

دور الاتصال العمومي في تنشيط الوسط الشباني:

دراسة ميدانية بمديرية الشباب والرياضة لولاية مستغانم

*The Role of Public Communication in Activating the Youth Environment:
 A Field Study at the Directorate of Youth and Sports in Mostaganem*

طواولة أوسامة

¹ جامعة مستغانم (الجزائر)، oussamatouaoula018@gmail.com

تاريخ القبول: 2025/09/20

تاريخ الإستلام: 2025/07/21

ملخص: خلصت هذه الدراسة إلى أن الحملات الإعلامية، باعتبارها نمطاً فرعياً من أنماط النظام الاجتماعي، تضطلع بوظائف وأدوار متنوعة تسهم في حل المشكلات ونشر الوعي، وذلك استجابة لتعقيدات الحياة الاجتماعية الحديثة وما أفرزته من آفات اجتماعية متنامية. وتبرز أهمية الحملات الإعلامية في قدرتها على مخاطبة جماهير متنوعة، وفي تأثيرها الواضح على تعديل السلوك الإنساني نحو الأهداف المرجوة من القائمين على الاتصال، كما تساهم في تشكيل الوعي الثقافي والاجتماعي والقيمي لدى فئات المجتمع، وعلى رأسها فئة الشباب. وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمنا المقابلة كأداة أساسية لجمع البيانات الميدانية، وذلك لفهم كيفية تفعيل الاتصال العمومي داخل المؤسسات، خاصة في ظل التوجهات الجديدة التي تشدد على قيم الحكم الراشد، والشفافية، والمشاركة المواطنة في السياسات العامة.

الكلمات المفتاحية: الاتصال العمومي؛ الحملات الإعلامية؛ المؤسسات العمومية؛ الشباب.

Abstract: This study concluded that media campaigns, as a sub-system of the broader social system, play various roles and functions that contribute to problem-solving and raising awareness, especially in light of the complex social life that has led to the emergence of numerous issues and social scourges. The significance of media campaigns lies in their ability to address diverse audiences and their major role in influencing human behavior in the desired direction set by the campaign organizers. They also play a fundamental role in shaping cultural, social, and value-based awareness among members of society, particularly the youth.

This study employed both descriptive and analytical methods and relied on interviews as the primary data collection tool to better understand how public communication is activated within institutions. The study highlights the importance of public communication as a key institutional practice within democratic societies that uphold the principles of good governance, transparency, citizen engagement, and participation in shaping and implementing public policies...

Keywords: Public communication, Media campaigns, Public institutions, Youth.

1. مقدمة

يُعتبر الاتصال العمومي من أبرز آليات التواصل المؤسساتي الحديثة في المجتمعات الديمقراطية، حيث يعكس انتقالاً نوعياً في نمط الحوكمة نحو مقاربة أكثر شفافية وتشاركية، تقوم على تعزيز انخراط المواطن في الشأن العام. ويُعنى هذا النمط الاتصالي بإشراك الأفراد في مختلف مراحل السياسات العمومية – من التخطيط إلى التنفيذ – عبر تزويدهم بمعلومات دقيقة وموثوقة تهم الصالح العام، بما يساهم في بناء علاقة تفاعلية تقوم على الثقة المتبادلة بين الدولة والمجتمع.

وفي هذا الإطار، أضحت الاتصال العمومي يشكل محوراً أساسياً في الخطابات والممارسات السياسية والإدارية الحديثة، لكونه يساهم في كسر البنية التراتبية التقليدية للعلاقة بين المؤسسات والمواطنين، ويؤسس لفضاءات تواصلية أفقية تضمن التداول الحر للمعلومة وتكفل مشاركة أوسع في صنع القرار العمومي. وقد انعكس هذا التوجه على اهتمامات الباحثين في مختلف التخصصات، لا سيما في ميادين العلوم السياسية والاجتماعية وعلوم الإعلام والاتصال، حيث بات الاتصال العمومي يُدرّس بوصفه أداة استراتيجية لتفعيل الديمقراطية التشاركية.

وانطلاقاً من هذا المنظور، تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف مدى إسهام الاتصال العمومي في تنشيط الفضاء الشباني داخل المؤسسة العمومية، من خلال دراسة ميدانية على مستوى مديرية الشباب والرياضة لولاية مستغانم، باعتبارها فاعلاً محورياً في تصميم وتنفيذ البرامج الموجهة لهذه الفئة الحيوية.

2. الإشكالية

يُنظر إلى الاتصال العمومي اليوم بوصفه وظيفة استراتيجية داخل المؤسسات العمومية، لما له من دور محوري في دعم الأهداف التنظيمية وتحسين جودة العلاقة مع المواطن. وقد ازدادت أهمية هذا الدور في ظل التوسع الكبير لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كقنوات اتصالية مؤثرة وفعالة، خاصة لدى فئة الشباب التي تُعد من أكثر الفئات تفاعلاً وتعرضاً لهذه الوسائط.

في هذا السياق، لا يقتصر الاتصال العمومي على مجرد نقل المعلومات، بل يتعداه إلى كونه أداة لتشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات، ووسيلة لتعزيز الثقة والانتماء لدى المواطنين، لا سيما الشباب منهم. ومن هنا تبرز الحاجة إلى دراسة مدى إسهام الاتصال العمومي في تحسين وتنشيط الوسط الشباني، من خلال تحليل استراتيجياته وأساليبه وتأثيره على تمثيلات الشباب تجاه المؤسسة العمومية.

بناءً على ما سبق، تتمثل الإشكالية المركزية التي تسعى هذه الدراسة إلى معالجتها في السؤال الآتي:

ما دور الاتصال العمومي في تحسين وتنشيط الوسط الشباني؟

التساؤلات الفرعية:

1. ما طبيعة الانطباعات التي يحملها المواطنون، وبوجه خاص فئة الشباب، تجاه المؤسسات العمومية؟
2. ما هي الأساليب والآليات المعتمدة في ممارسة الاتصال العمومي داخل المؤسسات والهيئات العمومية؟
3. كيف تُساهم قنوات الاتصال العمومي، التقليدية منها والحديثة، في تشكيل الصورة الذهنية لدى الشباب عن هذه المؤسسات؟

3. أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل دور الاتصال العمومي في تنشيط الوسط الشباني، وذلك من خلال تحقيق مجموعة من الأهداف الأساسية، تتمثل فيما يلي:

- التعرف على الكيفيات والأساليب التي تضمن نجاح الحملات الإعلامية وجعلها فعالة ومؤثرة لدى الجمهور المستهدف، خصوصاً فئة الشباب.
- رصد أبرز خصائص الاتصال العمومي وتحليل مدى مساهمته في تحسين وتطوير الفضاء الشباني داخل المؤسسات العمومية.
- تسليط الضوء على الدور الإيجابي للحملات الإعلامية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات الخدمية وتعزيز العلاقة بينها وبين المواطنين.
- استكشاف الوظيفة التربوية والتوعوية للاتصال العمومي، باعتباره وسيلة لإرشاد الجمهور نحو تبني مواقف وسلوكيات إيجابية تخدم المصلحة العامة.
- إبراز الدور المجتمعي للاتصال العمومي في بناء مجتمع مدني متحضر وسليم، تُساهم الدولة من خلاله في تحقيق أهدافها التنموية.
- الإسهام في دراسة البعد الاجتماعي للاتصال العمومي، باعتباره عملية لبناء اتصال اجتماعي يعزز النقاش العمومي حول القضايا المشتركة، انطلاقاً من وعي الفرد بمسؤوليته داخل المجتمع.

4. منهج الدراسة:

انطلاقاً من طبيعة الموضوع وأهداف البحث، تم اعتماد المنهج الوصفي في تحليل الإطار النظري للدراسة، لما يتيح من وصف شامل لظاهرة الاتصال العمومي وتحديد أبعاده ومظاهره داخل المؤسسة العمومية. كما تم توظيف المنهج التحليلي في معالجة الجوانب التطبيقية للدراسة، لاسيما فيما يخص تفسير المعطيات الميدانية وربطها بالإطار المفاهيمي.

وقد تم تنفيذ الجانب التطبيقي من البحث على مستوى مديرية الشباب والرياضة لولاية مستغانم، من خلال إجراء مقابلات شبه موجهة مع عدد من الفاعلين داخل المؤسسة، بهدف جمع المعطيات النوعية التي تسمح بفهم أعمق لواقع الاتصال العمومي ومدى تأثيره في تنشيط الوسط الشباني.

5. أدوات الدراسة

إعتمدنا في دراستنا على تقنية المقابلة التي تعتبر من الأدوات الأساسية التي تُستخدم على نطاق واسع في الدراسات الاجتماعية، وخاصة تلك التي تتناول تحليل الاتجاهات والمواقف والتجارب الشخصية. فهي تمكّن الباحث من جمع بيانات نوعية تتعلق بمشاعر الأفراد، ودوافعهم، وقيمهم، واتجاهاتهم تجاه موضوع معين. كما تُعتبر المقابلة أداة فعالة للحصول على معلومات لا يمكن الوصول إليها عبر الملاحظة المباشرة، لاسيما فيما يخص المواقف الماضية أو التصورات المستقبلية التي يصعب رصدها بشكل مباشر.

وقد تم اعتماد هذه الأداة في هذه الدراسة باعتبارها وسيلة مثلى لفهم تصورات العاملين في مديرية الشباب والرياضة حول آليات الاتصال العمومي، ومدى تأثيرها في تنشيط الوسط الشباني.

6. مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة مجموع الأفراد أو الوحدات التي تنطبق عليها خصائص معينة ذات صلة بموضوع البحث، والتي يُراد من خلالها تعميم النتائج. وفي إطار هذه الدراسة، يتمثل مجتمع البحث في الإطارات والعاملين بمصالح مديرية الشباب والرياضة لولاية مستغانم، بصفتهم الفاعلين الأساسيين في تنفيذ سياسات الاتصال العمومي داخل المؤسسة، والمكلفين ببرمجة وتنفيذ الحملات الإعلامية الموجهة لفئة الشباب.

7. عينة الدراسة:

تم اختيار عينة قصدية (غير احتمالية) نظراً لطبيعة البحث، حيث ارتأى الباحث أن يكون الأفراد المختارون هم الأكثر ارتباطاً بموضوع الدراسة، ويتوفرون على الخبرة والمعرفة اللازمة بشأن آليات الاتصال العمومي المطبقة داخل المؤسسة. وقد تمثلت عينة الدراسة في خمسة موظفين من بين العاملين في مديرية الشباب والرياضة، ممن تقع على عاتقهم مهام تنظيم الحملات الاتصالية، وتفعيل قنوات التواصل مع الجمهور الشباني. وتم اختيار هؤلاء الأفراد بعناية بهدف ضمان جودة المعلومات وصحتها، وارتباطها المباشر بأهداف الدراسة.

8. الدراسات السابقة :

1. دراسة خنفي وسامي وبن زروق (2021): "الاتصال العمومي في الجزائر، قراءة في المفهوم والممارسة"

تندرج هذه الدراسة ضمن الإطار النظري التحليلي، وتهدف إلى تفكيك مفهوم الاتصال العمومي في السياق الجزائري من حيث الخصائص، والوظائف، والتحديات. وقد خلصت إلى أن الاتصال العمومي لا يزال يعاني من ضعف الهيكلة وانعدام التصور الاستراتيجي داخل أغلب الإدارات العمومية.

وجه التشابه تقاطع مفاهيمي في تعريف الاتصال العمومي كوظيفة مؤسسية.

وجه الاختلاف : اقتصرَت الدراسة على الجانب النظري دون معالجة تطبيقية أو ربطها بفئة الشباب.

2. دراسة جحنيط وشويخي (2021): "دور الاتصال العمومي في تحسين صورة الهيئات العمومية – دراسة حالة بلديات سطيف"

ركزت هذه الدراسة على البُعد الاتصالي في بناء الصورة الذهنية للمؤسسات العمومية لدى المواطن. وقد أبرزت النتائج اعتماد المؤسسات على وسائل تقليدية تفتقر إلى الفعالية، ما انعكس سلباً على التفاعل مع الجمهور. وجه التشابه : التشابه في تحليل دور الاتصال العمومي في تحسين صورة المؤسسة.

وجه الاختلاف : تناولت الدراسة المواطن بصفة عامة ولم تخص فئة الشباب أو السياق الشباني.

3. دراسة جلولي مختار (2021): "الاتصال الشباني كآلية لحماية الشباب من الانحراف – دراسة ميدانية بدور الشباب في سعيدة"

تناولت هذه الدراسة ممارسات الاتصال داخل مؤسسات الشباب، وركزت على دورها في التوجيه والوقاية من السلوكيات السلبية. وقد خلصت إلى محدودية الوسائل الاتصالية التقليدية في التأثير على الفئة الشبانية.

وجه التشابه : تركيز مشترك على فئة الشباب ودور مؤسسات شبانية.

وجه الاختلاف : ركزت الدراسة على الجانب الوقائي وليس على الاتصال العمومي كمفهوم مؤسسي مرتبط بالحملات التواصلية الرسمية.

4. دراسة مقاتلي وآخرين (2021): "دور الاتصال الاجتماعي في الوقاية من السلوك المنحرف لدى الشباب - دراسة حالة جمعيات محلية بولاية المدية"

استندت هذه الدراسة إلى تحليل دور الاتصال الذي تمارسه الجمعيات الأهلية في التوجيه الاجتماعي. وقد خلصت إلى أن الأنشطة التثقيفية والرياضية المدعومة باتصال فعال تُساهم في بناء سلوك إيجابي لدى الشباب. وجه التشابه: تقاطع في الوظيفة التربوية للاتصال الموجّه للشباب.

وجه الاختلاف: لا تتناول الدراسة مؤسسة رسمية حكومية، بل تركز على جمعيات مدنية.

5. الاطار المفاهيمي للاتصال العمومي

1.5. تعريف الاتصال العمومي

يُعرف الاتصال العمومي بأنه ذلك النوع من الاتصال المؤسسي الذي تمارسه الهيئات والإدارات العمومية، مثل رئاسة الجمهورية، الوزارات، المؤسسات الحكومية، والسلطات المحلية، ويهدف إلى نقل المعلومات الرسمية إلى المواطنين، وتفسير السياسات العمومية، وتبرير القرارات والإجراءات المتخذة، وذلك انطلاقاً من مبدأ الحق في الوصول إلى المعلومة، وتحقيقاً للمصلحة العامة. (Lamizet & Silem, 1997, p. 113)

ولا يُعد الاتصال العمومي نشاطاً تواصلياً عفويّاً أو ارتجاليّاً، بل هو عملية تتطلب احترافية عالية ودقة منهجية في تصميم الرسائل، وتحليل السياقات، وتكييف الوسائل وفقاً للأهداف المراد تحقيقها. (Wolton, 1998, p. 59) ويكمن جوهره في كونه ليس فقط تبادلًا معلوماتيًا بين المؤسسة والجمهور، بل أداة استراتيجية للتأثير والإقناع، تسعى إلى تعديل المعارف، وتغيير الاتجاهات، وتحفيز السلوكيات الإيجابية بما يخدم الصالح العام (Breton, 2000, p. 88).

ويمتد الاتصال العمومي ليوّدي وظائف تثقيفية وتربوية، إذ يُساهم في نشر القيم المشتركة، ومكافحة الآفات الاجتماعية، وتعزيز المسؤولية الجماعية، من خلال حملات تحسيسية وبرامج تواصلية موجهة لمختلف فئات المجتمع، وعلى رأسها فئة الشباب. (Miège, 2005, p. 142)

وقد عرّفت الجمعية الفرنسية للاتصال العمومي هذا المفهوم بأنه: "مجمل النشاط الاتصالي الذي تقوم به السلطات العمومية، سواء على المستوى الوطني أو المحلي، والموجّه إلى المواطنين، والمستخدمين، ودافعي الضرائب، في إطار تحقيق الشفافية، والتفاعل، والخدمة العامة. (Association française de communication publique, 2004, p. 5)

2.5. خصائص الاتصال العمومي :

يتسم الاتصال العمومي بمجموعة من الخصائص التي تميّزه عن غيره من أشكال الاتصال المؤسسي، وتنبع هذه الخصائص من طبيعة أهدافه ووظيفته الاجتماعية والسياسية، ويمكن تلخيص أبرزها فيما يلي:

- طبيعة غير مادية، تربوية وقيمية: الاتصال العمومي ليس اتصالاً تجارياً أو ترويجياً، بل يُعنى ببناء الوعي ونشر القيم وتعزيز السلوكيات الإيجابية، ما يمنحه طابعاً تثقيفياً وتربوياً موجّهاً نحو الارتقاء بالمجتمع.
- يهدف إلى التغيير الاجتماعي وسلوك الأفراد: يُعد الاتصال العمومي أداة فاعلة للتأثير على السلوك الإنساني، حيث يسعى إلى تعديل الاتجاهات والمواقف، من أجل تحسين نوعية حياة الأفراد وتحقيق التفاعل الإيجابي مع السياسات العمومية.
- نقل المعلومات وتفسير السياسات العامة: من وظائفه الأساسية توفير معلومات دقيقة وواضحة حول الخدمات العمومية، وشرح التوجهات العامة للدولة، بما يضمن الشفافية في العلاقة بين المؤسسة والمواطن.

- خدمة المصلحة العامة والديمقراطية: يتمحور الاتصال العمومي حول خدمة الصالح العام، ويتميز باستقلاله عن الأغراض التجارية أو الدعائية، كما يُموّل من قبل السلطات العمومية لتحقيق أهداف ذات طابع جماعي ومجتمعي، وليس لتحقيق أرباح.
- تعزيز الديمقراطية التشاركية: يُشكّل الاتصال العمومي فضاءً للحوار والنقاش العام، يُمكن المواطنين من التعبير عن آرائهم والمشاركة في اتخاذ القرار، ما يكرّس مفاهيم الديمقراطية التشاركية والمشاورات العمومية.
- الشرعية المؤسسية للاتصال: يمارس الاتصال العمومي ضمن إطار قانوني ومؤسسي واضح، حيث تُحاسب السلطات العمومية على مضمون رسائلها وطرق تمويلها. وتخضع الحملات الاتصالية للمراقبة من حيث مطابقتها للمصلحة العامة وعدم إساءة استخدام المال العام.
- تمويله من المال العام وفقًا للضوابط القانونية: يتم تمويل الاتصال العمومي من الموارد العمومية، مما يفرض على القائمين عليه احترام مبدأ الشفافية والفعالية في الإنفاق، مع مراعاة مقتضيات المصلحة الجماعية.
- الاعتماد على الدقة والشفافية وبناء الثقة: يُفترض في الاتصال العمومي أن يكون دقيقًا وشفافًا، بما يُسهم في تعزيز ثقة المواطنين بالمؤسسات، ويكرّس علاقة قائمة على الاحترام المتبادل والمساءلة.

3.5. مبادئ الاتصال العمومي:

يتسم الاتصال العمومي بمجموعة من الخصائص التي تميّزه عن غيره من أشكال الاتصال المؤسسي، وتنبع هذه الخصائص من طبيعة أهدافه ووظيفته الاجتماعية والسياسية، ويمكن تلخيص أبرزها فيما يلي:

طبيعة غير مادية، تربوية وقيمية:

الاتصال العمومي ليس اتصالًا تجاريًا أو ترويجيًا، بل يُعنى ببناء الوعي ونشر القيم وتعزيز السلوكيات الإيجابية، ما يمنحه طابعًا تثقيفيًا وتربويًا موجّهًا نحو الارتقاء بالمجتمع. (Miège, 2005, p. 140)

يهدف إلى التغيير الاجتماعي وسلوك الأفراد:

يُعد الاتصال العمومي أداة فاعلة للتأثير على السلوك الإنساني، حيث يسعى إلى تعديل الاتجاهات والمواقف، من أجل تحسين نوعية حياة الأفراد وتحقيق التفاعل الإيجابي مع السياسات العمومية. (Breton, 2000, p. 91)

• نقل المعلومات وتفسير السياسات العامة:

من وظائفه الأساسية توفير معلومات دقيقة وواضحة حول الخدمات العمومية، وشرح التوجهات العامة للدولة، بما يضمن الشفافية في العلاقة بين المؤسسة والمواطن. (Wolton, 1997, p. 58)

• خدمة المصلحة العامة والديمقراطية:

يتمحور الاتصال العمومي حول خدمة الصالح العام، ويتميز باستقلاله عن الأغراض التجارية أو الدعائية، كما يُموّل من قبل السلطات العمومية لتحقيق أهداف ذات طابع جماعي ومجتمعي، وليس لتحقيق أرباح (Lamizet & Silem, 1997, p. 116).

• تعزيز الديمقراطية التشاركية:

يُشكّل الاتصال العمومي فضاءً للحوار والنقاش العام، يُمكن المواطنين من التعبير عن آرائهم والمشاركة في اتخاذ القرار، ما يكرّس مفاهيم الديمقراطية التشاركية والمشاورات العمومية. (Charon, 1992, p. 73)

• الشرعية المؤسسية للاتصال:

يمارس الاتصال العمومي ضمن إطار قانوني ومؤسسي واضح، حيث تُحاسب السلطات العمومية على مضمون رسائلها وطرق تمويلها. وتخضع الحملات الاتصالية للمراقبة من حيث مطابقتها للمصلحة العامة وعدم إساءة استخدام المال العام. (AFCP, 2004, p. 5)

• تمويله من المال العام وفقاً للضوابط القانونية:

يتم تمويل الاتصال العمومي من الموارد العمومية، مما يفرض على القائمين عليه احترام مبدأ الشفافية والفعالية في الإنفاق، مع مراعاة مقتضيات المصلحة الجماعية. (Chevalier & Monnoyer-Smith, 2002, p. 38)

• الاعتماد على الدقة والشفافية وبناء الثقة:

يُفترض في الاتصال العمومي أن يكون دقيقاً وشفافاً، بما يُساهم في تعزيز ثقة المواطنين بالمؤسسات، ويكرّس علاقة قائمة على الاحترام المتبادل والمساءلة. (Wolton, 1998, p. 44)

6. حملات الاتصال العمومي في المؤسسات العمومية

1.6. تعريف المؤسسة العمومية

تُعرف المؤسسة العمومية بأنها هيئة إدارية عامة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي والإداري، تتولى إدارة مرفق عام أو مجموعة من المرافق العمومية، ضمن نطاق إقليمي أو وظيفي محدد، وذلك في إطار ما يُعرف باللامركزية المرفقية (Chapus, 2001, p. 478).

وتُعد المؤسسة العمومية من أهم الآليات التنظيمية المعتمدة في هيكلة الإدارة العامة، وقد تبنتها مختلف دول العالم، سواء المتقدمة اقتصادياً أو النامية، نظراً لدورها الحيوي في تسيير الشأن العام وتحقيق أهداف الدولة في تقديم الخدمات العمومية بفعالية واستقلالية. (Marcou, 2000, p. 233)

ويمنح القانون للمؤسسة العمومية قدراً من الاستقلال الذاتي، يتيح لها التصرف بحرية نسبية في مواردها البشرية والمالية، مع بقاءها خاضعة في نهاية المطاف للرقابة الإدارية أو الوصاية من قبل الجهات العليا في الدولة، ضماناً لاحترام مبدأ المصلحة العامة. (Jèze, 1930, p. 54; Duguit, 1928, p. 92)

وقد تعددت تعريفات المؤسسة العمومية في الفقه الإداري، خاصة في الفقه الفرنسي، غير أنها تلتقي جميعاً في اعتبارها مرفقاً عاماً مُنح الشخصية المعنوية القانونية، بهدف تسيير نشاط ذي طابع عام بصفة دائمة ومنظمة، دون السعي لتحقيق الربح، بل لخدمة المواطنين وتعزيز وظائف الدولة الاجتماعية والاقتصادية (Waline, 1970, p. 147; Rivero & Waline, 1997, p. 164).

2.6. خصائص المؤسسات العمومية:

• تجسيد لفكرة اللامركزية الإدارية المصلحية (المرفقية):

تُعد المؤسسة العمومية التطبيق العملي لنظام اللامركزية المرفقية، حيث تتولى إدارة مرفق عام معين باسم الدولة، ولكن باستقلال تنظيمي نسبي. (Chapus, 2001, p. 482)

• مرفق عام وفقاً للمعايير القانونية والإدارية:

تقوم المؤسسة العمومية على تسيير مرفق عام، وهو ما يميزها عن الهيئات الخاصة، ويُعتبر هذا المعيار هو الأهم في تمييز طبيعتها. (Rivero & Waline, 1997, p. 164)

• التمتع بالشخصية المعنوية العامة:

تُمنح المؤسسة العمومية شخصية قانونية مستقلة، مما يسمح لها بالتقاضي، والتصرف في ممتلكاتها، وتحمل المسؤولية القانونية. (Jèze, 1930, p. 49)

• استقلال مالي وإداري نسبي:

تملك المؤسسة العمومية ميزانية مستقلة، وتُمارس سلطاتها الإدارية بحرية نسبية ضمن حدود القانون، دون أن تفلت من الرقابة الإدارية. (Marcou, 2000, p. 237)

• أداة فعالة لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية:

تُعد المؤسسة العمومية وسيلة تنظيمية فعالة بفضل مرونتها وقدرتها على التخصص والتكيف مع متطلبات السياسة العامة. (Chevalier & Monnoyer-Smith, 2002, p. 39)

• التسيير بأسلوب لا مركزي عبر المجالس واللجان:

تُدار المؤسسات العمومية بواسطة هياكل مثل مجالس الإدارة واللجان الفنية، ما يمنحها كفاءة في اتخاذ القرار وتنفيذ السياسات. (Waline, 1970, p. 152)

• تخصيص المؤسسة لتحقيق أهداف عامة:

تنشأ المؤسسة العمومية لخدمة غايات محددة لإنتاج السلع أو تقديم الخدمات العامة، دون السعي لتحقيق الربح. (Duguit, 1928, p. 97).

• الملكية العامة والتأسيس بواسطة الدولة:

تُنشأ المؤسسات العمومية بقرار سيادي من الدولة، وهي مملوكة بالكامل لها، ما يضمن خضوعها للمصلحة العامة. (Boukhelifa, 2015, p. 89).

7. الدراسة الميدانية:

في إطار الدراسة الميدانية حول دور الاتصال العمومي في تنشيط وسط الشبان، تم إجراء سلسلة من المقابلات النصف موجهة مع موظفي مديرية الشباب والرياضة لولاية مستغانم، باعتبارها مؤسسة عمومية تلعب دوراً محورياً في توجيه وتأطير الفعل الشباني.

رغم الجهد المبذول في تهيئة بيئة مناسبة للحوار.

الجدول 1: توزيع المشاركين حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
44.5 %	7	ذكور
55.6 %	3	إناث

من خلال توزيع العينة (5 إناث = 55.6%، 4 ذكور = 44.4%)، نلاحظ توازنًا نسبيًا في التمثيل الجنسي، مع تفوق طفيف للعنصر النسوي. هذا التنوع مفيد في فهم تصورات مختلفة بين الجنسين حول فعالية الاتصال العمومي، خصوصًا في مؤسسة يُفترض أن تخاطب جمهورًا متنوعًا من الشباب.

تمثيل الإناث بنسبة أكبر قد يُعبر عن نشاطهن المؤسسي العالي في الإدارات المحلية، أو عن انخراطهن المتزايد في قطاع الشباب والرياضة في السنوات الأخيرة، ما يوفّر فرصة لفهم تصورات جديدة عن الاتصال التشاركي.

الجدول 2: مدى تجاوب الموظفين مع أسئلة الاستبيان

النسبة %	التكرار	مستوى التجاوب
22.2%	2	تجاوب كبير
33.3%	3	تجاوب متوسط
44.5%	4	تجاوب ضعيف أو متحفظ

أكثر من 44% من الموظفين أبدوا تجاوبًا ضعيفًا أو متحفظًا في تقديم إجابات واضحة، مما يكشف عن:

- ضعف الثقافة الاتصالية داخل المؤسسة،
- أو غياب ثقة في استعمال المعلومة،
- أو الخوف من المساءلة في حال انتقاد الوضع القائم.

هذا النوع من التفاعل يُشير إلى أن بيئة العمل لا تشجّع على التعبير الحرّ أو الانخراط التواصلي الداخلي، وهي إشكالية بنيوية في مؤسسات الاتصال العمومي.

الجدول 3: الوسائل الاتصالية المستخدمة داخل المديرية

الوسيلة المستعملة	عدد المرات المذكورة	النسبة من الإجابات (%)
المذكرات الإدارية	6	66.6%
الاجتماعات الدورية	5	55.5%
اللوحات الإعلانية	2	22.2%
شبكات التواصل الاجتماعي	1	11.1%
التواصل المباشر مع الشباب	1	11.1%

يتضح أن الوسائل المستخدمة تقليدية جدًا، وأن الوسائط الرقمية والآليات التفاعلية شبه غائبة رغم كون الشباب هم الجمهور المستهدف.

- المذكرات والاجتماعات تُظهر نمطًا هرميًا كلاسيكيًا في الاتصال الإداري.
- عدم استثمار الشبكات الاجتماعية يكشف عن فجوة رقمية بين المؤسسة وجمهورها الشباني، بالرغم من أن هذه المنصات تمثل المجال الحيوي لتواصل الشباب اليوم.

الجدول 4: تقييم مدى فاعلية الاتصال العمومي في تنشيط الشباب

التقييم	التكرار	النسبة المئوية
فعال جدًا	1	11.1%
فعال إلى حد ما	3	33.3%
غير فعال	4	44.5%
لا رأي	1	11.1%

يتضح أن أكثر من 55% من الموظفين يعتبرون الاتصال العمومي إما غير فعال أو لديهم لا رأي، ما يدل على غياب الثقة أو وضوح الأهداف الاتصالية.

- غياب التصور العمومي لوظيفة الاتصال كمحرك اجتماعي.
- الإدراك السلبي قد يرتبط بانعدام التكوين في مجال الاتصال، أو بعدم وضوح الهيكلية الاتصالية داخل المؤسسة.

1.7. تحليل المقابلة:

لوحظ ضعف في تجاوب عدد من الموظفين مع الأسئلة المطروحة، مما قد يُعزى إلى غياب ثقافة التقييم الذاتي، أو قصور في الوعي بدور الاتصال كأداة إدارية استراتيجية. ورغم هذا التحدي، أفرزت الإجابات المستخلصة جملة من المؤشرات المهمة التي تم تحليلها ضمن محورين أساسيين:

-المحور الأول: أساليب الاتصال العمومي المستخدمة في المؤسسة العمومية:

يركز هذا المحور على تحديد الوسائل الاتصالية المعتمدة داخل المديرية، إضافة إلى تقييم مدى فعاليتها في إدارة الأنشطة الشبانية. من خلال أقوال المشاركين، تبين أن الوسائل المستخدمة يغلب عليها الطابع الإداري التقليدي، مثل:

- الإعلانات الداخلية والمذكرات الرسمية.
 - الاجتماعات الإدارية الدورية.
 - بعض الوسائل الورقية كالإعلانات في مقرات النوادي.
- ورغم اعتراف بعض الموظفين بدور هذه الأساليب في تنظيم العمل، إلا أن الغالبية لم تُشر إلى وجود استراتيجية اتصالية موجهة للشباب أو تأخذ بعين الاعتبار خصوصياتهم السوسيو-ثقافية.

المحور الثاني : دور مديرية الشباب والرياضة في توحيد وتمويل الجمعيات والنوادي الرياضية

كشف تحليل هذا المحور عن وعي متفاوت لدى الموظفين بشأن دور المديرية في توحيد الجهود الشبانية وتمويل النشاطات الموجهة لهم. وقد أشار بعض المستجوبين إلى:

- دعم مادي محدود موجه للجمعيات الناشطة فعليًا.
- تنظيم دورات تدريبية موسمية للشباب في مجالات مثل الرياضة والقيادة الشبانية.
- ضعف التنسيق التواصلي مع الجمعيات، وغياب حملات إعلامية للتعريف بالبرامج.

يُلاحظ هنا أن المديرية تلعب دورًا إداريًا أكثر منه تواصليًا، ما يجعل تدخلها يفتقر لعنصر الإقناع والتحفيز الذي يمثل جوهر الاتصال العمومي حسب (Wolton, 1997, p. 45).

2.7. العلاقة بين الوسائل الاتصالية ومستوى التقييم:

كلما كانت الوسائل المستعملة تقليدية، كان تقييم الموظفين أكثر سلبية لفعالية الاتصال العمومي، ما يعكس رغبة ضمنية في التغيير الرقمي والتفاعلي.

العلاقة بين التفاعل والتقييم:

الموظفون المتجاوبون بدرجة عالية هم أنفسهم الذين قدّموا تقييمًا أفضل نسبيًا، مما يدعم فكرة أن المشاركة والانخراط المني يعززان الثقة في فعالية الاتصال المؤسسي.

8. التوصيات والمقترحات:

1. إعداد استراتيجية اتصال عمومي شبابي موجهة ومتكاملة: ينبغي على المؤسسات العمومية، وعلى رأسها مديريات الشباب، أن تعتمد على تخطيط اتصالي مسبق، يراعي خصوصيات الجمهور الشبابي ويحدد أهدافًا تواصلية دقيقة وقابلة للقياس.

2. تفعيل الوسائل الرقمية والتفاعلية في الحملات الاتصالية: ضرورة الانتقال من الوسائل التقليدية (مذكرات، لوحات إعلانات) إلى وسائل حديثة كوسائل التواصل الاجتماعي، المواقع التفاعلية، والتطبيقات الشبابية، لضمان وصول الرسائل إلى فئة الشباب الفعالة رقميًا.

3. تكوين الموظفين في مجالات الاتصال العمومي والاتصال المؤسسي: يُوصى بتنظيم دورات تكوينية منتظمة لفائدة موظفي مديريات الشباب والرياضة حول مفاهيم الاتصال العمومي، إدارة الحملات الاتصالية، وأساليب بناء الصورة الذهنية الإيجابية.

4. تعزيز المشاركة التفاعلية للشباب في إعداد وتنفيذ الحملات: إشراك الجمعيات الشبابية، النوادي، والمبادرات الشبابية في تصميم الحملات وتحليل حاجاتهم الاتصالية يُعزز من فعالية البرامج ويزيد من فرص انخراطهم.

5. ضمان الشفافية والتقييم المستمر للأنشطة الاتصالية: من الضروري اعتماد آليات دورية لتقييم أثر الحملات الاتصالية على الجمهور المستهدف، مع نشر تقارير ونتائج للعموم، بما يرسّخ ثقافة الشفافية والمساءلة.

6. تهيئة بيئة اتصالية داخلية مشجعة على التعبير والانخراط: يجب تحسين قنوات الاتصال الداخلي بين الموظفين وتشجيعهم على المبادرة والاقتراح، لأن فعالية الاتصال الخارجي تبدأ من فاعلية الاتصال الداخلي.

7. تخصيص ميزانية مستقلة للاتصال العمومي ضمن الهيكل الإداري: يُنصح بتخصيص موارد مالية وبشرية واضحة ومؤطرة لدعم الاتصال العمومي، بعيدًا عن الاعتماد العشوائي أو الموسمي في الحملات.

خلاصة :

تُظهر نتائج الدراسة الميدانية أن العلاقة بين حملات الاتصال العمومي والأنشطة الشبابية علاقة متداخلة ومعقدة؛ أي أنها علاقة تبادلية وتكوينية في آنٍ واحد، فإن الاتصال العمومي يُنتج معناه ووظيفته من خلال تفاعله مع الجمهور الشبابي المستهدف.

في هذا السياق، يمكن القول إن الرؤية الاستراتيجية لحملات الاتصال العمومي لا تنفصل عن:

- ماهية الاتصال العمومي كنظام تواصل مؤسسي.
- تصنيفاته (داخلي/خارجي، إعلامي/إقناعي/سلوكي)

- دوره في تشكيل الصورة الذهنية لدى المواطن.

ويُعد هذا الدور محوريًا في تأثير الدولة على الرأي العام الشباني، خاصة إذا تم تبني حملات تواصلية غير منحازة، مبنية على أسس تشخيصية دقيقة وشفافة.

خاتمة:

في ضوء ما تم التوصل إليه من خلال الدراسة النظرية والميدانية، يمكن التأكيد على أن الاتصال العمومي يمثل أداة حيوية في تفعيل العلاقة بين الدولة والمجتمع، لا سيما فئة الشباب التي تُعد من أكثر الفئات احتياجًا للتوجيه والمرافقة المؤسسية. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن فعالية هذا النوع من الاتصال لا تتحقق فقط من خلال توفر الوسائل، بل تتوقف بدرجة كبيرة على مدى وعي المؤسسات العمومية بوظيفته الاستراتيجية، وارتباطه بالتخطيط التواصلي التشاركي.

لقد أبرز التحليل الكمي والمعياري لواقع الاتصال داخل مديرية الشباب والرياضة محدودية اعتماد الأساليب الحديثة، مقابل هيمنة الوسائل التقليدية ذات الطابع الإداري البحت، مما انعكس سلبيًا على فعالية الحملات الموجهة للشباب، وضعف مدى تفاعلهم مع المبادرات الرسمية.

من هذا المنطلق، فإن تجسيد اتصال عمومي فعال يقتضي إعادة بناء الخطاب المؤسسي ليكون أكثر شمولًا واندماجًا، وأكثر قدرة على الإنصات والتفاعل والتأثير، مع إيلاء أهمية خاصة لتكوين الموارد البشرية، وتبني الوسائل الرقمية كأدوات تفاعلية أساسية.

إن الرهان على الاتصال العمومي لم يعد خيارًا وظيفيًا فحسب، بل أصبح ضرورة استراتيجية لإعادة بناء الثقة بين المواطن والمؤسسة، وتحقيق التنمية الاجتماعية المستدامة في إطار من الشفافية والمشاركة والفاعلية.

قائمة المصادر والمراجع:

- Breton, P. (2000). *La parole manipulée*. Paris: La Découverte.
- Charon, J.-M. (1992). *Comprendre les médias*. Paris: Dunod.
- Chapus, R. (2001). *Droit administratif général* (Vol. 1). Paris: Montchrestien.
- Chevalier, J., & Monnoyer-Smith, L. (2002). *La communication publique*. Paris: Presses de Sciences Po.
- Duguit, L. (1928). *Traité de droit constitutionnel*. Paris: Fontemoing.
- Jèze, G. (1930). *Cours de science des finances*. Paris: Sirey.
- Marcou, G. (2000). *La décentralisation: De l'État unitaire à l'État décentralisé*. Paris: La Documentation Française.
- McQuail, D. (2005). *Mass Communication Theory* (5th ed.). London: Sage Publications.
- Miège, B. (2005). *Information-communication: Les enjeux de la connaissance*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- Rivero, J., & Waline, J. (1997). *Droit administratif* (21e éd.). Paris: Dalloz.
- Waline, M. (1970). *Précis de droit administratif* (10e éd.). Paris: Dalloz.
- Wolton, D. (1997). *Penser la communication*. Paris: Flammarion.
- Wolton, D. (1998). *La communication, le social et le politique*. Paris: CNRS Éditions.
- بوخليفة، محمد. (2015). *النظام القانوني للمؤسسات العمومية في القانون الجزائري*. الجزائر: دار هومة.