الجمهورية الجزائرية الديموقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الاعلام و الاتصال

عمل علمي متخصص " انجاز مطوية حول المكتب الجهوي لمؤسسة الشروق الإعلامية بوحدة ورقلة "

تقرير تربص مقدم لنيل شهادة الليسانس في علوم الاعلام والاتصال

تخصص اتصال

اعـداد

. اخلاص سويلم

. شيماء بن قومار

تحت اشـراف

د. بجاج احمد

تحت تأطير

د. حكيم عزي

السنة الجامعية : 2026/2025م.

الإهداء

شكر وتقدير.

"وآخر دعواهم أن الحمد لله رب العالمين"

الحمد لله عند البدء وعند الختام من قال أنا لها نالها

لقد كانت طريقا طويلة مليئة بالإخفاقات والنجاحات فحوين بكفاحنا لتحقيق أحلامنا

لحظة لحظة انتظرتها وحلمت بها في حكاية اكتملت فصولها الى من علمني العطاء

بدون انتظار الى من احمل اسمه بكل افتخار الى من كلله الله بالهيبة والوقار

والدي العزيز

الى حبيبتي قرة عيني الى القلب النابض الى من كانت دعواتها الصادقة

سر نجاحي أمي الغالية

الى حبيب قلبي ابن العمّ

الى اخواني واخواتي سندي في الحياة هداكم الله شعلا ثابتا لي الى كل الزملاء عائلتي والى كل

أصدقائي بدون استثناء

شكر وتقدير .....

الاهـــــداء .....

مـــقـــــدمة .....

1. الفصل الأول .....

مكان اجراء التربص .....

تعريف بالمؤسسة .....

طريقة العمل في اعداد المطوية .....

تعريف المطوية .....

أهميتها .....

دورها في الاتصال.....

2. الفصل الثاني .....

تعريف بالمؤسسة والعناصر البشرية العاملة بها .....

كيفية اعداد المطوية ومراحل إنجازها.....

عرض المطوية بمختلف عناصرها .....

خاتمة .....

مصادر ومراجع .....

الملاحق .....

المقدمة

مقدمة

شهد الحقل الإعلامي والاتصالي المعاصر تحولات بنيوية متسارعة فرضت على المؤسسات الصحفية ضرورة تعزيز حضورها الجغرافي، والاقتراب أكثر من جماهيرها المحلية عبر تفعيل دور مكاتبها وفروعها الجهوية. وفي هذا السياق، تبرز مؤسسة الشروق الإعلامية كإحدى القلاع الرائدة في البيئة الإعلامية الجزائرية، حيث يسعى مكتبها الجهوي بوحدة ورقلة إلى مد جسور التواصل الدائم والمستدام مع المجتمع في الجنوب الكبير، والتعريف بالخدمات والتغطيات المتميزة التي يقدمها للجمهور والشركاء على حد سواء.

ومن أجل تفعيل هذا الدور وإبراز الهوية المؤسساتية لهذا المكتب، يأتي هذا العمل العلمي المتخصص والميداني ليركز على ممارسة تطبيقية هامة في مجال العلاقات العامة والاتصال المؤسساتي، والمتمثلة في هندسة وإنجاز مطوية إعلامية وتعريفية شاملة. وتعد المطوية وسيلة اتصالية بالغة الفعالية، وقادرة على تلخيص المعلومات واختزال الأنشطة وتجسيد الهوية البصرية للمؤسسة في قالب فني وهندسي جاذب وسهل التداول، مما يجعلها أداة محورية لتعزيز الصورة الذهنية الإيجابية للمكتب الجهوي لدى المتلقين ومختلف الشركاء الاجتماعيين والاقتصاديين في المنطقة.

وينبثق من هذا المسعى الميداني مجموعة من الأهداف العلمية والعملية؛ حيث يرمي هذا التقرير بصفة جوهرية إلى تحقيق الربط الوثيق والمنهجي بين الطروحات والنظريات العلمية المدروسة في تخصص علوم الإعلام والاتصال، وبين الممارسات التطبيقية الفعلية في البيئة المهنية. كما يهدف إلى إكساب الطالب الباحث المهارات التقنية اللازمة لتخطيط وصياغة وتصميم المطبوعات الإعلامية وفق المعايير الجرافيكية الحديثة، فضلاً عن تزويد المكتب الجهوي لوحدة ورقلة بأداة تواصلية رسمية تساهم في التعريف الدقيق بنشاطه وتدعم خطته الاتصالية في السوق الإعلامية المحلية.

ورغم وضوح هذه الأهداف وغاياتها، فإن مسار إعداد التقرير وإنجاز المطبوعة الإعلامية لم يخلُ من جملة من العقبات والتحديات الموضوعية والذاتية؛ والتي تجلت موضوعياً في ندرة المراجع والدراسات الأكاديمية المتخصصة التي تناولت المطوية كأداة اتصال مستقلة بالبحث والدراسة، بالإضافة إلى الطبيعة

الديناميكية والنشاط المكثف للمكتب الجهوي لمؤسسة الشروق بوحدة ورقلة، مما جعل التوفيق بين استقصاء المعلومات ومتابعة وتيرة العمل اليومية السريعة يفرض تحدياً تنظيمياً واضحاً طوال فترة التربص.

أما على الصعيد الذاتي، فقد تمثلت التحديات في حداثة التجربة الميدانية في الاحتكاك المباشر بالبيئة المهنية الإعلامية، وما يتطلبه ذلك من سرعة في التكيف التواصلي وبناء العلاقات العامة، فضلاً عن التحدي الفني والتقني المتعلق بضرورة التحكم والدقة في برمجيات التصميم الجرافيكي والإخراج؛ وذلك لضمان إصدار المطوية بشكل فني محترف يتوافق تماماً مع المعايير الفنية والهوية البصرية الرسمية الصارمة لمؤسسة الشروق الإعلامية.

الجانب النظري

1. مكان اعداد التربص

تم إجراء فترة التربص الميداني الاستكشافي في واحدة من أبرز القلاع الإعلامية في الجنوب الجزائري الكبير، وتحديداً في **المكتب الجهوي لمؤسسة الشروق** جريدة الشروق اليومي وقناة الشروق الفضائية) بولاية ورقلة .يقع هذا الصرح الإعلامي الحيوي في قلب المدينة النابضة بالحركة، ضمن المقر المخصص للركب الإعلامي بدار الصحافة التي تحمل اسم الصحفي الراحل "محمد نجاح لاسيليس"، وهو موقع استراتيجي يسهل على الطاقم الصحفي عملية التنقل ورصد الأحداث فور وقوعها في مختلف أرجاء المنطقة .

يعود تاريخ نشأة هذا المكتب الجهوي إلى عام 2002، بالتزامن مع التحول التاريخي لجريدة الشروق من أسبوعية إلى يومية .وقد جاء تأسيسه تجسيداً لسياسة التوسع الإقليمي والامتداد الجغرافي التي انتهجتها مؤسسة الشروق تحت قيادة مؤسسها الراحل "علي فوزي رباعين ."وبذلك، أصبح مكتب ورقلة يمثل أحد الركائز الأربع الأساسية للمؤسسة عبر التراب الوطني، إلى جانب المكاتب الجهوية الكبرى في قسنطينة، ووهران، وعنابة .

تكمن المهمة الجوهرية والغاية الأسمى من إنشاء هذا المركز في كسر العزلة الإعلامية عن مناطق الظل، وضمان تغطية إعلامية شاملة، ومستمرة، وعميقة لولايات الجنوب الشرقي للجزائر .ويعمل المكتب كحلقة وصل أساسية ومباشرة لربط المواطن المحلي بصناع القرار عبر نقل انشغالاته وتطلعاته، بالإضافة إلى دوره المحوري في دعم ومرافقة قضايا التنمية المحلية والاستثمار في هذه الرقعة الجغرافية الواسعة .

يتولى المكتب تزويد المقر المركزي للمؤسسة بالعاصمة بالمادة الإخبارية المصورة والمكتوبة اليومية، مع الالتزام التام بالخط التحريري الوطني المعتدل الذي تتميز به المؤسسة .ويُدار هذا المكتب وفق هيكل تنظيمي مرن يبدأ من المدير الجهوي للجنوب الكبير ومساعده، وصولاً إلى شبكة واسعة من الصحفيين والمراسلين المحليين الموزعين عبر كافة الولايات والدوائر الجنوبية.

2. تعريف بالمؤسسة

تتعبر مؤسسة الشروق اليومي من المؤسسات الرائدة في الجزائر بشقيها السمعي والبصري المكتوب وتأسس هذا المجمع الإعلامي في البداية كجريدة أسبوعية سنة 1991 ناطقة اللغة العربية تحمل شعار رأينا صواب يحتمل الخطأ ورأيكم خطأ يحتمل الصواب ثم تحولت سنة 2002 إلى جريدة يومية تسمى جريدة الشروق اليومي ثم نسخة الكترونية ناطقة بثلاثة لغات هي : العربية ، الفرنسية ، الانجليزية متوفرة على موقعها الرسمي، كما وسعت من مشاريعها إلى قناتين سمعيتين إحداهما مفتوحة والأخرى إخبارية ،ناهيك عن إذاعة سمعية هي إذاعة الشروق جاء ذلك نتيجة الانفتاح الإعلامي بعدما عرف بالرأي العربي ويعود الفضل إلى تأسيس هذا المجمع الإعلامي الصحفي علي فضيل رحمه الله وبالعودة للحديث عن جريدة الشروق اليومي باعتبارها النواة الأولى للمجمع الشروق فإننا سوف نركز في تربصنا على المكتب الجهوي للشروق بولاية ورقلة كونه أحد المكاتب التي تعتمد عليها هذه الجريدة وتتكون جريدة الشروق اليومي إضافة إلى أربع مكاتب جهوية هي :

قسنطينة ، وهران ، ورقلة ، عنابة .إضافة أكثر من 58 مراسلا بالولايات والدوائر والولايات الكبرى كما تضم جريدة اليومي أقسام بمقرها المركزي بالعاصمة القسم الدولي ، القسم الوطني ، القسم الثقافي ، القسم الرياضي ، القسم الاقتصادي ، القسم الإشهار ، القسم المتابعة والنشر الموصول بالمطابع الجهوية علما أن المكاتب الجهوية تتفرع عنها مكاتب ولائية ومراسلين من أجل التغطية الشاملة وهو ما أهل هده الجريدة أن تصبح أحد الأعمدة الإعلام الجزائري ومنبرا مكتوبا حرا لا يخضع إلى أي جهة أخرى كما تتخذ من حطها الافتتاحي الاتجاه الوطني المعتدل وتتميز الجريدة لشمولية أخبارها السياسية ، الاقتصادية ، الثقافية ، الرياضية ،وصحافة الرأي يبلغ ثمن نسخة من جريدة الشروق 15 دينار جزائري أي ما يعادل 1 يورو.

ومعلوم أن ريدة الشروق وصلت إلى سحب 2 ملايين نسخة يوميا عبر التراب الوطني سنة 2009 أثناء تغطيتها بمجريات مقابلة مصر و الجزائر المؤهلة لكأس العالم وما صاحبها من جدل إعلامي واسع وتضم جريدة الشروق اليومي في مقرها بالعاصمة أكثر من 60 صحفيا في جميع الأقسام و 150 موظفين آخرين كمراسلين عبر العالم .يوجد مقرها الرسمي من دار الصحافة عبد القادر سفير بالقبة ويشرف عليها أستاذ رشيد فضيل شقيق علي الفضيل مؤسس الجريدة رحمه الله وتسحب

الجريدة حاليا 600 ألف نسخة يوميا من 20 ألف نسخة بولايات الجنوب الكبير وقد أبرمت الجريدة في إطار انفتاحها الإعلام العالمي عدة اتفاقيات دولية منها اتفاقية مع مجلس بريطاني في الجزائر من أجل إطلاق مبادرة تعلم اللغة الانجليزية وكان ذلك سنة 2015 كما سبق لها أن نشرت مقالات باللغة الانجليزية في نفس السنة .

3. طريقة العمل في اعداد المطوية

تم تصميم وإعداد هذه المطوية العلمية كمنتج معرفي وبصري يوثق بكفاءة نتائج التربص الميداني في المكتب الجهوي لمؤسسة الشروق بورقلة .وقد مرت عملية الإعداد والإنجاز بأربع مراحل تكاملية ومحددة :

- **مرحلة التخطيط والتأطير الأكاديمي** :بدأت بتحديد الإطار الإداري والعلمي للمشروع تحت مظلة جامعة غرداية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، للسنة الجامعية 2026/2025، وبإشراف الأستاذ الموجه "بجاج أحمد ."
- **مرحلة جمع المادة المعرفية والتوثيق الميداني** :تم خلالها النزول إلى البيئة العملية للمكتب بدار الصحافة بورقلة واستقاء المعلومات الدقيقة حول تاريخ النشأة منذ 2002 .وجرى حصر الأهداف الستة للمؤسسة، ورصد الإنجازات الميدانية الكبرى في التغطيات والأزمات، وفهم تفاصيل الهيكل التنظيمي لإدارة "جيور ."
- **مرحلة التبويب وصياغة المحاور (العناوين** :(تم توزيع المادة المعرفية بدقة على العناوين الستة الكبرى للمطوية وهي: (أ. نشأة الشركة، ب. موقع المؤسسة، ج. أهداف المؤسسة، د. أهم إنجازات مكتب الشروق – ورقلة، هـ. الهيكل التنظيمي، ي. معلومات تخص المركز .(
- **مرحلة التصميم والإخراج البصري** :قامت الطالبتان "إخلاص سويلم" و"شيماء بن قومار" بفرز النصوص وتصميم الجداول وإدراج الصور التوثيقية للفريق الإعلامي وشعارات القنوات "الشروق TV "و"الشروق News "في قالب فني يسهل قراءته وتداوله .

4. تعريف المطوية

تعد المطوية وسيلة إعلامية واتصالية هامة ومتميزة للغاية ضمن منظومة المطبوعات الإعلامية والترويجية التي تستخدمها المؤسسات بشتى أنواعها للوصول إلى جماهيرها المستهدفة بدقة وفعالية. ومن أجل

تفكيك هذا المفهوم علمياً، يتضح أن كلمة "مطوية" مشتقة في الأصل اللغوي من الفعل "طوى"، والذي يعني ثني الشيء أو ضم بعضه إلى بعض لتقليص مساحته وتسهيل التعامل معه وحفظه. أما من الناحية الاصطلاحية والأكاديمية في علوم الإعلام والاتصال، فتعرف المطوية بأنها وثيقة ورقية أو مطبوعة إعلامية صغيرة الحجم، تتكون في الغالب من ورقة واحدة يجري ثنيها أو طيها لمرة واحدة أو عدة مرات متتالية وفق أبعاد هندسية وفنية مدروسة ومنتظمة، لتشكل في النهاية مجموعة من الصفحات أو الأوجه المتتابعة والقابلة للقراءة بشكل سلس ومنظم[1]. وتستخدم المطوية كأداة اتصالية مباشرة ومحملة بمضامين ونصوص مركزة ومختصرة للغاية، مدعومة بالعناصر البصرية والإيضاحية الجذابة مثل الصور، والرسومات، والألوان، والشعارات، بهدف التعريف بمؤسسة معينة، أو شرح خدمة محددة، أو التوعية بقضية مجتمعية أو صحية طارئة، أو الترويج لحدث أو منتج جديد بطريقة مبسطة وشيقة وسريعة الاستيعاب.

وتكتسب المطوية أهمية بالغة وخصوصية فريدة في البيئة الاتصالية للمؤسسات الإعلامية والخدمية؛ فهي تمثل حلقة وصل وجسر عبور مباشر وسريع بين المؤسسة والجمهور الخارجي دون الحاجة لوسائط معقدة. وتكمن هذه الأهمية في قدرتها العالية على تلخيص المعلومات الكثيفة والمعقدة واختزالها في مساحات صغيرة ومحددة ومقسمة بذكاء، مما يسهل على المتلقي المعاصر استهلاك المادة الإعلامية واستيعاب الرسالة الاتصالية في وقت وجيز جداً وبأقل مجهود فكري ممكن[2]. فضلاً عن ذلك، تتميز المطوية بمرونتها العالية في النشر والتوزيع؛ إذ يمكن توزيعها يدوياً بشكل مباشر في مراكز الاستقبال، أو إرفاقها مع الصحف والرسائل الرسمية، أو عرضها في الحوامل المخصصة لها داخل المكاتب والفروع الجهوية، بالإضافة إلى إمكانية تحويلها إلى نسخة رقمية تفاعلية بصيغة ملفات إلكترونية قابلة للتداول السريع عبر شبكات الإنترنت والمنصات الرقمية للمؤسسة الإعلامية.

ومن المنظور التنظيمي والاتصالي، لا يمكن النظر إلى المطوية بوصفها مجرد ورقة مطبوعة عادية، بل هي وثيقة إستراتيجية تعكس الهوية البصرية والمكانة المؤسساتية للجهة التي تصدرها. لذا فإن بناء مفهومها يتطلب بالضرورة الجمع التام بين جودة المحتوى التحريري وجودة التصميم الفني والإخراج الجرافيكي. فالمحتوى يجب أن يصاغ بأسلوب إعلامي مركز، ومباشر، وواضح، يبتعد تماماً عن الغموض أو الحشو

[1] دميس أحمد، المطبوعات الإعلامية كأداة للاتصال المؤسساتي، الطبعة الأولى، دار الهدى للطباعة والنشر، عين مليلة، 2005، ص 64.

[2] محمد فريد محمود، العلاقات العامة والمطبوعات الدورية، الطبعة الثانية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2012، ص 103.

اللغوي، بينما يجب أن يراعي التصميم الفني التوازن الدقيق في توزيع النصوص والمساحات البيضاء، وتناسق الألوان مع الهوية الرسمية للمؤسسة، واختيار الخطوط المقروءة[1]. هذا التكامل البنيوي والاتصالي هو ما يمنح المطوية القدرة على جذب انتباه القارئ من النظرة الأولى، وإثارة اهتمامه لمتابعة القراءة، وإقناعه بالرسالة أو التوجيهات المتضمنة فيها، مما يجعلها أداة لا غنى عنها في حملات العلاقات العامة والاتصال المؤسساتي المعاصر.

5. أهمية المطوية

تتبوأ المطوية الإعلامية والإعلانية (Brochure) مكانة إستراتيجية بالغة الأهمية ضمن منظومة الوسائل الاتصالية المطبوعة والمباشرة التي تعتمد عليها شتى أنواع المؤسسات والمنظمات المعاصرة. وتكمن هذه الأهمية الفائقة في قدرتها الفذة على بناء جسور تواصلية متينة، وتكوين قنوات تفاعلية حيوية ومستمرة بين المؤسسة الصادرة عنها وبين شتى فئات جمهورها المستهدف، حيث تكتسب المطوية قيمتها الاتصالية والوظيفية من خلال أبعاد وأطر علمية، وتنظيمية، واقتصادية متعددة ومتكاملة .[2]

وتتجلى الأهمية الأولى والجوهرية للمطوية في كفاءتها الاتصالية العالية وقدرتها على تحقيق ميزة "الاختزال المعرفي والتكثيف الإعلامي"؛ إذ تنجح المطوية من خلال هندستها الهيكلية المرنة في تقديم مادة معرفية، أو ترويجية، أو إرشادية مكثفة للغاية ومدعومة بالرموز والعناصر البصرية الجذابة في مساحة ورقية صغيرة ومحدودة الأبعاد. هذا الأسلوب الذكي في صياغة الرسائل يساهم بشكل مباشر في رفع معدلات قراءتها من قبل الجمهور، ويشجع المتلقي على الاحتفاظ بها لفترات طويلة، خاصة في العصر الحالي الذي يميل فيه الجمهور إلى تفضيل الرسائل الاتصالية السريعة، والموجزة، والواضحة، والنفور التام من النصوص التقليدية الطويلة والمملة التي تتطلب وقتاً وجهداً مضاعفاً لاستيعابها .[3]

---

[1] يوسف مبروك، "الاتجاهات الحديثة في تصميم المطبوعات الإعلامية المستدامة"، مجلة الدراسات والبحوث الإعلامية، جامعة القاهرة، العدد 18، 2019، ص 75.

[2] محمد منير حجاب، الاتصال المباشر والوسائط المطبوعة، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الجزء الأول، القاهرة، 2010، ص. 110.

[3] براهيم المحارب، *التحرير الإعلامي المطبوع والمطويات*، دار الكتاب الجامعي، العدد 3، المجلد 2، الطبعة الأولى، العين، 2018، ص. 24.

أما من الناحية الاقتصادية والتسويقية، فإن المطوية تمثل أداة إعلامية وإعلانية بالفت الأهمية نظراً لانخفاض تكلفتها الإنتاجية والطباعية مقارنة بالوسائل والمنافذ الإعلانية الأخرى (كالكتيبات الضخمة أو الحملات الإعلانية الممولة عبر وسائل الإعلام الثقيلة). هذه الميزة الاقتصادية تجعل من المطوية الخيار الإستراتيجي الأمثل والأنسب للمؤسسات الناشئة، أو الفروع الإقليمية والمحلية، وحتى الأقسام الأكاديمية التي تسعى للتعريف بخدماتها، ورؤيتها، وأهدافها، وهيكلها الإداري والتنظيمي بأقل التكاليف الممكنة وفي أسرع وقت، مع ضمان تحقيق أعلى العوائد والمخرجات الاتصالية الممكنة من وراء عملية التوزيع.[1]

وعلاوة على ذلك، تلعب المطوية دوراً حيوياً ومحورياً في دعم وإسناد أنشطة العلاقات العامة، وبناء وتشكيل الصورة الذهنية الإيجابية وتعزيز السمعة المؤسساتية. فهي تمثل الوثيقة الرسمية المرنة والجاهزة للتوزيع الفوري والوجاهي أثناء الفعاليات والتظاهرات الكبرى، والمؤتمرات العلمية، والمعارض الدولية والمحلية، والملتقيات الثقافية. عند تسليم المطوية للزائرين والشركاء، فإنها تمنحهم انطباعاً أولياً يتسم بالاحترافية، والدقة، والتنظيم حول طبيعة عمل المؤسسة، وتوثق إنجازاتها، وتوفر دليلاً مادياً ملموساً يرسخ مصداقيتها أمام الرأي العام .[2]

وفي السياق ذاته، يبرز للمطوية بعد تعليمي، وإرشادي، وتوعوي بالغ الأهمية؛ نظراً لاعتماد تصميمها الأساسي على التبويب المنهجي المتسلسل والعناوين الفرعية الواضحة والمباشرة. هذا البناء الفني يساهم بفعالية كبيرة في تفكيك وتبسيط المعلومات التقنية، أو الأكاديمية، أو الطبية، أو الإدارية المعقدة، ويحولها إلى مادة معرفية شيقة، وسلسة، وسهلة التداول والتطبيق الفوري بين مختلف المستويات الثقافية والفئات الاجتماعية في المجتمع[3]. وأخيراً، فإن المطوية تعد أداة اتصال تفاعلية ممتازة؛ كونها تتضمن دائماً في محاورها الختامية قنوات التواصل الرسمية والروابط الرقمية للمؤسسة، مما يسهل على الجمهور عملية التغذية الراجعة (رجع الصدى)، ويدفعهم لاتخاذ قرارات واستجابات سلوكية فورية تدعم أهداف المؤسسة.[4]

---

[1] صالح العامري، *أدوات الاتصال المؤسساتي*، دار المناهج، الطبعة الثانية، الجزء الأول، عمان، 2015، ص. 61.

[2] عبد الرزاق دليمي الدليمي، *العلاقات العامة والوسائل الاتصالية*، دار اليازوري العلمية، الطبعة الأولى، الجزء الأول، عمان، 2012، ص. 105.

[3] محمد منير حجاب، المرجع نفسه، ص. 112.

[4] عبد الرزاق دليمي الدليمي، المرجع نفسه، ص. 109.

تتعدد المؤسسات الإعلامية وتتنوع في العصر الراهن نتيجة للنمو التكنولوجي المتسارع والتحولات البنيوية التي شهدتها خريطة الاتصال العالمية، ويمكن تصنيف هذه المؤسسات وفقاً لعدة معايير علمية وتنظيمية متكاملة تبرز تمايزها الإداري والوظيفي. يأتي في مقدمة هذه المعايير التصنيف القائم على طبيعة الوسيلة والوسيط الاتصالي المستعمل؛ حيث تنقسم إلى مؤسسات إعلامية مطبوعة ومكتوبة كالصحف والمجلات والمطويات الورقية، ومؤسسات إعلامية سمعية كالمحطات الإذاعية، ومؤسسات سمعية بصرية كالقنوات التلفزيونية الفضائية، وأخيراً المؤسسات الإعلامية الإلكترونية أو الرقمية الناشئة التي تدمج بين النص والصوت والصورة التفاعلية عبر شبكة الإنترنت[1]. ومن جهة أخرى، تصنف المؤسسات الإعلامية بالنظر إلى معيار الملكية والتبعية القانونية والمالية إلى مؤسسات إعلامية عامة أو حكومية تمولها الدولة وتستهدف تقديم خدمة عمومية شاملة لجميع أفراد المجتمع، ومؤسسات إعلامية خاصة أو تجارية يمتلكها أفراد أو شركات استثمارية تعتمد على التمويل الذاتي والإعلانات وتستهدف تحقيق عوائد ربحية إلى جانب دورها الإعلامي، فضلاً عن المؤسسات الحزبية أو التنظيمية الناطقة باسم هيئات محددة. كما يمكن تقسيمها بحسب النطاق الجغرافي لنشاطها وتغطيتها إلى مؤسسات محلية، ومؤسسات جهوية إقليمية تخاطب منطقة معينة، ومؤسسات دولية عابرة للحدود.

وفيما يتعلق بخصائص المؤسسات الإعلامية، فإنها تنفرد بمجموعة من السمات التنظيمية والتشغيلية التي تجعل سيرورتها الإدارية والإنتاجية متميزة ومعقدة للغاية مقارنة بالمؤسسات الخدمية الأخرى. وتبرز أولى هذه الخصائص في خاصية "ازدواجية السوق المنتج"؛ حيث تتعامل المؤسسة في سوقين متزامنين في آن واحد، السوق الأول هو سوق المضامين والمحتويات الذي تتوجه به إلى الجمهور لكسب اهتمامه ومتابعته وثقته، والسوق الثاني هو سوق الإعلانات والتسويق حيث تبيع المؤسسة هذا الاهتمام الجماهيري والوقت الإعلاني للمعلنين والشركات التجارية لتأمين عوائدها المالية وضمان ديمومتها التشغيلية[2]. وترتبط بهذه الخاصية سمة أخرى بالغة الأهمية وهي الاعتماد المطلق على رأس المال الفكري والمواهب البشرية الإبداعية المتخصصة من صحفيين، ومخرجين، ومحللين، ومصممين؛ إذ يمثل العامل البشري المبدع الركيزة

[1] فضيل دليو، نفسه، ص 112.

[2] حكيم بوغرارة، "خصوصية التسيير في المؤسسة الإعلامية الجزائرية"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، العدد 12، 2013، ص 145.

الأساسية ل جودة ومصداقية وجاذبية المخرج الإعلامي النهائي للمؤسسة، وهو ما يتطلب نمطاً تسييرياً مرناً يبتعد عن البيروقراطية الجامدة ويحفز على الابتكار والتجديد المستمر والتلقائي.

وعلاوة على ذلك، تتسم المؤسسة الإعلامية بخاصية السرعة الآنية والفورية في الإنتاج والتوزيع، حيث تفرض طبيعة المادة الإخبارية والإعلامية دورة إنتاجية سريعة جداً وقصيرة الأجل لمواكبة الأحداث الجارية لحظة بلحظة، مما يتطلب تنسيقاً إدارياً وتكنولوجياً فائق الدقة والفعالية بين مختلف الأقسام التحريرية والفنية واللوجستية[1]. كما تتميز بخاصية التأثير المجتمعي الواسع والنفوذ الرمزي القوي، فالمنتج الإعلامي لا ينتهي مفعوله بمجرد استهلاكه، بل يساهم بشكل تراكمي وعميق في صياغة الأطر المعرفية والثقافية للمتلقين، وتوجيه اهتماماتهم وسلوكياتهم، مما يحمّل هذه المؤسسات مسؤولية أخلاقية واجتماعية وقانونية مضاعفة تستوجب الالتزام الصارم بقواعد المهنة وأخلاقياتها وأدبياتها التنظيمية المتعارف عليها دولياً ومحلياً.

6. دورها في الاتصال

تعتبر المطوية الإعلامية (Brochure) من أهم الأدوات والوسائل الاتصالية المباشرة والمطبوعة التي تستخدمها المؤسسات الحديثة لبناء وتوجيه علاقاتها مع الجمهور المستهدف، حيث تسعى من خلالها إلى تحقيق أهداف استراتيجية وتثقيفية محددة بناءً على خطط اتصالية مدروسة[2]. ويمكن تفصيل الدور الحيوي الذي تلعبه المطوية في العملية الاتصالية عبر النقاط والفقرات التالية:

- **توليد الوعي وبناء الصورة الذهنية الإيجابية** :تعمل المطوية كواجهة إعلامية مصغرة تعكس الهوية المؤسساتية للجهة الصادرة عنها، وتسهم بشكل مباشر في ترسيخ الرؤية والرسالة والقيم الإستراتيجية في أذهان الجمهور، مما يعزز من مكانة المؤسسة ومصداقيتها في المحيط الأكاديمي والاجتماعي .[3]

[1] محمد الحفناوي، نفسه، ص 82.

[2] عبد الرزاق دليمي الدليمي، المرجع نفسه، ص. 88.

[3] صالح العامري، المرجع نفسه، ص. 34.

- **الاختزال المعرفي وتبسيط الرسائل المعقدة** :تتيح المطوية إمكانية تكثيف المعلومات الغزيرة وتحويلها إلى نصوص قصيرة، مركزة، ومباشرة. هذا الأسلوب يساعد المتلقي على استيعاب الفكرة المحورية بسرعة ودون مجهود، متجنباً النفور الذي تسببه التقارير المطولة .[1]
- **التكامل البصري وجذب الانتباه** :يعتمد الاتصال عبر المطويات على التناغم بين النص المكتوب والعناصر البصرية كالشعارات والألوان والصور التوضيحية، وهو ما يساهم في إثارة اهتمام القارئ وجذبه لمتابعة القراءة، ويجعل الرسالة الاتصالية أكثر مرونة وقابلية للتذكر لفترات طويلة .[2]
- **المرونة الفائقة في التوزيع والوصول المباشر** :تمتاز المطويات بسهولة حملها ونقلها، وتعتبر الأداة المثالية للاستخدام خلال الفعاليات الوجاهية والمباشرة، مثل الندوات العلمية، والمعارض، وحملات التوعية الميدانية، مما يضمن وصولاً فورياً ومستهدفاً للشرائح المطلوبة.[3]
- **تفعيل رجع الصدى والتوجيه السلوكي** :لا تقتصر المطوية على تقديم المعلومات فقط، بل تتضمن دائماً قنوات الاتصال بالمؤسسة (كأرقام الهواتف، والبريد الإلكتروني)، مما يسهل على الجمهور عملية التفاعل، أو تقديم الاستفسارات، وهو ما يسمى في علم الاتصال بالاستجابة السلوكية للمرسل .[4]

إن القيمة الاتصالية الفعالة للمطوية تنبع من كونها تجمع بين الخصائص الإعلامية والإعلانية في آن واحد، فهي تقدم مادة معرفية تثقيفية للمتلقي وفي ذات الوقت تروج للخدمات أو الإنجازات التي حققتها المؤسسة، مما يجعلها عنصراً لا غنى عنه في أي حملة علاقات عامة ناجحة .[5]

---

[1] محمد منير حجاب، المرجع نفسه، ص. 55.

[2] إبراهيم المحارب، المرجع نفسه، ص. 12.

[3] صالح العامري، المرجع نفسه، ص. 45.

[4] عبد الرزاق دليمي الدليمي، المرجع نفسه، ص. 92.

[5] محمد منير حجاب، المرجع نفسه، ص. 58..

الجانب التطبيقي

التريف بمؤسسة وهيكلتها التنظيمية

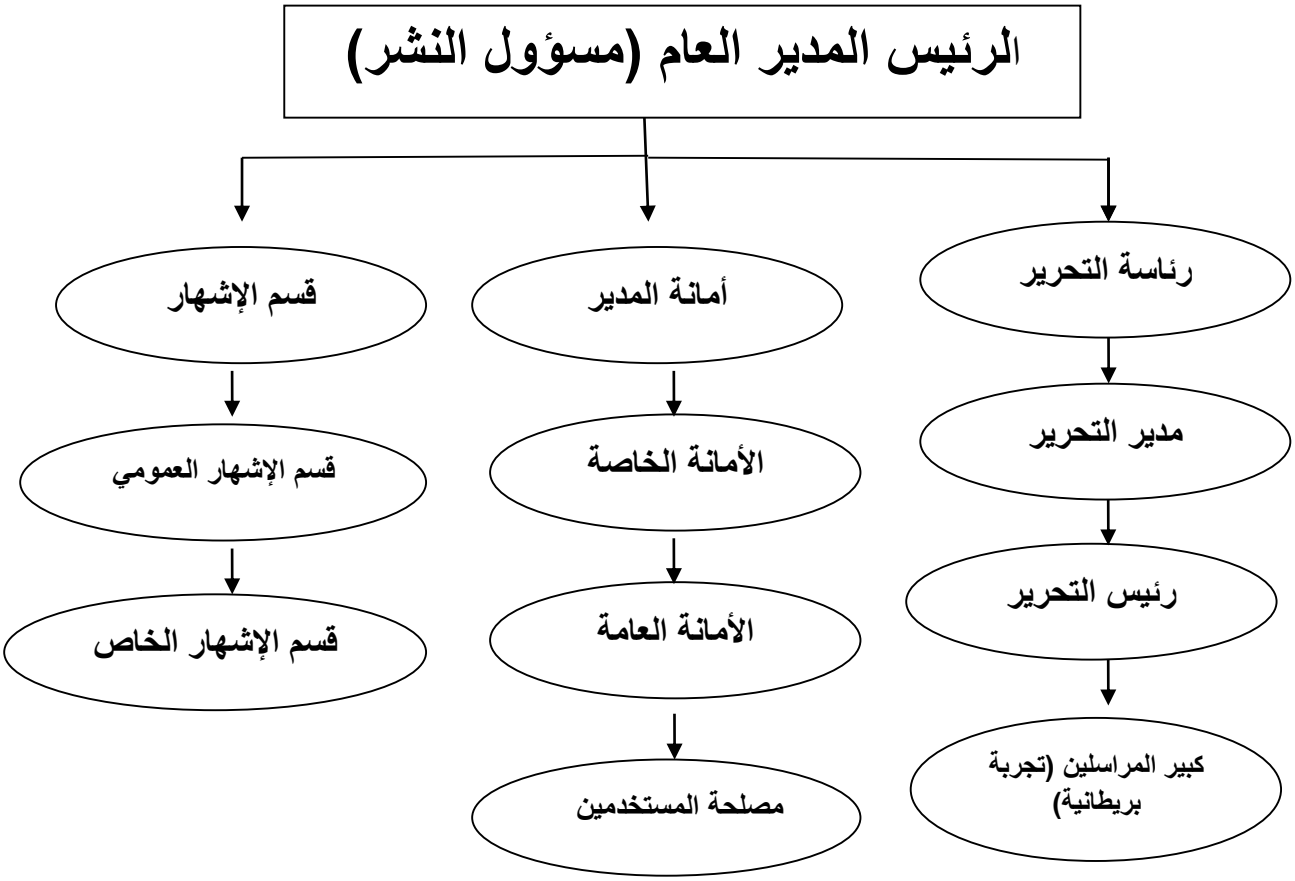
تُصنّف مؤسسة "الشروق اليومي" كإحدى القلاع الإعلامية الرائدة في المشهد الصحفي الجزائري، حيث تمكنت من فرض وجودها وتميزها في الشقين؛ المكتوب والسمعي البصري. وتعود الجذور التاريخية لتأسيس هذا المجمع الإعلامي العريق إلى عام 1991، حيث انطلق في بدايته كجريدة أسبوعية ناطقة باللغة العربية، متخذةً من العبارة الشهيرة: "رأينا صواب يحتمل الخطأ، ورأيكم خطأ يحتمل الصواب" شعاراً وفلسفةً لعملها التحريري. ومع تطور البيئة الاتصالية والانفتاح الإعلامي الذي شهدته البلاد بعد ما عُرف بالرأي العربي، تحولت المؤسسة في عام 2002 إلى جريدة يومية تحت اسم "جريدة الشروق اليومي". ولم يتوقف طموح المؤسسة عند هذا الحد، بل واكبت الطفرة الرقمية بإطلاق نسخة إلكترونية متعددة اللغات تتيح تصفح محتواها باللغات العربية، والفرنسية، والإنجليزية عبر موقعها الرسمي، وامتدت مشاريع المجمع التوسعية لتشمل إطلاق قناتين فضائيتين (إحداهما عامة مفتوحة والأخرى إخبارية متخصصة)، إلى جانب المنبر الإذاعي "إذاعة الشروق"، وهو التحول الكلي الذي يعود الفضل في تأسيسه وإرساء دعائمه إلى الأستاذ الصحفي الراحل "علي فضيل" رحمه الله.

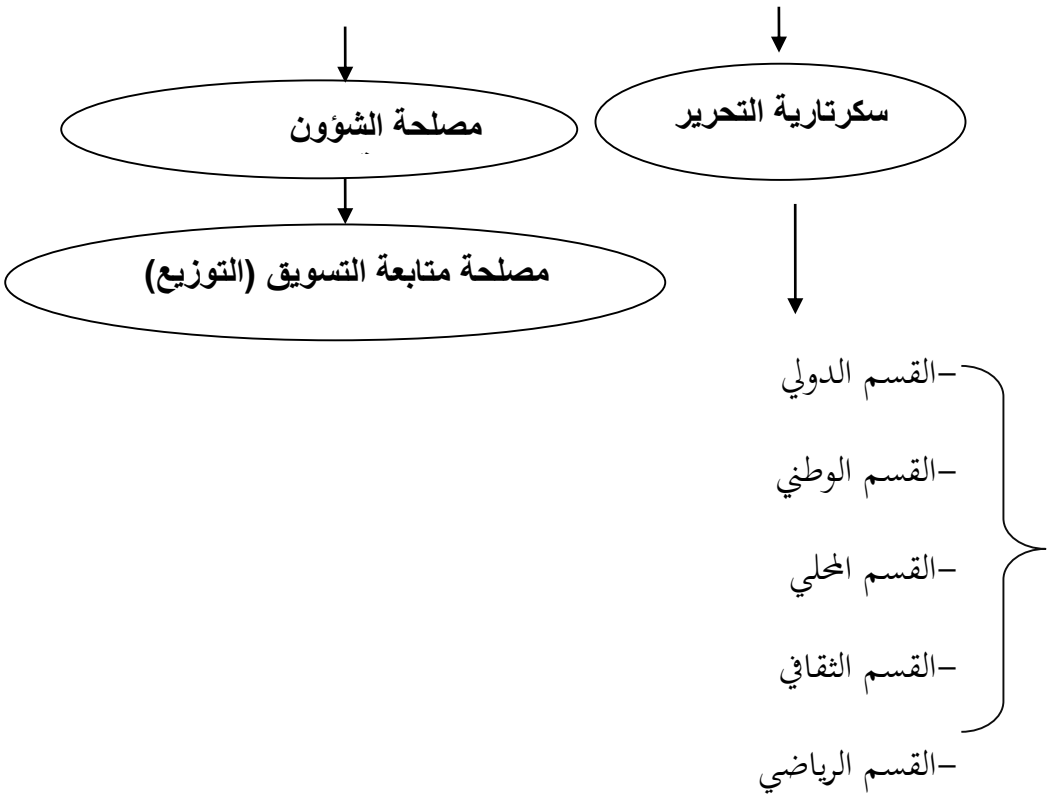
وبالعودة للحديث عن "جريدة الشروق اليومي" باعتبارها النواة الأساسية واللبنة الأولى التي تفرع عنها مجمع الشروق، فقد تم توجيه التربص الميداني نحو **المكتب الجهوي بولاية ورقلة**، كونه يمثل أحد الروافد المحورية التي تعتمد عليها الجريدة في تحقيق امتدادها الجغرافي بالجنوب. وتتكامل البنية التنظيمية للجريدة من خلال أربعة مكاتب جهوية كبرى تغطي التراب الوطني وهي: مكتب قسنطينة، ومكتب وهران، ومكتب عنابة، بالإضافة إلى مكتب ورقلة. وتدعم هذه المكاتب شبكة مراسلين واسعة تفوق 58 مراسلاً موزعين بدقة عبر شتى الولايات والدوائر والولايات الكبرى، والذين تتبع لهم مكاتب ولائية فرعية تضمن التغطية الشاملة للأحداث فور وقوعها. أما على مستوى المقر المركزي بالعاصمة، فتتوزع التخصصات التحريرية والإدارية على أقسام حيوية تشمل: القسم الدولي، القسم الوطني، القسم الاقتصادي، القسم الثقافي، القسم الرياضي، بالإضافة إلى قسم الإشهار، وقسم المتابعة والنشر الموصول مباشرة بالمطابع الجهوية.

تستمد الجريدة قوتها الإعلامية من خطها الافتتاحي القائم على التوجه الوطني المعتدل، مما أهلها لتكون أحد أهم أعمدة الإعلام الجزائري، ومنبراً مكتوباً حراً يتسم بالاستقلالية التامة ولا يخضع لأي جهة

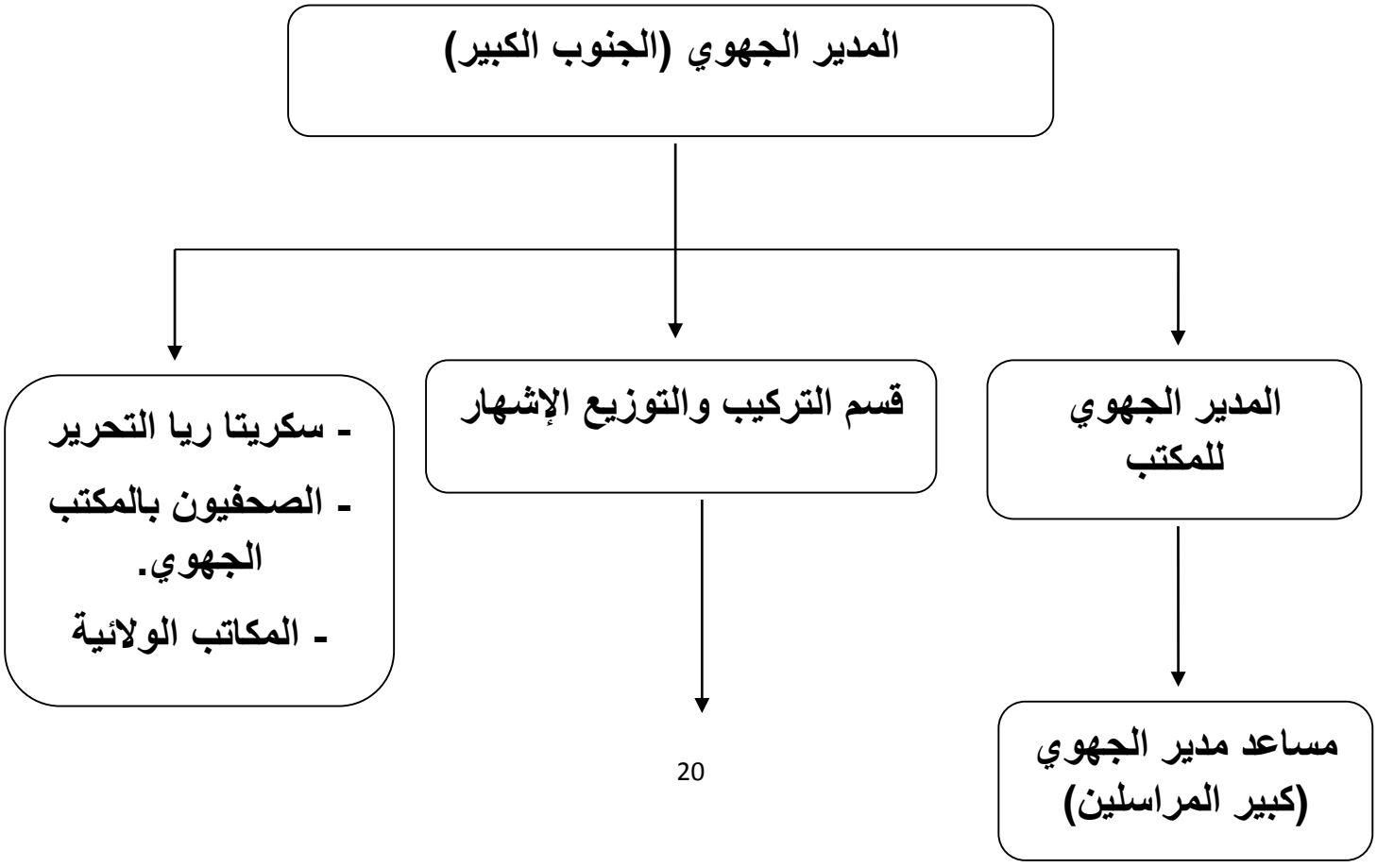
أخرى، متميزة بشمولية مضامينها وأخبارها السياسية، والاقتصادية، والثقافية، والرياضية، فضلاً عن صحافة الرأي، وتُتاح النسخة الورقية للمستهلك بسعر 15 ديناراً جزائرياً (ما يعادل 1 يورو). وقد حققت الجريدة أرقاماً قياسية غير مسبوقة؛ حيث وصل حجم سحبها اليومي إلى نحو مليوني (2 ملايين) نسخة عبر التراب الوطني عام 2009، وذلك تزامناً مع تغطيتها الاستثنائية لمجريات مباراة كرة القدم التاريخية بين مصر والجزائر المؤهلة لكأس العالم وما صاحبها من جدل إعلامي واسع. ويشتغل بالمقر المركزي للجريدة أكثر من 60 صحفياً في جميع الأقسام، يسندهم 150 موظفاً آخرين كمراسلين عبر العالم. ويقع مقرها الرسمي الحالي بدار الصحافة "عبد القادر سفير" بالقبة في العاصمة، وتخضع للإشراف المباشر من قِبل الأستاذ "رشيد فضيل"، شقيق مؤسس الجريدة الراحل علي فضيل. وتحافظ الجريدة حالياً على معدل سحب يومي يقدر بـ 600 ألف نسخة، منها 20 ألف نسخة موجهة لولايات الجنوب الكبير. وفي إطار انفتاحها الإعلامي العالمي، أبرمت الجريدة عدة اتفاقيات دولية بارزة، من أهمها الاتفاقية الموقعة عام 2015 مع المجلس البريطاني في الجزائر من أجل إطلاق مبادرة لتعلم اللغة الإنجليزية، وهي السنة ذاتها التي شهدت نشرها لمقالات صحفية مكتوبة باللغة الإنجليزية.

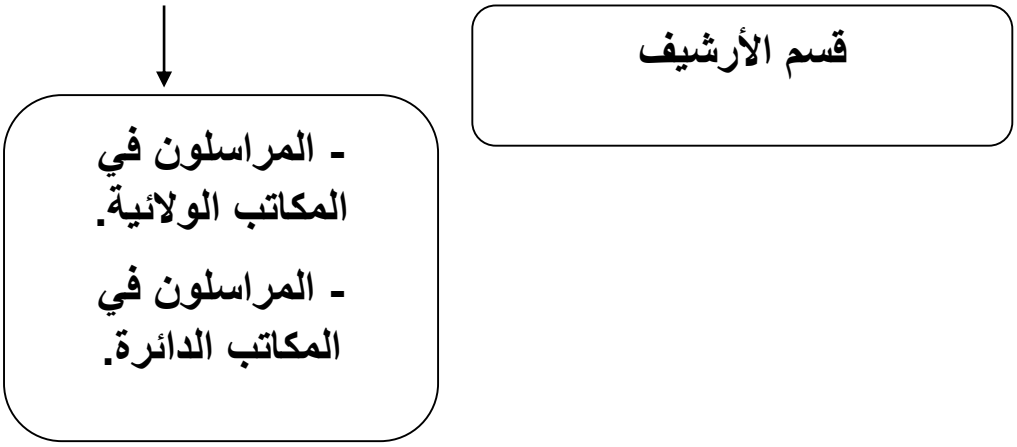
- اما عن الهيكل التنظيمي فقد طرحنا الهيكل التنظيمي لكل من مؤسسة الشروق الرئيسية ومكتب الشروق بورقلة :





هيكلة جريدة الشروق اليومي (جهويا)





ـ التعريف بكبير المراسلين: (تجربة بريطانية)

هو تجربة بريطانية عصب العمل الإعلامي داخل الشروق كونه المسؤول على الاتصال بين بيئتين الداخلية والخارجية للمؤسسة باعتباره المنسق بين المكاتب الجهوية والمركزية ناهيك عن المراسلين في الولايات والدوائر، حيت يوجد في كل مكتب جهوي كبير المراسلين وهو المساعد الأول لمدير المكتب الجهوي وبما أننا أجرينا هذا التربص بالمكتب الجهوي لجريدة الشروق اليومي بدار الصحافة عبد الحميد نجاح ورقلة.[2]

فإنه يمكن حصري مهامه فيما يلي:

ـ مهام كبير المراسلين في جريدة الشروق اليومي:

1- متابعة الأعمال الإعلامية على المستوى المركزي والجهوي وإبداء الرأي فيها وفي محتواها .

2- الإشراف على تكوين الصحافيين من خلال الأيام التدريبية التي تعد في هدا الجانب وتبادل الآراء بشأنها .

3- التنسيق والاتصال بين جميع الأقسام لتفادي الوقوع في الخطأ أو نشر المقالات سبق نشرها بسبب خطأ أو نسيان .

4- التنسيق اليومي مع المدققون اللغويون قصد تجنب الأخطاء اللغوية والنحوية وغيرها التي قد يقع فيها الصحفيين والمراسلين من أجل الحفاظ على مصداقية الجريدة وتوازنها واستمراريتها .

5-تمثيل الجريدة أمام الشركاء الاجتماعيين وملتقيات التكوين ورسالات الصحفيين وإعداد تقارير بشأنها .

6- ضبط العملية الاتصالية من خلال التنسيق مع المديرين في المكاتب الجهوية من أجل اختيار المواضيع المناسبة للنشر في كل عدد من أعداد الأسلوب ومناقشة المقترحات من المقالات سواء كانت المؤجلة كالتحقيقات والريبورتاجات أو المعدة للنشر في اليوم الموالي ودلك من أجل التوجيه وتقديم نصح لهم .

7-يمثل دور كبير المراسلين بمثابة الوسيط بين رئاسة التحرير والأقسام من جهة ورئاسة تحرير المكاتب الجهوية من جهة أخرى .

ـ وظائف كبير المراسلين :

– الوظيفة الاتصالية: يقوم كبير المراسلين بدور حلقة الوصل بين الجريدة وبيئتها الخارجية، حيت يؤمن تدفق المعلومات من مختلف المصادر (مواطنين، مؤسسات، إدارات محلي) الى هيئة التحرير كما يساهم في نقل صوت الجريدة إلى الجمهور من خلال التقارير الميدانية التغطيات الإخبارية والتحقيقات الصحفية بما يعزز حضور الجريدة ومصداقيتها في المنطقة

– الوظيفة التفاعلية:(داخل وخارج المؤسسة) يؤدي كبير المراسلين دورا محوريا في التنسيق بين فريق المراسلين المحليين والصحفيين في مقر المركزي مع ضمان التفاعل الفوري مع الأحداث الجارية ميدانيا.

– تخفيف الضغط على المؤسسة من خلال استقطاب المداخلات وتحويلها إلى مخرجات: من خلال قربه من الميدان واحتكاكه المباشر مع المواطنين، يمكن كبير المراسلين الجريدة من استباق الأحداث واستيعاب مختلف الانشغالات وتحويلها إلى مواضيع صحفية ذات قيمة لا تكتفي بطرح المشكل بل تقترح الحلول وتحفز الحوار المجتمع مما يخفف الضغط التحريري على الإدارة المركزية ويمنحها محتوى محليا أصيلا

– الوظيفة التشاركية: يتعاون كبير المراسلين مع زملائه في التحرير والمراسلين الجهويين لإنجاز المواضيع المعمقة وتحقيقات المشتركة

هام :

يعتبر كبير المراسلين بمثابة خلية الاتصال بتجربة بريطانية ويعد بمثابة العمود الفقري وهي تجربة اتصالية، قد لا نجدها في بقية الجرائد تعتبر تجربة رائدة كونها تخفف الضغط على الجريدة أو المؤسسة وتسهل أعمالها وتضبط مخرجاتها.

ـ نبذة عن كبير المراسلين :

الاسم: ربيعة الأقريد

تاريخ ومكان الازدياد: خلال 1982 ورقلة

الحالة العائلية: متزوجة

اللغات: انجليزية– فرنسية

الشهادات: جامعية

ماستر إعلام و إتصال ورقلة

الخبرة العملية:

مجموع سنوات الخبرة: 15سة .

تشتغل في وظيفة كبير المراسلين تعرف بتغطيتها للقضايا الاجتماعية والتنموية كتبت تقارير حول نشاطات جمعيات خيرية مثل "وافعلوا خير" في ورقلة مسلطا الضوء على جهود المجتمع المدني في تحسين الظروف المحلية يظهر نشاطها اهتماما بالقضايا الاجتماعية والتنموية مع التركيز على نقل معاناة المواطنين وتسليط الضوء على المشكلات المحلية .

2. كيفية إعداد المطوية ومراحل إنجازها

تم تصميم وإعداد هذه المطوية العلمية كمنتج معرفي وبصري يوثق بكفاءة نتائج التربص الميداني في المكتب الجهوي لمؤسسة الشروق بورقلة. وقد مرت عملية الإعداد والإنجاز بأربع مراحل تكاملية ومحددة:

- **مرحلة التخطيط والتأطير الأكاديمي** :بدأت بتحديد الإطار الإداري والعلمي للمشروع تحت مظلة جامعة غرداية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، للسنة الجامعية 2026/2025، وبإشراف الأستاذ الموجه "بجاج أحمد."
- **مرحلة جمع المادة المعرفية والتوثيق الميداني** :تم خلالها النزول إلى البيئة العملية للمكتب بدار الصحافة بورقلة واستقاء المعلومات الدقيقة حول تاريخ النشأة منذ 2002. وجرى حصر الأهداف الستة للمؤسسة، ورصد الإنجازات الميدانية الكبرى في التغطيات والأزمات، وفهم تفاصيل الهيكل التنظيمي لإدارة "جيور."
- **مرحلة التبويب وصياغة المحاور (العناوين** :(تم توزيع المادة المعرفية بدقة على العناوين الستة الكبرى للمطوية وهي: (أ. نشأة الشركة، ب. موقع المؤسسة، ج. أهداف المؤسسة، د. أهم إنجازات مكتب الشروق – ورقلة، هـ. الهيكل التنظيمي، ي. معلومات تخص المركز.(
- **مرحلة التصميم والإخراج البصري** :قامت الطالبتان "إخلاص سويلم" و"شيماء بن قومار" بفرز النصوص وتصميم الجداول وإدراج الصور التوثيقية للفريق الإعلامي وشعارات القنوات "الشروق TV" و"الشروق News" في قالب فني يسهل قراءته وتداوله.

3. عرض المطوية بمختلف عناصرها

تتكون المطوية العلمية المحللة من ستة محاور وعناصر أساسية، تم تنسيقها لتغطية كافة الجوانب التعريفية والتشغيلية الخاصة بمكتب الشروق في ورقلة، وتفصيلها كالآتي:

- **الواجهة الأمامية والبيانات المنهجية** :تحمل الهوية الرسمية ممثلة في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة غرداية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال. ويظهر بوضوح عنوان المطبوعة "مطوية علمية حول المكتب"، متبوعاً بجدول يوضح إعداد

الطالبتين (إخلاص سويلم، شيماء بن قومار) وتحت إشراف الأستاذ (بجاج أحمد) للسنة الجامعية 2026/2025.

- **أ. نشأة الشركة** :يوثق هذا الجزء البداية الفعلية للمكتب الجهوي بورقلة، والذي تأسس عقب تحول جريدة الشروق إلى الإصدار اليومي عام 2002. وأشارت المطوية إلى دور المؤسس الراحل "علي فوزي رباعين"، موضحة أن فرع ورقلة هو أحد المكاتب الأربعة الكبرى للجريدة رفقة مكاتب قسنطينة ووهران وعنابة.
- **ب. موقع المؤسسة** :يحدد المحور الموقع الجغرافي للمكتب بمدينة ورقلة، وتحديداً بدار الصحافة "محمد نجاح لاسيليس."
- **ج. أهداف المؤسسة** :يستعرض هذا الركن ستة أهداف رئيسية تتلخص في: التغطية الإعلامية للجنوب الشرقي، نقل انشغالات المواطن المحلي، دعم ومرافقة التنمية، تزويد المقر المركزي بالمادة الإخبارية، ترسيخ الخط التحريري الوطني المعتدل، والتنسيق مع السلطات والهيئات المحلية.
- **د. أهم إنجازات مكتب الشروق – ورقلة** :يبرز المحور ستة إنجازات ميدانية وهي: تغطية مشاريع التنمية الكبرى، إبراز قضايا التشغيل والاستثمار، التغطية الميدانية للأزمات والكوارث، مرافقة التظاهرات الثقافية والرياضية، نشر تحقيقات حول ملفات التسيير المحلي، وتفعيل دور المجتمع المدني إعلامياً.
- **هـ. الهيكل التنظيمي** :يعرض الهيكلة الإدارية والتحريرية للمكتب (جيور)، والتي تبدأ من المدير الجهوي للجنوب الكبير، ومساعده (كبير المراسلين)، ثم قسم التركيب والتوزيع والإشهار، وقسم الأرشيف والملاحق، وصولاً لسكرتارية التحرير، والصحفيين بالمكتب، والمراسلين بالولايات والدوائر.
- **ي. معلومات تخص المركز** :يحتوي الجزء الأخير على قنوات الاتصال الرسمية بالمكتب، وتشمل رقم الهاتف (029701122)، والبريد الإلكتروني، وحسابات التواصل الاجتماعي لمجموعة الشروق News ورقلة.

خاتمة

خاتمة

تأسيساً على ما تقدم، يمثل هذا التقرير العلمي والمطوية المصاحبة له ثمرة تجربة ميدانية وبحثية متكاملة، جُسدت من خلال التربص الميداني بالمكتب الجهوي لمؤسسة الشروق بولاية ورقلة. لقد أتاح لنا هذا التواجد الميداني فرصة حقيقية للاطلاع عن كثب على هيكلية صرح إعلامي عريق، رائد في مشهده السمعي البصري والمكتوب، والتعرف على دوره المحوري في كسر العزلة الإعلامية عن الجنوب الكبير، ونقل تطلعات المواطن، ومرافقة التنمية المحلية ضمن خط تحريري وطني معتدل ومستقل.

ومن الناحية الاتصالية، فقد تكللت هذه الدراسة بإعداد مطوية علمية كأداة إعلامية وتوعوية رصينة. وقد أثبتت المعالجة النظرية والميدانية أن المطوية ليست مجرد ورقة مطبوعة، بل هي وسيلة إستراتيجية بالغة الأهمية في هندسة العلاقات العامة للمؤسسات الحديثة؛ تكمن قيمتها في قدرتها الفذة على الاختزال المعرفي وتبسيط المضامين المعقدة، والوصول المباشر إلى الجمهور بكفاءة اتصالية عالية وتكلفة اقتصادية منخفضة.

وفي الختام، نسأل الله أن يكون هذا الجهد المتواضع، الذي مر بمراحل إعداد منهجية دقيقة من التخطيط والتوثيق والتبويب والإخراج البصري، إخراجاً يليق بجامعة غرداية وبقسم علوم الإعلام والاتصال، وأن يشكل إضافة معرفية مفيدة تسلط الضوء على واقع الإعلام الجواري في جنوبنا الحبيب، ونبراساً يسترشد به زملاؤنا الطلبة في بحوثهم القادمة. وعملاً بالوفاء، نجدد دعوات الرحمة للمؤسس الراحل علي فضيل، سائلين المولى عز وجل التوفيق والنجاح في مسيرتنا العلمية والعملية.

ببليوغرافيا

الكتب :

1. احمد دميس، المطبوعات الإعلامية كأداة للاتصال المؤسساتي، الطبعة الأولى، دار الهدى للطباعة والنشر، عين مليلة، 2005.
2. حجاب منير محمد ، الاتصال المباشر والوسائط المطبوعة، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الجزء الأول، القاهرة، 2010.
3. الدليمي عبد الرزاق دليمي ، *العلاقات العامة والوسائل الاتصالية*، دار اليازوري العلمية، الطبعة الأولى، الجزء الأول، عمان، 2012.
4. العامري صالح ، *أدوات الاتصال المؤسساتي*، دار المناهج، الطبعة الثانية، الجزء الأول، عمان، 2015.
5. محمود فريد محمد ، العلاقات العامة والمطبوعات الدورية، الطبعة الثانية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2012.

المقالات الاكاديمية:

1. بوغرارة حكيم، "خصوصية التسيير في المؤسسة الإعلامية الجزائرية"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، العدد 12، 2013.
2. مبروك يوسف ، "الاتجاهات الحديثة في تصميم المطبوعات الإعلامية المستدامة"، مجلة الدراسات والبحوث الإعلامية، جامعة القاهرة، العدد 18، 2019.
3. المحارب براهيم ، *التحرير الإعلامي المطبوع والمطويات*، دار الكتاب الجامعي، العدد 3، المجلد 2، الطبعة الأولى، العين، 2018.

الملاحق







الملحق 1.2.3 : صور من جرائد خاصة بجريدة الشروق



الملحق4 : صور لأجتماع داخل المقر



الملحق5 : صورة لمقر الرئيس لمكتب قناة الشروق ورقلة

الملحق 6: شعار قناة الشروق الإخبارية



الملحق7 : شعار قناة الشروق االاخبارية



الملحق8 : مجموعة قناة الشروق الخاصة في منصة الفايسبوك