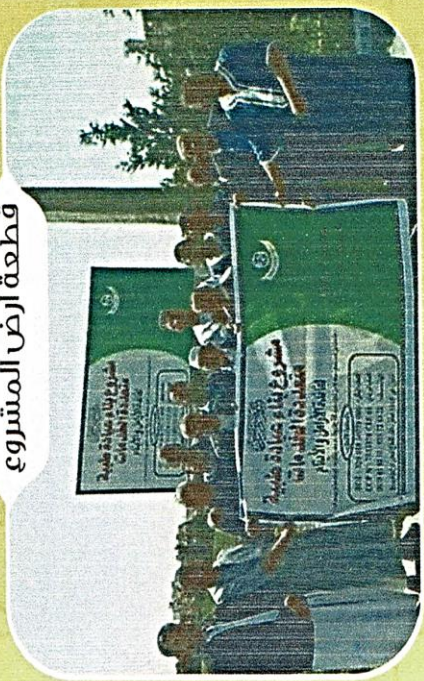


MAJALHOSSAM@EMAIL.CO.JO

مشروع العيادة  
الطبية

يعتبر مشروع العيادة الطبية متعددة الخدمات هو  
المشروع الاول من نوعه على المستوى الوطني

قطعة أرض المشروع



هذه قطعة الارض من طرف محسن جزاه الله خيرا  
مساحتها 720 م الواقعة بجزيرة داودي ابراهيم امام ثانوية  
فرحات عباس حيث تم وضع حجر الأساس





## النشاطات التربوية والثقافية :

تكريم حفظة القرآن :



المخيم الصيفي :



الرحلات :



زيارة الجمعية لمقر الجمعية :



أقامة الندوات التكوينية :



## النشاطات التربوية والتكوينية :

الإعلاء الآلي :



الخطبة :



الحلويات والطبخ :



تحفيظ القرآن :



الروضة :



الحاqqة :



النسج والحزق :



دروس الدعم :



- إقامة ندوات وأيام دراسية حول أسباب اليتيم وكيفية التقليل منه
- المشاركة في المخيمات الصيفية لصالح اليتيم حماية اليتيم والمجتمع من الإضرار
- الوعي لضمان تكوين مهني وحرفي لصالح اليتيم في مجالات وتخصصات مختلفة
- الوعي لإبرام إتفاقات مع الأطباء والمؤسسات الصحية من أجل ضمان العلاج للأرامل واليتيم
- العمل على إنشاء عيادة طبية لفائدة الأرملة واليتيم والمرضى عموما مستقبلا
- إنشاء فضاءات للتربية والتطعيم والتكوين المهني

## نشاطات الجمعية

### النشاطات الاجتماعية :

تزيين وتجهيز المساكن :



قفة رمضان :



أفصحة العيد :



إحتفال الزوار :



القطر الجماعي للأيام :



المحفلة المدرسية :



العلاج المجاني :



الزيارات الميدانية لأسر الأيتام :



كسوة العيد :



مشروع الكفالة :



## تعريف الجمعية

جمعية كفا لليتيم الخيرية تنشط في ولاية برج بوعريش وهدفتها أساسا هو رعاية اليتيم ماديا ومعنويا والتنسيق مع السلطات والمعنيين للتكفل بالأرامل والأيتام وضمان حياة كريمة لهم

## مبادئ الجمعية

التكافل :

قال رسول الله ﷺ :

أنا وكافل اليتيم في الجنة كهاتين ، اشا رب السبابية والوسطى وفرج بينهما شيئا ، رواه البخاري

التراحم :

قال رسول الله ﷺ :

من لا يرحم الناس لا يرحمه الله ، متفق عليه

التعاون :

قال الله تعالى :

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالتَّوَدُّانِ

المادة 02

## أهداف الجمعية

- رعاية اليتيم ماديا ومعنويا
- الوعي لدى المحسنين من مساعدة اليتيم
- برمجته دراسي الدعم في مختلف المستويات الدراسية
- إيجاد لكل يتيم مكفيل من اصحاب البر والإحسان
- إعانة اليتيم في مشروع العمل والتزواج
- التنسيق والتعاون مع السلطات والجمعيات للتكفل باليتيم

## جمعية كافل اليتيم الخيرية

- برج بوكرييج -

رقم الإعتداد : 2001/119



تكاظم - تراحم - تعاون

قال رسول الله ﷺ

أَكْفَلُ الْيَتِيمِ فِي الْجَنَّةِ هَكَذَا

### أعمالنا لفائدة اليتيم و الأرملة



3000 دج  
شهريا

أكفل يتيم بـ:

الحساب البريدي :

CCP N°: 7553378 CLE 61

الحساب البنكي :

BDL : 329 418 50771 000

الهاتف: 035 72 43 22 / 0670 41 88 53

العنوان : تجرئة 1044 قطعة بمحاذاة القطاع الصحي 1044 البرج

### أهداف الجمعية :

- ❖ رعاية اليتيم ماديا ومعنويا
- ❖ السعي لدى المحسنين من مساعدة اليتيم
- ❖ التنسيق والتعاون مع السلطات والجمعيات للتكفل باليتيم
- ❖ برمجة دروس للتقوية في مختلف المستويات الدراسية
- ❖ إيجاد لكل يتيم كفيل من أصحاب البر والاحسان
- ❖ إنشاء دار اليتيم مستقبلا
- ❖ اعانة اليتيم في مشروع العمل والزواج
- ❖ إقامة ندوات وأيام دراسية حول أسباب اليتيم وكيفية التخلص منه
- ❖ المشاركة في المخيمات الصيفية لصالح اليتيم
- ❖ حماية اليتيم والمجتمع من الانحراف
- ❖ ضمان تكوين مهني وحرية لصالح اليتيم



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
People's Democratic Republic of Algeria  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministry of Higher Education and Scientific Research

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
People's Democratic Republic of Algeria  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministry of Higher Education and Scientific Research  
جامعة محمد بوضياف بالسبلة  
University Mohamed Boudiaf of M'sila



Faculty of Humanities and Social Sciences  
Vice-Dean of the College for Studies and  
Student Affairs

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
نائب العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة

وثيقة ايداع مذكرة ماستر

الموضوع: **استشهاد العلاقات العامة بوسائل تفعيل العقل الجمعي الخيري**  
دراسة ميدانية لمصطفى كمال الشيم والوليد بوجوهر وعبد الرحيم

إعداد الطلبة:

171735093799

رقم التسجيل

شادي شواق

1

11128012031200137947

رقم التسجيل

يونس شحات توال

2

التخصص: **العلاقات العامة**

القسم: **علوم الإعلام والاتصال** الشعبة: **1**

الرقبة: **استاذ محاضر**

إشراف: **بوعباس عبد الحميد**

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي 2020-2021 وأسمح بإيداعه على مستوى إدارة القسم للمناقشة.

رئيس فريق الاختصاص

موافقة وامضاء المشرف(ة):



د. بلعياض عبد الحميد

Web site: <http://virtun-campus.univ-mailla.dz/facshs/>  
Face book: <https://www.facebook.com/facshs.univmailla/>  
Tel/Fax: +213 35 35 3044

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى ادناه :

السيد(ة): شاذلي بشواق

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دائم): طالب

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 119990995093200000

الصادرة بتاريخ: 2017/01/25 عن دائرة: حمام الضلع

المسجل بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الاتصال الجماهيري تحت رقم التسجيل: 141435093729

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).

عنوانها: مذكرة ماستر تحت عنوان: أنشطة الإعلام ودورها في تفعيل

العمل الجماعي التوعوي

د. أستاذة أميرة لبيح كمال الشيم بولاية برج بو عرييج.

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة

الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 2022/06/05

امضاء المعني(ة):



المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى ادناه :

السيدة(ة): بوديشة نوال

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دائم): طالب

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 119811164044840008

الصادرة بتاريخ: 2019 / 04 / 29 عن دائرة: مجانة

المسجل بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: إتصال وعلاقات مجاعة تحت رقم التسجيل: MM/28.012.0218.00177947

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).

عنوانها: مذكرة ماستر في التسمية العلاقات العامة وبرهان في تحليل العمل الجوهري

دراسة ميدانية لجماعة كاهل اليتيم بولاية بوجاية

اصحح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة

الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 2022/06/05

امضاء المعني(ة):



المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.

## فهرس

|                              |   |
|------------------------------|---|
| إهداء .....                  |   |
| كلمة شكر و تقدير .....       |   |
| ملخص باللغة العربية .....    |   |
| ملخص باللغة الإنجليزية ..... |   |
| مقدمة: .....                 | ب |

### الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

|                                           |    |
|-------------------------------------------|----|
| 1 تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها: ..... | 5  |
| 2 أسباب اختيار موضوع الدراسة: .....       | 8  |
| 1-2 أسباب ذاتية: .....                    | 8  |
| 2-2 أسباب موضوعية: .....                  | 8  |
| 3 أهداف الدراسة: .....                    | 9  |
| 4 تحديد مفاهيم الدراسة: .....             | 9  |
| 1-4 تعريف العلاقات العامة .....           | 9  |
| 2-4 تعريف أنشطة العلاقات العامة : .....   | 11 |
| 3-4 تعريف الدور: .....                    | 12 |
| 4-4 تعريف العمل الجمعي الخيري: .....      | 12 |
| 5-4 تعريف الجمعيات الخيرية : .....        | 14 |
| 6-4 تعريف جمعية كافل اليتيم: .....        | 14 |
| 5 منهج الدراسة وأدواتها: .....            | 15 |

- 15..... 1-5 مفهوم المنهج المسحي: .....
- 15..... 2-5 مميزات المنهج المسحي: (زيان عمر، 1989، ص73) .....
- 16..... 3-5 عيوب المنهج المسحي: (نفس المرجع السابق، ص74) .....
- 16..... 4-5 أدوات المنهج المسحي:.....
- 18..... 6 مجالات الدراسة: .....
- 18..... 1-6 مجال الزمني: .....
- 18..... 2-6 المجال المكاني : .....
- 19..... 3-6 المجال البشري : .....
- 19..... 7مجتمع البحث : .....

#### الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- 23..... 1-المبحث الأول : مدخل للعلاقات العامة .....
- 23..... 1-1المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة .....
- 24..... 2-1المطلب الثاني : المبادئ المتعلقة بممارسة نشاط العلاقات العامة:.....
- 26..... 2-المبحث الثاني: أنشطة العلاقات العامة ووسائلها في العمل الجمعي الخيري.....
- 26..... 1-2 المطلب الأول: المحاور الرئيسية لنشاط العلاقات العامة في العمل الجمعي الخيري.....
- 30..... 2-2 المطلب الثاني: وسائل العلاقات العامة.....
- 36..... 3-2 المطلب الثالث: العمل الجمعي الخيري.....
- 36..... أولاً : النشاط الجمعي.....
- 37..... ثانيا: العمل الجمعي الخيري.....

#### الفصل الثالث : الإطار الميداني للدراسة

- 41..... 1-الإطار الزمني: .....

|         |                              |
|---------|------------------------------|
| 41..... | 2- الاطار المكاني:           |
| 42..... | 3- أسئلة المقابلة :          |
| 43..... | 4- تحليل أسئلة المقابلة :    |
| 44..... | 5- تحليل الإستمارات :        |
| 64..... | 6- نتائج الدراسة .....       |
| 69..... | توصيات واقتراحات:            |
| 71..... | الخاتمة .....                |
| 74..... | قائمة المراجع :              |
| 78..... | الملاحق .....                |
| 92..... | فهرس .....                   |
| 92..... | فهرس الجداول و الأشكال ..... |



## فهرس الجداول

- الجدول رقم (01): يوضح جنس العينة ص 44
- الجدول رقم (02): يوضح سن العينة ص 45
- الجدول رقم (03): يوضح تاريخ انخراط العينة في الجمعية ص 46
- الجدول رقم (04): يوضح المنصب الذي تشغله العينة داخل الجمعية ص 47
- الجدول رقم (05): يوضح المستوى العلمي لكل واحد من العينة ص 48
- الجدول رقم (06): يوضح الأنشطة المعتمدة من طرف الجمعية للتواصل مع المجتمع ص 49
- الجدول رقم (07): يوضح مكان تنظيم أنشطة الجمعية ص 50
- الجدول رقم (08): يوضح الوسائل التي يعتمد عليها أعضاء الجمعية للإعلان عن أي جديد ص 51
- الجدول رقم (09): يوضح المناسبات التي تنشط فيه الجمعية مقارنة بالأيام العادية ص 52
- الجدول رقم (10): يوضح مدى مساهمة الأنشطة المناسباتية مقارنة بالأيام العادية ص 53
- الجدول رقم (11): يوضح مدى مساهمة أنشطة العلاقات العامة في جذب متطوعين جدد ص 54
- الجدول رقم (12): يوضح مدى تأثير الصور المنشورة في الحالات التي تحتاج مساعدة على ص 55
- الجدول رقم (13): يوضح أنشطة العلاقات العامة وفتح المجال أمام الافراد للانخراط في ص 56
- الجدول رقم (14): يوضح علاقة الجمعية بوسائل الاعلام للتعريف بنشاطاتها ص 57
- الجدول رقم (15): يوضح الدور الإيجابي الذي تلعبه الجمعية في نقل انشغالات المواطنين الى ص 58
- الجدول رقم (16): يوضح مدى تطبيق الجمعية لأنشطة العلاقات العامة أثناء ممارسة ص 59
- الجدول رقم (17): يوضح سبب نقص الوعي الجماعي ص 60
- الجدول رقم (18): يوضح أهم العراقيل التي تحد من نشاط الجمعية ص 61
- الجدول رقم (19): يوضح أهم العوائق الإدارية التي تواجه عمل الجمعية ص 62
- الجدول رقم (20): يوضح مساهمة الأنشطة المقامة في التحصيل المالي للجمعية ص 62
- الجدول رقم (21): يوضح النشاط الأكثر مساهمة في التحصيل المالي للجمعية ص 63

## فهرس الأشكال

44 ص  
45 ص  
46 ص  
47 ص  
48 ص  
49 ص  
50 ص  
51 ص  
52 ص  
53 ص  
54 ص  
55 ص  
56 ص  
57 ص  
58 ص  
59 ص  
60 ص  
61 ص  
62 ص  
63 ص  
64 ص

الشكل رقم 1  
الشكل رقم 2  
الشكل رقم 3  
الشكل رقم 4  
الشكل رقم 5  
الشكل رقم 6  
الشكل رقم 7  
الشكل رقم 8  
الشكل رقم 9  
الشكل رقم 10  
الشكل رقم 11  
الشكل رقم 12  
الشكل رقم 13  
الشكل رقم 14  
الشكل رقم 15  
الشكل رقم 16  
الشكل رقم 17  
الشكل رقم 18  
الشكل رقم 19  
الشكل رقم 20  
الشكل رقم 21