جامعة قطر
QATAR UNIVERSITY

جَمالُك في عُمرك

عمل الطالبات :
عائشة حمد السليطي
٢٠٠٩٠٣٠٨٣
نورهان محمد عطية
٢٠١١٠٤٠٨٣
بهية نجيب المنصوري
٢٠٠٧٦٥٧٨٩

اشراف الدكتورة : رنا حسن
خريف ٢٠١٦

كلمة شكر وتقدير

الحمد والشكر لله عز وجل الذي هدانا وأرشدنا وأنار دربنا وفتح لنا أبواب العلم وأمدنا بالعزم والصبر والإرادة لإعداد هذا البحث الموجهه لفئة المراهقات،كما نتقدم بخالص الشكر والتقدير العظيم والعرفان للدكتورة رنا حسن لإشرافها على البحث ومتابعتها لما بكل خطوه خطيناها وتقديم النصيحة السديدة ومساعدتنا في اي وقت طول فترة العمل على المشروع،كما نتقدم بخالص الشكر والثناء الى أفراد اسرنا الذين لطالما ساندونا في كل خطوه نخطيها دون كلل.

كما نتوجه بخالص الشكر والامتنان والثناء لكل من دعم حملتنا سواء كان دعم معنوي او دعم مادي،ونخص بالذكر شركة صب وآي على دعمهم المادي لنا و المعهد الوطني لفنون الطهي الصحي و مدرسة قطر الإعدادية المستقلة للبنات والعاملين في هذه الجهات على الوقت والجهد الذي بذلوه من أجل نجاح حملتنا.

نعجز عن التعبير عن مشاعرنا فتخوننا الكلمات لنصف فيها ما يجول بخاطرنا من شكر وامتنان لكل من مد لنا يد العون و نور طريقنا وزرع فينا الامل لنكمل المسيرة سواء كان بنصائح او بكلمات ايجابية وتشجيعية اثناء عملنا على هذا البحث،فشكرا لكم جزيل الشكر.

شكراً لكم

إهداء

إلى ينبوع التفاؤل والصبر والأمل

إلـى أحـب مـن فـي الوجـود بعـد الله سـبحانه وتعالـى و رسـوله صلـى الله عليـه وسـلم

أمهاتنـا الغاليـات

إلى سندنا في الحياه وقوتنا .... أخوتنا وأخواتنا الحبيبات

إلى من مشى معنا على دروب العلم والاجتهاد .... طلاب تخصص علاقات عامة

إلى من بذلوا كل جهدهم لبناء جيل الغد .... أساتذتنا الكرام

اليكم نهدي هذا العمل المتواضع

الفهرس

ملخص الحملة .....

الفصل الأول : المقدمة

المقدمة .....

اهمية الحملة .....

الرؤية .....

الرسالة .....

الهدف .....

الجمهور المستهدف .....

أهم المفاهيم .....

الفصل الثاني : البحوث السابقة والنظريات

النظريات .....

الدراسات السابقة .....

المقالات .....

الحملات السابقة .....

الفصل الثالث : آلية البحث

دراسة تجريبية .....

بحوث كيفية .....

بحوث كمية .....

عينة البحث .....

الفصل الرابع : تحليل ومناقشة

تحليل الاستبيان .....

الفصل الخامس : الاعداد والتنفيذ

أخلاقيات الحملة .....

تحليل الوضع القائم .....

شعار الحملة .....

التسويق الاستراتيجي .....

المنتج .....

السعر .....

الخطة الاستراتيجية .....

الاعلانات .....

العلاقات العامة .....

المطبوعات .....

الاعلام الجديد .....

الخطة التكتيكية .....

الرعاة الرسميون .....

الفصل السادس : تقييم الحملة

تقييم الفعاليات .....

تقييم وسائل التواصل الاجتماعي .....

الفصل السابع : الميزانية

جدول الميزانية .....

الفصل الثامن : الخاتمه

الخاتمة .....

المراجع .....

الملاحق .....

ملخص الحملة :

حملة أنتِ أجمل هي حملة توعوية مجتمعية تهدف لخدمة اجتماعية لشريحة هامة من المجتمع القطري إلا وهي فئة المراهقات الذي يجب ان يكون لهم اهتمام خاص لأنهم يمرون في مرحلة عمرية انتقالية و تتضارب المشاعر فيها فينحرف بعضهم عن الطريق لعدم وجود من يمسك بيدهم ويساعدهم لاجتياز هذه المرحلة العمرية بدون معرقلات،حيث ان مرحلة المراهقة تعتبر نقطة تحول كبير في حياة الفتاه وتحتاج الى تكيف من نوع جديد يختلف عن ما تعودن عليه وهن في نضال لإثبات انفسهن وشخصيتهن في المحيط الذي يعشن داخلة،أصبحت المراهقات في وقتنا الحالي يستخدمن مستحضرات تجميل لا تناسب أعمارهن ويخترن ملابس لا تناسب مرحلتهن العمرية لرغبتهن الشديدة في مواكبة صيحات الموضة والظهور بشكل خارجي أكبر من عمرهن،ظناً منهن أن الجمال في الظهور بشكل أكبر مما همن عليه وذلك بوضع كميات كبيره من مساحيق التجميل الذي

يضيف سنوات عديدة لأعمارهن الحقيقة،غير مدركات أن لكل مرحلة عمرية جمالها الخاص،وأصبحت هذه الظاهرة منتشرة بشكل كبير في مجتمعنا القطري،ولذلك من واجبنا كطالبات علاقات عامة في جامعة قطر أن نرشدهن إلى الطريق الصحيح الذي من المفترض أن يسلكنهن وذلك لأن تفاقم الظاهرة قد يؤدي إلى مشاكل أكبر في المستقبل.

كالعديد من المؤثرات يعتبر الاعلام و وسائل التواصل الاجتماعي مؤثراً قويا وفعال على هذه الفئة بالإضافة الى كونهما سلاح ذو حدين فأما ان يتم استعمالهما بطرقة ايجابيه فتكون مؤثر ايجابي لهن ام يتم استخدامهما بطريقة سلبيه فتعطي التأثير المعاكس وهو تأثير سلبي قد يؤدي الى ضرر كبير ومستمر،وبسبب تطور التكنولوجيا اصبح من المستحيل ان يتم مراقبة كل ما يتم عرضه من خلال هذه الوسائل الاتصالية بالإضافة الى صعوبة منع المراهقات من عد استخدام هذه الوسائل بسبب انتشارها الكبير في المجتمع وبين الفئة المستهدفه بشكل اخص،ويكمن التأثير السلبي لهذه الوسائل الاتصالية هو عندما تتأثر

المراهقات بفئة معينة من الناشطين على هذه الوسائل مثل " الفاشينيستا " وهي لقب يطلق على ناشطات على وسائل التواصل الاجتماعي الآتي يعشقون الاهتمام بالشكل الخارجي ويتابعون الموضة وآخر صيحاتها ويضعن المكياج بشكل يومي بالإضافة الى عمليات التجميل التي تجعلهم يبدون في قمة الجمال.

لهذه الفئة من الفتيات تأثير كبير على المراهقات لأنهم يقومون باستعراض طريقة الماكياج الذي يضعونه وعيادات التجميل التي يذهبون اليها ومستشفيات التجميل ايضا التي يقومون بعمل عمليات التجميل فيها،فيؤثرن تأثيرا سلبيا على المراهقات التي يطمحن ان يكونوا نفسهم .

من خلال هذه الحملة التي قمنا بها أردنا أن نوعي المراهقات بما يناسب أعمارهن و بأهمية الجمال الطبيعي وكيفية الحافظ عليه عن طريق الخلطات الطبيعية والتغذية السليمة والرياضة دون اللجوء لمستحضرات التجميل وعمليات التجمل التي تأخذ سنوات من عمرهن وتضرهم،وذلك عن طريق برنامج متكامل يضم العديد من الورشات التي تهتم بالصحة

وبالجمال الطبيعي وبالخلطات الطبيعية والرياضة.

قمنا خلال الحملة بعمل العديد من الورشات والفعاليات بدأت بورشة تعريفية لحملتنا وأهدافنا وكذلك التعريف بالبرنامج الذي تقدمه حملتنا وكان ذلك في مدرسة قطر الثانوية المستقلة للبنات وفي مدرسة قطر الإعدادية المستقلة للبنات،وقد قمنا بالإعلان عن تفاصيلها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي،وقمنا بورشتنا الثانية والتي كانت بعنوان " جمالي في غذائي " قدمت الورشة الاستاذة بسمة النعيمي مدير عام المعهد الوطني لفنون الطهي الصحي في مدرسة قطر الاعدادية المستقلة للبنات وكان هناك تفاعل كبير من الحاضرين،وقمنا ايضا بورشة بعنوان " ايروبكس " وهي ورشة تهتم بالرياضة وأهمية الرياضة للمراهقات وشارك العديد من المراهقات في الورشة والقيام بتمارين الايروبكس مع مدربة الرياضة.

الفصل الأول
المقدمة

مقدمة :

يصل الانسان الى هذا العالم في صورة كيان فيزيقي،فهو كغيره من المخلوقات يخضع لخصائص النمو والقوانين العامة التي تتبعه،وهي تسير الى الأمام تتجه لتحقيق غرض ضمني وهو النضج،وفي هذه المرحلة النمائية التي تشمل الجوانب الجسمية والعقلية والوجدانية والانفعالية والاجتماعية في هذا البحث سنصب اهتمامنا وتركيزنا على مرحلة المراهقة وعلى المراهقات بشكل خاص وعلى تأثير الشكل الخارجي على تقبل المراهقة لذاتها،فالمراهقة تبدأ في تكوين نظرة نحو ذاتها والتي تتضمن في جعبتها أفكاراً ومعاني واتجاهات ويمكننا القول بأن المراهقة تبدأ بتكوين مفهوم حول ذاتها،وتشمل هذه الافكار صورة جسمه متضمنة الخصائص الفيزيقية والوظيفية والتي يطلق عليها صورة الجسم،ومن هنا يتشكل بعد مهم من ابعاد الذات الأساسية وعلى هذا الأساس تتشكل لدى المراهقة في هذه الفترة التي تسبق مرحلة النضج متغيرات متباينة سواء على الصعيد

النفسي الداخلي او على صعيد البيئة الخارجية وهذه المتغيرات هي التي تعوق بين المراهقة وبين التواصل الفعال السليم مع البيئة التي تعيش فيها،فإن عدم رضا المراهقة على جسمها او شكلها والصورة السلبية التي تكونها المراهقة في داخلها قد تكون أحد الاسباب الأساسية لمعاناتها من الاضطرابات السلوكية والتي تعكس عد الاتزان وسوء التوافق.

في الواقع فإن الصورة الايجابية والرضا عن الشكل وصورة الجسم يرتبط بعامل مهم وهو الشعور بالاطمئنان والسعادة فقد اظهرت الدراسات ان لفرد الذي يتقبل شكله الخارجي هو شخص سعيد يتمتع بقبول اجتماعي كبير وينجح اكثر في علاقاته الاجتماعية،ورضا الفرد لشكله الخارجي يرتبط كثيراً بما يصدره الآخرون من تقييمات و احكام وله فعالية في التأثير على مدى رضا الفرد او عدم رضاه عن جاذبيته وشكله الخارجي،وقد يحيلنا هذا الموضوع الى موضوع اكبر وهو ان لكل مجتمع معايير جمالية تختلف من مجتمع الى آخر وان لكل مجتمع معايير خاصة به وهذه المعايير هي التي تسهم في

تبني الشكل الخارجي المثالي وهو الذي يمثل جزء مركزي في تقبل الفرد ورضاه عن شكله الخارجي،كما ان معايير المجتمع حول الشكل الخارجي المنشوره ترجع لعوامل اجتماعية وثقافية ولكن نجد قلة في البحوث حول هذا الموضوع الذي لم يجذب الباحثين ليبذلوا محاولات في دراسة هذا المجال.

وتتطور الصورة التي تكونها المراهقة حول شكلها الخارجي من مرحلة عمرية الى آخرى وتتميز هذه الخاصية بالاستمرار والتعقيد بحيث انها لا تختلف عن اي ظاهرة ارتقائية آخرى من حيث انتقالها من الخاص الى العام ومن النظرة الشاملة الى النظرة الدقيقة الجزئية وان كان الاستمداد في الاصل يرجع الى الإطار الكلي،ففي مرحلة المراهقة هي مرحلة الفحص الجزئي لكل عضو من اعضاء جسد المراهقة،وتبدأ في معاناة جديدة تنتج من التغيرات المفاجأة لجسدها وغالبا ما تشعر المراهقة بعدم الرضا والبدانة،وتتأثر هذه الصورة برأي الأشخاص حولها،تشمل صورة الجسم والمظهر الخارجي للمراهقة على مكونين

اساسين ويتمثل الاول في ما يسمى بالمثال الجسمي وهو النمط الجسمي للشكل الخارجي للفرد الذي يعتبر مناسباً وجذاباً من منظورين من حيث عمر الفرد و وجهة نظره الثقافية،ان المثال الجسمي كما تحدده ثقافة الفرد له دور لا يستهان به لأنه يكون نظرة الفرد نحو نفسه وذاته وشكله الخارجي،وان تطابق مفهوم المثال الجسمي مع صورة الفرد الفعلية لشكله الخارجي فأن لذلك اسهام كبير في تقدير الفرد لذاته.

يجب ان نشيد ان الفتاه المراهقة قد تكون اكثر عرضة للتقييمات من الذكور وذلك بسبب التغيرات الجسمانية التي يمكن ملاحظتها مثل امتلاء الصدر والأرداف واتساع الخوض وتحولها من طفلة الى فتاه ناضجة.

وفي ظل الثورة الاعلامية الفضائية وطغيان الصورة وثقافتها وانتشار القنوات الفضائية وتطور التكنولوجيا والاتصال في العالم وفي المجتمع القطري والذي أدى الى انتشار وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة مثل

الفيس بوك و تويتر وانستقرام و سناب شات و اليوتيوب وغيرها من الوسائل الحديثة للتواصل الاجتماعي فإنه من المنطقي جدا افتراض دور هذه الثورة الاعلامية والفضائية وتأثيرها القوي على فئة المراهقات من ناحية صورة المراهقة لشكلها الخارجي،فقد طغى نموذج النحافة وتم اعتباره النموذج المفضل اعلاميا و تلاه نموذج الجسم الممتلئ الذي يسمى الساعة الرملية،فتتسابق النساء للوصول الى هذا النموذج بغض النظر عن الاقتناع به وبغض النظر عن سلبياته (دور وسائل الاعلام)

* ان الفرد تسيره الحاجات الاجتماعية والفسيولوجية و الفكره التي يكونها عن نفسه وهذه الحاجات تظهر في سلوك الفرد الظاهر و هي حاجات تحتاج الى الاشباع وان لم يتم اشباع هذه الحاجات فإنها تتحول الى توتر والذي يؤدي الى اختلال في توازن الفرد،ولذلك فإن هذه الدراسة تصب في اشباع حاجات المراهقات من خلال تقديم حزمة متكاملة من المعلومات على شكل برنامج يحمل في جعبته العديد من الورشات والصفوف التي تهتم بصحتهم وجمالهم.

أهمية الحملة :

تكمن أهمية حملتنا بأنها الاولى من نوعها في قطر،بعد بحث مكثف لم نعثر على أي حملة تختص بفئة المراهقات وبجمالهن الطبيعي وكيفية الحفاظ عليه وللأسف بالرغم من كون فئة المراهقات مهمة جدا إلا انها لم تحظى بالاهتمام المطلوب من ناحية الحملات المجتمعية،ولهذا فأن لحملتنا دوري قوي وفعال وحصدت اقبال كبير من هذه الفئة لرغبتهن الشديد بالحصول على المساعدة التي يحتاجونها.

وتكمن اهمية الحملة في تقديمنا لحل للحد من هذه الظاهرة وهو برنامج متكامل يختص بجميع الجوانب التي تحتاجها المراهقة وهو برنامج يضم حزمه متكاملة من الورشات للمراهقات في المدارس الاعدادية والثانوية،والتي تهتم بالصحة والتغذية السليمة والرياضة و الاهتمام بالجمال الطبيعي والخلطات الطبيعية التي تناسب اعمارهن.

المشكلة :

مرحلة المراهقة تعتبر نقطة تحول كبير في حياة الفتاه وتحتاج الى تكيف من نوع جديد يختلف عن ما تعودن عليه وهن في نضال لإثبات انفسهن وشخصيتهن في المحيط الذي يعشن داخلة،أصبحت المراهقات في وقتنا الحالي يستخدمن مستحضرات تجميل لا تناسب أعمارهن ويخترن ملابس لا تناسب مرحلتهن العمرية لرغبتهن الشديدة في مواكبة صيحات الموضة والظهور بشكل خارجي أكبر من عمرهن،ظناً منهن أن الجمال في الظهور بشكل أكبر مما همن عليه وذلك بوضع كميات كبيره من مساحيق التجميل الذي يضيف سنوات عديدة لأعمارهن الحقيقة،غير مدركات أن لكل مرحلة عمرية جمالها الخاص،وأصبحت هذه الظاهرة منتشرة بشكل كبير في مجتمعنا القطري،ولذلك من واجبنا كطالبات علاقات عامة في جامعة قطر أن نرشدهن إلى الطريق الصحيح الذي من المفترض أن يسلكنهن وذلك لأن تفاقم الظاهرة قد يؤدي إلى مشاكل أكبر في المستقبل.

رؤيتنا

أن تختار المراهقة وتميز ما يناسب فئتها العمرية في كل ما يخص الجمال والاعتناء بالمظهر الخارجي والصحة بطريقة طبيعية وبدون اللجوء الى المواد المضرة و وضع مساحيق تجميل كثيرة او اللجوء الى عمليات التجميل التي اصبحت ظاهرة منتشرة وبكثرة في الاونة الاخيرة.

رسالتنا

لكل مرحلة عمرية جمالها، اختاري ما يناسب عمرك

هدفنا

توعية المراهقات بخطورة هذه الظاهرة والتي تسلب منهن براءتهن وجمالهن الحقيقي الذي يخفينه تحت طبقات عديدة من الماكياج و ارتداء ملابس لا تناسبهن فتضيع أعمارهن الحقيقة.

أهداف الحملة :

تهدف حلمة « انتِ اجمل « الى توعية المراهقات وأولياء الامور بخطورة الظاهرة التي نراها بازدياد وتكاثر مستمر في مجتمعنا القطري وهي ان المراهقات يميلون الى وضع طبقات الماكياج وارتداء الملابس التي لا تليق بأعمارهن بالإضافة الى رغبتهن بإجراء عمليات التجميل وعدم تقبل اشكالهن وجمالهن الحقيقي،وهذا لا يعود الى وجود مشكلة حقيقيه بإشكالهن،بل لأنهم يجهلون الطريقة الصحيحة التي يجب ان يتبعوها لتحقيق الجمال الطبيعي كاستخدام الوصفات الطبيعية لتحسين بشرتهم والحفاظ على نضارته بل وضع الفونديشن الذي يخفي عيوب البشرة كالحبوب التي تظهر على بشرة المراهقات في هذه الفترة،كما تهدف حملتنا الى تغيير سلوك المراهقات واتجاهاتهم حول كل ما يخص الجمال وإيجاد بديل طبيعي وصحي لمساحيق التجميل،ومما سيترتب على ذلك من وعي وإدراك بالذات و زيادة الثقة بالنفس.

هـــدف اقناعـــي: يتمحـــور هـــذا الهـــدف حـــول فكـــرة الاقنـــاع بجمـــال المراهقـــات الحقيقـــي،وان كل فئـــة عمريـــة لهـــا جمـــال خـــاص بهـــا وانـــه لا وجـــود لأيقونـــة جمـــال واحـــدة يجـــب ان يصبـــح الجميـــع مثلهـــا ليكـــون جميـــل بـــل ان كل فتـــاه تملـــك جمـــال خـــاص وفريـــد بهـــا ويـــب ان تقتنـــع بهـــذا الجمال و لا تخجـــل منـــه.

الهـــدف المعرفـــي : يتمحـــور هـــذا الهـــدف حـــول نشـــر الوعـــي بخطـــورة الظاهـــرة وانتشـــارها بيـــن فئـــة المراهقات،فحملـــة « انـــتِ « اجمـــل تهـــدف الـــى ايصـــال هـــذه الفكـــرة ليـــس للمراهقـــات فقـــط بـــل الـــى اوليـــاء الامـــور ايضـــا كونهـــم مؤثـــر قـــوي علـــى ابنائهـــم.

الهـــدف الســـلوكي : يتمحـــور هـــذا الهـــدف تغييـــر ســـلوك المراهقـــات حـــول كل مـــا يخـــص الجمـــال الطبيعـــي وفتـــح بـــاب جديـــد وإرشـــادهم الـــى السـلوك الصحيـــح مـــن حيـــث اختيـــار المنتجـــات الطبيعيـــة التـــي تعـــزز جمالهـــن و تغيـــر نظامهـــم الغذائـــي الـــى نظـــام مفيـــد وصحـــي يعـــزز جمالهـــم الخارجـــي وصحتهـــم كذلـــك بالإضافـــة الـــى ممارســـة الرياضـــة الـــذي لهـــا شـــان فـــي

تغييـــر اشـــكال اجســـامهن و تحســـين صحتهـــم للأفضـــل.

- توعيـــة المراهقـــات بخطـــورة هـــذه الظاهـــرة والتي تســـلب منهـــن براءتهن وجمالهـــن الحقيقـــي الـــذي يخفينـــه تحـــت طبقـــات عديـــدة مـــن الماكيـــاج و ارتـــداء ملابـــس لا تناســـبهن فتضيـــع أعمارهـــن الحقيقـــة.
- التعريف بالجمال الطبيعي.
- الإقناع ان كل فئة عمرية عامل جمال خاص وفريد.
- التعريف بالوصفات والخلطات الطبيعية التي تناسب اعمرهن.
- التعريـــف بالطـــرق الصحيـــة والتـــي تشـــمل الغـــذاء الصحـــي والرياضـــة للحصـــول علـــى الجمـــال،دون الحاجـــة للجوء الـــى الماكيـــاج وعمليـــات التجميل.
- التعريف بالماكياج الناعم والبسيط والذي يناسب اعمارهن.

الجمهور المستهدف

هو تقسيم المجتمع الي فئات عمرية و من لديهم احتياجات و متطلبات متشابها و ينقسم ذلك الجمهور المستهدف في حملتنا الي فئتين (جمهوى اولي) وهم من يتراوح اعمارهم من ١٢- ١٩ سنة و يتمثلون في المراحل الدراسية ما بين الصف الاول الاعدادي الي الصف الثالث ثانوي اما (الجمهورالثانوي) هم اولياء الامور و هم من يعانون من هذه الظاهرة اي ان يكونوا ابنائهم في مرحلة المراهقة او مقبلين علي سن المراهقة.

اساس جغرافي:

- و تتمثل في دولة خليجية وهي دولة (قطر) و مواطنيها و نقوم بحملة في قطر علي المواطنات المراهقات القطريات اللاتي تجمعهم ثقافة عربية اسلامية مشتركة و تتمثل في عاداتهم و تقاليدهم و ايضا الاعراف القطرية المشتركة.

الاسس السكاني الديموغرافي:

- نقوم في حملتنا علي هوس التجميل للفتيات المراهقات من عمر ١٢-١٩ سنة من مراحل تعليمية مختلفة من الصف الاول الاعدادي الي الصف الثالث ثانوي و مشاكل التجميل لدي الفتيات في المجتمع القطري.

الاساس النفسي :

- نقوم في حملتنا علي شخصية الفتاة المراهقة المهوسة بعمليات التجمل و الفتاة التي تركز علي ان يراها المجتمع من ضمن المعايير الجمالية التي يحددها الاعلام في الاعلانات و التي تعاني من قلة ثقاتها بنفسها بسبب جسمها او اي خلال تلاحظه الفتاة بنفسها و الذي يعمل علي لجوء الفتاة بإتباع نظام اسهل لحل المشكله التي تعاني منها هي فقط والتي تراها هي ايضا فقط مشكلة و كذلك الفتاه التي تريد ان تكون اكبر من سنها الاساسي و تريد ان تلفت اليها الانظار بهيئتها المعدلة بواسطتها و هؤلاء الفتيات تعتمدن في اسلوب حياتهم علي الترف و السطحيه في التعامل .

أهم المفاهيم

المراهقة:

هي كلمة راهق في اللغة العربية وهي تعني الاقتراب من الأشياء لكن في علم النفس يشير هذا المفهوم الي اقتراب الافراد من كذا نحية أولا النضوج الجسماني وثانيا العقلي وثالثا الاجتماعي ورابعا وأخيرا النفسي وتشير هذه المعلومات ان مرحلة المراهقة لا تعد من مراحل النضوج التام ولكن هي مرحلة تؤدي الي مرحلة النضوج وهي فترة عمرية ما بين ١٢ الي ٢١ سنة وهي فترة تتميز بتقلب المزاج وصعبة يمر بها الانسان وتكون مؤهلة للشخص لكي يتجاوز اول اختبار يمر به في حياته و هناك مراحل للمراهقة أولا المراهقة ما بين ١١ الي ١٤ سنة و هي المرحلة التي تتغير بتغيرات بيولوجية سريعة ثانيا المراهقة الوسطي من ١٤ الي ١٨ و في هذه المرحلة تكتمل التغيرات البيولوجية ثالثا المراهقة المتأخرة من ١٨ الي ٢١ و هذه الفترة يتحول الفرد الي انسان راشد مظهرا و سلوكا و تصرفا .

الجمال الطبيعي:

هو جمال مثل باقي الأشياء الجميلة و الجمال الطبيعي ليس فقط يكون علي الأشخاص و لكن أيضا يخص الأشياء الجميلة من مناظر طبيعية لكن عندما نتكلم عن الجمال الطبيعي للأشخاص يكون عبارة عن محورين المحور الداخلي و الذي ينعكس بطبيعته علي المظهر و المحور الخارجي و هو الجمال الخارجي الذي يخص المظهر من بشرة و شعر و صحة و جسم.

التغذية السليمة:

هي بصورة بسيطة علاقة العام مع نشاط الكائنات الحية و هي تؤخذ التغذية السليمة من خلال الأطعمة المهمة لصحة الانسان و التي تمده بالطاقة و الصحة و معلومة مهمة و مفيدة جدا ان الانسان تثبت درجة حرارته عند ٣٧ درجة مئوية و هذه الدرجة مناسبة لوظائف الجسم الحيوية لكي تعمل الوظائف علي اكمل وجه و هذه من نعم الله علينا و التغذية السليمة تكون عن طريق الاكل الصحي بكل عناصره الغذائية المهمة اليومية لصحة الانسان لكي يحصل علي صحة جيدة تناسب

عمرة الافتراضي و الصحة تنعكس بشكل مباشر علي البشرة و الشعر و الجسم فالتغذية السليمة تنعكس علي الصحة السليمة من خلال اتباع الهرم الغذائي في الاكل اليومي.

الرياضة:

تعتبر الرياضة احد العناصر الأساسية التي يحتاجها الانسان بشكل يومي علي مختلف الاشكال منها التمارين الرياضية و هي تناسب فئة المراهقات و الأطفال و هناك الرياضة عن طريق المشي ٣٠ دقيقة يوميا و هي تناسب فئة المسنين و كبار السن ابتداء من ٤٠ سنة الي فوق و هذه الرياضة تتسم بطابع خاص لهذه الفئة حفاظا علي أجسادهم و بالنسبة للمراهقات لابد من ممارسة الرياضة علي شكل تمارين رياضية او رياضات اخري تخص المراهقات منها الزومبا و هذه الرياضة الأكثر انتشارا و تخص بالأخص فئة المراهقين لان يوجد بها الكثير من الحماس تناسب هذه المرحلة بكل أفكارهم الحماسية.

مساحيق التجميل:

هي مواد كيميائية تستخدم لتعزيز الجمال الخارجي او رائحة الجسم و البشري و منها مراهم و مساحيق و عطور محمرات الشفاه و طلاء الاظافر و مكياج العيون و أيضا العدسات اللاصقة الملونة ز اصبغة الشعر تندرج تحت مساحيق التجميل و هي تكون مصنعة كيميائية و ذات الوان صناعية و تركيبات صناعية مختلفة.

عمليات التجميل :

هي جراحات تجري لأغراض جمالية و هي بمفهوم مبسط استعادة التوازن و التناسق لجزء من أجزاء الجسم عن طريق الاستعانة بمقياس الجمال العالمي لملكات الجمال.

وسائل التواصل الاجتماعي:

اليوم اصبح العالم أشبه بقرية صغيرة نتيجة لتطور الوسائل الاتصالية و الأساليب التي قللت في الوقت و المجهود بين دول العالم قربت بين الناس في كل أجزاء العالم و هذه التكنولوجيا الحديثة هي واحدة من ثمرات علم الاتصالات الحديثة .

الفصل الثاني
البحوث السابقة و النظريات

النظريات

مفهوم نظرية التعلم الاجتماعي :

يندرج مفهوم نموذج التعلم بالملاحظة ضمن حقل سوسيولوجيا التربية، و يقوم على فرضية مفاده أن الإنسان ككائن اجتماعي، يتأثر باتجاهات الآخرين وتصرفاتهم وسلوكاتهم ومشاعرهم ، أي أن لديه القدرة على التعلم منهم عن طريق ملاحظة تقليدها واستجاباتهم و إمكانية التأثر بالعقاب والثواب على نحو بديلي (غير مباشر) و هذا ما يصبغ التعليم الطابع التربوي لأن التعلم لا يتم في فراغ بل في محيط اجتماعي (نشواتي ،٢٠٠٥).

كما تعرف هذه النظرية بأسماء أخرى كثيرة منها نظرية التعلم بالنمذجة أو نظرية التعلم بالملاحظة والتقليد، ، أو نظرية التعلم الاجتماعي، و هي من النظريات التوفيقية؛ لأنها تعتبر

حلقة وصل بين النظريات المعرفية والنظريات السلوكية، ففي التعلم الاجتماعي يتم استخدام كل من التعزيز الخارجي و التفسير الداخلي للتعلم .

تركز هذه النظرية على أهمية قيام التفاعل الاجتماعي والمعايير الاجتماعية والظروف والسياق الاجتماعية في حدوث التعلم، ويعني ذلك أ ن التعلم لا يتم في فراغ بل في محيط اجتماعي مهيئ له.

توظيف النظرية في الدراسة

تعد نظرية التعلم الاجتماعي من النظريات الباقية الأثر سواء في الأوساط التجارية أو التعليمية أو التربوية ، وذلك من منطلق كونها تفسر بشكل كبير طريقة التعلم التي يمارسها الفرد من خلال التقليد والمحاكاة ، وبالتالي يجب علينا بعد تعرفنا على هذه النظرية أن نكون أكثر وعيا بتأثيرنا الغير مباشر والمباشر في طلابنا أو أطفالنا ، ونسعى أن نكون مثالاً جيدًا لما ندعوهم أن يكونوا عليه. وقد ثبت للكثير

من الناس أن الأنماط السلوكية والاجتماعية وغيرها يتم اكتسابها من خلال المحاكاة والتعلم بالملاحظة فعندما يقلد الطفل أو الشباب الممثلين والمطربين فإنها تتم عن طريق المحاكاة والتقليد، فحينما تقوم الفتيات بإرتداء أفضل صيحات الموضة ويقومون بإستخدام أدوات التجميل ، فهم بذلك يجسدوا منطلقات نظرية التعلم الإجتماعي من ناحية حقيقية مفادها أن الأنماط السلوكية والاجتماعية وغيرها يتم اكتسابها من خلال المحاكاة والتعلم بالملاحظة من خلال وسائل الإعلام أو قراءة المجلات، أو المحاكاة لفعل الأشياء المستوردة من الدول الغربية ودول أوروبا من طرق اللبس وإختيار موديلات السيارات وطريقة الحفلات وتناول بعض المأكولات التيك واي.

نظرية انتشار المبتكرات

تعود أصول نظرية انتشار المبتكرات إلى الدراسات المتفرقة التي قام بها الباحثون الاجتماعيون في عدة ميادين مختلفة مثل التربية والزراعة

والانتربولوجيا لمعرفة كيفية تبني المزارعين للأفكار الجديدة المرتبطة بأساليب الزراعة الحديثة كما اهتم بها أيضا الباحثون في مجال التربية من خلال آليات نشر طرق التدريس الجديدة أو فكرة تنظيم الأسر أو اقتناء الأجهزة واستخداماتها وغيرها من المجالات المختلفة لمعرفة أثارها في النظام الاجتماعي القائم.

كما تركز هذه النظري على نشر المعلومات المرتبطة بالمبتكرات والتجديد بين أفراد المجتمع أو قطاع منه بهدف تحقيق التنمية وهو في الأخير يعتبر (التغيير) الهدف النهائي لها التي أجريت من أجله. والابتكار وفق هذه النظرية هو أي فكرة جديدة أو أسلوب مبتكر أو نمط جديد نقوم بإستخدامه في الحياة ففكرة تنظيم الأسرة أو إدخال أساليب جديدة في الزراعة أو استحداث وسيلة اتصالي كالهاتف المحمول أو غير ذلك يعتبر ابتكارا.

وقد قال روجرز في مؤلفه انتشار الابتكارات ان انتشار الابتكارات تمر على خمسة خطوات لاتخاذ القرار، وتحصل هذه القرارات في حلقات

من القنوات الاتصالية على فترة من الوقت بين مجموعة وحدات في نظام اجتماعي له سمة التشابه، وقد يرفض الشخص الابتكار في أي مرحلة من هذه المراحل.

وتتقسم هذه المراحل على خمسة اجزاء وهي :-

المعرفة أو العلم : الشخص يتعرض لمعلومات مبسطة للاختراع ولكن ليس لديه أي قابلية للبحث عن المزيد من المعلومات للاختراع .

الاقتناع : يبدأ اهتمام الفرد بهذا الاختراع ويبدأ بالبحث عن معلومات وتفاصيل حوله.

اتخاذ القرار: يفكر الفرد في مبدأ التغيير ويدرس المزايا والسيئات الناتجة عن استخدام هذا الابتكار ويقرر بعدها تقبل او رفض الابتكار.

التطبيق: يستخدم الفرد الابتكار بطريقة تختلف تبعا للموقف . ويحدد على هذا الاساس مدى فائدة الابتكار وربما يبحث عن معلومات أكثر أيضا.

التأكيد: يقرر الفرد بشكل نهائي الاستمرار في استخدام الابتكار . كما أن هذه المرحلة تأكيد ذاتي ، لذا ربما تخلق تناشزا معرفيا ، وتأكيد بين عدة أشخاص أيضا على ان المجموعة اتخذت القرار الصائب.

توظيف النظرية في مجال البحث:

أي فكرة جديدة أو أسلوب مبتكر أو نمط جديد نقوم بإستخدامه في الحياة وإرتباطها بالحاجات الأساسية للفرد تشكل الأسباب وراء كل سلوك فكل إنسان له عدد من الحاجات تنافس بعضها على أن الحاجة الأقوى أو الدافع الأقوى هو الذي سيحدد السلوك وفق ميلوله لتلك المبتكرات، فالحاجة الأقوى لتلك المخترع أو المبتكر في وقت معين تؤدي إلى سلوك معين . ومن هنا نقول أن دافع المرأة نحو عمليات

التجميل يتثمل في حاجاتها لإشباع رغبة لديها في المبتكر أو المخترع أوالفكرة الجديدة التي تقتضي في النهاية ظهورها بصورة جميلة ، هذه الحاجة والميول لتلك المبتكرات والأساليب الجديدة تنطلق من عدة رغبات منها على سبيل المثال لا على الحصر كبر السن، الترف، شغل مكانة اجتماعية مرموقة، التعرض لحادث أليم، الخوف من المستقبل بالنسبة للمقبلين على سن الزواج .

ومن النماذج الأخرى التي تجسد توظيف تلك النظرية أنه يتم الاستفادة منها من خلال معرفة نماذج استخدام الإنترنت كوسيلة للعلاقات الإجتماعية داخل المجتمع ، لمعرفة إلى أي مدى تستفيد هذه المواقع من إمكانيات الإنترنت في تسهيل التواصل مع المواطنين، ومع وسائل الإعلام، وإلى أي مدى تتبني نموذج الحوار الاليكتروني في التواصل مع أفراد المجتمع ومدى استخدامها لتقنيات وسائل التواصل التفاعلية، والاستراتيجيات الاتصالية التي تتبعها هذه المواقع، ونوعية أدوات العلاقات

المستخدمة وطرق الترويج المتبعة وسمات المحتوي المقدم وتقنيات التواصل المستخدم، وأبرز عناصر تصميم مواقعها، ومدى تطبيقها لمفاهيم الحوار والتواصل التفاعلي الاليكتروني مع أفراد المجتمع، فهذا كله ينبى على رغبة المواطنين في تجريب وسائل الإعلام الجديد.

ويضاف لتلك النماذج ما تقوم به الفتيات والشباب من الرغبة الشديدة والملحة في شراء الجولات الحديثة من الشركات المعلنة تماشياً مع ميولهم في إقتناء وتجريب ما هو حديث ومبتكر، وينطبق هذا المثل مع جميع الأجهزة الإلكترونية والسيارات.

الدراسات السابقة

١. عمليات التجميل وعلاقتها بصورة الجسم ومفهوم الذات كما يدركها الطلبه

قامت شيماء محمود سليمان (٢٠١٤)،بدراسة ميدانية بعنوان (عمليات التجميل وعلاقتها بصورة الجسم ومفهوم الذات كما يدركها الطلبة)،هدفت الدراسة الى معرفة العلاقه بين عمليات التجميل ومفهوم الذات وصورة الجسم،تكونت عينة البحث من ٣٥٠ طالبة،وتم استخدام في هذا البحث استبيان وتم توزيعه على العينة،تم تطبيق المقاييس على عينة الدراسة وذلك من خلال حساب متوسطات الحسابية لدرجات أفراد العينة على كل المقاييس،وبناء على القياس فأن الدراسة توصلت الى نتائج مفادها ان هناك علاقة بين عمليات التجميل وكل من مفهوم الذات وصورة الجسم،يمكن ربط هذه الدراسة بموضوع حملتنا أنتِ أجمل وذلك لان الحملة تسعى لتغيير سلوك المراهقات فيما يتعلق بالجمال حتى لا يجئن الى عمليات التجميل وبما ان هناك علاقة بين مفهوم

الجمال وعمليات التجميل فلا بد من تغيير هذه النظرة والعلاقة بينهما حتى تتمكن المراهقة من التمييز بين الجمال الصحي والطبيعي وبين الجمال الصناعي غير الصحي.

١. بعض المتغيرات الشخصية المتعلقة بالمراهقين والمراهقات: دراسة مقارنة.

قام يوسف موسى مقدادي (٢٠١١). بإجراء دراسة تحت عنوان (بعض المتغيرات الشخصية المتعلقة بالمراهقين والمراهقات: دراسة مقارنة). بهدف التعرف على الفروق بين المراهقين والمراهقات في متغيرات الدراسة وهي الافكار اللاعقلانية،والاكتئاب،وقلق الموت وتقدير الذات،وتكمن اهمية البحث في معرفة المتغيرات التي تتعرض لها العينة وما يترتب عليها من انفعالات متقلبة،تألفت عينة البحث من جميع المراهقين الذين تتراوح اعمارهم بين (١٤-١٨) في مدرسة دار العلوم المختلطة بالأردن،تم استخدام اختبار الأفكار العقلانية واللاعقلانية والذين يتكون من ٥٢ فقرة،وتم التوصل الى تفوق الاناث في تبني الافكار اللاعقلانية اكثر من الذكور،وان هناك تساوي في مقياس

الاكتئاب لدى الذكور والإناث،كما انه لا توجد فروق بينهم في تقدير الذات بل يتساوى الجنسين في ذلك،وانه يوجد علاقة قوية بين افكار الاناث والذكور اللاعقلانية مرتبطة بالاكتئاب وقلق الموت،وأخيرا فأنه لا يوجد علاقة بين المتغيرات التاليه وهي الاكتئاب والأفكار اللاعقلانية وتقدير الذات وقلق الموت،ويمكن ان نربط اهمية هذا الدراسة بغرض الحملة وهي التغيرات النفسية التي يتبناها المراهق في هذه الفترة والتي قد تؤدي الى قلة في تقدير ذاته مما يؤدي الى قلة ثقة بالنفس والتأثر بكل ما يحيط به من مؤثرات سلبية.

٢. استخدام برنامج إرشادي لتنمية وعي المراهقات ببعض التغيرات النمائية المرتبطة بمرحلة المراهقة.

قامت سحر محمد سيد شعبان (٢٠٠١). بإجراء دراسة تحت عنوان (استخدام برنامج إرشادي لتنمية وعي المراهقات ببعض التغيرات النمائية المرتبطة بمرحلة المراهقة). بهدف إعداد برنامج إرشادي لتنمية وعي المراهقات ببعض التغيرات الإنمائية التي يمرن فيها بمرحلة المراهقة

وقياس مدى فعاليته،تألفت العينة من ٣٠ طالبة تتراوح اعمارهن ما بين (١٢-١٥ سنة)،تم استخدام مقياس الوعي ببعض التغيرات الانمائية،وتم التوصل الى ان البرنامج الارشادي أدى الى تنمية وعي المراهقات ببعض التغيرات الانمائية كالتغيرات الجسمية والفسيولوجية والجنسية وغيرها من التغيرات العقلية والاجتماعية والانفعالية،بالإضافة الى زيادة الوعي بالذات والثقة بالنفس،يمكن ربط برنامج الصحة والجمال بهذه الدراسة لان نسعى لنفس النتيجة وهي ارشاد المراهقات وتوجيههم الى الطريق الصحيح وتوعيتهم لزيادة ثقتهم بأنفسهن.

٣. انحراف الفتيات المراهقات في المجتمع الأردني أسبابه و أشكاله :دراسة ميدانية.

قامت منار أمين سلامة (٢٠٠٧). بإجراء دراسة تحت عنوان (انحراف الفتيات المراهقات في المجتمع الأردني أسبابه و أشكاله :دراسة ميدانية). بهدف معرفة أساب وأشكال الانحراف على المراهقات ومدى تأثير نمط الحياة الذي يعشنه في سلوكم وهل يؤدي الى الانحراف،تألفت

العينة من ٢٠٠ طالبة تتراوح اعمارهم بين (١٦-١٨ سنه)،تم استخدام المنهج الكمي وذلك بتوزيع استبيان على العينة،تم التوصل الى ان من اسباب الانحراف لدى المراهقات هو الوضع الاجتماعي والاقتصادي الذي يعيشون فيه مثل انخفاض الدخل والعنف في المنزل وهو الذي له تأثير كبير ومباشر على صحة المراهقة النفسية،ولذلك فأن برنامج الصحة والجمال والذي نريد تطبيقه على ارض الواقع في قطر هو أحدى الطرق التي تبعد المراهقة عن المشاكل العائلية وذلك لتركز اهتمامها على صحتها وجمالها في مركز شبابي يضم فتيات من نفس فئتها العمرية وهو الذي سيساعدها في تنمية ذاتها.

٤. فعالية برنامج إرشادي نفسي (معرفي - سلوكي) لخفض الشعور بالخجل لدى عينة من الموهوبات المراهقات في المجتمع السعودي. قامت نيللي حسين كامل العمروسي (٢٠١٥). بإجراء دراسة بعنوان (فعالية برنامج إرشادي نفسي (معرفي - سلوكي) لخفض الشعور بالخجل لدى عينة من الموهوبات المراهقات في المجتمع السعودي). بهدف التعرف على مدى فعالية برنامج ارشادي في خفض الشعور بالخجل لدى فئة

من المراهقات،تكونت عينة الدراسة من ١٦ طالبة في مرحلة الثالث المتوسط والآتي تتراوح اعمارهن بين (١٤-١٦سنة) وقُسمت هذا العينة الى قسمين اول قسم هو مجموعة الضابطة وعددها ٨ طالبات ومجموعة ثانية تجريبية وعددها ٨ طالبات من المراهقات الموهوبات وتم تطبيق البرنامج عليهم،توصلت الدراسة الى ثلاث نتائج،وهي كالتالي،اولاً توجد فروق بين متوسطي افراد المجموعة التجريبية بين المقياس القبلي و البعدي على الخجل،ثانياً توجد فروق بين المجموعتين التجريبية والضابطة حيث ان المجموعة التجريبية ينخفض لديها مقياس الخجل،ثالثاً لا توجد فروق بين المجموعتين على مقياس الخجل كبعد و درجة كلية،وأخيرا في الباحثة وصت على نقاط مهمة لهذه الدراسة وهي ضرورة توفير مرشد تنموي وعلاجي للمراهقين في المدارس وذلك ليساعدهم في حل المشاكل والأزمات وضرورة توثيق العلاقة بين الاسرة والمدرسة وذلك لمتابعة أخر الانجازات التي يقمن بها.

٥. صورة المرأة المدخنة في المسلسلات التلفزيونية وعلاقتها باتجاه المراهقات نحو التدخين.

قام محمود حسن إسماعيل (٢٠١١). بدراسة بعنوان (صورة المرأة المدخنة في المسلسلات التلفزيونية وعلاقتها باتجاه المراهقات نحو التدخين). تهدف الدراسة الى مدى تعرض المراهقات الى المسلسلات التلفزيونية و انماط هذه المشاهدات وتوضيح صورة المرأة المدخنة التي تتعرض لها المراهقة اثناء مشاهدتها للتلفاز والتوصل الى نتائج مترتبة على ذلك التأثير،تكونت عينة البحث من عينة وثائقية وهي المسلسلات التلفزيونية التي تعرض المرأة المدخنة وعينة بشرية وهي عينة عشوائية تكونت من ٤٠٠ مراهقة تتراوح اعمارهن بين (١٥-١٨ سنة)،تم استخدام منهج المسح ضمن الدراسات الوصفية وذلك لتوضيح مدى التأثير،تم التوصل من خلال هذه الدراسة الى ان هناك تأثير كبير على مشاهدة المراهقات للممثلة المدخنة حيث انها تكون بمثابة القدوة لهن.

٦. تصميم ملابس الفتيات وعلاقته بمتطلبات النمو في المرحلة العمرية من (١١- ١٤ سنة).

قام سميحة علي إبراهيم باشا (٢٠٠٧). بدراسة بعنوان (تصميم ملابس

الفتيات وعلاقته بمتطلبات النمو في المرحلة العمرية من (١١- ١٤ سنة).

هدفت الدراسة الى التعرف على مدى ملائمة مقاسات الملابس في السوق للمراهقات المصريات في المرحلة العمرية،والعمل على تصميم مقاسات وتصاميم ملائمة لهن،تكونت عينة البحث من عينة عشوائية مكونه من ١٠٠ فتاة في احياء سكنية مختلفة في القاهرة وتتراوح اعمارهن من (١١- ١٤ سنة)،بالإضافة الى عينة من الملابس الموجودة في السوق المصري،تم استخدام المنهج التجريبي الملائم لهذه الدراسة للإجابة على التساؤلات والمنهج الوصفي للتحليل والتفسير،تم التوصل من خلال هذه الدراسة ان الفتيات في الفئة العمرية المذكورة لا يجدن التصاميم الملائمة وأنهم في كثير من الاحوال يخرجن بملابس لا تناسب اعمارهن لهن وتم التوصل الى ٥ تصاميم معتمدة بأكثر من لون وأكثر من خامة.

٧. مشكلات الفتاة العربية المراهقة والدور المطلوب من وسائل الاعلام المقترحات والتوصيات: رؤية تربوية من منظور إعلامي مستقبلي.

قام عبد محمد محمد بركو (٢٠٠٨). بدراسة تحت عنوان (مشكلات الفتاة العربية المراهقة والدور المطلوب من وسائل الاعلام المقترحات

والتوصيات: رؤية تربوية من منظور إعلامي مستقبلي). هدفت الدراسة الى التعرف على سيكولوجية الفتاة المراهقة والمشكلات التى تتعرض لها وتعاني منها والدور المرجو من وسائل الاعلام لمعالجة هذه المشكلات،تكونت العينة من ٥٠ مراهقة تتراوح اعمارهن بين (١٥-١٨) سنة،وتم استخدام المنج الكمي،تم التوصل من خلال هذه الدراسة الى ان للأعلام دور هام وحيوي فيما يخص التوعية بقضايا ومشكلات المراهقات وانه يجب تخصيص برامج تلفزيونية تتصدى وتعالج هذه المشكلات.

٨. تحرير وإخراج نموذج لمجلة مطبوعة تلبي احتياجات المراهقات

قامت تغريد حمزة محمد حمزة (٢٠١٣) بدراسة تحت عنوان (تحرير وإخراج نموذج لمجلة مطبوعة تلبي احتياجات المراهقات). هدفت الدراسة الى تحرير و اخراج نموذج وهو مجلة مطبوعة متخصصة للمراهقات الاتي تتراوح اعمارهن بين (١٢-١٥سنة) وذلك من خلال معرفة رغباتهن وميولهن لاستخدامها في عناصر اخراج المجلة،تكونت عينة البحث من ١٠٠ مفردة،تم استخدام المنهج الوصفي في هذه الدراسة بالإضافة الى استبيان من اعداد الباحثة،توصلت الدراسة الى ان المراهقات

يفتقرن الى المجلات المخصصه وتوصلت الباحثة الى الخطوط وإحجام الكتابة والأشكال والألوان بالإضافة الى الصور و الديزاين الذي تم اختياره من قبل المراهقات.

٩. أثر نمط التنشئة الأسرية في توكيد الذات لدى طالبات المراهقة الوسطى في مديرية تربية عمان الكبرى الأولى

قامت نادره بدوي ابوعياش (١٩٩٢) بدراسة بعنوان (أثر نمط التنشئة الأسرية في توكيد الذات لدى طالبات المراهقة الوسطى في مديرية تربية عمان الكبرى الأولى). هدفت الدراسة الى معرفة أثر متغيرات نمط التنشئة الاسرية «النمط التسلطي مقابل النمط التسامحي» على فئة المراهقات من المرحلة العمرية ١٥ و ١٦ و١٧ سنة والتفاعل بينهم في توكيد الذات لدى طالبات مرحلة المراهقة الوسطى،تكونت عينة الدراسة من ٤٠٠ طالبة والآتي تتراوح اعمارهن بين (١٥-١٧سنه)،أُستخدم من هذه الدراسة مقياس التنشئة الاسرية ومقياس توكيد الذات ومنهج تحليل التباين وذلك لتحليل البيانات،توصلت هذه الدراسة الى وجود

أثر بين التنشئة الاسرية وتوكيد الذات وكانت تؤكد على الفروق لصالح الاسلوب الذي يكون فيه تعامل الوالدين يتصف بالتسامح والدفء والحب والتسامح.

١٠. فاعلية برنامج تدريبي مستند الى عادات العقل لكوستا وكاليك في تطوير مهارات حل المشكلات الإبداعي لدى طالبات مرحلة المراهقة المتوسطة.

قامت ميسون عبد المجيد فياض الخريسات (٢٠١٥) بدراسة بعنوان (فاعلية برنامج تدريبي مستند الى عادات العقل لكوستا وكاليك في تطوير مهارات حل المشكلات الإبداعي لدى طالبات مرحلة المراهقة المتوسطة). هدفت هذه الدراسة الى التعرف على مدى فعالية برنامج تدريبي يستند الى عادة العقل لكاليك وكوستا في تطوير المهارات العقلية لحل مشكلات الابداع،تألفت عينة الدراسة من ٥٠ طالبة من مرحلة المراهقة المتوسطة (طالبات الصف العاشر)،تم استخدام المنهج التجريبي

في هذه الدراسة وتم تطبيق البرنامج على العينه،توصلت الدراسة على وجود فروق ذات دلالة بين متوسط رجات المجموعة وذلك يدل على نجاح البرنامج وفعاليته في تطوير مهارات حل مشكلات الابداع.

١١. صورة الجسم وعلاقتها باضطرابات الأكل و تقدير الذات لدى عينة من المراهقات.

قامت حنان إبراهيم الشقران (٢٠٠٩) بدراسة بعنوان (صورة الجسم وعلاقتها باضطرابات الأكل و تقدير الذات لدى عينة من المراهقات) هدفت هذه الدراسة الى التعرف على العلاقة بين صورة الجسم واضطرابات الأكل وتقدير الذات بين المراهقات،تألف مجتمع هذه الدراسة من جميع طالبات الصف الثامن-العاشر،مجموع العينة ٤٠١٦ طالبة،بينما تكونت عينة الدراسة من ٤٠٨ طالبة،توصلت الدراسة الى ان درجة رضا العينة عن صورة الجسم تقع ضمن درجة الرضا المتوسطة،اما بالنسبة لمستوى تقدير الذات فهو ايضا يقع ضمن درجة رضا متوسطة،كما ان مستوى اضطراب الاكل كان منخفضاً،توصلت الدراسة ايضا بوجود علاقة

بين ايجابية بين مستوى تقدير الذات وصورة الجسم.

١٢. مشكلات المراهقات الاجتماعية والنفسية والدراسية: دراسة وصفية على عينة من الطالبات السعوديات في المرحلة المتوسطة في المدارس الحكومية في مدينة الرياض

قامت خولة بنت عبدالله السبتي (٢٠٠٤) بدراسة بعنوان (مشكلات المراهقات الاجتماعية والنفسية والدراسية). هدفت هذه الدراسة الى معرفة المشكلات النفسية والاجتماعية والدراسية كالتأخر الدراسي التي تصيب المراهقات السعوديات والتي قد يكون سببها العلاقات الأسرية والعلاقات بين الاصدقاء وأيضا التمرد،بالإضافة ان هدف هذه الدراسة هو التعرف على بعض المشاكل النفسية للمراهقات كالخجل والانطواء والخوف والعدوانية،وأخيراً التعرف على مشكلة التأخر الدراسي وأسبابه،توصلت هذه الدراسة الى محورين وهم محور المشكلات الاجتماعية ومحور المشكلات النفسية وقد اثبتت الدراسة وجود علاقة بين استقرار الاسرة وقوة العلاقة بين افرادها وبين هذه المشكلات.

١٣. تنمية الثقة بالنفس لدى طلاب المرحلة الثانوية: دراسة تجريبية

قام عبدالله عادل راغب (٢٠١٢) بدراسة بعنوان (تنمية الثقة بالنفس لدى طلاب المرحلة الثانوية: دراسة تجريبية). هدفت هذه الدراسة الى التحقق من فعالية برنامج تدريبي يهدف الى تنمية الثقة بالنفس وتعديل سلوك طلاب المرحلة الثانوية ومساعدتهم على حل مشاكلهم والتحلي بالصبر من خلال معرفة درجة الثقة والفروق بين المجموعات قبل وبعد البرنامج،استخدمت الدراسة المنهج الوصفي والمنهج التجريبي،تكونت عينة الدراسة من ٨٨ طالباً و انقسمت الى مجموعتين المجموعة الضابطة والتجريبية،توصلت الدراسة الى وجود فروق دلالية بين درجات المجموعة التجريبية على مقياس الثقة بالنفس وبين المقياس القبلي و البعدي لصالح القياس البعدي وتوجد فروق دلالية احصائية بين متوسط درجة المجموعة التجريبية وبين المجموعة الضابطة على مقياس الثقة بالنفس و لا توجد فروق دلالية بين درجة المجموعة التجريبية في مستوى الثقة بالنفس بعد تطبيق البرنامج التدريبي.

١٤. صورة المراهقين كما يدركها الآباء والأبناء : دراسة وصفية للمرحلة العمرية (١٢ - ١٥ - سنة)

قامت كريمة مسعد أبو قاسم عبدالله (٢٠٠٩) بدراسة بعنوان (صورة المراهقين كما يدركها الآباء والأبناء : دراسة وصفية للمرحلة العمرية (١٢ - ١٥ - سنة)،هدفت الدراسة الى التعرف على صورة المراهقات والمراهقين كما يدركها الآباء والأبناء،استخدم في هذا البحث المنهج الوصفي،وتكونت عينة الدراسة من ١٣١ مراهق ومراهقة تراوحت اعمارهم من (١٣ : ١٥ سنة)ـ وانقسمت العينة الى مجموعتين،المجموعة الاولى ٦٨ مراهق ومراهقة والمجموعة الثانية ٥٣ مراهق ومراهقة،كما ضمت هذه العينة ابائهم وأمهاتهم،توصلت هذه الدراسة الى انه لا توجد فروق ذات دلالة بين درجات الذكور والإناث على مقياس صورة المراهق،كما جاء متوسط درجات الاناث اعلى من درجة الذكور في التسرع في الحكم والخجل والحياء والرقة والتدين والتسرع في اختيار الاصدقاء والخوف من المستقبل،بينما العكس بالنسبة للعصبية والقوة البدنية و وجود اصدقاء من الجنس الاخر،كما توصلت الدراسة الى وجود فروق دلالية

في رؤية المراهقين والمراهقات لصورتهم وبين رؤية امهاتهم و ابائهم.

١٥. دور الإعلان التلفزيوني في تكوين الصورة الذهنية للفتاه لدى المراهقات.

قام أيمن علي عبد الواحد محمود (٢٠٠٩) بدراسة بعنوان (دور الإعلان التلفزيوني في تكوين الصورة الذهنية للفتاه لدى المراهقات)،هدفت الدراسة الى التعرف على الصورة الذهنية للفتاه التي تتكون لدى المراهقات عندما يشاهدون الاعلانات التلفزيونية من خلال طرح سؤال مهم وهو ور الاعلان التلفزيوني في تكوين الصورة الذهنية،استخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي،تكونت عينة الدراسة من ٢٠٠ مراهقة و انقسمت العينة الى مجموعتين،المجموعة الاولى تتراوح اعمارهن بين ١٢ - ١٤ سنة والمجموعة الثانيه بين ١٤ - ١٩ سنة،توصلت الدراسة الى وجود فروق ذات دلالة بين المراهقات الذين يشاهدون مستوى كبير من الاعلانات التلفزيونية وبين الذين يشاهدونه بمعدل منخفض،كما توصلت الدراسة الى وجود فروق دلالية بين متوسط المراهقات الاكبر

سناً والأقل سناً من ناحية التأثير المباشر للصورة الذهنية للإعلانات التلفزيونية.

١٦. دراسة مرجعية ومستقبلية عن تطبيق و تشخيص ترقيع الدهون الذاتية في عمليات التجميل و الترميم

قام الباحث اسامه ياسين مصطفى طه (٢٠٠٤) بدراسة بعنوان/ دراسة مرجعية ومستقبلية عن تطبيق و تشخيص ترقيع الدهون الذاتية في عمليات التجميل و الترميم. هدفت الدراسة الى تقييم الطرق المختلفة لزراعة الدهون داخل الجسم البشري تطبيقاً على ٢٥ من المرضى في قسم جراحة التجميل بمستشفى اسيوط الجامعي،وتناسب كل طريقة مع حالة المريض من حيث دواعي الاستخدام،الإحتياطات اللازمة المضاعفات والآثار الجانبية لكل طريقة على حده. وقد استخدم الباحث المنهج التحليلي حيث توصلت الدراسة إلى ان الرقع الدهنيه وحقن الدهون داخل الجسم بعد شفطها هي الوسيلة الأنسب والأكثر توافراً وتوفيراً وتعطي الإحساس الطبيعي للأنسجة الرخوة،ترتبط هذه الدراسة بحملة

(انتِ اجمل) ارتباط وثيق حيث ان مثل هذا النمط من الترويج للجراحات التجميلية او غيرها والتي تظهر محاسن ومميزات الجراحة والنتائج الإيجابية فقط دون ذكر أي سيئة من مساوئها والتي في اسوء الحالات قد تؤدي إلى الوفا،تجذب المراهقين والذين هم بطبيعتهم يبحثون عن الحلول السريعة والتي لا تتطلب جهد او مشقة.

١٧. حول موقف المراهقين من الترويج التلفزيوني و تأثيره على النية الشرائية

قام الباحث ابراهيم محمد النملح (٢٠٠٩) بدراسة حول موقف المراهقين من الترويج التلفزيوني و تأثيره على النية الشرائية. وقد كان الهدف من هذه الدراسة هو استهداف الطبقة السكانية من المراهقين في مدينة الرياض،عاصمة المملكة العربية السعودية. تبنى الباحث المنهج الكمي،حيث كشفت هذه الدراسة عن وجود القليل من التعارض مع ادب الترويج في الفرضيات التي تم اختبارها،وهذا يفيد ان السوق السعودي و السوق الغربي يقدمان صفات متشابهه. غير أن قد تبين ايضاً ان ثقافة

المراهقين ومعتقداتهم الدينية اكثر تأثيرا من قوانين الدولة و بيئة المجتمع في ما يخص تصرفات المستهلك. ايضاً تم اقتراح ان عنصر موقف المستهلك يكون اكثر تأثيرا على النية الشرائية لدى المراهقين السعوديين،ان هذه الدراسة هي ما تكافحه حملتنا (انتي اجمل) حيث ان حملتنا تدعم الاعتزاز بالنفس كما هي والافتخار بالجمال الطبيعي ونبذ أي مؤثر خارجي من شأنه ان يغطي او يشوه هذا الجمال والأهم من ذلك ان يؤثر على شخصية المراهق الحقيقة في مثل هذه السن المبكرة.

١٨. اثار انبثاق الحضارات السابقة في الترويج على النطاق العالمي ومظاهر تحليل الترويج عبر العالم على شريحة المراهقين

قام الباحث خالد أ. المرشدي (٢٠٠٥) بدراسة بعنوان/ اثار انبثاق الحضارات السابقة في الترويج على النطاق العالمي ومظاهر تحليل الترويج عبر العالم على شريحة المراهقين. هدفت الدراسة إلى البحث في الترويج عبر العالم،البحث في وجود الشريحة العالمية،البحث في العلاقة بين

الحضارات السابقة و هوية الحضارة المجتمعية للمستهلك. وقد اتبع الباحث المنهج التحليلي،حيث استعرضت نتيجة الدراسة مضمون وتحليل الترويج للمراهقين عبر العالم،وانه يميل لعكس تطور الحضارات السابقة. بالإضافة إلى ان الحضارات السابقة تسهل عملية تنفيذ الترويج للمستهلكين عبر العام،ان هذه النوعية من الدراسات تستخدم الحضارات كوسيلة للتأثير على النية الشرائية لدى المستهلك (المراهق) وهي وسيلة آخرى للتأثير على قرارات المراهق وتغيير قراراته من عدم الشراء إلى الشراء. بغض النظر عن اذا ما كان المراهق بحاجه لهذا المنتج او لا. وهذا أيضا من الأمور التي تهدف حملتنا (انتِ اجمل) إلى مكافحتها.

٢٠. دراسة حول تطوير مطيافية تفتت من منشأ ليزري للكشف عن مواد سامة في منتجات تجميلية

قامت الباحثة ياسين وندامي ماجاندا (٢٠١٣) بدراسة حول تطوير مطيافية تفتت من منشأ ليزري للكشف عن مواد سامة في منتجات تجميلية. هدفت هذه الدراسة إلى تطوير مقياس طيفي للتكسير بالليزر حساس للغاية للكشف عن العناصر السامة في منتجات التجميل المتاحة تجارياً.

علماً بأن المنهج المتبع في هذه الدراسة كان التنهج.وكانت نتيجة هذه الدراسة ان مستويات تركيز الفلورايد والرصاص والكروم المكتشفة باستخدام نظام طيف التكسير بالليزر لدينا تجاوزت الحدود المسموح بها التي وضعتها وكالة البيئة ومنظمات رقابية آخرى،وبالتالي الاستعمال المتكرر لهذه المستحضرات التجميلية قد يشكل خطر على صحة الإنسان. كما يمكن استخدام مطياف طيف التكسير بالليزر المطور خلال هذا العمل البحثي لتحليل العديد من العينات الأخرى مثل الأدوية،والبوليمرات والحديد والمخرجيات البركانية،والعينات الجيولوجية لتقدير كمية المعادن فيها،ان حملة (انتِ اجمل) تدعم مثل هذه الدراسات،حيث ان هذه الدراسات تكشف قناع الجمال الزائف التي تروج له المنتجات التجميلية. وتكشف مخالفة بعض تلك المنتجات لمعايير السلامة المسموح بها من قبل المنظمات الرقابية.

المقالات

مقال بعنوان/ جراحة التجميل للكاتب/ سيد حبيب (٢٠١٠) هدفت الدراسة إلى البحث في المراد بجراحة التجميل،اقسامها من حيث الحاجية والتحسينية،الحكم الشرعي لكل نوع وأقوال العلماء فيه مع الأدلة والمناقشة والترجيح،نقل فتاوي العلماء المعاصرين في ذلك. حيث انه تم ملاحظة ارتفاع في نسبة جراحة التجميل على نطاق واسع وقد تم التشكيك في الأمر اذا كانت جراحة التجميل جائزة شرعاً ام لا والفرق بين جراحة التجميل او زيادة الجمال و التداوي.وقد تم إتباع المنهج التحليل في هذا المقال. حيث ان حملتنا (انتي اجمل) تدعم مثل هذه المقالات والتي تستغيث بديننا الحنيف الذي ينهى عن تغيير خلقة الله التي فطرنا عليها و ردع جشع المراكز التي تبحث عن الربح بغض النظر عن ما تخلفه من اضرار مادية ومعنوية.

مقال بعنوان/ عمليات التجميل بين الحل والحرمة للكاتب/ زكريا حسيني محمد (٢٠٠٨) هدفت الدراسة إلى بيان مفاهيم وأحكام الوشم

والنمص والتفليج و الوصل،وفي هذه الأحاديث ان المعين على الحرام يشارك فاعل الفعل بالآثم كما أن المعاون على الاعطة يشارك فاعله في الثواب. حيث استدل بالأحاديث والقرآن الكريم على ما يحرمه ويثبت ضرره على خلقة الإنسان التي فطره الله عليها. حيث توصلت هذه المقالة إلى ان الإسلام قد اباح للمرأة ة أن تتزين لزوجها بكل ما تستطيع من أنواع الزينة المباحة التي لم يرد نص بمنعها او تحريمها. كما ان هذه المقالة أيضا من المقالات التي تندرج تحت كل ما تهتم به حملتنا (انتِ اجمل) من عدم تغيير خلقة الله بالاستعانة بما يثبت حرمته من حلاله من الاحاديث والقرآن.

مقال بعنوان/ انتِ وابنتك المراهقة للكاتب/ رشيدة أبو النصر (٢٠٠٠) تبين هذه المقالة المخاطر والصعوبات التي تجذب المراهق من كل جهة وصوب. بالنظر إلى كون المراهق كائن في طور النمو والتطور،والذي هو يشبه الإسفنج التي هي على استعداد لامتصاص كل ما يحيط بها من

علـوم ومعـارف وفضـول لاكتشـاف المجهول،وعليـه فـإن هـدف هـذه الدراسـة هـي اثبـات أهميـة دور الأم فـي ارشـاد ابنتهـا المراهقـة وتوعيتهـا وتوجيههـا إلـى الطريـق القويـم ونهيهـا عـن كل مـا هـو لا يصـب أولا وأخيـرا فـي صالحهـا. حيـث انـه فـي هـذه الفئـة العمريـة يتحـدد مصيـر ومسـار المراهـق كبالـغ وقيـادي يتسـلم مقـود حياتهـا الخاصـة. بنـاء علـى مـا سـلف ذكـره فـإن هـذه المقالـة هـي مـن اهـم مـا تدعمـه حملتنـا (انـتِ اجمـل) حيـث انها لا ترشـد المراهقيـن لمخاطـر الحيـاة والمصاعـب التـي سـوف تواجههـم فحسـب وإنمـا ترشـد الام إلـى توعيـة ومسـاندة ابنتهـا المراهقـة.

مقـال بعنـوان/ حـول ظاهـرة انتشـار جراحـات التجميـل للمؤلـف/ حسـن حجـاب (٢٠٠٥) تهـدف هـذه الدراسـة الـى بيـان مـدى سـعي المراكـز لتجميـل وتحسـين صـورة عمـل عمليـات التجميـل وتصويرهـا وكأنهـا أسـهل مـا يمكـن وكان حيـاة المراهـق لـن تكتمـل دونهـا وتحـث علـى السـعي وراء سـراب الجمـال الـذي لا ولـن يـدرك ابـدا حيـث ان معظـم مـن يدخـل فـي فـخ

عمليات التجميل يدمنها وتستمر العمليات بالتتابع دون ادراك نهاية لها. كما تهدف الى بيان الحرام ومدى المباح او الحلال منها في ضمن ما يعالج به جسم الانسان. وأيضا يذكر ما هو حلال التزين به الكحل والحناء والعطر. وعليه فأن هذه المقالة تصب في مصلحة المراهق والتي تسعى حملتنا (انتِ اجمل) جاهدة لإثباتها وتحقيق الأمثل لها.

مقال بعنوان/ فاعلية برنامج ارشادي عقلاني انفعالي لتنمية مفهوم الذات لدى بعض المراهقات بدولة الكويت. للكاتب أنور محمد عيسى معاز ياسر جبريل (٢٠١٤) تهدف هذه المقالة الى اظهار وبيان مظاهر القصور في مفهوم الذات لدى فئة من المراهقات بدولة الكويت وإعداد برنامج ارشادي عقلان انفعالي يهدف الى بناء مفهوم الذات لدى عينة من المراهقات بدولة الكويت و للكشف عن مدى فاعلية تطبيقه تتكون عينة الدراسة من ٢٠ مراهقة من مدرسة فاطمة بنت الوليد الثانوية بنات بدولة الكويت كان معيار مفهوم الذات لديهم دون الحد. وتتراوح

اعمارهن الزمنية بين (١٦-١٨) سنة وقد استخدمت الباحثة مقياس مفهوم الذات من اعدادها والبرنامج الإرشادي العقلاني الانفعالي كذلك وقد أظهرت نتائج فاعلية البرنامج في بناء مفهوم الذات لدى هذه الفئة واستمرار فاعليته في القياس التتبعي. كما يتبع كاتب هذا المقال المنهاج الكمي في تبيان اهداف واستخلاص نتائج هذه المقالة. يرتبط هذا المقال ارتباط وثيق بما تمثله حملتنا (انتِ اجمل) من بناء الذات وتعزيز الثقة بالنفس وعدم الانقياد وراء كل ما هو مجرد كماليات ولا يعتبر من اساسيات الحياة.

الحملات السابقة

بعد بحث مكثف للعثور على حملة تختص بالجمال الطبيعي،لم نجد العديد من الحملات التي تختص بموضوع حملتنا وخصوصا لفئة المراهقات،ولذلك فان حملتنا تعتبر الاولى من نوعها وتختص بخصائص فريدة لا توجد في الحملات الاخرى،وتعتبر هذه نقطة قوة في مشروع حملتنا لكونها الاولى من نوعها.

حملة دوڤ - Dove

حملة دوڤ للجمال الحقيقي

تعريف الحملة «حملة دوڤ من اجل الجمال الحقيقي هي: جهد عالمي بدأ في عام ٢٠٠٤، لتكون بمثابة نقطة انطلاق لتوضيح و مناقشة معني الجمال « دوڤ أحدي أدوارها الحقيقية الاستماع للنساء ، و هي دراسة عالمية انطلقت عام ٢٠٠٤ و الحملة أثارت مفهوم اوسع للجمال الصحي بعد ان أثبتت الدراسة ان مفهوم الجمال أصبح محدود و

صعب المنال،و النتائج التي توصلت اليها الحملة ان ٢٪ من النساء فقط يصفن انفسهم بالجميلات من ثم في ٢٠٠٤ قامت دوڤ بتغير القوالب النمطية للجمال و دعت النساء للمناقشة حول الجمال و في عام ٢٠١٠ تطورت الحملة و بذلت جهود غير مسبوق لها لمحاولة جعل الجمال مصدر للثقة و ليس للقلق مع حركت الحملة لتقدير الذات.

الفصل الثالث
آلية البحث

آلية البحث : بحوث أولية

دراسة تجريبية (pilot study) :

تم عرض الافكار الاولية وشعار الحملة وألوان الشعار والأفكار الرئيسية للبرنامج من خلال دراسة تجريبية (pilot study) لمعرفة اراء الجمهور المستهدف واخذ نصائح وأراء هامة من عينة من الجمهور المستهدف.

الاستبيان : تم عرض الاستبيان على ٣ مراهقات لأخذ وجهة نظرهن في الاسئلة والمصطلحات التي تم استعمالها في الاستبيان وعليه تم تغير بعض المصطلحات المستخدمة في الاسئلة.

مجموعة تركيز (Focus group) : تم عرض كلا من الـ Logo و الـ slogan و كذلك التصاميم كتصميم الـ brochure و غيرها من التصاميم،وتم أخذ اراء المراهقات حول الالوان والرسومات وعليه تم اختيار لون الشعار والتوصل الى أكثر اسم جذبهن ومناسب للفئة العمرية المستهدفة.

بحث كيفي (مقابلات) :

قمنا باستخدام البحوث الكيفية كأداة لجميع المعلومات والبيانات التي ستساعدنا في عمل البحث والمشكلة وتحليل الظاهرة اكثر وايجا الحلول المناسبة لها من خلال الاستعانة بخبرات الأشخاص الذين يملكون خبرة كبيرة في مجال الظاهرة ورؤوا العديد من الحالات فيما يخص البحث الذي نقوم به ولذلك فان هذه المقابلات تعتبر مهمة بدرجة اولية،تم ٤ مقابلات من خلال التواصل مع الاشخاص الذي تمت معهم المقابلة واختيار الوقت الانسب لهم لإجراء هذه المقابلات و اخذ موافقتهم لوضعها في هذا البحث.

مقابلة مع اخصائية التغذية بسمة النعيمي - مدير عام المعهد الوطني لفنون الطهي الصحي -

تحدثت الاستاذة بسمة النعيمي - مدير عام المعهد الوطني لفنون الطهي الصحي - عن فقره مهمة جدا فيما يخص بناتنا المراهقات والشابات المقبلات على الزواج وقالت « طبعا للأسف في بنات كثير يعتقدون ان الاعتناء بالبشرة اعتناء خارجي مثل كريمات،عمليات التجميل و الليزر ظهرت حديثا و الي اخره و اضافت قائلة اريد ان اعطيكم معلومة جدا مهمة ان البشرة تتغذي غذاء داخلي اولا مثل النبتة عندما تكون اورقها خضرة و مثمرة يكون غذائها جيد من التربة و هي الغذاء الاساسي و الرئيسي للنبتة لكن لو ما توفر الغذاء للنبتة سوف تكون نبتة غير مثمرة و يؤثر علي شكلها من الخارج نفس البشرة تماما عندما يكون الغذاء متنوع و متكامل و يوميا يكون منوع تكون البشرة في احسن صورها فاهتمي بغذائك فالبشره مرآه الداخل اذا ما يكون غذائك متكامل و يحتوي علي العناصر الغذائية يوميا و يكون غني بالفيتامينات

ينعكس علي البشرة من الخارج و تظهري فالمجتمع بمظهر جميل و اعطت نصيحة و قالت اهتمي بغذائك و نومك و في لياقتك البدانية و هم العوامل الرئيسية لبشرة نضرة و جمال متألق و دائم بإذن الله .

مقابلة مع اخصائية التغذية امنه السليطي - مستشفى سبيتار -

تحدثت اخصائية التغذيه عن اعجابها بالحملة وطريقة طرحنا للمواضيع وتنوعنا في الطرح وقالت « موضوع الحملة شيق جداً ومهم بالدرجة الاولى لان الجمال الصحي يعتبر شي ثمين يجب ان نحافظ عليه».

وأضافت قائلة فيما يخص الغذاء الصحي « هناك مفهوم خاطئ عند المراهقات بان الغذاء الصحي يعني الاكل غير اللذيذ والذي لا يحتوي على نكهة جميلة،وهذه الفكرة خاطئة فالغذاء الصحي ممكن ان يكون لذيذ ويحتوي على نكهات جميلة ولذلك يقع على عاتقنا ان ننشر هذه الفكرة بين المراهقات».

كما تحدثت الاخصائية عن أهمية الغذاء الصحي في جمال الوجه والجسد وقالت « ينعكس الطعام الذي نأكله على أجسامنا وجمالنا

بالدرجة الاولى،ولذلك فأن تناول أصناف معينة من الطعام وغنية بالفوائد الطبيعية فالخضار والفواكه والإكثار من شرب الماء يعطي جمال دائم للبشرة والجسم «

مقابلة مع مدربة الرياضة علا - مدرسة قطر المستقلة للبنات -

قالت مدرسة الرياضة علا ان من وجهة نظرها حملة انت اجمل جدا مهمة للطالبات بالنسبة لهذا العمر لان بعض الطالبات عندهم سلوكيات خاطئة و انا بنصح و يشجع كل طالبة انها تهتم بنفسها و تحدث عن اهمية عشبه الميرامية و تأثيرها علي نحافة البطن و الخصر و انها تقوم بدراسة عن اثر الميرامية علي البطن و ان المراهقات لابد ان يبدءوا ان يعتنون بأجسامهم و لياقتهم و في حال بدأت في سن مبكر الاهتمام اسهل عليها انها تهتم بنفسها و لياقتها عندما تكبر وبالإضافة لذلك تحدثت علي ظاهرة المكياج الزائد لطالباتها انها عندما تكون في مول و تأتي واحده بمكياج كامل و تسلم عليها تفاجئ لبعض الدقائق لكي

تدقق في ملامحها و تتعرف عليها و تحدثت و قالت ان الطالبات في سن صغير بشرتهم تكون جميلة لكن الطالبات هن من يدمروا بشرتهم بأنفسهم من خلال الفونديشن و البودر و الكونتور ...الخ و هذا يؤدي الي ظهور البثور علي الوجه و اضافت قائلة « الرياضة جدا مهمة للجمال و الرياضة و الجمال عنصران مترابطان و تنعكس الرياضة علي نضارة الوجه و بممارسة الرياضة تحسن المزاج و اللياقة بتكون افضل و تكون صحتها افضل »

مقابلة مع الطالبه فجر المسيفري - مدرسة قطر المستقلة للبنات

تحدثت الطالبة فجر عن انتشار ظاهرة الماكياج بين الفتيات في عمرها وقالت « نرى هذه الظاهرة للأسف منتشرة بين المراهقات وخصوصا في المجمعات وعندما اخرج مع صديقاتي أرى بأنهم يضعون الماكياج ويلبسون الكعب العالي ويحثوني على وضع الماكياج أيضا ولكني أرفض لأنني أراها ظاهرة خاطئة ».

بحث كمي : « أستبيان »

مقدمه عن الاستبيان :

البحوث الكمية تعتبر افضل طريقة للبحث في مختلف القضايا والظواهر التي تحتاج الى رصد وتحليل وعلاج وذلك لدقتها ومصداقيتها العالية.

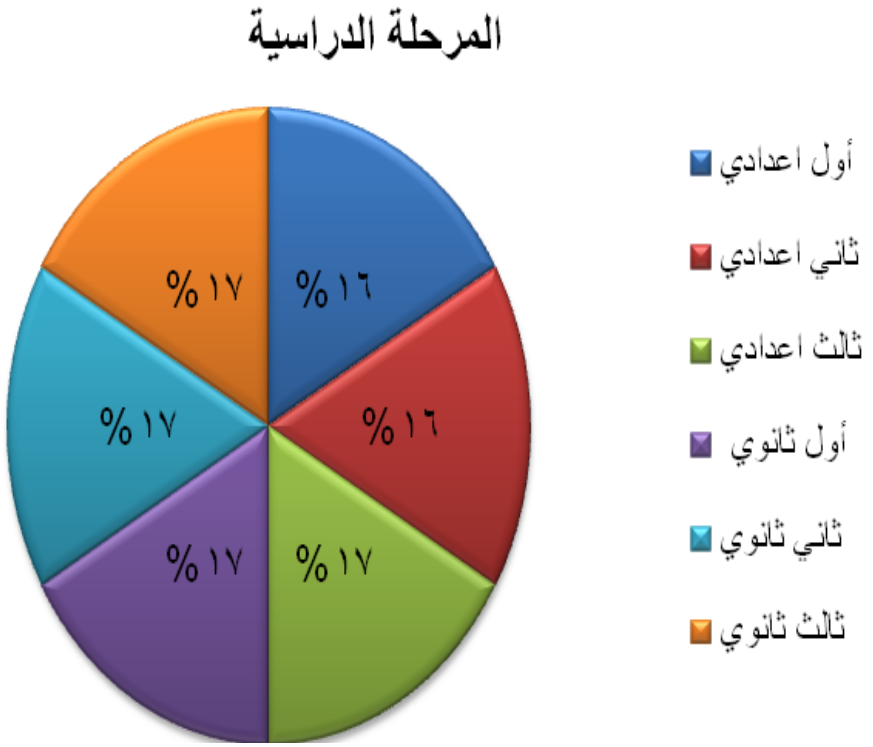
ولإيجاد أساس المشكله لهذه الظاهرة كان لابد من عمل بحث كمي وهو عبارة عن استبيان يضم عدد من الاسئلة المتنوعة الشخصية والعامة وتحتوي على مصطلحات سهلة بالإضافة الى شرح مفصل لكل سؤال وجواب لكي لا تقع الطالبه في حيره اثناء الاجابة وتعمدنا عدم وضع سؤال باسم الطالبه حتى لا تشعر الطالبه بالتقييد اثناء الحل او الخوف من ذكر اسمها فلا تجيب بشكل صحيح على الاسئلة وحرصنا عن ذكر ان البحث لأغراض علمية ولن يتم الكشف عن الهوية او عن اي معلومات أخرى.

عينة البحث :

تكونت عينة البحث من ١٠٠ مراهقة في المرحلة العمرية من (١٢ - ١٨ سنه) من المرحلة الدراسية (الاول اعدادي - ثاني اعدادي - ثالث اعدادي - اول ثانوي - ثاني ثانوي - ثالث ثانوي) وتم توزيع الاستبيان على طالبات مدرسة قطر الثانوية المستقلة للبنات ومدرسة قطر الاعدادية المستقلة للبنات.

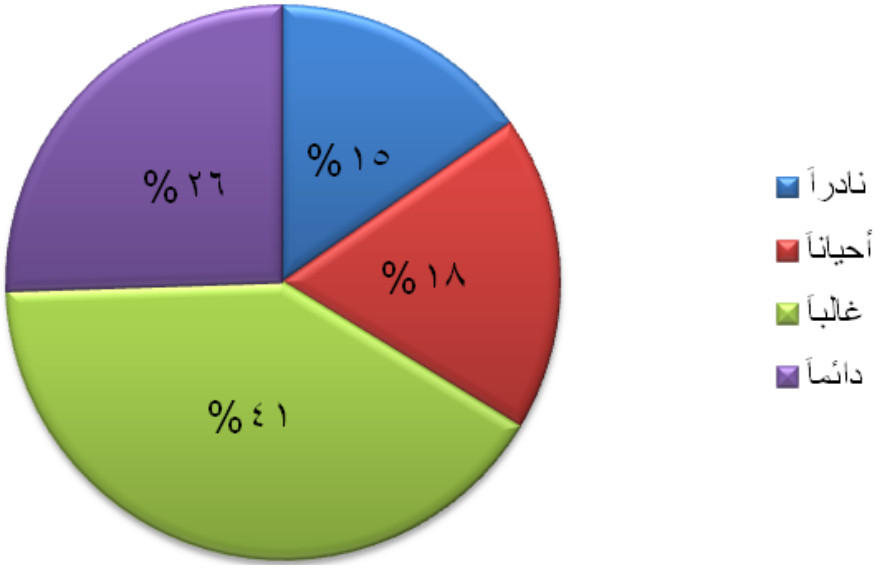
الفصل الرابع
تحليل الاستبيان

السؤال الأول : المرحلة الدراسية ؟



تم توزيع الاستبيان بالتساوي على المراحل الدراسية وشمل ذلك جميع المراحل الاعدادية وجميع المراحل الثانوية.

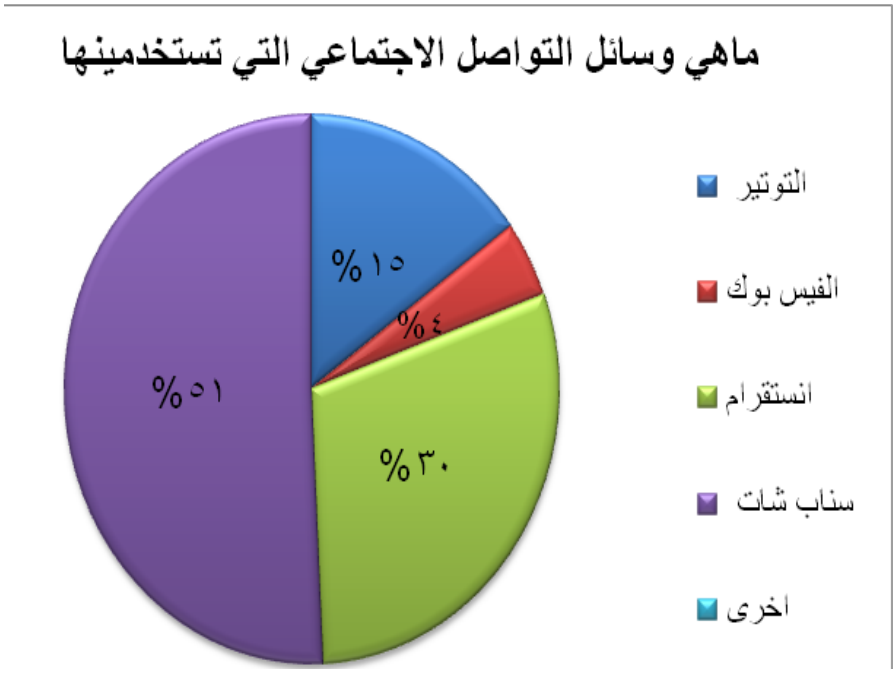
السؤال الثاني : هل تضعين المكياج ؟



كانت النسبه الاكبر من الاجابات هي غالباً بنسبة ٤١٪ من المراهقات يضعون المكياج أغلب الاوقات و عند خروجهم من المنزل لجميع المناسبات،اما بالنسبة للنسبة الاكبر التي تلتها وهي دائما وهذا يعني ان نسبة ٢٦٪ من المراهقات لا يخرجن من المنزل بدون وضح مساحيق التجميل.

السؤال الثالث :

ما هي وسائل التواصل الاجتماعي التي تستخدمينها ؟

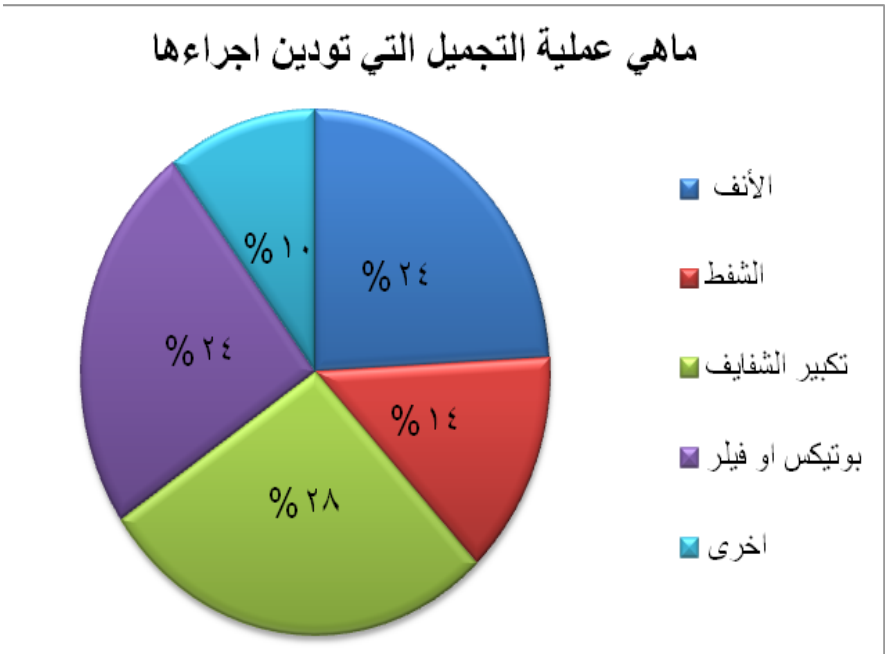


أجابت نسبة ٥١٪ من الطالبات على أنهم يستخدمون برنامج التواصل الاجتماعي سناب شات،وجاءت النسبه التي تليها وهي ٣٠٪ لصالح برنامج التواصل الاجتماعي انستقرام،و نسبة ١٥٪ من الطالبات يستخدمن تويتر،اما النسبه الاقل وهي ٤٪ فقط كانت من نصيب برنامج الفيس بوك.

السؤال الرابع : هل تفكرين بإجراء عمليات التجميل ؟

أجابت نسبة ٧٠٪ من الطالبات بأنهم يفكرن بأجراء عمليات تجميل،وأجابت ٣٠٪ من الطالبات بأنهم لا يفكرن بأجراء عمليات تجميل.

السؤال الخامس : ما هي عملية التجميل التي تودين اجراءها ؟

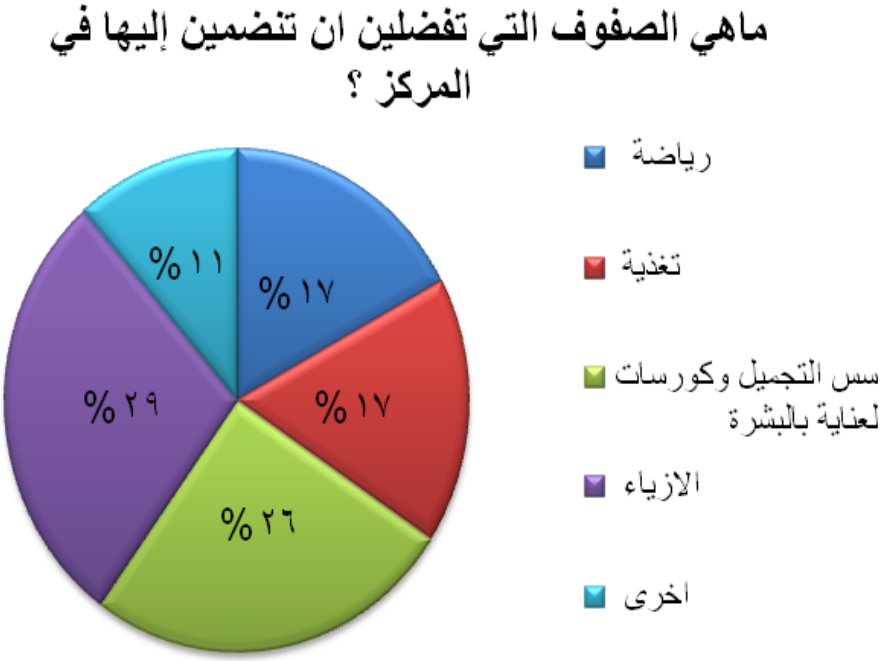


اجابت نسبة ٢٧٪ من الطالبات على انهم يودون اجراء عملية تكبير الشفايف، ونسبة ٢٤٪ من الطالبات يردن ان يجرين عملية تجميل للأنف بالإضافة الى البوتكس والفيلر،ونسبة ١٠٪ اجبن بـ اخرى.

السؤال السادس : لو عرض عليك الانضمام الى مركز شبابي يضم برنامج متكامل يهتم بالصحة والجمال والرياضة وبسعر رمزي هل توافق على الانضمام ؟

٨٠٪ من الطالبات يودون الانضمام الى المركز و ٢٠٪ من الطالبات لم يردن ذلك.

السؤال السابع : ماهي الصفوف التي تفضلين ان تنضمين إليها في المركز ؟



٢٩٪ وهي النسبه الاكبر من الطالبات يريدون الاشتراك في صفوف الازياء، اما نسبة ٢٦٪ من الطالبات أردن الاشتراك في صفوف اسس التجميل وكورسات العناية بالبشرة،أجابت الطالبات بنسبة ١٧٪ بأنهم يودون الانضمام لصفوف التغذية والرياضة،اما نسبة ١١٪ اجبن بـ أخرى.

ابرز نتائج الاستبيان

توصلنا من خلال تحليل الاستبيان الى العديد من النتائج المهمة والأفكار التي اتضحت لنا أكثر بعد القيام بهذا المسح،اتضح لنا وجود مشكلة حقيقة فيما يخص عمليات التجميل فقد اجابت نسبه كبيره من المراهقات بأنهم يريدون اجراء عمليات تجميل وذلك يدل على ان المشكلة ليست سطحية او غير حقيقة، ٧٠ مراهقة من اصل ١٠٠ مراهقة قالت بأنها تود أجراء عملية تجميل وهذا رقم كبير خصوصا بالنسبة لفئة المراهقات،كما اختلفت انواع العمليات التي يردن اجراءها كعمليات الانف وعمليات تكبير الشفايف وعمليات البوتكس والفيلر والشفط ولكن العملية التي كانت نسبتها اكثر من باقي النسب هي عملية تكبير الشفايف التي يردن اجراءها ٢٨ مراهقة من اصل ١٠٠.

اتضح لنا من خلال الاستبيان بأن هناك الكثير من المراهقات التي يستخدمن وسائل التواصل الاجتماعي وخصوصا السناب شات والانستقرام حيث ان ٥١ مراهقة اي ما يعادل نصف العينة

تقريبا يستخدمن برنامج السناب شات و٣١ من العينة يستخدم برنامج الانستقرام،وهي اكثر وسيلتين يتم عرض فيها صيحات الموضه والمكياج وعمليات التجميل من قبل الناشطات على هذه الوسائل.

كما توصلنا الى ان هناك اقبال كبير من المراهقات الراغبات في الاشتراك في البرنامج الذي نقدمه من خلال هذه الحملة،فهناك نسبة كبير من الطالبات اجبن بنعم في السؤال الذي يخص المركز،وهذا يدل على رغبة المراهقات في هذا النوع من الورشات وبما في ذلك تغير نظام حياتهم الى نظام افضل.

اجابت ٢٦ مراهقة من اصل ١٠٠ بأنها تريد الانضمام الى صفوف اسس التجميل وكورسات العناية بالبشرة،وهذا عدد كبير من المراهقات والذي يثبت بان المراهقات يرغبن في تعلم الاشياء التي تناسب اعمارهن ولكنهم يجهلون الطريقة،وذللك فمن خلال برنامج الورشات يمكن ان نقدم للمراهقات ما يحتاجونه.

الفصل الخامس
الاعداد والتنفيذ

الاعداد والتنفيذ

اخلاقيات الحملة:

التزمنا في حملتنا أنت أجمل علي الحفاظ على أخلاقيات الاعلام التي درسناها في مقررات سابقه واتبعنا عدد من الخطوات الهمة جداً التي يجب أن يتعبها جميع القائمين على اي حملة او اي عمل اعلامي،من الخطوات التي قمنا بها هي عدم الإفصاح عن أي اسم او طلب كتابة أي اسم في الاستبيان،ولهذا حرصنا على وضع هذه الجملة في بداية الاستبيان الذي تم توزيعه على طالبات المدارس في البحث الأولي (ستحفظ المعلومات التي تجمع بسرية تامة كذلك لن يستطيع أحد تحديد هويتك او اجابتك وسيتم الحفاظ على عدم كشف هويتك طوال فترة جمع البيانات وتفسير النتائج).

كذلك قمنا بشرح فكرة الحملة كاملة وأهدافها في بداية كل مقابلة متعلقة بموضوع الحملة وشمل ذلك عدد من اللقاءات التي

اجريناها مع الشخصيات المهمة كمقابلة الأستاذه بسمة النعيمي مدير عام المعهد الوطني لفنون الطهي الصحي و اخصائية التغذية امنه حمد السليطي و مدربة الرياضه علا والطالبة فجر المسيفري،كما حرصنا كل الحرص على ان تكون الشخصيات موافقة بدون اي نوع الضغط على عمل هذه اللقاءات وركزنا على اختيار الطريقة التي يفضلونها لتسجيل المقابلة وكذلك موافقتهم،بالإضافة شرح كل ما له علاقة بالحملة للجمهور المستهدف قبل سؤاله او قبل دعواته لحضور أي ورشة عمل و الالتزام بالمعايير الأخلاقية في كتابة الاستبيان و أسئلة المقابلات , التصوير و في العمل علي إيجاد رعاه رسمين حرصنا على الالتزام بالمعايير الاخلاقية واستخدام البرتوكول المتعارف عليه للبحث عن راعاه للحملة،كذلك تمت إضافة شعار الرعاة بعد الاتفاق معهم علي كل الشروط المطلوبة.

لقد قام اعضاء الحملة بالعمل على جميع التصاميم الخاصة بالحملة مع مرعاه عدم الاقتباس أي صور بدون الملكية الفكرية،كما ان جميع الصور هي من تصوير فريق عمل الحملة.

الوضع القائم

قبل اعداد وتنفيذ الحملة لابد من قياس عوامل القوة والضعف للعلم بأي مستجدات او احداث و الاستفادة من الفرص ونقاط القوة والعمل على نقاط الضعف و محاولة التقليل من التهديدات.

نقاط القوة

- خبرة العاملين على الحملة في اجراء مشاريع سابقة.
- التطبيق العملي لكل فعاليات الحملة.
- انتشار ظاهرة التجميل بين فئة المراهقين .
- تقبل المجتمع للأفكار التوعوية
- ارتفاع معدل التعليم بين الاهالي مما ساهم في توعية أبنائهم .
- وعي الاهالي بخطورة الظاهرة
- دعم الدوله المؤسسات الحكومية والخاصة للحملات التوعية.
- اشتراك البرنامج بسعر رمزي يمكن لذوي الدخل المحدود الاشتراك به.
- سهولة الوصول لفئة المراهقات عبر وسائل التواصل الاجتماعي
- تعتبر الحملة الأولى من نوعها من حيث الظاهرة والجمهور المستهدف.

نقاط الضعف

- قلة الموارد المادية لتنفيذ الحملة.
- صعوبة اقناع فئة المراهقين.
- قلة المراكز التوعوية التي تهتم بالمراهقات .
- انتشار عمليات التجميل .
- انتشار السوشل ميديا.
- تأثير الاصدقاء
- انتشار الهواتف النقاله.

الفرص

- وجود رعاه رسميين للحملة.
- الحملة تهتم بالمراهقين بشكل عام.
- استخدام وسائل حديثة لتوصيل اهداف الحملة.
- انتشار المراكز التي من الممكن ان تستضيف البرنامج.
- زيادة الثقة بالنفس عند المراهقات .
- زيادة الدعاية الرسمية وعد الحكومة والوزارات التابعة للصحة والشؤون الاجتماعية.

التهديدات

- ضيق الوقت.
- مجتمع متفتح لا يقتنع بسبب وجود وسائل التواصل الاجتماعي .
- وجود منافسين للحملة بنفس توقيت الحملة.
- وجود حواجز في العادات والتقاليد.
- عدم تقبل الاهالي .

تحليل البست (Pest)

الموقف الاجتماعي

- الاهتمام بالتعليم الاكاديمي للفتيات في قطر حيث تبلغ نسبة الإناث في المدارس الاعدادية الحكومية في قطر ١٢،٣٢٣ ، وتبلغ نسبة الإناث في المدارس الثانوية ١١،٩٦٢ .
- فئة المراهقات كبيرة
- المخاطبه مع جيل واهي متعلم ومثقف
- اهتمام المجتمع بفئة المراهقات و وعي المجتمع بأهمية فئة المراهقات.
- الاهتمام بالمظاهر.
- المنافسة على الظهور بشكل أنيق.
- سيدات المجتمع القطري يواكبن الموضة.
- المجتمع متفتح حيث يمكن التشجيع على عمليات التجميل من خلال تقليد الاخرين.

الموقف الاقتصادي

- استقرار الوضع الاقتصادي في دولة قطر
- سوق العمل متوفر مما يدعم الاقتصاد والحالة المادية لدى الأسرة في قطر وعليه يسهل شراء أي سلعة.
- وضع السيدات في قطر قوي وعالي بسبب التشجيع على العمل والرواتب الشهرية العالية.

الموقف السياسي

- استقرار الوضع السياسي في دولة قطر
- وجود القوانين و اللوائح في الدستور القطري التي تنصف فئة المراهقات وتعطيها حقوقها.
- اهتمام الحكومة الرشيدة بفئة المراهقات وإشراكها في مخططاتها الحالية والمستقبلية.

الموقف التقني

- الانترنت في متناول الجميع
- استخدام فئة المراهقات للهواتف المحمولة
- تواجد فئة المراهقات بشكل كبير في وسائل التواصل الاجتماعي
- اختصار الوقت والزمن والمكان عبر البرامج المختلفة.

شعار الحملة

Campaign logo

شرح الشعار :

بعد اقتراحنا لأكثر من فكرة و قيامنا بأكثر من رسمه لشكل الشعار،رسى اختيارنا لهذه الشعار الذي يحمل الفكرة التي نريد ايصالها للجمهور المستهدف،أردنا ان يكون الشعار بسيط ومفهوم وغير معقد،وان يكون اسم الحملة واضح و سهل القراءة.

الرسمه في الشعار عبارة عن مرآه،والمرآة هي الأداة التي تعكس الشكل الخارجي للإنسان وهي الأداة التي يرى الانسان فيه مزاياه وعيوبه،وتؤثر المرآه على نفسية الانسان بشكل كبير فعندما يرى الانسان عيوبه فانه يطمح لتغيرها،ويبدأ الانسان بمقارنة نفسه بغيره من خلال المرآه،وفي نفس الوقت فهو يرى جماله والمزايا التي عنده وتتطور نظرته لذاته ويبدأ بتقدير نفسه من خلال المرآه

شعار الحملة

Campaign slogan

جَمالُك في عُمرك

بعد اختيار عدد من الشعارات اخترنا هذا الشعار « جمالك في عمرك « لأنه يوصل وباختصار الفكرة من وراء هذه الحملة،ان حملة انتِ أجمل هي حملة للجمال وليست لمنع المراهقات من الجمال ومن العناية بشكلهن الخارجي بل بالعكس تماما فنحن نسعى من وراء هذه الحملة ان نعلم المراهقات ما يناسب اعمارهن في كل ما يخص و يتعلق بالماكياج والجمال والعناية،ولذلك في شعار « جمالك في عمرك «.

كما ان شعار « جمالك في عمرك « له معنى أعمق من المكياج والعناية بالبشرة،فهناك ايضا جمال صحي وهو طريقة الاكل الصحيحة والرياضة المستمرة،فالفتيات في هذا العمر لديهم طاقات كبيرة ولذلك فان استغلال هذه النشاط والطاقة في الرياضه امر مهم جدا للوصول للجمال الصحي والجسد الصحي.

التسويق الاستراتيجي

(المنتج)

المنتج الأساسي

- برنامج متكامل للمراهقات في مركز يضم البرنامج حزمة متكاملة من الفعاليات والورشات تهتم بالصحة والرياضة والجمال.
- يحتوي البرنامج على حصص و ورشات
- يضم البرنامج ورشة «التغذية الصحية» والتي تهتم بكل ما يخص الغذاء الصحي المناسب للمراهقات.
- يضم البرنامج ورشة « اللياقة البدنية » والتي تهتم بالتعريف بفوائد الرياضة للجمال والتمارين السهله والبسيطة المناسبة للمراهقات.
- يضم البرنامج ورشة « الجمال الطبيعي » والتي تهتم بالخلطات الطبيعية للعناية بالجمال المناسب للمراهقات.
- المركز مفتوح يوميا والاشتراك شهري بمبلغ رمزي.
- سيتم التسويق عن المركز من خلال حسابات على وسائل

التواصل الاجتماعي والتي سوف نعرض فيها الطريقة الصحيحة للعناية بالجمال وتوجيه المراهقات الى ما يناسب اعمارهن من قبل أخصائيين تجميل وأخصائيين تغذية وصحة.

المنتج الفعلي

برنامج الصحة والجمال لحملة انتِ اجمل

برنامج يضم حزمه متكاملة من الورشات للمراهقات في المدارس الاعدادية والثانوية،والتي تهتم بالصحة والتغذية السليمة والرياضة و الاهتمام بالجمال الطبيعي والخلطات الطبيعية التي تناسب اعمارهن.

ورشة التغذية الصحية الأولى :

- مواضيع الورشة :
- (الجزء النظري)

فيديو قصير عن التغذية الصحية.

عرض مجسم لأنواع الطعام وكمية السكر في كل صنف.

عرض مجسم لأنواع الطعام وكمية الدهون في كل صنف.

كيف يؤثر الغذاء الغير صحي بجمال الوجه والجسم.

كيف تتحول الدهون المهدرجة الى مواد ضاره في الجسم.

الغذاء الصحي والمهم للجسم والصحة.

- (الجزء العملي)

تحضير وجبة صحية بالتعاون مع الطالبات.

تذوق الوجبة واخذ رأي الطالبات فيها.

ورشة التغذية الصحية الثانيه :

.

- مواضيع الورشة :

فيديو قصير عن أهمية التغذية.

التغذية للوزن المثالي.

التغذية لبشرة صحية.

التغذية للياقة البدنية.

الفيتامينات الهامة للجسم.

الديتوكس وفوائده.

وصفات التغذية لزيادة الوزن (للنحيفات)

تحضير طعام لذيذ وصحي.

ورشة الرياضة :

- وقت الحصص الرياضية في المدرسة.
- مدة التمارين ٣٠ دقيقة.
- مواضيع الورشة :

مقدمة عن مدربة اللياقة البدنية.

فوائد التمارين للجسم والصحة.

الطريقة الصحيحة والخاطئة لعمل التمارين الرياضية.

تمارين للياقة البدنية للمراهقات.

تمارين سهلة يمكن القيام بها في المنزل وتناسب سن المراهقات.

ورشة الجمال الطبيعي :

- ستضم الورشة :

وصفات تجميلية طبيعية.

وصفات طبيعية للعناية بالشعر.

وصفات طبيعية للعانية بالبشرة.

وصفات للوزن المثالي.

المنتج الإضافي :

- عروض مميزة لعدد من المناسبات التي تحتفل بها دولة قطر مثل (عروض اليوم الوطني - عروض اليوم الرياضي - عروض الاعياد).
- خدمات اضافة (بطاقة النقاط) : هي بطاقة تحتسب فيها نقاط اضافية في كل مره يتم الاشتراك في اي من الصفوف،وعند الوصول لعدد معين من النقاط يمكن الاشتراك مجانا لمدة اسبوع في اي من الصفوف التي ترغب بها الفتاه.

- خدمات اضافية (الفتاه المتميزة) : هو لقب يعطى لفتاه كل شهر على حسب تفاعلها في الصفوف وحسن سلوكها وتحصل الفتاه على امتيازات عن حصولها على اللقب.

السعر

اسعار الاشتراك في البرنامج هي اسعار رمزية جدا وفي متناول الجميع

ويوجد تخفيضات خاصة لطالبات المدارس.

الاشتراك الأسبوعي :

ورشة التغذية : ٣٥ ريال للشخص

ورشة الرياضة : ٢٥ ريال للشخص

ورشة الجمال الطبيعي والعناية بالبشرة : ٣٥ ريال للشخص

الاشتراك الشهري :

ورشة التغذية : ١٢٠ ريال للشخص

ورشة الرياضة : ٩٠ ريال للشخص

ورشة الجمال الطبيعي والعناية بالبشرة : ١٢٠ ريال للشخص.

المكان

عقد ورشات عمل وحصص في المدارس الاعدادية والثانوية المستقلة في قطر، والتي سوف تسلط الضوء على المنتج الذي نريد تقديمه للمراهقات وهو الجمال الطبيعي والصحة وستتكون من ورشات مصغره لتلك التي في البرنامج.

ونسعى من خلال الحملة على ان نحصل على الدعم المناسب للحصول على مركزنا الخاص الذي سيضم البرنامج او ان يتبنى البرنامج أحد المؤسسات الكبيرة التي تهتم بالرياضة والغذاء،مثل مستشفى سبيتار او وزارة الثقافة و الرياضه.

الخطة الاستراتيجية

حتى يصل الإنسان للنجاح لابد ان يحدد أهدافه ويحقق و رؤيته ويضع خطة محكمة خاليه من العيوب والأخطاء للوصول للغاية النهائية،تحافظ الخطه على ضمان تماسك وتنظيم رسالتك ووصولها للفئة المستهدفه.

الترويج

تم الترويج عن الحملة من خلال وسائل الاعلام المسموعة و المقروءة والمطبوعة و وائل العلاقات العامة بالإضافة الى وسائل التواصل الاجتماعية الحديثة والتي تضم انستقرام و تويتر و سناب جات و الفيسبوك و يوتيوب.

- **الاعلانات :**

اعلانات الشوارع التي ستوضع في انحاء الدوحة،خاصة في المناطق التي تكثر بها المدارس الاعدادية والثانوية.

اعلانات الاماكن المفتوحة وستكون من خلال وضع البار كود لتطبيق الهاتف في الحدائق العامة كحديقة المتحف الاسلامي،سباير.

اعلانات في المجلات الشبابية.

اعلان فيديو قصير يعرض في دور السينما،خاصة في الافلام التي تناسب العائلة.

- العلاقات العامة :

التعاقد من الناشطين الإعلاميين للإعلان عن الحملة وترويجها من خلال نشر حسابتنا في مواقع التواصل الاجتماعي وحث الناس على عمل ريتويت لتغردات الحملة عبر تويتر،بالإضافة الى تشجيع الناس للتعرف اكثر على الحملة ورؤية ما يتم نشره في حساب انستقرام من صور وفيديوهات.

فعالية تدشين الحملة : تم اقامت هذه الفعالية في مدرسة قطر الاعدادية والثانوية المستقلة للبنات وتم التعريف بالحملة من خلال هذه الفعالية وتم وضع البوث الخاص بالحملة وتوزيع المطويات على الطالبات.

ورشات العمل :

تم الترويج عن الحملة من خلال الورشات التي اقمناها في عدد من المدارس والورشات التي سيتم اقامتها في المستقبل في المدارس الاخرى.

أُقيمت الفعالية في مدرسة « قطر الإعدادية المستقلة للبنات» بعنوان « جمالي في غذائي « وكانت ضيفة الورشة هي الاستاذة بسمه النعيمي مدير عام المعهد الوطني لفنون الطهي الصحي وتحدثت عن أهمية الغذاء الصحي في الجمال وديمومته،وقالت « تلعب الأغذية الجاهزة دوراً في شيخوخة الجلد فهذه الأطعمة تقلى بزيوت حرارتها عالية جداً وتتسبب في تغيير في تركيبة الأطعمة وتتحول الى جزيئات نشطة تسمى بالجزيئات الحرة وتهاجم هذه الجزيئات خلايا الجسم وتضعفها مما يؤثر على الشكل الخارجي للبشرة فتظهر الهالات السوداء تحت الحين والبثور في البشرة»،حصدت الورشة على تفاعل كبير من فئة المراهقات و الاتي أظهرن اهتمام كبير بموضوع الجملة و رغبة في المساهمة بالحملة من خلال حضور الفعاليات القادمة وأيضا متابعتهم لحسابات التواصل الاجتماعي للحملة للتعرف أكثر على المنتج الذي نقدمه.

تهدف الحملة الى التوعية بالجمال الطبيعي من خلال برنامج متكامل للجمال الطبيعي والصحي من خلال ورشات للتغذية والرياضة والعناية بالشكل الخارجي بعيداً عن المنتجات الضارة وعمليات التجميل،كما تهدف الحملة الى التوعية بخطورة هذه الظاهرة التي تسلب منهم براءتهم وجمالهم الحقيقي الذي يخفينه تحت طبقات عديدة من الماكياج و ارتداء ملابس لا تناسبهن فتضيع أعمارهن الحقيقة،ونرى أن من واجبنا كطالبات علاقات عامة بجامعة قطر ان نرشدهم الى الطريق الصحيح حتى لا تتفاقم الظاهرة.

وتسعى القائمات على الحملة على تغير السلوك ونشر الوعي حول الظاهرة من خلال اقامة المزيد من الفعاليات و ورشات العمل في المدارس وأيضا الى تواجدهم في المجمعات التجارية و وضح البوث الخاص بالحملة حيث ستكون الفعالية القادمة تحت عنوان « كيف أحافظ على جمالي».

خبـر فـي صحيفـة الشـرق : تـم التواصـل مـع جريـدة الشـرق القطريـة للإعـلان عـن الحملـة عبـر خبـر فـي جريـدة الشـرق،وكان الخبـر بعنـوان « تدشـين حملـة أنـتِ جمـل مـن خـلال فعاليـة « جمالـي فـي غذائـي»

- المطبوعات :

تـم الاعـلان عـن الحملـة مـن خـلال عـدد مـن المطبوعـات كالمطويـات التـي تـم توزيعهـا فـي المـدارس علـى جميـع الطالبات،ومـن خـلال الـرول أب الـذي تـم وضعـه فـي اماكـن متفرقـة فـي قطـر والتـي تكثـر فيهـا الفئـة المسـتهدفة كالمجمعـات التجاريـة والمـدارس.

- الاعلام الجديد :

تـم الترويـج عـن الحملـة مـن خـلال وسـائل التواصـل الاجتماعيـة الحديثـة والتـي تضـم انسـتقرام و تويتـر و سـناب جـات و الفيـس بـوك و يوتيوب،ونقوم بتحميـل الفيديوهـات والصـور بشـكل يومـي ونطـرح مواضيـع مختلفـة

ومشوقة بالإضافة الى تغطيت جميع الفعاليات،وعطاء معلومات مفيدة حول الصحة والجمال الطبيعي.

- وسائل التواصل الاجتماعي:

تويتر : تغريدات تعريف بالحملة وأهدافها والرسالة والرؤية،وتغريدات حول تفاصيل الفعاليات والورشات المقامة ،بالإضافة الى تغريدات حول مواضيع مهمة كمواضيع الصحة والغذاء والجمال الطبيعي والصحي.

انستقرام : صور وفيديوهات عن الورشات والفعاليات بالإضافة عرض المقابلات المصورة التي قمنا بها.

الفيسبوك : عرض المواضيع بشكل ادق وبالتفصيل أكثر من تويتر وانستقرام.

الإعلاميين المؤثرين : التواصل مع الإعلاميين المؤثرين مثل حسن الساعي و محمد سعدون الكواري و علي عيسى و خالد الجميلي.

- تطبيق الهاتف المحمول:

المميزات والاستخدام يمك من خلال تحميل التطبيق الخاص

بالهاتف الجوال التواصل بشكل اسهل وذلك عن طريق التسجيل في البرنامج بسهولة من خلال التطبيق،كذلك يمكن حجز المواعيد ومعرفة العديد من المعلومات حول البرنامج ومعرفة جدول الحصص وأسماء المعلمين في كل حصة.

صفحة الكترونية :تحتوي على نبذه عن البرنامج،الرؤية والرسالة,والأخبار وتفاصيل البرنامج وطريقة التسجيل،وأرقام التواصل وحسابات البرنامج في وسائل التواصل الاجتماعي.

التصاميم

المطوية

* من الخارج

* من الداخل

* من الخلف

تصميم رول أب

كلية الآداب والعلوم
College of Arts and Sciences
QATAR UNIVERSITY جامعة قطر
قسم الإعلام
أنت أجمل
جَمالُك في عُمرك
رسالتنا
لكل مرحلة عمرية جمالها، اختاري ما يناسب عمرك
رؤيتنا
أن تكون المراهقة قادرة على اختيار وتميز ما يناسب فئتها العمرية في كل ما يخص الجمال والصحة بطريقة طبيعية وبدون اللجوء الى المواد المضرة وعمليات التجميل
هدفنا
توعية المراهقات بخطورة هذه الظاهرة التي تسلب منهن براءتهن وجمالهن الحقيقي.
anty.ajmal
anty.ajmal
@anty_ajmal2016
الرعاة الرسميين
الشرق

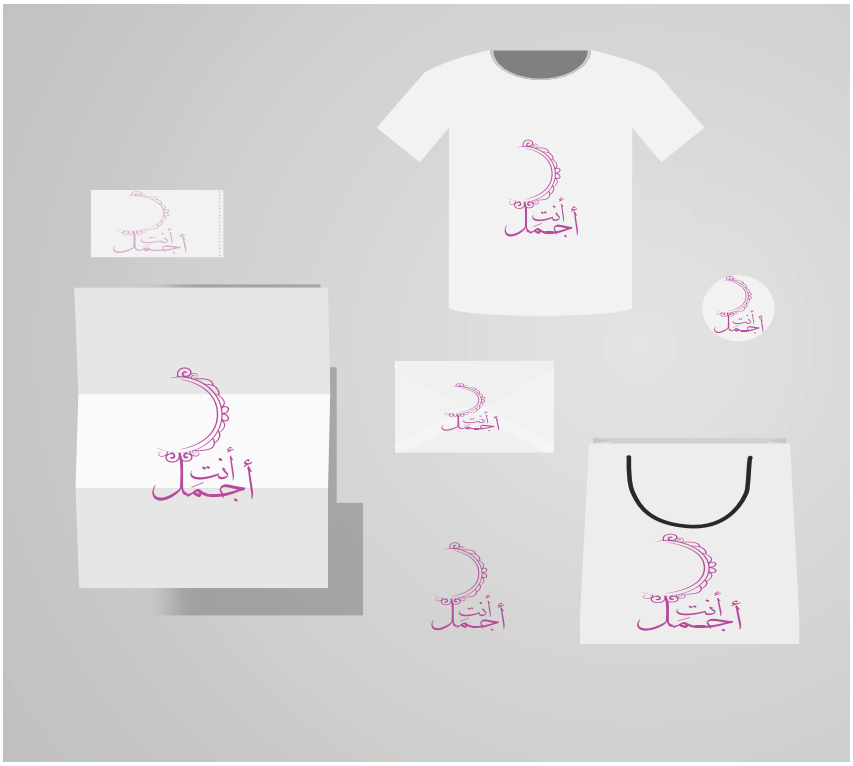
تصميم البوث

Pop up

Counter

تصميم الاكياس

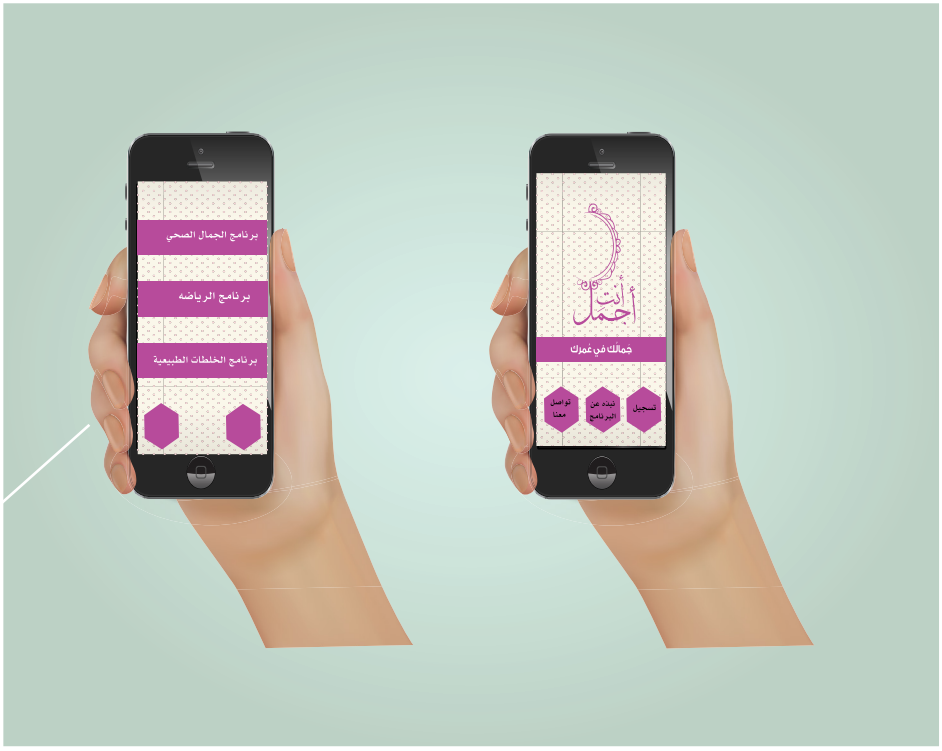
الهدايا الرمزية



الأعلانات

اعلان الشوارع

تطبيق الهاتف المحمول



الصفحة الالكترونية :

فعالية التعريف بالحملة

أقيمت الفعالية في مدرستي قطر الاعدادية والثانوية للبنات،حضر الورشة عدد من الطالبات من مختلف المراحل الدراسية للتعرف على الحملة والمشاركة فيها،تم التعريف بالحملة وأهدافها وبالبرنامج الذي نقدمه ودعوناهم لزيارة حساباتنا في وسائل التواصل الاجتماعي للتعرف أكثر على الحملة وعلى مايتم وضعه في الحسابات من صور وفيدوهات حتى يتمكنوا من الاستفاده القصوى من البرنامج.

صور من الفعالية

ورشة (جمالي في غذائي)

أقيمت الورشة في مدرسة مدرستي قطر الاعدادية والثانوية المستقلة للبنات،برعاية المعهد الوطني لفنون الطهي الصحي،قدمت الورشة الاستاذة بسمة النعيمي المدير العام للمعهد الوطني لفنون الطهي الصحي،وبدأت الورشة بفيديو قصير عن اهمية التغذية الصحية،ومن ثم عرض لمجسم لانواع الطعام وكمية الدهون في كل صنف،ومجسم اخر لمجسم لانواع الطعام وكمية السكر في كل صنف،ومن ثم باشرت اخصائية التغذيه بشرح مفصل حول كيفيت تأثير الغذاء غير الصحي على جمال الوجه والبشرة والجسم بشكل عام،ومن ثم انتقلت الاخصائية الى الجزء العملي من الورشة وشمل ذلك تحضير وجبه صحية بالتعاون مع الطالبات في اعداد الوجبه اللذيذه.

صور من الورشه

ورشة تمارين الايروبكس

أقيمت الورشة في مدرسة مدرستي قطر الاعدادية والثانوية المستقلة للبنات،وكانت في وقت الحصة الرياضيه وكانوا الطالبات يرتدين ملابسهم الرياضية،وكانت مدة الورشة ٣٠ دقيقة.

قدمت الورشة مدربة اللياقة ناهد عبدالستار حيث بدأت الورشة بحديثها عن أهمية الرياضه للجسم والعقل والصحة والجمال،ومن ثم تحدثت عن التمارين المناسبة للمراهقات.

قامت المدربة بالتمارين الرياضيه مع الموسيقى وتتبعها الطالبات بأستخدام الايروبكس وقامت بتعليمهم الخطوات الصحيحة للقيام بالتمارين.

صور من الورشه

الفصل السادس
الخطة التكتيكية

الخطة التكتيكية

سبتمبر (فترة تحضير وإعداد)	- توزيع الاستبيان - بحث ميداني - عمل دراسة تجريبية (pilot study) .
اكتوبر	- طباعة التصاميم - تدشين حسابات التواصل الاجتماعي. - تدشين تطبيق الهاتف المحمول. - تدشين الصفحة الالكترونية. - عرض الاعلانات - التواصل مع المؤثرين الاعلاميين.

خطة الدعاية والإعلان شهري (اكتوبر / نوفمبر)

شهور تنفيذ الحملة:

شهور التنفيذ (أكتوبر / نوفمبر)	١ـ ١٤ اكتوبر	١٥ ـ ٢٢ أكتوبر	٢٣ ـ ٣١ اكتوبر	١ – ٢٠ نوفمبر	٢١ – ٣٠ نوفمبر
اعلان الشوارع					
اعلان السينما					
اعــلان الامــاكن المفتوحة					
اعلان الراديو					
اعــلان المجــلات الشبابية					
وســائل التواصــل الاجتماعي					

نوفمبر (تنفيذ)	- ورش العمل (ورشة جمالي في غذائي) - ورش عمل (الايروبكس). - التفاعل في وسائل التواصل الاجتماعي من خلال وضع الاخبار والصور والتشجيع على الريتويت. - تفعيل هاشتاق أنتِ أجمل. - تقيم ورش العمل.
ديسمبر (تحليل وتقييم ومتابعه)	- قياس وتحليل وتقسيم اداء الحملة. - تقيم وسائل التواصل الاجتماعي. - تقيم تغير السلوك. - متابعة وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام بصوره دائمة.

الميزانية

الأداه	المكان	المدة	التكلفه
اعلانات الشوارع	عدد من شوارع الدوحة	مره لمدة اسبوعيين	٥٠,٠٠٠
البوث	الفعاليات	-	٥٠٠٠
المطبوعات	الفعاليات	-	١٠,٠٠٠
تطبيق الهاتف المحمول	متجر أبل	-	٣٠,٠٠٠
الهدايا الرمزية	الفعاليات	-	٥٠٠٠
الموقع الالكتروني	الانترنت	-	٥٠٠
اعلان المجلات	مجلة الدانه القطرية	مره في الشهر	٥٠,٠٠٠

المجموع = ١٥٠,٠٠٠

الرعاة الرسميون

مقدمة عن الرعاة :

بعد عرض حملتنا على مجموعة من المؤسسات الحكومية والقطاع الخاص استطعنا ان نحل على دعم عدد من المؤسسات التي رحبت بنا وأثنت على مشروعنا وقدموا لنا دعم مادي ودعم معنوي .

١. الراعي الرسمي صب واي :

*تاريخ التأسيس صب واي :

هي سلسلة مطاعم افتتح اول مطعم في عام ١٩٦٥ ولديها في الوقت الحالي ٤٠٨٥٥ من الفروع في ١٠٥ دولة في العالم . يقدم المطعم سندوتشات صحية وسلطات طازجة خالية من الدهون .

الموقع العربي لصب واي :

http://www.subwayarabia.com/home.php

*قصة صب واي :

بدأت قصة صب واي في ولاية كونيكتيكوت بالتحديد في مدينة بريد جبورت في الولايات المتحدة , مؤسس ب واي هو فريد ديلوكا يناهز ١٧ عاما , ولدت فكره المطعم عنده عندما كان يدرس بالكلية وفي نفس الوقت كان يعمل ليحصل على المال الكافي لدفع اقساط الكلية التي يدرس فيها , وبعد ذلك ورد اليه ان يعمل لنفسه عمل تجاري بحيث يكسب منه المال الكافي لإنهاء دراسته , وكذلك لحل مشكلة قلة المال , فقام بالتحدث إلى صديق العائلة الدكتور بيتر باك وهو الذي اقترح على فريد ان يفتح متجرا لبيع سندوتشات الصب مارين .

اقترض فريد من دكتور العائلة حوالي ١٠٠٠$ وبعدها تكونت الشراكة وفتح متجر petes super submarines في عام ١٩٦٥ , وكانت السنه الاولى تحدي وتجربه تعلم للمغامرين الشباب , وفي السنه الثانية افتتح متجر

ثاني فلاحظ الشريكان ان (الموقع والتسويق) عاملين اساسيان في مشروع نجاح أي عمل تجاري ' لذلك قاما بتأسيس الفرع الثالث الذي لازال يعمل لبيع وجباته اللذيذة .

تم تغيير اسم المطعم من petes super submarines الى subway حيث تداخل اللون الاصفر على الرمز , وفي عام ١٩٧٤ افتتح اول متجر subway في كونكيت , وفي عام ١٩٩٥ احتفلت سلسلة subway بمرور ثلاثين عاما على نجاحها بافتتاح ١١٠٠٠ متجر , اما فريد فتابع مسيرته وأصبح رجل اعمال .

نوع الدعم : مادي ، شيك بقيمة ١٠٠٠٠ ريال قطري.

تم استعمال المبلغ المقدم من صب واي لعمل البوث وطباعة جميع المطبوعات كالاكياس الورقية والمطويات ، كما تم استخدام المبلغ لشراء الهدايا المزية وطباعة التصاميم عليها.

٢. **المعهد الوطني للطهي الصحي :**

من اول المراكز في الشرق الاوسط وتحديدا في قطر , المهتمة بالتغذية وكيفية اعدادها تحت اشراف خبيرة التغذية بسمه النعيمي , تأسس المعهد في عام ٢٠١٥ وتقدم خدمات لكافة الافراد من كبار وصغار وشباب وفتيات , والقائمين على المعهد هم اخصائيين تغذية وتربويين يجمعون بين العلم والتربية وتقديم المعلومات الغذائية بشكل تربوي وعلمي .

مؤسس المعهد هو خالد عبدالله آل محمود , هو من وضع حجر الاساس ليغير حياة الناس إلى الافضل من خلال التغذية السليمة وبناء جيل واعي وصحي وقوي وخالي من الامراض .

*موقع المعهد الوطني للطهي الصحي :

http://www.nihcarts.com/?ln=ar

نوع الدعم : ورشات مجانية في مدرستي قطر الاعدادية والثانوية المستقلة للبنات.

٣. جريدة الشرق :

هي جريدة قطرية تصدر يومياً وتهتم بالأمور السياسية , تم تأسيسها عام ١٩٨٧ , ورئيس تحريها هو جابر الحرمي.

موقع الشرق :

http://www.al_sharq.com/

نوع الدعم : راعي اعلامي

الفصل السابع
التقييم

نتائج الحملة

اختمت الحملة بنتائج ممتازة بالرغم من الصعوبات والعقبات التي واجهتنا بالخصوص عند البحث عن مدارس تقبل عمل الورشة فيها ، حيث تواصلنا مع كثير من المدارس ، اغلبها لم توافق بسبب دخول وقت الامتحانات بذلك الوقت ، وكان سبب قوي لفض هذه المدارس لعمل الورشة فيها ، ولكن بعون الله وبقصارى جهدنا استطعنا الحصول على مدرسة لعمل الورشة فيها وكانت هذه المدرسة هي مدرسة قطر الاعداديه المستقلة للبنات ، حيث قمنا بعمل ورشة للتغذية وورشة اخرى للايروبك ، وكان الفضل لمديرة المدرسة ومدرسات الرياضة ، وقد واجهتنا مشكله اخرى وهي مشكلة الوقت حيث كان بعضنا لديه محاضرات مما سبب لنا ارتباك في اختيار الوقت المناسب للجميع لعمل الورشات .

تقييم الفعالية التعريفية الاولى :

قبل الورشه قمنا بتوزيع استبيانات على الطالبات في المدرسة ومن مراحل متعدده ، ومن خلال الاستبيان استطعنا الوصول لاراء الطالبات ، كما قمنا من خلال الورشة بعمل مقابلات قصيره لبعض الطالبات ، وكانت ردة فعلهم ممتازه حيث انهم رحبن كثيرا ، وكانت ردود الفعل ساره بين الطالبات وردود فعل ممتازه اتجاه محتوى الورشة من ناحية الشرح والتقديم والعمل الجماعي المنظم ، كما تفضلن الطالبات بشرح قصتهن مع الجمال وكيفية حبهن بمواكبة الجديد بكل ما يخص الجمال .

تقييم الفعالية الثانية : (ورشة جمالي في غذائي)

كانت فعالية تعريفية بالحملة ، موقعها مدرسة قطر حيث تم تعريفهم بالحملة ،وتعاون الطالبات وقت الحملة كان له الاثر الكبير في نجاحها ،وكان هناك تجاوب كثير من قبل الطالبات والمدرسات المشرفات على الورشة ، وكان التفاعل فوق المتوقع من جميع الفئات العمرية المدرجة من الطالبات ، وتم مشاركة مجموعة منهن في اعداد طبق للحمية لتنزيل الوزن بشكل سليم وصحي وبدون حرمان ،استمتعت الطالبات بالورشة ، وبالخصوص عند تجربتهن الطبق الصحي ونوهن بآنه لذيذ جدا .

تـم تقديـم أسـتبيان قصيـر بعـد الأنتهـاء مـن الورشـة للتعـرف علـى رأي الطالبـات بها

السؤال الأول:

هل قدمت الورشة بشكل يحوز على اهتمامك؟

☐ نعم

☐ لا

السؤال الثاني:

ما رأيك في ورشة جمالي في غذائي؟

☐ اعجبتك

☐ لم تعجبك

السؤال الثالث:

هل استفادتي من الورشة؟

☐ نعم

☐ لا

السؤال الرابع:

هل ترغبين في حضور مزيد من ورش البرنامج ؟

☐ نعم

☐ لا

أبرز نتائج الاستبيان :

اجابـت الطالبـات علـى الاسـتبيان بصـورة ايجابيـة حيـث حـازت الورشـة علـى اعجابهـم بشـكل كبيـر ، وكانـت اهتمامهـم بالغـذاء واضـح مـن خـلال المشـاركة مـع المتدربـة بالورشـه بعمـل وجبـه صحيـه وتـذوق مـا صنعتـه ايديهـم ، وابـدت الطالبـات اسـتفادتهم مـن الورشـه وقـد طلبـن الكثيـر مـن الوصفـات بالاضافـة للمشـاركة فـي ورشـات مسـتقبلية .

تقييم الفعالية الثالثة (ورشة تمارين الايروبك)

قامت مجموعة من البنات بعمل تمارين للايروبك ، متتبعين لاعبه ايروبك متمرسه من خلال قناة عاليوتيوب ، تفاعلن مع الرياضة بشكل رائع ، وابدين سرورهن ، ومن خلال المناقشات اكتشفنا حب الطالبات للرياضه ولكن لضيق الوقت لا يذهب لممارستها ، وتم تعريفهن على قنوات رياضية ممكن متابعتها وعمل تمارين مقلدين لاعبة الايروبك وبذلك يقتصرن وقت الذهاب للجم بالاضافة لتوفير المال ، كان تجربه رائعة وايجابيه حيث لمسنا حب الطالبات للورشة .

تـم تقديـم أسـتبيان قصيـر بعـد الأنتهـاء مـن الورشـة للتعـرف علـى رأي الطالبـات بهـا

السؤال الأول:

هل قدمت الورشة بشكل يحوز على اهتمامك؟

☐ نعم

☐ لا

السؤال الثاني:

ما رأيك في ورشة تمارين الأيروبيكس؟

☐ اعجبتك

☐ لم تعجبك

السؤال الثالث:

هل استفادتي من الورشة؟

☐ نعم

☐ لا

السؤال الرابع:

هل ترغبين في حضور مزيد من ورش البرنامج ؟

☐ نعم

☐ لا

أبرز نتائج الاستبيان :

اجبـن الطالبـات بعـد الورشـه علـى الاسـتبيان وكانـت النتائـج رائعـة ، حيـث ان الورشـة حـازت علـى اهتمامهـم بشـكل ملحـوظ وكثيـرا منهـن احسسـن بالسـرور وهـن يقمـن بالتماريـن الرياضيـة وقليـلا منهـن احسسـن بالتعـب

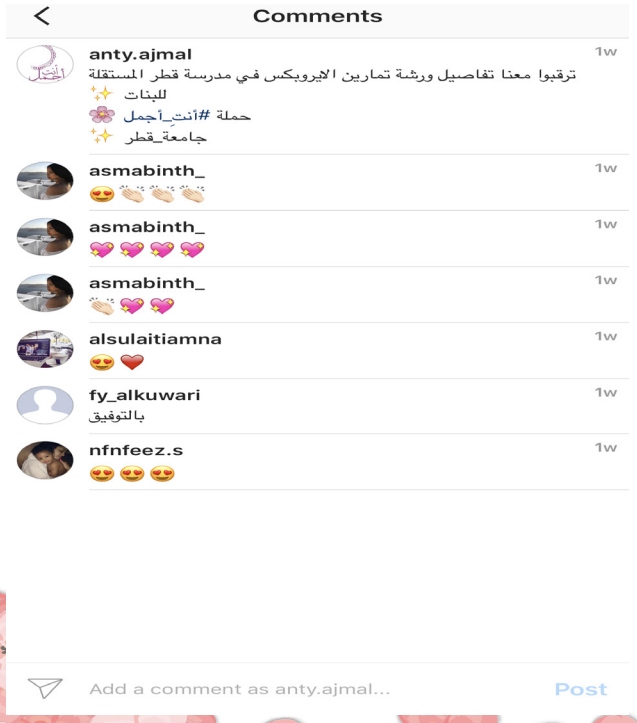
نوعا ما بسبب وزنهن المرتفع ولكن همتهن كانت عالية ، وقد ابدين الكثير من الاعجاب من ناحية الماده المطروحة في برنامج الايروبكس ونوهن بانها سهله ورائعه في نفس الوقت ، وكانت النتائج ايجابيه من ناحية الاستفادة من الورشه حيث ان الطالبات حلين الاستبيان بشكل ايجابي وابدين عن رغبتهن بالمشاركة في ورشات وبرامج اخرى تختص بنفس النشاط في المستقبل القريب .

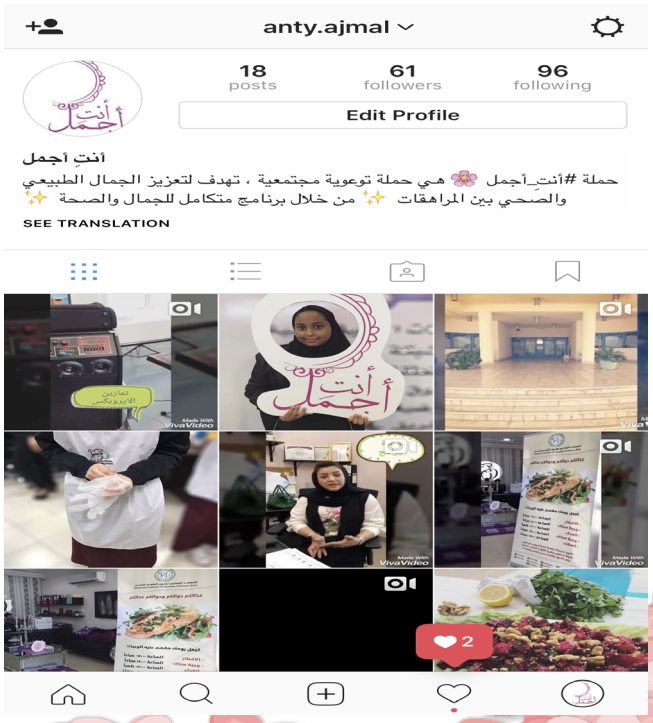
حسابات التواصل الاجتماعية وتقييمها

تقييم وسائل التواصل الاجتماعي :

قمنا بعمل حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي ، الفيس بوك ، تويتر ، والانستقرام ، حيث لاحظنا مشاركة الكثير من الناس في الحملة ، اولياء امور وطالبات ، وكثيرا منهم ابدين اعجابهم من الحملة بعمل لايكات والمشاركة بالتعليقات ، حيث انهم قاموا بتشجيعنا عالمواصلة والتحذيث المستمر لمكونات الحملة ، وذلك كان له الاثر الكبير في استمرارنا في المستقبل

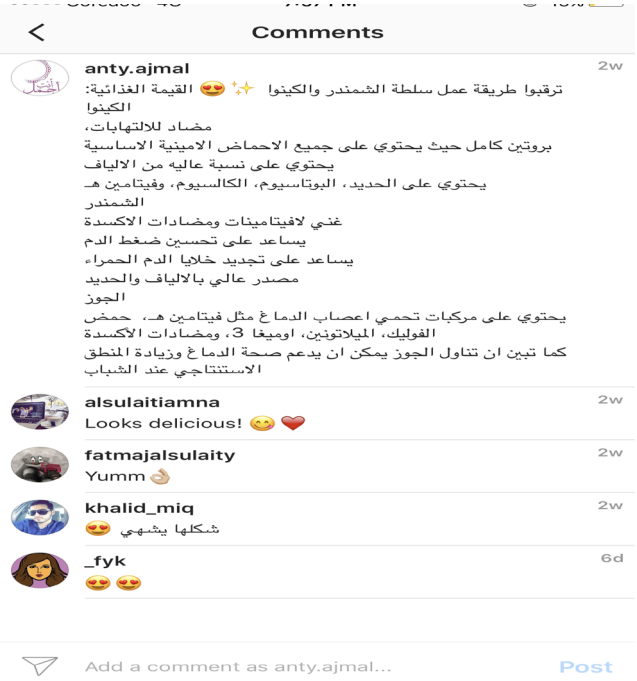
التفاعل في حساب انستقرام

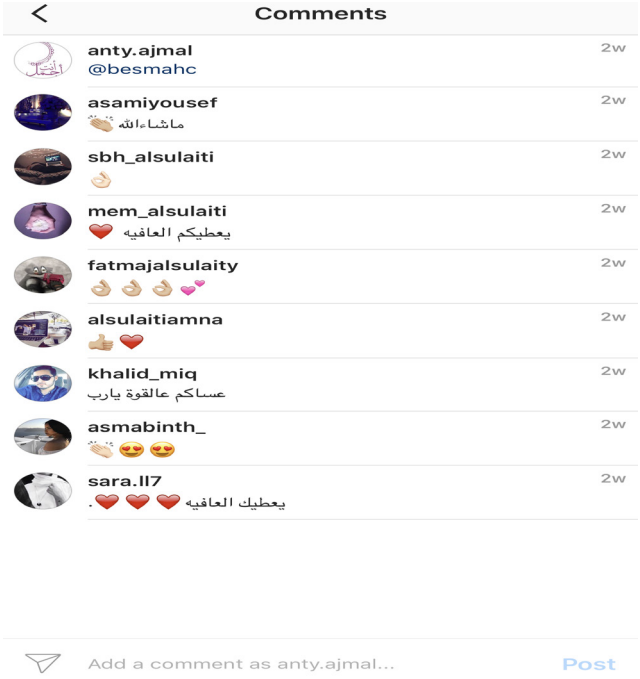


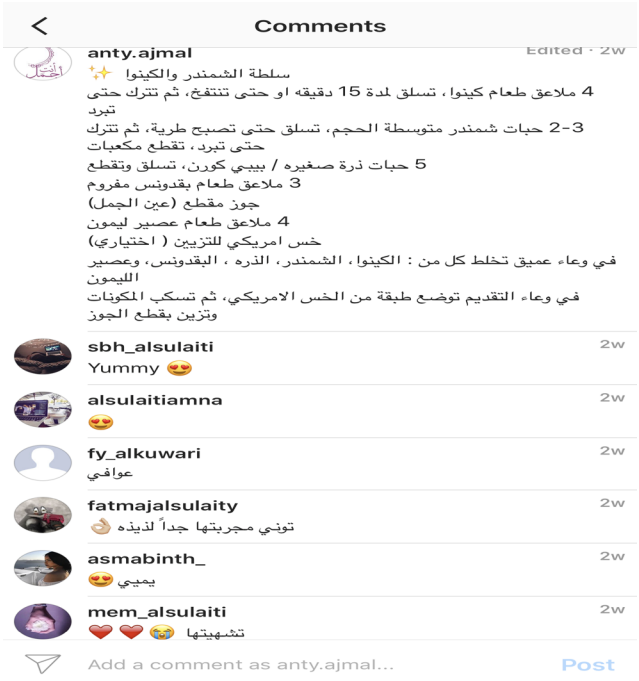


التفاعل في حساب انستقرام

على الصور والفيديوهات



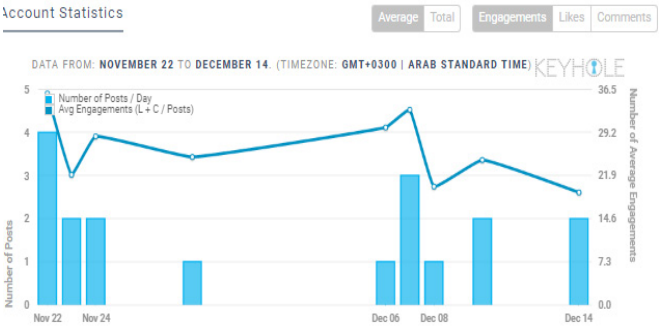


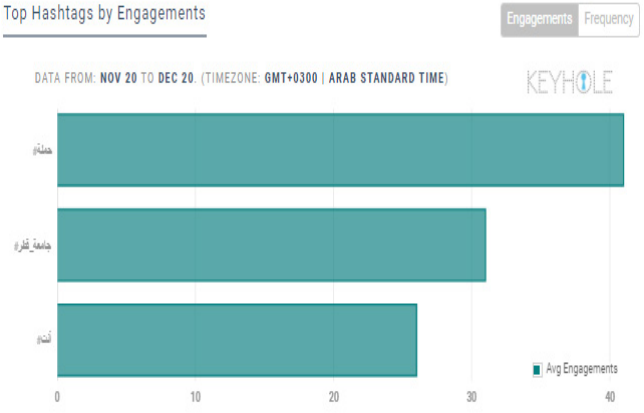


تقييم حساب انستقرام

Top Posts by Engagements

	Likes	Comments	Post Caption	Date
	31	10	من نحن ؟ نحن طالبات من #جامعة_قطر ✨ نقوم بعمل #حملة توعوية مجتمعية نستهدف من خلالها المراهقات في...	a month ago
	30	8	@besmahc	13 days ago
	31	5	نسعى من خلال حملتنا إلى أن تكون المراهقة قادرة على اختيار 🌸 ماهي رؤية حملتنا #أنتِ_أجمل . . و...	a month ago
	28	6	سلطة الشمندر والكينوا ✨ 4 مايحتاج طعام كينوا، تسلق لمدة 15 دقيقه او حتى تنتفخ، ثم تترك حتى تبرد 3-2...	13 days ago
	28	5	هدفنا الرئيسي هو توعوية المراهقات بخطورة الظاهره التي تسلب . . 🌸 ماهو هدف حملتنا #أنتِ_أجمل منهن...	a month ago
	29	4	لكل مرحلة عمرية جمالها ، اختاري ما يناسب عمرها . . 🌸 ماهي رسالة حملتنا #أنتِ_أجمل...	a month ago





Follower Growth

Optimal Post Time

التفاعل في حساب تويتر

تقييم حساب تويتر

Analysis of users anty_ajmal2016 follows on Twitter

We segment these users into a number of psychographic segments: including gender, location, Twitter activity, and more.

Next to each chart, you will find links that allow you to explore specific users in each segment. You can further sort these pop-up lists of users by follower count, tweet count, and so on.

Sample size: 183 of users @anty_ajmal2016 follows – view all »

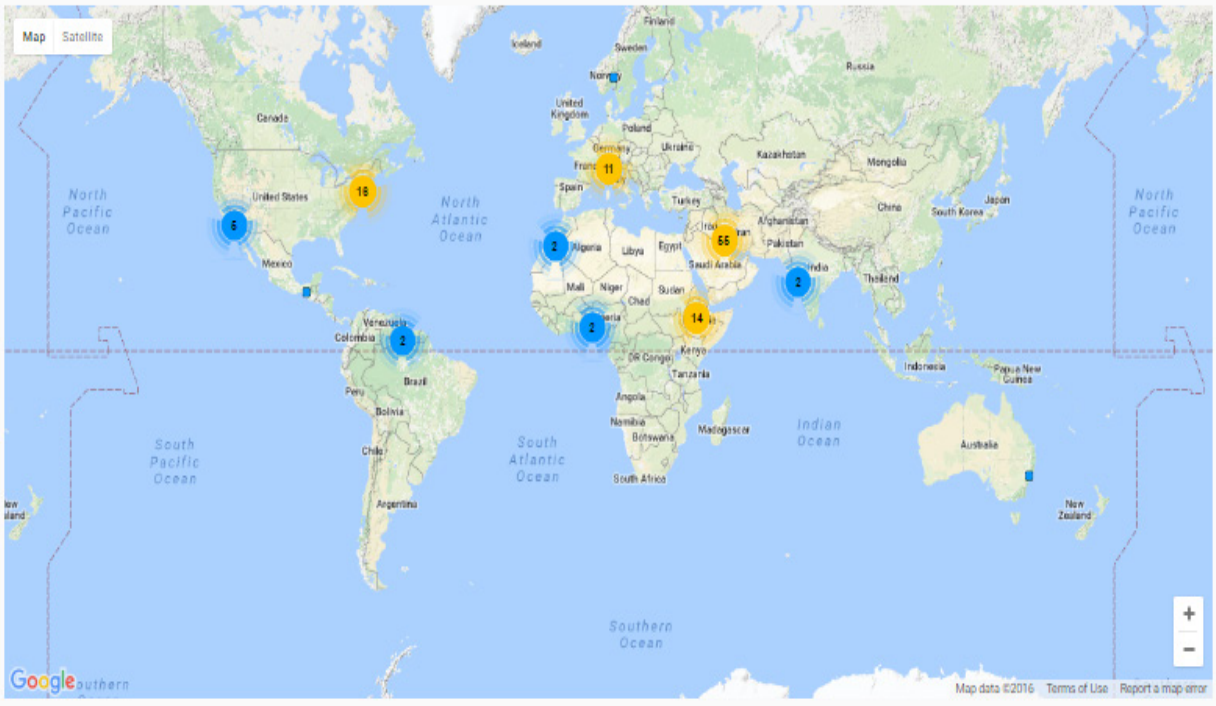
حملة أنتِ أجمل

Social Authority:	1
Followers:	36
Days on:	36

هي حملة توعوية مجتمعية ، تهدف 🌸 حملة #أنتِ_أجمل لتعزيز الجمال الطبيعي والصحي بين المراهقات ✨ من خلال برنامج متكامل للجمال والصحة ✨

Mapped locations of users anty_ajmal2016 follows

Using the location field in Twitter accounts, we try to approximate the geographic location of up to 5,000 users and map them for you. This is an inexact procedure and so some points may be mapped incorrectly.



الفصل الثامن
الخاتمه و الملاحق

الخاتمه

مرحلة المراهقة هي من المراحل الانتقالية في حياة المراهقة و تعتبر نقطة تحول كبير في حياة الفتاه كما تحتاج هذه المرحلة الى تكيف من نوع جديد يختلف عن ما تعودن عليه في مرحلة الطفولة وهن في نضال لإثبات انفسهن وشخصيتهن في المحيط الذي يعشن داخلة،في وقتنا الحالي أصبحت المراهقات يستخدمن مستحضرات تجميل لا تناسب أعمارهن ويخترن ملابس لا تناسب مرحلتهن العمرية وذلك لرغبتهن الشديدة في مواكبة صيحات الموضة والظهور بشكل خارجي أكبر من عمرهن،ظناً منهن أن الجمال في الظهور بشكل أكبر مما همن عليه هو الأفضل لهن ، وذلك بوضع كميات كبيره من مساحيق التجميل الذي يضيف سنوات عديدة لأعمارهن الحقيقة،غير مدركات أن لكل مرحلة عمرية جمالها الخاص،وأصبحت هذه الظاهرة منتشرة بشكل كبير في مجتمعنا القطري،ولذلك وجب علينا ان نقوم بهذه الحملة ونتحمل مشقتها كطالبات علاقات عامة في جامعة قطر لكي نرشدهن

إلى الطريق الصحيح الذي من المفترض أن يسلكنهن وذلك لأن تفاقم الظاهرة قد يؤدي إلى مشاكل أكبر في المستقبل.

حملة أنتِ أجمل هي حملة توعوية مجتمعية قدمت لفئة المراهقات حلول لكي يكونوا قادرات على تمييز الصح من اخلطأ فيما يتعلق بالجمال من خلال البرنامج الذي تقدمه الحملة والذي يختص بالجمال الصحي،و تهدف الحملة لخدمة اجتماعية لشريحة هامة من المجتمع القطري إلا وهي فئة المراهقات الذي يجب ان يكون لهم اهتمام خاص لأنهم يمرون في مرحلة عمرية انتقالية و تتضارب المشاعر فيها فينحرف بعضهم عن الطريق لعدم وجود من يمسك بيدهم ويساعدهم لاجتياز هذه المرحلة العمرية بدون معرقلات.

تكيف من نوع جديد يختلف عن ما تعودن عليه وهن في نضال لإثبات انفسهن وشخصيتهن في المحيط الذي يعشن داخلة،أصبحت المراهقات في وقتنا الحالي يستخدمن مستحضرات تجميل لا تناسب أعمارهن ويخترن ملابس لا تناسب مرحلتهن العمرية لرغبتهن الشديدة في مواكبة صيحات

الموضة والظهور بشكل خارجي أكبر من عمرهن،ظناً منهن أن الجمال في الظهور بشكل أكبر مما همن عليه وذلك بوضع كميات كبيره من مساحيق التجميل الذي يضيف سنوات عديدة لأعمارهن الحقيقة،غير مدركات أن لكل مرحلة عمرية جمالها الخاص،وأصبحت هذه الظاهرة منتشرة بشكل كبير في مجتمعنا القطري،ولذلك من واجبنا كطالبات علاقات عامة في جامعة قطر أن نرشدهن إلى الطريق الصحيح الذي من المفترض أن يسلكنهن وذلك لأن تفاقم الظاهرة قد يؤدي إلى مشاكل أكبر في المستقبل.

كالعديد من المؤثرات يعتبر الاعلام و وسائل التواصل الاجتماعي مؤثراً قويا وفعال على هذه الفئة بالإضافة الى كونهما سلاح ذو حدين فأما ان يتم استعمالهما بطرقة ايجابيه فتكون مؤثر ايجابي لهن ام يتم استخدامهما بطريقة سلبيه فتعطي التأثير المعاكس وهو تأثير سلبي قد يؤدي الى ضرر كبير ومستمر،وبسبب تطور التكنولوجيا اصبح من المستحيل ان يتم مراقبة كل ما يتم عرضه من خلال هذه الوسائل

الاتصالية بالإضافة الى صعوبة منع المراهقات من عد استخدام هذه الوسائل بسبب انتشارها الكبير في المجتمع وبين الفئة المستهدفه بشكل اخص،ويكمن التأثير السلبي لهذه الوسائل الاتصالية هو عندما تتأثر المراهقات بفئة معينة من الناشطين على هذه الوسائل مثل « الفاشينيستا « وهي لقب يطلق على ناشطات على وسائل التواصل الاجتماعي الآتي يعشقون الاهتمام بالشكل الخارجي ويتابعون الموضة وآخر صيحاتها ويضعن المكياج بشكل يومي بالإضافة الى عمليات التجميل التي تجعلهم يبدون في قمة الجمال.

لهذه الفئة من الفتيات تأثير كبير على المراهقات لأنهم يقومون باستعراض طريقة الماكياج الذي يضعونه وعيادات التجميل التي يذهبون اليها ومستشفيات التجميل ايضا التي يقومون بعمل عمليات التجميل فيها،فيؤثرن تأثيرا سلبيا على المراهقات التي يطمحن ان يكونوا نفسهم .

من خلال هذه الحملة التي قمنا بها أردنا أن نوعي المراهقات بما يناسب أعمارهن و بأهمية الجمال الطبيعي وكيفية الحافظ عليه عن طريق الخلطات الطبيعية والتغذية السليمة والرياضة دون اللجوء لمستحضرات

التجميل وعمليات التجمل التي تأخذ سنوات من عمرهن وتضرهم،وذلك عن طريق برنامج متكامل يضم العديد من الورشات التي تهتم بالصحة وبالجمال الطبيعي وبالخلطات الطبيعية والرياضة.

قمنا خلال الحملة بعمل العديد من الورشات والفعاليات بدأت بورشة تعريفية لحملتنا وأهدافنا وكذلك التعريف بالبرنامج الذي تقدمه حملتنا وكان ذلك في مدرسة قطر الثانوية المستقلة للبنات وفي مدرسة قطر الإعدادية المستقلة للبنات،وقد قمنا بالإعلان عن تفاصيلها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي،وقمنا بورشتنا الثانية والتي كانت بعنوان « جمالي في غذائي « قدمت الورشة الاستاذة بسمة النعيمي مدير عام المعهد الوطني لفنون الطهي الصحي في مدرسة قطر الاعدادية المستقلة للبنات وكان هناك تفاعل كبير من الحاضرين،وقمنا ايضا بورشة بعنوان « ايروبكس « وهي ورشة تهتم بالرياضة وأهمية الرياضة للمراهقات وشارك العديد من المراهقات في الورشة والقيام بتمارين الايروبكس مع مدربة الرياضة.

الملاحق

الاستبيان :

أستبيان

بحث اولي لمشروع تخرج طالبات علاقات عامة،جامعة قطر

عزيزتي الطالبة نود ان نشكرك على مشاركتك في حل هذا الاستبيان،حيث تعتبر مساهمتك في هذه الدراسة مهمة للغاية لغرض دراسة علمية لمشروع التخرج الذي تقوم به.

تستغرق فترة الاجابة على الاسئلة مدة لا تتجاوز الـ١٥ دقيقه،وستحفظ المعلومات التي تجمع بسرية تامة،كذلك لن يستطيع احد تحديد هويتك او اجابتك وسيتم الحفاظ على عدم كشف هويتك طوال فترة جمع البيانات وتفسير النتائج.

السؤال الأول :

العمر :

السؤال الثاني :

المرحلة الدراسية :

- ☐ اول اعدادي
- ☐ ثاني اعدادي
- ☐ ثالث اعدادي
- ☐ اول ثانوي
- ☐ ثاني ثانوي
- ☐ ثالث ثانوي

السؤال الثالث :

الوزن :

السؤال الرابع :

الطول :

السؤال الخامس :

هل تضعين الماكياج ؟

- ☐ نادراً (المناسبات الكبيرة فقط كالأعراس).
- ☐ أحياناً (المناسبات كالأعراس والحفلات والتجمعات مع الأهل والأصدقاء).
- ☐ غالباً (جميع المناسبات كالخروج الى الأكل والسينما).
- ☐ دائماً (لا أخرج من المنزل بدون وضع الماكياج).

السؤال السادس :

وإيهي وسائل التواصل الاجتماعي التي تستخدمينها :

- ☐ التويتر
- ☐ الفيس بوك
- ☐ إنستقرام
- ☐ سناب شات

اخرى

السؤال السابع :

من الشخصية التي تعتوينها قدوة لك على وسائل التواصل الاجتماعي (من ناحية الشكل والجمال والماكياج واللبس)"اكتبي شخصيه واحدة فقط"

السؤال الثامن :

هل تفكرين في اجراء عمليه تجميل :

- ☐ نعم
- ☐ لا

السؤال التاسع :

إذا كانت اجابتك بنعم ما هي عملية التجميل :

- ☐ الانف
- ☐ الشفط
- ☐ تكبير الشفايف
- ☐ بوتيكس اى قيلر

١. اخرى :

السؤال العاشر :

لو عرض عليك الانضمام إلى مركز شبابي يضم برنامج متكامل يهتم بالصحه والجمال والرياضه و بسعر رمزي هل توافق على الانضمام ؟

- ☐ نعم.
- ☐ لا .

السؤال الحادي عشر:

ما هي الصفوف التي تفضلين ان تنضمين إليها في المركز ؟

- ☐ رياضة.
- ☐ تغذية.
- ☐ اسس التجميل وكورسات العناية بالبشرة.
- ☐ الازياء وصيحات الموضة.

اخرى: ☐

المراجع

- أبو شعيرة ، خالد محمد وَ غباري ، ثائر أحمد (٢٠٠٩) : سيكولوجيا النمو الإنساني : بين الطفولة و المراهقة ، ط١ . الأردن -عمان : مكتبة المجتمع العربي .

- الدوجان ، خالد إبراهيم (٢٠٠٩) : الوجيز في علم النفس التربوي . ط٢ . الرياض : مكتبة الرشد

- الزغلول ، عماد (٢٠١٠) .نظريات التعلم .رام الله :دار الشروق .

- اللصاصمة، محمد حرب (٢٠١١م) . المنحنى الاستراتيجي الشامل لعلم النفس التربوي : بين النظرية و التطبيق . ط١ . الأردن _ عمان : دار البركة .

- النشواتي، عبدالمجيد (٢٠٠٥). علم النفس التربوي. بيروت: مؤسسة الرسالة.

- ابو النصر رشيدة. (٢٠٠٠). انت وابنتك المراهقة. الكويت: مجلة الوعي الاسلامي - وزارة الاوقاف و الشؤن الاسلامية.

- حبيب سيد. (٢٠١٠). جرحة التجميل . الكويت: مجلة الوعي الاسلامي.

- حجاب حسن. (٢٠٠٥). حول ظاهرة انتشار جراحات التجميل. مصر: التوحيد - جماعة انصار السنة المحمودية.

- حسيني محمد ذكريا. (٢٠٠٨). عمليات التجميل بين الحل و الحرمة . مصر: التوحيد - جماعة انصار السنة المحمدية.

- محمد عيسي انور معاز ياسر جبريل. (٢٠١٤). فاعلية برنامج ارشادي عقلاني انفعالي لتنمية مفهوم الدات لدي بعض المراهقات . الكويت: مجلة العلوم ٠٠ الانسانية - جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا .

أنت
أجمل