



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

تخصص الاتصال والعلاقات العامة



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة

الموسومة بـ:

إسهام النوادي الجامعية الثقافية في دعم صورة المؤسسة الجامعية

نادي إعلامي تيهرت "نموذجا"

إشراف:

د. علاق مفيدة

من تقديم الطلبة:

- رابة حورية
- فليو رانيا

✓ جدول اللجنة المناقشة

الصفة	الرتبة	الاسم واللقب
رئيسا	أستاذ مساعد	شعلال مختار
مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر ب	علاق مفيدة
مناقشا	أستاذ محاضر أ	مداح خالدية

السنة الجامعية: 2024 - 2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

نتقدم بخالص عبارات الشكر وعظيم الامتنان الى كل من أسهم من قريب أو بعيد في دعمنا ومساندتنا خلال مسيرتنا الدراسية العلمية كما نخص بالشكر والتقدير للأساتذة. الأفاضل الذين لم يبخلوا بعلمهم وتوجيهاتهم على رأسهم الأستاذة المشرفة علاق مفيدة لما تقدمه من دعم علمي ونفسي كما نتوجه بكافة الشكر الى كافة افراد عائلتنا الكريمة فلکم جميع أسى عبارات الشكر والتقدير.

اهداء

وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ

الى من غرسوا في نفسي حب العلم وكانوا لي خير سند في دروب الحياة والى
والديا العزيزين كرمز للعطاء والسبر ومصدر القوة والدعاء والى أساتذتي
الكرام الذي أناروا لي طريق المعرفة بنبلهم.
ووفائهم للعلم إلى كل من أمن بدعمي كان لوجوده أثر لا ينسى في هذه
المسيرة.

أهدي هذا العمل المتواضع كعربون ووفاء وامتنان وتحية وتقدير وإجلال.



حورية



امداء

إلى والدتي ووالدي، نبض قلبي وسرّ سعادتني، من غرسا في درب حياتي بذور الحلم
، وسقياها بدعوات لا تنضب...

إلى إخوتي، سندي حين تضعف الخطى، وبهجة أيامي، شكراً لوجودكم.
الذي يملؤني طمأنينة.

إلى أساتذتي، منارة العلم ونبراس الحكمة، من أيقظوا في روحي شغف المعرفة
وأمدوني بالثقة.

إلى كل من كان لي يداً ممدودة، أو كلمة مشجعة، أو ابتسامة صادقة في لحظات
التعب.

وإلى ابن عمتي، شعون موسى، صاحب المواقف النبيلة والابتسامة التي تبث الأمل
الذي لم يتردد يوماً في تقديم يد العون، وكان حاضراً بدعاه الصادق ونصائحه
الهادئة في أدق لحظات حياتي...

رجل لا يُنسى في زمن الندرة، ورفيقٌ أفتخر به في مسيرتي.

لكم جميعاً أهدي ثمرة جهدي، عرفاناً وتقديراً، فأنتم من صنعتم هذا الإنجاز.



وانها

فهرس المحتويات:

شكر وتقدير	
اهداء	
ملخص الدراسة:.....	
مقدمة:.....	أ

الجانب المنهجي

1- اشكالية الدراسة:.....	5
2- الأسئلة الفرعية:.....	6
3- الفرضيات:	6
4- أسباب اختيار الموضوع:.....	6
5- أهداف الدراسة:.....	6
6- أهمية الدراسة:.....	7
7- مجتمع الدراسة:.....	7
8- أدوات جمع البيانات:.....	8
9- المنهج الدراسة:.....	9
10- مجال الدراسة:.....	10
11- مصطلحات الدراسة:.....	10
12- الخلفية النظرية للموضوع:.....	12
13- الدراسات السابقة:.....	14

الجانب النظري

الفصل الأول: المؤسسات الجامعية

تمهيد:.....	22
المبحث الأول: ماهية المؤسسة.....	23

23	المطلب الأول: تعريف المؤسسة.
24	المطلب الثاني: أنواع المؤسسات.
26	المطلب الثالث: خصائص المؤسسة.
27	المبحث الثاني: تعريف الجامعة.
27	المطلب الأول: تعريف المؤسسة الجامعية.
28	المطلب الثاني: أهم وظائف المؤسسة الجامعية.
30	المطلب الثالث: أهداف الجامعة ودورها في تنمية المجتمع.
31	المبحث الثالث: التحديات التي تواجه المؤسسة الجامعية.
31	المطلب الأول: التحديات المالية والإدارية.
32	المطلب الثاني: التحديات التكنولوجية والتعليمية.
33	المطلب الثالث: استراتيجيات التغلب على هذه التحديات.
34	خلاصة الفصل:

الفصل الثاني: الصورة الذهنية للمؤسسة

36	تمهيد:
37	المبحث الأول: ماهية الصورة الذهنية.
37	المطلب الأول: مفهوم الصورة الذهنية.
38	المطلب الثاني: أنواع الصورة الذهنية.
39	المطلب الثالث: خصائص الصورة الذهنية.
40	المبحث الثاني: مكونات الصورة الذهنية.
40	المطلب الأول: تموقع المؤسسة.
41	المطلب الثاني: هوية المؤسسة.
42	المطلب الثالث: سمعة وثقافة المؤسسة.
43	المبحث الثالث: مراحل بناء الصورة الذهنية.
43	المطلب الأول: مراحل تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة.
43	المطلب الثاني: شروط بناء الصورة الذهنية.

44	المطلب الثالث: أهمية الصورة الذهنية
45	خلاصة الفصل:.....

الفصل الثالث: النوادي الجامعية الثقافية

47	تمهيد:.....
48	المبحث الأول: المجتمع المدني وعلاقته بتأسيس النوادي.....
48	المطلب الأول: تعريف المجتمع المدني.....
49	المطلب الثاني: مقومات المجتمع المدني وعناصر تكوينه.....
51	المطلب الثالث: علاقة المجتمع المدني بالنوادي الجامعية.....
52	المبحث الثاني: الجمعيات التطوعية.....
52	المطلب الأول: تعريف الجمعيات التطوعية.....
53	المطلب الثاني: بداية العمل بالجمعيات التطوعية.....
55	المطلب الثالث: علاقة الجمعيات التطوعية بالنوادي الجامعية.....
57	المبحث الثالث: النوادي الجامعية الثقافية.....
57	المطلب الأول: تعريف النوادي الجامعية الثقافية.....
60	المطلب الثاني: الإطار القانوني للنوادي الجامعية الثقافية.....
61	المطلب الثالث: دور النوادي الجامعية الثقافية في بناء الصورة المؤسسة.....

الجانب التطبيقي

66	تمهيد:.....
67	1- التعريف بالمؤسسة:.....
68	2- الهيكل التنظيمي الخاص بالنادي الاعلامي تهرت.....
69	3- دليل المقابلة:.....
72	4- قراءة لجدول سمات العامة للمبجوثين:.....
72	5- تعليق على الجدول السمات العامة للمبجوثين:.....
74	6- تحليل المقابلة:.....
86	7- دليل استطلاع الرأي:.....

88	8- تحليل استطلاع الرأي موجّهة لطلبة واساتذة جامعة ابن خلدون تيارت:
90	9- مناقشة الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة ودليل المقابلة:
92	10- النتائج العامة للدراسة:
94	خاتمة:
97	قائمة المصادر والمراجع:
103	الملاحق

قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
70	يمثل السمات العامة للمبحوثين:	01
87	يمثل توزيع المبحوثين حسب الفئة: طلبة / أساتذة	02

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
59	يمثل توزيع النوادي العلمية حسب مجالات التخصص والفروع	01
63	يوضح دور النوادي الجامعية في بناء الصورة الذهنية	02
68	الهيكل التنظيمي الخاص بالنادي الاعلامي تمهت	03

ملخص الدراسة:

تتناول هذه المذكرة موضوع "إسهام النوادي الثقافية الجامعية في رسم صورة المؤسسة الجامعية"، مع دراسة حالة النادي الإعلامي بجامعة ابن خلدون - تيارت. يهدف البحث إلى فهم مدى تأثير النوادي الطلابية، وخاصة الثقافية منها، في تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة الجامعية لدى الطلبة والمجتمع الخارجي. اعتمدت الدراسة على المنهج النوعي بمنهج دراسة الحالة، واستُخدمت أدوات مثل المقابلة وسبر الآراء لجمع البيانات من أعضاء النادي الإعلامي وطلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. أهم نتائج الدراسة أكدت أن للنادي الإعلامي دورًا محوريًا في تحسين صورة الجامعة من خلال الأنشطة التكوينية والتثقيفية والتواصلية التي تعزز روح المبادرة والانتماء الجامعي. كما تم التطرق إلى التحديات التي تواجه النوادي الجامعية واقتُرحت استراتيجيات لتفعيل دورها بشكل أفضل.

Abstract:

This dissertation explores "The Contribution of University Cultural Clubs in Shaping the Image of the University Institution", focusing on a case study of the *Media Club at Ibn Khaldoun University – Tيارت*. The aim is to understand how student-run cultural clubs influence the university's public image among students and the wider community.

The research uses a qualitative case study approach, employing tools such as interviews and opinion surveys to gather data from club members and students in the Faculty of Humanities and Social Sciences.

The findings highlight the vital role played by the media club in enhancing the university's image through training workshops, cultural activities, and initiatives that foster student engagement and institutional affiliation. The study also addresses challenges facing university clubs and proposes strategies to enhance their effectiveness.

The english summray was translaited from arabic using the deepl translator (<https://www.deepl.com/translator>)

مقدمة

مقدمة:

يُعدّ التواصل الثقافي داخل الجامعة من أبرز الأسس التي تقوم عليها العملية التعليمية المتكاملة، إذ لا تقتصر وظيفة المؤسسة الجامعية على التلقين المعرفي فحسب، بل تتجاوز ذلك إلى بناء شخصية الطالب، وتفعيل دوره كمساهم فاعل في الحياة الجامعية والمجتمعية على حد سواء. وفي هذا السياق، تبرز النوادي الجامعية الثقافية كفضاءات حيوية تعبّر عن الديناميكية الفكرية للطلبة، وتسهم في تنشيط الحياة الجامعية وتعزيز صورة المؤسسة الجامعية في محيطها.

أصبحت صورة المؤسسة الجامعية اليوم عنصراً استراتيجياً في نجاحها واستمراريتها، حيث تؤثر بشكل مباشر في مدى ثقة المجتمع بها، وفي مدى قدرتها على جذب الطلبة والشراكات. وتأتي الأنشطة الثقافية والإعلامية الطلابية، وفي مقدمتها أنشطة النادي الإعلامي الجامعي، كوسائل مؤثرة في تكوين هذه الصورة من خلال ما تبثّه من رسائل، وتروج له من قيم، وما تنقله من إنجازات إذ لم تعد الجامعات مجرد مؤسسات أكاديمية تُكرس جهودها للتعليم والتدريس فحسب، بل تحوّلت إلى منصات شاملة تُساهم في بناء الشخصية المتكاملة للطلاب، وتلعب دوراً محورياً في تشكيل الوعي المجتمعي في إطار نموذج تبرز فيه النوادي الجامعية في شكلها الثقافي وتسهم في التعدد والتنوع في نظامها تعزيز الصورة النمطية والذهنية داخل المجتمع.

تأتي "النوادي الثقافية" في صدارة هذه المؤسسات الفرعية، نظراً لدورها في تنمية المهارات الإبداعية، وتعزيز القيم الاجتماعية، وإبراز الهوية المؤسسية. ولعلّ "النوادي الإعلامية" تحديداً تكتسب أهمية استثنائية في هذا السياق، كونها تمثل صوت الجامعة ووجهتها الإعلامية، سواء عبر تغطية الفعاليات، أو إنتاج المحتوى الذي يعكس مسيرتها، أو تعزيز حوارها مع المجتمع. وبذلك، تُصبح هذه النوادي أداة فعّالة في تشكيل الصورة الذهنية للجامعة، بل وفي التأثير على سمعتها الأكاديمية والاجتماعية.

في إطار البحث عن نماذج مُلهمة، يُقدم النادي الإعلامي لجامعة تيهرت حالةً دراسيةً جديدةً بالتحليل، حيث تمكّن عبر سلسلة من البرامج والفعاليات (كالمهرجانات الصحفية، وورش تكوين الطلاب، والإنتاجات الإذاعية والتلفزيونية) من تعزيز حضور الجامعة إعلامياً، وإبراز إنجازاتها بطريقة مهنية. ومن هنا، تُحاول هذه الدراسة تقييم مدى نجاح هذا النادي في تحقيق أهدافه، وكيفية انعكاس ذلك على صورة الجامعة ككل.

اما المقدمة فكانت عبارة عن تقديم وإثارة الموضوع.

الجانب المنهجي: وقد خصص لمعالجة موضوع دراسة منهجيا حيث تمت صياغة الاشكالية وتساؤلات وفرضيات، تحديد المفاهيم وعرض دراسات مشابهة وسابقة، واهمية واسباب اختيار الموضوع، والاهداف المرجوة ووصولاً بعدها الى عرض الخلفية النظرية ذات صلة، ثم طرح مختلف الاجراءات المنهجية من ادوات جمع البيانات والعينة ومنهج الدراسة ومجالات الدراسة.

الفصل الاول: تحت عنوان ماهية المؤسسات الجامعية التي تم من خلالها التطرق الى ثلاثة مباحث، المبحث الاول يضم ثلاثة مطالب وتحتوي على مفهوم المؤسسة، انواع المؤسسات وخصائصها، والمبحث الثاني يحتوي على تعريف المؤسسة الجامعية، أهم وظائفها، أهدافها ودورها في تنمية المجتمع، والمبحث الثالث يضم كل من التحديات المالية والإدارية أيضا التكنولوجية والتعليمية واستراتيجيات التغلب على هذه التحديات.

الفصل الثاني: تحت عنوان الصورة الذهنية للمؤسسة التي تم من خلاله التطرق إلى ثلاثة مباحث وكل ملحق إلى ثلاثة مطالب وتحتوي على مفهوم الصورة الذهنية، انواعها وخصائصها. اما المبحث الثاني فيضم ايضا ثلاثة مطالب تحتوي على مكونات الصورة الذهنية، تموقع المؤسسة، هويتها وسمعة وثقافة المؤسسة، المبحث الثالث يضم ثلاثة مطالب تحتوي خطوات وشروط الصورة الذهنية، أهمية الصورة الذهنية.

الفصل الثالث: بعنوان النوادي الجامعية الثقافية التي من خلاله تطرق إلى ثلاثة مباحث وكل مبحث ثلاثة مطالب تحتوي على تعريف المجتمع المدني مقوماته وعناصر تكوينها، علاقة المجتمع المدني بالنوادي الجامعية. والمبحث الثاني يحتوي على تعريف الجمعيات التطوعية وبداية العمل بها، علاقتها بالنوادي الجامعية، أما المبحث الثالث يحتوي على تعريف النوادي الجامعية، الإطار القانوني لها ودورها في تحسين صورة المؤسسة الجامعية.

الإطار التطبيقي: الذي استعرض فيه تحليل نتائج الدراسة وقراءة الجدول المتبعة في الأداء، ونتائج الدراسة على ضوء الفرضيات والنتائج العامة وأهم التوصيات والاقتراحات، ثم في الأخير تم عرض الخاتمة النهائية للبحث.

الجانب المنهجي

- الجانب المنهجي
- الإشكالية
- التساؤلات الفرعية
- فرضيات البحث
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- أسباب اختيار الموضوع
- المنهج المتبع
- مجتمع البحث
- المعاينة وعينة البحث
- أدوات الدراسة
- حدود الدراسة
- مصطلحات الدراسة
- الدراسات السابقة
- الخلفية النظرية للبحث

1- إشكالية الدراسة:

تعد النوادي الجامعية فضاء حيويًا يسهم في تعزيز الحياة الجامعية من خلال توفير بيئة التجمع ما بين التعليم والتثقيف والترفيه، إذ تعتبر هذه النوادي جزءًا أساسيًا من الحياة الجامعية لأنها تنمي مهارات الطلبة وتوسع آفاقهم الفكرية والاجتماعية وتسعى إلى تعزيز العمل الجماعي وتوفير بيئة مشجعة للإبداع والطلبة والتعبير عن ذاتهم رغم أهمية هذه النوادي إلى أن مدى تأثيرها يرتبط بمدى اهتمام المؤسسات والأكاديمية بدعمها وتوفير المواد اللازمة لها زيادة على ما تواجهه النوادي من تحديات عديدة تتعلق بمدى فعاليتها وتحقيقها لدورها الذي تسعى له وهو دعم صورة إيجابية حول المؤسسة.

ولقد تزايد الاهتمام بموضوع الصورة الذهنية وأهميتها بالنسبة للمجتمعات والمؤسسات نظراً للقيمة التي تؤديها في تشكيل الآراء وتكوين الانطباعات الذاتية وخلق السلوك الأفراد اتجاه المؤسسات حيث أصبح تكوين صورة حسنة هدفًا أساسيًا تسعى إليه معظم المؤسسات المختلفة من أجل ضمان النجاح والبقاء، كما تؤدي النوادي الجامعية الثقافية دورًا مهمًا في دعم صورة المؤسسة الجامعية من خلال تنظيم الأنشطة المختلفة من أجل ضمان النجاح والبقاء. كما تؤدي النوادي الجامعية الثقافية دورًا مهمًا في تعزيز العلاقات بين الطلبة وتحفيز روح الإبداع وإبراز المواهب داخل الحرم الجامعي. تسعى كل الجامعات إلى وضع استراتيجيات متكاملة لعكس القيم والأهداف والخدمات التي تقدمها الجامعة في تكوين هذه الصورة يؤثر على كيفية رؤية الطلبة والمجتمع ككل للجامعة، يعتبر النادي الإعلامي تهيئت أحد أهم النوادي الإعلامية الثقافية في جامعة ابن خلدون تيارت لكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية قسم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات بحيث ينظم النادي ورشات تكوينية ومحاضرات ومناقشات والأنشطة تفاعلية أخرى تساعد الطلبة على تطوير مهاراتهم الإعلامية وتعزيز شبكتهم المهنية كما للنادي مساهمات في دعم الصورة الذهنية للمؤسسة من هنا يمكننا طرح الإشكال حول كيف تسهم النوادي الجامعية الثقافية في دعم صورة المؤسسة الجامعية النادي الإعلامي تهيئت جامعة تيارت نموذجًا؟.

2- الأسئلة الفرعية:

- ما اهم الأنشطة التي يقوم بها النادي الإعلامي تيهرت لترويج لصورة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية؟
- ما طبيعة هذه الأنشطة الثقافية التي يقوم بها النادي لدعم صورة المؤسسة؟
- كيف ينظر الجمهور الخارجي لجامعة تيارت من خلال نشاطات النادي؟
- واستنادا لما طرحه الإشكالية والتساؤلات الفرعية استلزم وضع فرضيات لدراسة الموضوع في النقاط التالية:

3- الفرضيات:

- يقوم النادي الإعلامي بتغطية النشاطات لكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية.
- الأنشطة الثقافية لنادي تسهم في تحسين صورة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية.
- مجموع الأنشطة التي ينظمها نادي تنعكس إيجابا على تقييم صورة الجامعة.

4- أسباب اختيار الموضوع:

➤ أسباب ذاتية

- ميول لدراسة موضوع النوادي الجامعية والتعمق فيه.
- معرفة رغبة الطلبة في الانخراط في النوادي الجامعية ومدى تأثيرها عليهم.

➤ أسباب موضوعية

- نقص وندرة الدراسات حول الموضوع.
- إثراء الجامعة بمراجع حول الموضوع.
- تزايد الاهتمام بصورة المؤسسة من طرف الجامعة والمؤسسات ككل.

5- أهداف الدراسة:

- التعرف على دور النوادي الجامعية الثقافية في بناء صورة المؤسسة الجامعية.
- اقتراح مجموعة من التوصيات لتطوير دور النوادي الجامعية.
- قياس مدى وعي الطلبة بنوادي الثقافية الجامعية.
- إبراز أهمية توجه الجامعة إلى الاهتمام بصورة المؤسسة.

6- أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهمية كبيرة من خلال تسليط الضوء على الدور الحيوي الذي تكتسبه الثقافة الجامعية مثل النادي الإعلامي بجامعة تيارت في دعم صورة المؤسسة الجامعية. فهي تسعى إلى إبراز أهمية هذه النوادي كمنصات لتواصل الثقافي والإعلامي بين الطلبة والإدارة الجامعة وتعزيز الهوية الجامعية لدى الطلبة والمجتمع المحلي كما تساعد الدراسة على فهم مدى تأثير الأنشطة التي تقدمها النوادي في بناء سمعة إيجابية للجامعة مما يساهم في تحسين بيئة التعلم الجامعي وتشجيع الابتكار والتفاعل الطلابي بالإضافة إلى ذلك تقدم هذه الدراسة توصيات عملية لتطوير دور النوادي الجامعية يجعلها أداة فعالة لتحقيق أهداف الجامعة التعليمية والتربوية.

7- مجتمع الدراسة:

المقصود بمجتمع الدراسة كل العناصر المراد دراستها إن سحب جزء من مجتمع الدراسة يطلق عليه اسم العينة sampler والعملية التي تتم بهذا الشكل يطلق عليها المعاينة ¹، لا بد للباحث من تحديد واضح لمجتمع البحث وذلك لمعرفة من هو المجتمع الذي سيعمم عليه نتائج البحث ويعتبر تحديد المجتمع ضروري للأسباب التالية:

تبرير الاختصار على هذه العينة بدلا من المجتمع الأصلي وذلك بأخذ العينة الممثلة للمجتمع تؤكد من إمكانية تعميم نتائج البحث على المجتمع الأصلي وذلك لا يتم الا من خلال معرفة المجتمع الأصلي، التأكد من عينة البحث ممثلة للمجتمع الأصلي وذلك يكون من خلال التعرف على المجتمع الأصلي²، واختيار العينة الممثلة له. ويقتصر مجتمع دراستنا على النادي الإعلامي تيهرت وطلبة وأساتذة جامعة ابن خلدون كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

7-1- عينة البحث: هنالك العديد من التعريفات ما يلي:

يعرفها مور بأنها جزء من المجتمع الأصلي المبحوث ليتم جمع المعلومات حوله وهي تمثل هنا المجتمع، كما يعرفها عبيدات وزملاؤه بقولهم "ان العينة هي جزء من مجتمع البحث الأصلي يختارها الباحث بأساليب مختلفة وتضم عددا من افراد المجتمع الأصلي".³

¹ - منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007م 1427: ص 60-61.

² - خالد يوسف العمار، أبعاديات البحث اعداد الرسائل الجامعية في العلوم النفسية والتربوية والاجتماعية، ط1، الوعصار للنشر والتوزيع، دمشق، 2015م 1436هـ: ص 88-89.

³ - ذوقان عبيدات، وآخرون، البحث العلمي مفهومه أدواته وأساليبه، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 1992: ص 110.

ويعرفها جمعي بأنها "جزء من جماعة يجري اختاره عن طريق مجموعة محددة من الإجراءات ونحن نريد دائما ان نضع تقديرات تشمل الجماعة على أساس خصائص العينة وبعبارة أخرى فنحن نرغب في استنتاج طبيعة الجماعة من الواقع التي تجمعها عن العينة.¹

اقتصرت دراستنا على عينة متمثلة من (20 عضو في النادي)، اعتمدنا على عينة قصدية يقصد بها العينات العمودية الحاجة الى انتقاء وعينات ذات مواصفات محددة تمثل مجتمعا ذات مواصفات محددة ومعلومة ويضع الباحث مواصفات محددة قصدية لجمع المعلومات حول الدراسة²، باختيار مجموعة من أعضاء النادي الإعلامي تمثلت في 20 عضواً، واعتمدنا على عينة صدفة (العرضية) في هذا النوع يقوم الباحث بمقابلة أي عدد من الناس الذي يتصادف معهم في مكان البحث ويستمر في مقابلة من يتصادف مقابلته حتى يكمل العدد المطلوب³ وتمثلت في عينة من الطلبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية حوالي 50 طالب /استاذ لاستطلاع اراء المجتمع حول النادي الاعلامي تيهرت.

8- أدوات جمع البيانات:

على حسب طبيعة الموضوع يتم اختيار الأداة المناسبة لذلك اعتمدنا على أداة المقابلة لجمع البيانات حول الدراسة.

8-1- تعريف المقابلة:

هي تلك العلاقة الشفوية بين الباحث العلمي والعنصر البشري المرتبط بالظاهرة في شكل مناقشة وحوار بواسطة سلسلة من التساؤلات المعدة بإتقان حول الدراسة.⁴

8-2- تعريف أداة سبر الآراء:

يدل معنى كلمة سبر الآراء على تحقيق بواسطة الاستمارة يجري على عينة متمثلة من مجتمع أصلي ولما كان معنى السبر مرفوقا دومت بمعنى التحقيق فلنه من الضروري تحديد معنى هذا الأخير أيضا ويعرف التحقيق على أنه دراسة

¹ - خالد يوسف العمار، المرجع السابق، ص 296.

² - سعيد إسماعيل الصبي، القواعد الأساسية في البحث العلمي، ط1، دار مؤسسة الرسالة، بيروت، 1994، ص 312-313.

³ - طه عبد العاطي نجم، مناهج البحث العلمي، ط1، دار الكلمة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2015، ص 133-134.

⁴ - عباش أيوب، مطبوعة في منهجية البحث العلمي، معهد علوم وتقنية ونشاطات البدنية والرياضة، جامعة العربي تبسي أم البواقي، ص20.

اجتماعية عن طريق الاستمارة أو السبر يقوم على أساس معاينة ملائمة لمجتمع البحث.¹
وعلى حسب طبيعة الموضوع قمنا بجمع ما بين أداة المقابلة واستطلاع الراي لجمع أكبر قدر من المعلومات حول دراستنا اذ قمنا بجعل أداة مقابلة لجمع معلومات من قبل أعضاء النادي الإعلامي تيهرت من قبل الطلبة لمعرفة نظرتهم للنادي الإعلامي وعلاقتهم به.

9- المنهج الدراسة:

يعتبر المنهج المستخدم في البحث العلمي أحد العناصر الأساسية لأي دراسة لأنه هو الذي يرسم الطريق للباحث في بحثه وهو مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بقصد الوصول الى الحقيقة في العلم وطريقة التي يتبعها الباحث حيث تختلف المناهج حسب طبيعة المشكلة والنوعية الدراسة²، وتتطلب دراستنا استخدام منهج دراسة حالة لدراسة هذه الظاهرة وتحليلها إذا يعتبر.

9-1- منهج دراسة حالة:

ففي البحوث الاجتماعية والإنسانية وكغيرها من البحوث العلمية، يتم تحديد المنهج المتبع لإجراء الدراسة وفقاً لطبيعة الظاهرة المدروسة، وعلى هذا الأساس اعتمدنا في دراستنا على منهج دراسة حالة، والذي تم تداوله على أنه "يهتم بتجميع الجوانب المتعلقة بشيء أو موقف واحد على أنه يعتبر الفرد، أو المؤسسة، أو المجتمع أو أي جماعة، كوحدة للدراسة ويقوم منهج دراسة الحالة على التعمق في دراسة المعلومات بمرحلة معينة من تاريخ حياة هذه الوحدة، أو دراسة جميع المراحل التي مرت بها.³

يمكن تطبيق منهج دراسة الحالة في دراستنا من خلال تركيز على النادي الإعلامي بجامعة تيهرت كنموذج لدراسة تأثير الأنشطة الثقافية الجامعية على صورة المؤسسة يتم جمع البيانات باستخدام المقابلات مع أعضاء النادي ادارة الجامعة، والاستبيانات المفتوحة للاستطلاع اراء الطلبة بالإضافة الى تحليل الوثائق والمحتوى الإعلامي الصادر عن النادي للقيام بتوصيات لتعزيز دور النوادي الجامعية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة.

قمنا باختيار منهج دراسة الحالة لأنه الأنسب لدراستنا لأنه يقوم على التعمق في الحالة مما يتيح لنا فهم أعمق لآليات عمل النادي وتأثيره على صورة الجامعة كما يقوم منهج دراسة حالة على التركيز والتعميم على حالات أخرى

¹ - ضو نصر، محاضرات في مقياس سبر الآراء جامعة تيارت، 2023/2022، ص 01-02.

² - عقيل حسين عقيل، فلسفة مناهج البحث العلمي، مكتبة مديولي، ط1 القاهرة، 1999، ص 129.

³ - عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار النيمر، دمشق، ط 2، 2004، ص 177.

مما يمكن من تعميم نتائج على النوادي الجامعية أخرى وذلك يساهم في فهم كيفية اسهام النوادي الجامعية في دعم صورة المؤسسات الجامعية.

10- مجال الدراسة:

مجال الدراسة يشير الى مكان إجراء الدراسة وزمان أو المدة التي استمر خلالها اضافة إلى العينة التي مستها الدراسة.

أ- المجال المكاني:

المجال المكاني لدراستنا هو المؤسسة الجامعية تيارت ابن خلدون الكائن مقرها بكارمان، مع تركيز خاص على النادي الإعلامي كنموذج حي للتحليل.

ب- المجال الزمني:

هي المدة التي استغرقها هذا البحث والذي بدأ خلال الموسم الجامعي 2024 / 2025 وقد بدأت في الجانب النظري من الدراسة منذ بداية شهر فيفري 2025 وكان جمع وكتابة المعلومات المتاحة حول الموضوع قصد بناء الجانب النظري وتحديد المشكلة البحثية والأهداف المرجوة، والإجراءات المنهجية لضبط خطة العمل ومسار الدراسة. أما الجانب الميداني فقد دام قرابة شهر ونصف حيث شرعنا في شهر أفريل إلى غاية منتصف شهر ماي.

11- مصطلحات الدراسة:

1- اسهام:

لغة: يقال استسهم الرجلان، تقاربا وساهم القوم فسهمهم هما وهو مشاركة الشيء وجعل الشيء صاحب الحصة.¹

اصطلاحا: هي المساهمة او المشاركة في تحقيق هدف معين او تقديم فائدة للمجتمع او لفريق عمل.²

اجرائيا: هي يقصد بها الجهود المبذولة من قبل اعضاء النادي الإعلامي من اجل تحقيق نتائج محددة سواء كان شكل دعم فكري او مادي او علمي. .إلخ.

¹ - ابن منظور، محمد بن مكرم، لسان العرب، دار الفكر للنشر والتوزيع، بيروت، مجلد العاشر، العدد 318.

² - المرجع نفسه، ص 319.

2- النوادي:

لغة: من الجذر اللغوي (ناد) وهو مصدر ناد وجمع اندية والمنتدى مجلس القوم ومتحدثهم وهو مكان مهيب
لجلوس القوم والغالب أن يتفقوا في صناعته.¹

اصطلاحا: يقصد بالنادي المركز الذي يسعى الى دعم ومشاركة كافة العمليات التحريرية والإعلامية وخاصة التي
تتضمنها البرامج الثقافية.²

اجرائيا: ويقصد بها اجتماع مجموعة من افراد النادي الإعلامي تيهرت في مكان محدد لممارسة نشاطات مشتركة.

2- النوادي الجامعية الثقافية:

أصبح مفهوم النوادي الثقافية الإعلامية متداول كثيرا ما بين الجامعات والمعاهد الأكاديمية بحيث تساهم في
توفير الفرص امام المجتمع الجامعي، وبالتالي يكون من الضروري التركيز على ان الجمهور المحدد يقوم بتقديم كافة
الابداعات المتعلقة بالمجالات الثقافية، وذلك من اجل الحصول على تعريف واضح لكافة الثقافات المتناقلة بين
المجتمعات.

وتعرف أيضا: على أنها منظمات اجتماعية تطوعية غير ربحية تهتم بخدمة المجتمع وتطوير ظروفه.³

إجرائيا: هي عبارة عن تجمعات طلابية داخل جامعة تيارت تهدف إلى تسهيل قدرات ومهارات الطلبة وتحسين
صورة المؤسسة من خلال مجموعة من الأنشطة.

3- الدعم:

لغة: تعني تثبيت والتقوية ودعم الشخص أي أعانه وسانده.⁴

اصطلاحا: تشير كلمة دعم إلى توفير شبكة من العلاقات والتفاعلات التي تمكن الأفراد من التعامل مع ضغوط
الحياة اليومية.⁵

¹ - الويس معلوف، الباسوري، المنجد في اللغة العربية، دار المطبعة الكاثوليكية، ط1، بيروت، (د.س.ن)، ص 799.

² - السيد علي، برنامج السنوي، نظام عمل الجمعيات في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة جامعة خيضر، بسكرة، 2008/2005: ص 15-16-17.

³ - الموقع: <https://www.google.com/search ebarbi>، وماهو مفهوم النادي الثقافي الإعلامي، تاريخ 2021/06/23 سا 12:20

⁴ - ابن منظور، محمد بن مكرم، لسان العرب، دار الصادر، ط1، بيروت، ج12، ص 204.

⁵ - سامية خالد، علم الاجتماع النفسي، دار المعرفة، ط2، 2018، ص 54.

إجرائيا: تعني كلمة دعم في تعريفها إجرائي كمية المساندة والتقوية التي يقدمها النادي لطلبة جامعة وأعضاء النادي الإعلامي.

4- صورة المؤسسة:

وينقسم المفهوم إلى جزئين صورة ومؤسسة:

لغة: تعني كلمة image تعود الى أصل لاتيني وهي imago المتصلة بفعل imatori بمعنى يحاكي او يماثل ومن هنا تدل كلمة صورة على المحاكاة والتمثيل.¹

اصطلاحا: هي مفهوم عقلي او ذهني شائع بين افراد او جماعة معينة، ويشير الى اتجاه الجماعة الأساسي أو شيء آخر.²

اجرائيا: هي الصورة المتخذة من قبل جمهور النادي الإعلامي عن كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية وتعتبر تصور ذهني حولها متخذ من طرف جمهور المؤسسة حول صورتها.

5- النادي الإعلامي:

اجرائيا: هو أحد اهم النوادي الإعلامية لجامعة ابن خلدون تيارت لكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم الاعلام والاتصال وعلم مكتبات وينظمها النادي مجموعة من الورشات والتكوينات لتنمية قدرات الطلبة وتطوير مهاراتهم وهو يسعى لرسم صورة إيجابية حول المؤسسة.

12- الخلفية النظرية للموضوع:

- النظرية البنائية الوظيفية:

تمثل النظرية البنائية الوظيفية رؤية سوسولوجية تنتمي الى الفكر الوضعي كما تقدم سلفا، فالنزعة الوضعية منذ بداية القرن التاسع عشر معارضة للميتافيزيقا التقليدية تاييد العلم والمنطق التجريبي وهذا كان يقتضي الوصول الى القوانين التي تخضع لها الوقائع والظواهر الاجتماعية لجا لبنائين الوظيفيين الى تطعيم أفكارهم من العلم الطبيعي، خاصة علم الاحياء وأهميته في دراسة المجتمع فعلم الاحياء يدرس تراكيب وظائف الكائن الحي، وبذلك تجاوزوا القصور والاحفاء الذي لحق بالنظريتين البنائية والوظيفية.

¹ - عصام نور الدين، معجم نورالدين، الوسيط العربي، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005، ص 100.

² - علي عوجة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ط3، 1999، ص 51- 52

تستند البنائية الوظيفية الى مفهومي البناء والوظيفة في تفكيكها بنية المجتمع والوظائف التي يقوم بها، وفي تحليلها الظواهر الاجتماعية وتربط الوظائف المتولدة عن ذلك حيث يشير المفهوم الأول الى الجزء او العنصر الذي يتكون منه أي نظام أو وحدة أو بناء اجتماعي أما الوظيفة فيشير بها الى الدور والإسهام الذي يقدمه كل جزء ضمن البناء الكلي.¹ قد قام روبرت (1957) بتلخيص العملية البنائية الوظيفية للمجتمع فيما يلي:

1. إن طريقة للنظر للمجتمع هي اعتباره نظاما لأجزاء مترابطة وانه تنظيم للأنشطة المتكررة التي يكمل كل منها الآخر.

2. يميل المجتمع بشكل طبيعي نحو حالة من التوازن الديناميكي، بحيث لو حصل أي نوع من التنافر داخله فإن قوى معينة سوف تنشط لاستعادة هذا التوازن.

3. بعض الأنشطة المتكررة والنمطية في المجتمع ضرورية الاستمرار وجوده. بمعنى ان هنالك متطلبات أساسية وظيفية تلبي الحاجات الملحة للنظام ودونها لا يمكنه ان يستمر.

4. تساهم جميع الأنشطة المتكررة والنمطية في المجتمع في استقراره في كل النماذج القائمة تلعب دورا هاما في الحفاظ على استقرار هذا النظام وتوازنه.²

✓ اسقاط النظرية البنائية الوظيفية على دراستنا:

يمكننا تطبيق نظرية البنائية الوظيفية على هذا الموضوع من خلال عدة جوانب:

يشير مفهوم البنائية في النظرية الى ان المؤسسة يجب ان تكون هناك بنية تنظيمية متماسكة ومترابطة مع وظائفها وأهدافها يمكن تطبيق هذا الموضوع على النوادي الجامعية الثقافية من خلال تصميم هيكل تنظيمي يتيح تدفق المعلومات والاتصالات الداخلية بسهولة ويجب أن تكون هناك قنوات اتصال فعالة ومفتوحة بين الأعضاء والمتطوعين في النوادي في تعزيز تدفق المعلومات وتحفيز التعاون والتفاعل.

- **تعزيز التواصل الداخلي:** يعتبر الاتصال الداخلي الفعال أحد العوامل الرئيسية في تفعيل أداء النوادي يجب أن تتبنى النوادي نهج شامل لتعزيز التواصل الداخلي من خلال استخدام وسائل الاتصال المناسبة، مثل الاجتماعات

¹ محمد غربي إبراهيم قلاو، النظرية البنائية الوظيفية نحو الرؤية الجديدة لتفسير الظواهر الاجتماعية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، أكتوبر، 2016: ص185.

² حسن عماد المكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظريته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1997، ص125.

الدورية، الهاتف والبريد الإلكتروني، الاتصال المباشر حيث يساهم الاتصال الفعال في تفعيل أداء النوادي وتعزيز التفاعل والتعاون بين الأعضاء وخلق صورة إيجابية حول المؤسسة.

- **تعزيز الثقة والتفاعل:** تعتبر العلاقات القوية والثقة بين الفاعلين داخل النادي عنصر مهم في تفعيل الأداء، يمكن لنظرية النائية الوظيفية أن تساهم في تعزيز هذه العلاقات من بيئة مفتوحة ومشجعة للحوار وتبادل الأفكار والملاحظات، مما يعزز التعلم المشترك ويساهم في تعزيز الأداء العام للنوادي الثقافية.

باختصار يمكن تطبيق نظرية البنائية لتحليل دور الاتصال في تفعيل أداء النوادي الجامعية من خلال التواصل الداخلي وتعزيز الثقة والتفاعل بين الأعضاء ومن خلال ما تم عرضه حول النظرية البنائية الوظيفية نلاحظ انها الأنسب في دراستنا باعتبارها تنظر الى الفرد او جماعة او مؤسسة على انه نسق او نظام متكامل وهذا النسق يتألف من أجزاء مترابطة ولكل جزء وظيفة خاصة به للمحافظة على هذا النسق وبما ان النوادي الجامعية هي نظام اجتماعي مؤسسي ولبقاء استمرارها لا بد من مجموعة من الأدوار والوظائف الاتصالية لتحقيق النسق المتكامل من خلال وسائل وقنوات اتصالية مختلفة، فالالاتصال يعتبر وسيلة أساسية لنقل التعليمات الداخل المؤسسة وباعتبار أن النوادي الجامعية مؤسسة ذات طابع اجتماعي فإن الاتصال الداخلي يؤدي إلى تفعيل أدائها.

13- الدراسات السابقة:

يعتبر البحث العلمي سلسلة مترابطة الأجزاء ولا بد على الباحث من الاستعانة بالبحوث والدراسات تناولت او أشارت لإحدى متغيرات دراسته بحيث تمكن الباحث من التعرف على الإجراءات والأدوات التي يمكن ان يستفيد منها في دراسته وتجعله يتجنب الأخطاء التي وقع بها الاخرون سبقوهم من تجاربهم وتمكن الدراسات السابقة الباحث من تحليل النتائج ووضع تعديلات إذ لزم الأمر.

• دراسات عربية:

- لدكتورة ابن صويلح ليلي، بن النية عبد الاله تحت عنوان "دور النوادي العلمية في تنمية الحس بالمسؤولية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية عن عينة من طلبة الجامعات الجزائرية، سنة 2022.
منهج المستخدم: المنهج الوصفي لمعرفة دور النوادي العلمية في تنمية الحس بالمسؤولية لدى الطلبة، عينة الدراسة غير احتمالية (عرضية).

➤ أدوات جمع البيانات: استبيان الكتروني وزع على 50 طالب نشط في النوادي العلمية ببعض جامعات الشرق الجزائري. وتحليل البيانات باستخدام برنامج.

6- من أهم أهداف الدراسة:

- تعزيز قيم المواطنة والمسؤولية الاجتماعية في الوسط الجامعي.
- دعم انخراط الطلبة في القضايا المجتمعية وتعزيز دورهم كفاعلين اجتماعيين.
- دراسة تأثير النوادي العلمية على المسؤولية الأكاديمية والبيئية للطلبة.

➤ أوجه الاختلاف:

- الإطار الزماني والمكاني لدراسة.
- اختلاف في الأهداف والنتائج المتوصل إليها
- اختلاف في الأداة حيث اختصرت دراستهم على أداة الاستبيان في حين ان الدراسة تعتمد على المقابلة واستبيان مفتوح, واختلاف في المنهج والعينة المدروسة.

➤ أوجه التشابه:

- عينة مدروسة طلبة الجامعة، تشابه في أحد المتغيرات النوادي الجامعية.

➤ من أهم نتائج الدراسة:

النوادي العلمية تسهم في تنمية الحس بالمسؤولية الاجتماعية على مستوى أكاديمي وآخر بيئي.

- الدكتور إسماعيل علي المكاوي مدرس أصول التربية، تحت عنوان "ممارسة العمل التطوعي لدى طلبة الجامعات في مصر» دراسة ميدانية على طالبات الجامعة المصرية "رسالة ماجستير كلية بالأقلية جامعة الأزهر 2020.

➤ من أهداف الدراسة:

- هدفت هذه الدراسة الى التعرف على ممارسة طلبة الجامعات المصرية للعمل التطوعي ومبرراته، ومعوقاته، ومعرفة الى أي مدى يختلف واقع ممارسته طلبة الجامعات مصر للعمل التطوعي باختلاف متغيراته.

➤ منهج الدراسة:

- اعتمدت الدراسة على منهج الوصفي التحليلي للتعرف على مدى ممارسة الطلبة للعمل التطوعي، عينة الدراسة عينة العشوائية البسيطة.

➤ أدوات جمع البيانات: الاستبيان.

- سوء توزيع المؤسسات والمنظمات التطوعية المسؤولة عن تدريب الشباب الجامعيين تأهيلهم للعمل التطوعي.

➤ أوجه الاختلاف:

- اختلاف في المجال المكاني والزّماني، اختلاف في الأهداف والنتائج المتوصل لها اختلاف في أداة جمع البيانات

في حين أنهم استعانوا بالاستبيان بحيث اننا اعتمدنا في دراستنا على الاستبيان المفتوحة المقابلة.

- لم نعتمد نفس المنهج ولا عينة فهم اعتمدوا على المنهج الوصفي وعينة العشوائية البسيطة في حيث اعتمدنا في

دراستنا على منهج دراسة حالة وعينة الصدفة والقصدية.

➤ أوجه التشابه:

- اجراء الدراسة على الطلبة الجامعين مثل دراستنا.

- تشابه في بيان قيمة النوادي الجامعية في دعم صورة المؤسسة.

- بتأكيد الدراسات على أهمية الانخراط في النوادي الجامعية.

➤ نتائج الدراسة: فقد توصلت هذه الدراسة الى نتائج عديدة ومن أبرز هذه النتائج ما يلي:

- ضعف دور الجامعة في نشر ثقافة العمل التطوعي.

• دراسة الأجنبية:

- الدراسة الأجنبية بعنوان:

why should i join a student club? the motivations believed participating in student clubs لكل من:- Lorima lulia culic. loama raluco. Amisoara pavele, babes-

professional communication and مجلة bolyai university cluj-napoca,Romania

translation stadies 2016 .

بدأت الدراسة بمشكلة تبحث الدراسة في أسباب ودوافع انضمام الطلبة الى الأندية الطلابية وتأثير هذه المشاركة على

عملية التنشئة الاجتماعية للطلبة تهدف الى فهم كيفية تأثير الأندية الطلابية على نمو الطلبة وتطويرهم الاجتماعي

والأكاديمي.

➤ أهم أهداف الدراسة:

- تحديد ملف تعريف الطلبة الذين ينضمون إلى الأندية الطلابية.
- فهم دوافع المشاركة في الأندية الطلابية مثل البحث عن الترفيه والتطوير الشخصي.
- تحليل طرق ترويج الأندية بين الطلبة وكيفية جذب أعضاء جدد.
- دراسة نوع الأنشطة التي تنظمها الأندية وتأثيرها على الأعضاء.

➤ المنهج المعتمد في الدراسة:

- منهج دراسة حالة على عينة من كلية العلوم السياسية والإدارة العامة بجامعة بأبس بولاي واعتمد كل استبيان وسبر اراء لجمع البيانات حول دوافع المشاركة في الأندية الطلابية وآراء الطلبة حول الأنشطة.

➤ أهم النتائج:

- دوافع الرئيسية للمشاركة من البحث عن الترفيه وتطوير المهارات الشخصية، وبناء علاقات اجتماعية وزيادة الرضا الشخصي.
- معرفة طبيعة الأنشطة المقدمة، وجود بيئة مشجعة وتأثير الافراد.
- أثر المشاركة اذ تساعد الأندية الطلابية على تنمية مهاراتهم الاجتماعية وزيادة مستوى الرضا عن الحياة الجامعية.
- اهم تحديات الأندية وصعوبة جذب اعضاء جدد بسبب ضعف التسويق او عدم وضوح الفوائد.

➤ أوجه التشابه:

- تشابه في منهج الدراسة دراسة حالة.
- اهتمام كل من دراستنا بدور الأندية الطلابية في حياة الطلبة الجامعين.
- تستهدف نفس المجتمع طلبة الجامعة.
- تشابه في احدى أدوات الدراسة سبر الآراء الطلبة.

➤ أوجه الاختلاف:

- اختلاف الإطار الزمني والمكاني لدراسة.
- تركيز دراستنا على الأندية الثقافية لنادي الإعلامي بجامعة تيارت في حيث تركز دراسة ثانية على الأندية بشكل عام.

➤ علاقتها بدراستنا:

- توفر فهم عميق لدوافع المشاركة الطلابية مما يساعد في تحليل أسباب نجاح وفشل النوادي الجامعية الثقافية.
- تسليط الضوء على دور الأندية في التنشئة الاجتماعية في جانب فهم دعم صورة المؤسسة الجامعية.

- **baileyc. Coppedge**

Anes amination of the preparation. role and impact of student heed clubs and organization student-development. Engagement and success: a small –sample steady of extreme usrse and extreme moon- users using serverse imovation methhods. university of tumesce at Charleston ,2019.

قسم التسويق وزيادة الاعمال أطروحة دكتوراه في الولايات المتحدة ولاية فيرجينيا الغربية: تمثلت مشكلة الدراسة في تحليل كيفية تأثير الأندية والمنظمات التي يديرها الطلبة على تطويرهم الأكاديمي، ومشاركتهم في الحيات الجامعية. ومدى نجاحهم، كما تبحث في الفروقات بين الطلبة الذين يشاركون بشكل مكثف في هذه الأندية والطلبة الذين يشاركون على الاطلاق.

هدفت هذه الدراسة الى تحديد مدى تأثير الأندية الطلابية على تنمية مهارات الطلبة وقياس مدى تأثير هذه الأندية على مستوى الطلبة في الأنشطة الجامعية.

- تحليل العلاقة بين المشاركة في الأندية والنجاح الأكاديمي.
 - استكشاف الفروقات بين المستخدمين المتطرفين (مشاركين بكثافة) وغير المستخدمين المتطرفين (غير مشاركين تماما).
- المنهج المستخدم: دراسة تحليلية من عينة صغيرة من المستخدمين المتطرفين وغير متطرفين.

أداة البحث: تحليل البيانات من خلال استبيانات ومقابلات مع الطلبة.

➤ من اهم النتائج:

- الأندية الطلابية تلعب دورا أساسي في تطوير مهارات القيادة والتواصل لدى الطلبة.

- هنالك علاقة إيجابية بين المشاركة الفعالة في الأندية وزيادة مستوى الاندماج في المجتمع الجامعي.
- الطلبة الذين يشاركون بانتظام في الأنشطة الطلابية لديهم أداء أكاديمي أفضل مقارنة بغير المشاركين.

➤ أوجه الاختلاف:

- اختلاف في الإطار الزمني والمكاني.
- اختلاف في المنهج المطبق.
- اختلاف في اللغة والنتائج المتوصل لها.

➤ أوجه التشابه:

- تشابه في العينة المدروسة ومجتمع البحث طلبة الجامعة.
- تشابه في أدوات الدراسة المقابلة والاستبيان.
- تشابه في نتائج رسم صورة إيجابية حول المؤسسة.

الجانب النظري

الفصل الأول: المؤسسات الجامعية

تمهيد

المبحث الأول: ماهية المؤسسة الجامعية

- المطلب الأول: تعريف المؤسسة الجامعية
- المطلب الثاني: أنواع المؤسسات الجامعية
- المطلب الثالث: خصائص المؤسسة الجامعية

المبحث الثاني: تعريف الجامعة

- المطلب الأول: تعريف المؤسسة الجامعية
- المطلب الثاني: أهم وظائفها
- المطلب الثالث: أهداف الجامعة ودورها في تنمية المجتمع

المبحث الثالث: التحديات التي تواجه المؤسسة الجامعية

- المطلب الأول: التحديات المالية والإدارية.
- المطلب الثاني: التحديات التكنولوجية والتعليمية
- المطلب الثالث: استراتيجيات التغلب على هذه التحديات.

خلاصة الفصل

تمهيد:

تُعد المؤسسة كياناً منظماً يهدف إلى تحقيق غايات محددة، وتتنوع أنواعها بين اقتصادية، اجتماعية، تربوية وثقافية. من بين هذه المؤسسات، تحتل الجامعات مكانة خاصة، إذ تُعرف بأنها مؤسسات تعليمية عليا تهدف إلى توفير التعليم، تطوير البحث العلمي، وخدمة المجتمع. وتؤدي الجامعات دوراً رئيسياً في تنمية المجتمع من خلال تأهيل الكفاءات، إنتاج المعرفة، والمساهمة في التقدم الاقتصادي والاجتماعي، مما يجعلها ركيزة أساسية للنهوض الحضاري.

المبحث الأول: ماهية المؤسسة

المطلب الأول: تعريف المؤسسة.

يعرفها بعض الباحثين على أنها:

1. يعرفها علي محمد عبد الوهاب: بوصفها وحدة اجتماعية فنية تُخدم مجموعة من الأفراد يُؤدون وظائف معينة لازمة لبلوغ الهدف.¹

2. تعريف ريتشارد هال: هي تجمع له حدود واضحة نسبياً ونظام قيم ومستويات على السلطة وأنظمة اتصالات وأنظمة تنسيق عضوي، يوجد هذا التجمع على أساس مستمر نسبياً في النتيجة ويشترك في نشاطات ذات علاقة بمجموعة من الأهداف، هذه النشاطات لها تأثيرات وعلى مستوى التنظيم وعلى مستوى المؤسسة نفسها، وعلى المجتمع.²

3. أما تالكوت بارون: فيعرفها بوصفها وحدة اجتماعية تقام وفقاً لنموذج بنائي معين تحقق أهداف مادية ومعنوية معينة.³

4. تعريف شستر برنارد: المؤسسة أنساق فرعية تدخل في نطاق يعرف بالنسق التعاوني، ويتكون من هذا النسق التعاوني من عناصر مركبة فيزيوقية بيولوجية، شخصية واجتماعية تنشأ بين أعضائها ووحداتها علاقات منظمة من نوع خاص كنتيجة للتعاون الحاصل بين الأفراد بغية تحقيق هذه الأهداف على الأقل.⁴

5. أما عند ماكس فيبر: فالمؤسسة تركيب بيروقراطي وظيفي، يحتوي على مجموعة من القواعد والإجراءات التي تحدد شكل المؤسسة في مكتب، أو في منظمة بالإضافة إلى وجود تركيبي معين يحدد العلاقات وتدفعات السلطة، وحدود كل قسم، حيث يتم تركيب البيروقراطيون في سلم أو تقراطي يضم الرقابة بالقواعد الوظيفية.⁵

¹ - علي محمد عبد الذهاب، استراتيجيات التحفيز الفعال نحو الأداء بشري متميز دار التوزيع والنشر الاسلامية، مصر، 2000، ص 18.

² - ريتشارد هال، المنظمات، هيكلها، عملياتها ومجرباتها، تر: سعيد بن حامد الهاجري، مركز البحوث معهد الإدارة العامة المملكة العربية السعودية، 2001، ص 75-76.

³ - المرجع نفسه، ص 82-83.

⁴ - الطاهر جعيم، واقع الاتصال في المؤسسات الجزائرية، جامعة المنشوري وباجي مختار نموذجاً رسالة دكتوراه، اشراف، جامعة المنشوري، قسنطينة، 2005، 2006، ص 77.

⁵ - صلاح الدين محمد عبد الباقي، الجوانب العلمية والتطبيقية في ادارة الموارد البشرية بالمنظمات دار الجامعة، الاسكندرية، 2001، ص 55.

6: تعريف حسن الحكاك: المؤسسة هي وحدة اجتماعية واقتصادية فنية / تقام بطريقة مقصودة في مكان محدد يضم مجموعة من الأفراد والمواد والطاقة والآلات وقدر من المال وأسلوب أو أكثر من التنظيم / يحددها بطريقة بيروقراطية من أجل تحقيق أهداف مرحلية وعامة وتتخذ طابعاً بنائياً يلائم تحقيق تلك الأهداف.¹

المطلب الثاني: أنواع المؤسسات.

تأخذ المؤسسات أشكالاً مختلفة ومتعددة، وفقاً لمعايير محددة نحاول اختصارها في الآتي:

تصنيف المؤسسة حسب المعيار القانوني:

المؤسسة الفردية: هي المؤسسات التي يمتلكها شخص واحد أو عائلة ويمكن لهذا الشخص الذي يؤسس هذه المؤسسة أن يورثها أو يشريها من الغير ويقوم بنفس الوقت بتقديم رأس مال والعمل من جهة أخرى وهو المسؤول الأول والأخير عن نتائج أعمال الشركة، ويأخذ هذا النوع من المؤسسات أشكالاً تتباين من مؤسسات إنتاجية إلى وحدات حرفية تجارية أو فنادق... إلخ. وغالباً لا يكون عدد العاملين فيها مرتفعاً.²

المؤسسات الجماعية (الشركات): وتعرف الشركة بأنها عبء عن مؤسسة التي تعود ملكيتها إلى شخصين، أو أكثر يلتزم كل منهم بتقديم حصة من المال أو العمل لاقتسام ما قد ينشأ عن هذه المؤسسة من أرباح أو خسارة، وتقسم الشركات بشكل عام، إلى قسمين رئيسيين هما:

شركات الأشخاص: كشركات التضامن وشركات التوجيه البسيطة وشركات ذات المسؤولية المحدودة وهي شركات سهلة التكوين تحتاج إلى عقد شركائه ويتضمن على الأقل قيمة المساهمة لكل مشترك وهدف هذه المؤسسة، وكيفية توزيع الأرباح، بحيث يكون للشركاء وفي هذه الحالة مسؤولية تضامنية، وقد تكون ذات المسؤولية المحدودة.³

BARL.

شركة الأموال: هي على شكل مؤسسات مالية ومصرفية تسمح للعديد من الأفراد أن يستثمروا أموالهم فيها: كشركات التوجيه بالأسهم وشركات المساهمة، وقد تكون شركة متكونة من مساهمات مجموعة من الأشخاص يطلق عليها شركة المساهمة SPA.

¹ - حسن الحكاك، النظرية المنظمة، دار النهضة لطباعة والنشر، ط 2، بيروت، 1975، ص 15.

² - ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمد بن العامة، الجزائر، 1998، ص 55.

³ - ناصر دادي عدون، المرجع السابق، ص 56.

تصنيف المؤسسة حسب معيار طبيعية الملكية: وينقسم إلى نوعين:

المؤسسة الخاصة: وهي المؤسسات التي تعود ملكيتها للفرد أو المجموعة أفراد (الشركات أشخاص شركة أموال).

المؤسسات المختلطة: وهي المؤسسات التي تعود ملكيتها بصورة مشتركة للقطاع العام والقطاع الخاص.

المؤسسة العمومية: وهي تلك المؤسسات التي تعود ملكيتها للدولة فلا يحق للمسؤولين عنها التصرف بها كما يشاءون ولا يحق لهم بيعها أو اغلاقها إلا إذا وافقت الدولة على ذلك والأشخاص الذين ينوبون عن الحكومة في تسيير وإدارة المؤسسات العمومية، مسؤولين عن أعمالهم هذه اتجاه الدولة وفقا للقوانين العامة للدولة، وتهدف المؤسسات العمومية من خلال نشاطها الاقتصادي إلى تحقيق مصلحة المجتمع وليس هنالك أهمية كبيرة لربح (فرما تخسر أيضا) وإنما تعمل من أجل تحقيق نصيبها المحدد في الخطة الوطنية ومن خلال ذلك يمكن أن تحقق الربح فالربح في المؤسسات العامة لا يكون هدفا بحد ذاته.¹

تصنيف المؤسسة حسب معيار طبيعة النشاط الاقتصادي: يمكن تصنيف هذه المؤسسات تبعا للمعايير الاقتصادية معينة أي تبعا للنشاط الاقتصادي الذي تمارسه وهي عموماً، مؤسسات متخصصة في إنتاج المنتجات الصناعية ووسائل الإنتاج وتتميز بالضخامة والتفرغ وتعرف بالمؤسسات الاستراتيجية وتميز منها:

- **المؤسسات الصناعية:** وتنقسم بدورها تبعا للتقسيم السائد في القطاع الصناعي، إلى:

أ: **مؤسسات الصناعات الثقيلة أو الاستخراجية:** كمؤسسات الحديد الصلب مؤسسات الهيدروكربونات...إلخ.

ب: **مؤسسات الصناعات التحويلية أو الخفيفة:** كمؤسسات الغزل أو النسيج ومؤسسات الجلود...إلخ.

المؤسسات الفلاحية: وهي المؤسسات التي تهتم بزيادة إنتاجية الأرض أو استصلاحها وتقوم هذه المؤسسات بتقديم ثلاث أنواع من الإنتاج وهم الإنتاج النباتي، الحيواني والسمكي.

المؤسسات التجارية: وهي المؤسسات التي تهتم بالنشاط التجاري كمؤسسات الجملة ومؤسسة التجزئة.

المؤسسات المالية: وهي المؤسسات التي تهتم بالنشاطات المالية كالبنوك ومؤسسات التأمين ومؤسسات الضمان الاجتماعية.. إلخ.

¹ - عمر صخري، اقتصاد المؤسسة 6، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006، ص14.

مؤسسات الخدمات: وهي المؤسسات التي تقدم خدمات معينة كمؤسسات النقل، مؤسسات البريد والمواصلات المؤسسات الجامعية مؤسسات الأبحاث العلمية. .. إلخ.¹

المطلب الثالث: خصائص المؤسسة

1: الهدف المحدد: لكل مؤسسة هدف رئيسي تسعى الى تحقيقه وهذا الهدف يحدد طبيعة انشطتها واستراتيجيتها بحيث تهدف إلى تحقيق الربح في المؤسسة الاقتصادية أما التعليمية تهدف إلى تقديم المعرفة والتعليم.

2: الشكل التنظيمي: يمثل الهيكل التنظيمي الإطار الذي تحدد من خلاله الأدوار والمسؤوليات داخل المؤسسة. ويتنوع هذا الهيكل بين التنظيم الهرمي الذي يعتمد على مستويات إدارية متعددة والتنظيم الأفقي الذي يمنح الموظفين مرونة أكبر في اتخاذ القرار.²

3: الموارد البشرية والمادية:

الموارد البشرية: تعتمد على نجاح المؤسسة على كفاءة موظفيها.

الموارد المادية: تشمل البنية التحتية والتجهيزات والمواد الخام اللازمة للعمل.

النظام الإداري: يتضمن عدة وظائف تشمل التخطيط التنظيم التوجيه والرقابة حيث أنه فعال ويحقق الأهداف بطريقة منظمة.³

الاستقلالية النسبية: تمتع المؤسسة بدرجة من الاستقلالية في اتخاذ قراراتها الإدارية المالية / مما يسمح لها بالتكيف مع التغيرات في البيئة المحيطة واتخاذ القرارات السريعة والفعالة.⁴

الاستمرارية والنمو: سعى المؤسسة إلى تحقيق الاستمرارية من خلال تطوير منتجاتها أو خدماتها وتوسيع نطاق الأعمال وهذا تبني استراتيجيات طويلة المدى البقاء في السوق.

التفاعل مع البيئة: يستلزم تحليل البيئة بانتظام واتخاذ القرارات المناسبة حتى لا تتأثر بالعوامل الخارجية.

الإطار القانوني: تعمل المؤسسة وفقا للقوانين والتشريعات المحلية والدولية التي تنظم أنشطتها مثل قوانين العمل / الضرائب، حماية المستهلك.⁵

¹ - ناصر دادي عدون، المرجع السابق، ص30-31.

² - البغدادي محمد، اسس الإدارة الحديثة، دار الفكر، القاهرة، 2015، ص 45

³ - الشريف احمد، الهياكل التنظيمية للمؤسسات، دار النهضة، بيروت، 2018، ص 60

⁴ - العطار يوسف، الاقتصاد المؤسسي دار الجيل، بيروت، 2017، ص 112.

⁵ - الموسري حسن، النظم الادارية وأثرها على المؤسسات، دار الحكمة، بغداد 90.

المبحث الثاني: تعريف الجامعة

المطلب الأول: تعريف المؤسسة الجامعية

يعرف جود (Good) الجامعة أنها: تلك المنظمة التي تحتوي عددا كبيرا من المعاهد التعليمية، ويكون لديها غالباً كلية للفنون الحرة أو المدارس أو الكليات المهنية، وتقدم برامج للدراسات العليا وتكون قادرة على منح الدرجات العلمية في مختلف مجالات الدراسة.¹

كما عرفت على أنها: " معقل للفكر الإنساني في أرفع مستوياته ومصدر الاستثمار وتنمية أهم ثروات المجتمع وأعمالها، وهي الثروة البشرية.²

فالجامعة هي من إنتاج فرد اجتماعي وهو بذلك ترسم اتجاهاتها وتطلعاتها من خلال الأهداف التي تسعى لتحقيقها: وهي مؤسسة أحبها أناس لتحقيق أهداف ملموسة متعلقة بالمجتمع الذين ينتمون إليه، ويؤسس كل مجتمع جامعته بناء على مشاكله الخاصة وتطلعاته واتجاهاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ومن تصبح الجامعة مؤسسة تكوين لا تحدد أهدافها واتجاهاتها من جانب واحد بل تتلقى أهدافها من المجتمع الذي تقوم على أسسه والذي يعطيها وحدة حياة ومعنى ووجود.³

إذن تمثل المؤسسة الجامعية بنية معقدة، وتشكل نقطة تقاطع لنشاطات اجتماعية واسعة من الأفراد حيث تميز بقدرتها الكبيرة، على تنظيم نشاطاتهم ودمجهم في خيارات الحياة ومجالاتها، وهي وفق لهذه الصيغة تشكل نظاما اجتماعيا بالغ التعقيد.⁴

- أما 'Arnold clause' فيرى أن الجامعة: نسق منظم من العقائد والقيم والتقاليد، وأنماط التفكير والسلوك التي تتجسد في بنيتها وفي ايولوجيتها الخاصة.⁵

¹ - حسن شحاتة، وعمار حامد، نحو تطوير التعليم في الوطن العربي، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 2003، ص 197.

² - مراد بن اشنهو، نحو الجامعة الجزائرية، ترجمة عائدة أديب ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1981 ص 03.

³ - مراد بن اشنهو، المرجع السابق، ص 03.

⁴ -vivainne tsamber، 'Jamaty، 'sociologie de l'école، in Maurice de Besse et Gaston mialar et triaté des sciences pédagogique، 'Aspects soucieux de L' éducation، paris، p، u، F، 1974، p 144

⁵ -armold clause، 'Initiation Aux sciences de l'éducation، Belgique liéég، 1967، p 146

- أما (Shipman) فيعرف الجامعة. على أنها: " شبكة من المراكز والأدوار التي تقوم بين الأساتذة والطلبة حتى يتم اكتساب المعايير التي تحددها هو أدوارهم في الحياة الاجتماعية.¹

وكذلك فإذا للجامعة: هي نسق يعبر عن مجموع متركز على الأفعال والردود الافعال مفتوحا على محيط اجتماعي الاقتصادي. حيث تتلقي في احتياجات تجيب عليها، وهي أيضا نسق منظم ذاتيا يستفيد في إطار حدوده بنوع من الاستقلالية والتواصل الخاضع لتعريف العناصر المكونة لها.²

المطلب الثاني: أهم وظائف المؤسسة الجامعية

لقد تطورت وظائف الجامعة ومن تخرج الباحثين وإعدادهم للبحث العلمي إلى العديد من الوظائف ومنها الوظيفة الثقافية والاجتماعية والايديولوجية وحق النقدية وفيما يلي تعرض أهم وظائفها:

1. الوظيفة التعليمية والتكوينية: تعتبر الجامعة آخر مرحلة تعليمية يمر بها الفرد فهي تزوده بالمعارف والتثقيف والتكوين وتكسبه مختلف المهارات الفنية والإدارية والعلمية والتثقيفية، فحسب:

Louis Davin في هذا المستوى تقوم الجامعة بتلقي المعرفة حيث كيفية التعلم (المنهجية) ، وكيفية إعادة التعلم (الرسكلة).³

2. وظيفة البحث العلمي: يمثل الجامعة مركزا للبحث العلمي وهذا لما تمنحه للطلبة من تعليم عالي في العديد من التخصصات فالتعليم العالي لا يقتصر على العلم فقط بين طلابه ولكن يهدف إلى تربيته، ونمو منه خلال البحوث والدراسات العلمية التي يجرها الأساتذة وطلبة الدراسات العليا في الماجستير والدكتوراه في مختلف الحقول بقية المساهمة في تعزيز التراث الثقافي للأمة والحضارة الإنسانية بصفة عامة.⁴

3. وظيفة النقد: حسب Louis Davin "فأنه لا يمكن للعلم أن يتقدم في أي حال من الأحوال إذ لم يعد النظر فيما بناه أي يشكك في مكتسباته، وهذا عن طريق الأسئلة التي تعتبر قواعد متمثلة في لماذا؟ من؟ أين؟ ماذا؟ كيف؟ ولا يقصد بالنقد هنا الاحتجاج المستند غالبا على الأحكام المسبقة أو إلى جهل أو تجاهل قضايا معينة، وإنما

¹ -Paul Warwick shire 'une logique de communication 'paris 'le seuil '1972 'p 03.

² -Paul Warwick shire 'p 03.

³ - عيسى علي، نزيه الجندي التربية في الوطن العربي، منشورات الجامعة، دمشق، 1998، ص 2016

⁴ -Louis Davin 'jeampetienne 'les responsabilens 'de l'université dans la société conreponaine ' bruscelle ' document et travaux N 9 ' janvier '1974 'p 19.

امتلاك معطيات والإمام بمختلف جوانب الموضوع المدروس إضافة إلى اخلاقيات الناقد الصدق الأمانة الكفاءة مع تفادي الانحياز في الماضي والانغلاق.¹

4. **الوظيفة الإيديولوجية:** وهي من أهم الوظائف التي تقوم بها وهذا لإعادة إنتاج الوضع القائم من أفكار وقيم وعادات اجتماعية وهذا للحفاظ على شخصيتها ومقوماتها بحيث يؤسس كل مجتمع جامعيته بناء على مشاكله الخاصة، أو تطلعاته واتجاهاته السياسية.²

أما 'Alain Touraise' فيرى أن التعليم أن التعليم ولا سيما للتعليم العالي ثلاثة وظائف أساسية متركزة على ثلاث مستويات متعلقة بوظائف المجتمع وهي البحث تنشرا (المعرفة، وتنشئة الشباب، وبهذا فهي تعمل على الإنتاج التكيف وإعادة الإنتاج.

ويضيف أن نسق التربية عموما يقوم بوظيفة إيديولوجية فعادة إنتاج النظام الاجتماعي فالنمط الثقافي حسبه لا يملك تلك القوة الإبداعية التي كان يملكها في فترات سابقة من هنا يصبح شيئاً فشيئاً إيديولوجية لصالح النظام القائم عوض أن يبدع نظاما اجتماعي أو يتم هذا بدءا بالإبداع الثقافي للتكيف مع التغير أو الاندماج في التنظيمات الاجتماعية. بحيث هذا بدءا، بالإبداع الثقافي للتكيف مع التعبير، والاندماج في التنظيمات الاجتماعية بحث يتطلب هذا الاندماج نوعاً من التكيف مع التعبير الذي يتطلب بدوره إبداعا ثقافيا والذي لا يخرج عن كونه، تمثيلا للإبداع الإيديولوجي.³

فالجامعة بهذا هي إنتاج إنساني حضاري تسعى من خلاله إلى نقل المعرفة وتوسيعها والحفاظ على الخصوصية الثقافية والاجتماعية للمجتمع، وبهذا وهي الوعاء التاريخي للمجتمع باطلاع الطلبة على تاريخهم ومقومات حضارتهم وكذا تاريخ وحضارات المختلفة.

وأخيرا يمكن أن تستخلص وظيفة الجامعة كما رآها هنري جان " في كونها لا تخرج عن الوظائف الثلاث التي اعتاد الباحثون الإشارة إليها، نقل المعرفة ونشر الوعي الثقافي، وإعداد المهنيين والأخصائيين، البحث العلمي وتدريب الباحثين.⁴

¹ -Louis Davin ,jeampetienne p 19.

² - رابح تركي، اصول التربية والتعليم، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990، ص 85.

³ - مراد بن اشنهو، المرجع السابق، ص 27.

⁴ - سامي سلطي عريفيج، الجامعة والبحث العلمي، دار الفكر للطباعة والنشر، ط1، الاردن، 2001، ص 35.

المطلب الثالث: أهداف الجامعة ودورها في تنمية المجتمع:

يحتل التعليم الجامعي باهتمام كبير في الوقت الراهن لما له من دور في تنمية المجتمع وتوسيع المعرفة والبحث العلمي، فقد كانت الجامعة في العصور الوسطى تسعى للحفاظ على التراث ونقله إلى الطلبة أما الجامعات في القرن 19 فقد أدت الثورة الصناعية إلى ربط الجامعة بالصناعة وخروجها من عزلتها، فأصبحت الجامعة منير للمعرفة كما هي مكان للعمل والبحث والتوجيه والتطوير.¹

بهذا فقد أصبحت الجامعات في العصر الحديث أمام العديد من الرهانات التي يجب أن تؤديها امام التطور الحاصل في ميدان التعليم والتعلم وخاصة البحث العلمي.

وبهذا تمثل الجامعة القيادة الفكرية والعلمية في المجتمع فهي بين الخبرة معقل الفكر في شتى صورته ورائدة التطور والابداع، وصاحبة مسؤولية في تنمية أهم ثروة يمتلكها المجتمع وهي الثروة البشرية.²

فالجامعة هي الحاضنة لنواة العلم تعد العالم والباحث: وتبعا النهضة وإذا كان تقدم أي دولة يعتمد على الموارد البشرية والمادية فإن التعليم الجامعي هو القادر على تحقيق التناسق بفهمها، وعلى تحقيق التقدم في نظم الإنتاج والاستغلال الشاق، الكفؤ للموارد، فهو صانع التكنولوجيا وهو الذي يربطها مع متطلبات الحياة الإنتاجية بهدف مساهمة التكنولوجيا على زيادة الانتاج.³

إن الجامعة مؤسسة متميزة بأهدافه وبنوعيه من يعملون فيها لتعدد أهدافها في مختلف المجالات العلمية الثقافة الاجتماعية، والتقنية، حيث أنها تتحمل مسؤولية إعداد جيل من العلماء لهم دور فاعل في تغيير مسار الأمة ونقلها إلى أعلى مستويات الرقي في حل المشاكل التي تواجه المجتمع وبهذا تكمن أهدافها في:

- اعداد الكفاءات البشرية / وترقية أفكارهم.
- تحقيق مبدأ التكافؤ الفرص التعليمية.
- الاهتمام بالبحث العلمي، من أجل إثراء المعرفة وتنميتها.
- تنمية المجتمع اقتصاديا واجتماعيا.

¹ - ماجد الزويد، الشباب والقيم في العالم المتغير دار الشروق للنشر والتوزيع، 2006، ص 121.

² - عبد الرحمان عيسوي، تطوير التعليم الجامعي، دار النهضة، 1984، ص 15.

³ - العشري درويش، كفاءة استخدام الموارد المتاحة في الانفاق على التعليم العالي في الاقطار العربية وقائع المؤتمر العلمي المصاحب للدور 24 مجلس اتحاد الجامعات العربية، 1991، ص 49.

فالجامعة هي سيرورة تراكم للمجتمع فهي صورة عاكسة لكل مجتمع حسب ثقافته وقيمه، وتطلعاته فحسب Alain Toumaine فإن كان تسرق جامعي يساهم في إنتاج وإعادة إنتاج المجتمع في آن واحد، حيث تمكن أهمية الدور الأول في إقامة نموذج جديد للمجتمع معرف من خلال نموذج معرفي جديد ونموذج تراكمي وتنظيم اقتصادي.¹

المبحث الثالث: التحديات التي تواجه المؤسسة الجامعية

المطلب الأول: التحديات المالية والإدارية

التحديات المالية:

- **ضغط التمويل:** تعاني العديد من المؤسسات من نقص الميزانيات المخصصة لها، مما يعد من قدرتها على تطوير بنيتها التحتية، تحسين خدماتها، أو استقطاب كوادر مؤهلة. قد يكون التمويل الحكومي أو الدعم الخارجي غير كافي مما يدفع المؤسسة للاعتماد على موارد محدودة.

- **صعوبة الوصول إلى مصادر التمويل البديلة:** في بعض الحالات، لا تمتلك المؤسسة القدرة على البحث عن مصادر التمويل إضافية مثل الشركات أو المشاريع الاستثمارية.

- **عدم الشفافية في توزيع الموارد:** ضعف الرقابة والمحاسبة. قد يؤدي إلى سوء إدارة الموارد المالية، مما يفاقم الأزمة

• المالية داخل المؤسسة.

- **ضعف الاستثمار في التكنولوجيا والبنية التحتية:** قد تعاني المؤسسات من نقص التمويل اللازم لتحديث الأنظمة الإدارية والمالية، مما يؤدي إلى تدني الكفاءة التشغيلية.²

• التحديات الإدارية:

- **البيروقراطية وتعقيد الإجراءات:** تعاني بعض المؤسسات من بطيء في اتخاذ القرارات نتيجة الإجراءات الإدارية المعقدة مما يؤدي إلى تأخير تنفيذ المشاريع والخطط التطويرية.

¹- العشري درويش، المرجع السابق، ص 50.

²- الزهراني، التمويل وإدارة الموارد في المؤسسات العامة مركز النشر الى جامعي، 2019، ص 30.

- نقص الكفاءات الإدارية: عدم توفر مؤطرين إداريين المؤهلين قد يؤثر على جودة الإدارة ويحد من قدرة المؤسسة على التكيف مع التغيرات والتطورات الحديثة.¹
- ضعف التخطيط الاستراتيجي: غياب رؤية واضحة، للمؤسسة وعدم وجود خطط طويلة المدى يؤدي إلى عشوائية في العمل، ما ينعكس سلباً - على الأداء العام.
- المركزية في اتخاذ القرار: في بعض المؤسسات تقتصر عملية صنع القرار على فئة محدودة. هذا المسؤولين، مما يتمتع المؤهلين في تطوير المؤسسة.²

المطلب الثاني: التحديات التكنولوجية والتعليمية

التحديات التكنولوجية:

- ضعف البنية التحتية التكنولوجية: عدم توفر أجهزة حديثة أو شبكات انترنت قوية تؤثر على إمكانية تطبيق التعليم الإلكتروني
- ضعف المهارات التقنية لدى العاملين والطلاب: يواجه بعض المعلمين والطلاب صعوبة في التعامل مع البرامج
- والمنصات الرقمية، مما يعد من الاستفادة منها.
- التكلفة العالية لتحديث التكنولوجيا: تحتاج المؤسسات إلى ميزانيات ضخمة لتوفير أنظمة تعليمية إلكترونية متطورة وهو ما قد لا يكون متاحاً في بعض الدول أو المؤسسات ذات التمويل المحدود.
- الأمان السيبراني وحماية البيانات: تزداد المخاطر المرتبطة بالهجمات السيبرانية وتسريب بيانات الطلبة والمعلمين بسبب ضعف اجراءات الحماية.³

● التحديات التعليمية:

- نقص التدريب المستمر للمعلمين: يواجه المعلمون تحدياً في تطوير مهاراتهم بما يتناسب مع أساليب للتدريس الحديثة، خاصة في ظل التحويل الرقمي.
- ضعف التفاعل في التعليم الإلكتروني: الاعتماد المفرط على التعليم عن بعد قد يؤدي إلى ضعف التفاعل بين الطلبة والمعلمين، مما يؤثر على جودة العملية التعليمية.

¹ - مجلة الإدارة العامة، التحديات الادارية والمالية في المؤسسات الحكومية العربية، 2021، العدد 35، ص 78.95

² - المجلة الدولية للإدارة، التهميش في بيئة العمل وأثره على الاداء المؤسسي، 2020، العدد 12، ص 112-130.

³ - المجلة الدولية للتعليم، التحديات التعليمية في ظل التكنولوجيا الحديثة، 2020، العدد30، ص 67-80.

- الفجوة الرقمية بين الطلبة: عدم امتلاك الطلبة أجهزة حديثة أو اتصالات مستقرة بالإنترنت يؤدي إلى تفاوت في

- في فرص التعلم. نقص المناهج المتوافقة مع التكنولوجيا: بعض المناهج لاتزال تعتمد على الأساليب التقليدية مما يقلل من فعالية استخدام التكنولوجيا في التعليم.¹

المطلب الثالث: استراتيجيات التغلب على هذه التحديات

- تنوع مصادر التمويل: أي تشجيع الشركات مع القطاع الخاص والاستثمار في مشاريع ذات عوائد مالية لدعم الاستدامة.

- تحسين ادارة الميزانية والرقابة المالية: استخدام أنظمة مالية الكترونية لتعزيز الشفافية وضبط النفقات.

- تحفيز الاستثمار في التكنولوجيا: بمعنى تقديم حوافر ضريبية للشركات الى تستثمر في قطاع التعليم، مما يساعد في توفير معدات تعليمية حديثة.²

- اصلاح الهيكل الإداري وتعزيز الحوكمة: أي تبسيط الإجراءات الإدارية واعتماد الإدارة الالكترونية.

- تطوير مهارات القادة الإدارية: أي تنفيذ برامج تدريبية للقادة الإداريين لتعزيز مهاراتهم في الإدارة الاستراتيجية.

- تعزيز ثقافة الابتكار داخل المؤسسات: تشجيع الموظفين على تقديم اقتراحات تطويرية من خلال إنشاء منصات داخلية للابتكار.

- تحديد البنية التحتية التكنولوجية: الاستثمار في شبكات الإنترنت فائقة السرعة وتوفير الأجهزة حديثة تدعم التعليم الالكتروني.

- تعزيز الأمن السيبراني في المؤسسات التعليمية: تطبيق أنظمة تشفير قوية لحماية بيانات الطلبة والمعلمين.³

¹ - مجلة التعليم العالي، التحديات التعليمية في ظل التكنولوجيا الحديثة، 2020، العدد 30، ص ص 67 80.

² - مجلة التعليم الرقمي، تقنيات التعليم الرقمي وتحديات التطبيق، 2021، العدد، 22، ص 50.70

³ - المجلة الدولية للإدارة، ادارة التحديات الادارية في المؤسسات الحديثة، 2021، العدد، 27، ص 92.110.

خلاصة الفصل:

يتناول الفصل دور المؤسسات في تنمية المجتمع، حيث تُعرّف المؤسسات بأنها وحدات تنظم الأفراد لتحقيق أهداف اجتماعية أو اقتصادية أو ثقافية، ومن أبرزها الجامعة التي تُعد مؤسسة تعليمية وعلمية تهدف إلى التعليم، البحث العلمي، وخدمة المجتمع. وتكمن أهداف الجامعة في إعداد قادات مؤهلة، تطوير الاقتصاد، نشر الوعي الثقافي والاجتماعي، دعم البحث التطبيقي، والمساهمة في تعزيز القيم الوطنية، مما يجعلها عنصراً أساسياً في ازدهار المجتمع.

الفصل الثاني: الصورة الذهنية للمؤسسة

تمهيد

المبحث الأول: ماهية الصورة الذهنية

- المطلب الأول: مفهوم الصورة الذهنية
- المطلب الثاني: أنواع الصورة الذهنية
- المطلب الثالث: خصائص الصورة الذهنية

المبحث الثاني: مكونات الصورة الذهنية

- المطلب الأول: تموقع المؤسسة
- المطلب الثاني: هوية المؤسسة
- المطلب الثالث: سمعة وثقافة المؤسسة

المبحث الثالث: مراحل بناء الصورة الذهنية

- المطلب الأول: مراحل تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة
- المطلب الثاني: شروط بناء الصورة الذهنية
- المطلب الثالث: أهمية الصورة الذهنية

خلاصة الفصل

تمهيد:

تُعد الصورة الذهنية للمؤسسة تصوّراً عقلياً وانطباعاً نفسياً يتكوّن لدى الأفراد عن المؤسسة، بناءً على تجاربهم المباشرة أو غير المباشرة معها. وتتميّز هذه الصورة بعدة خصائص، منها أنها ديناميكية، تتغير مع الوقت والتجربة، وذات طابع شخصي، حيث تختلف من فرد لآخر. كما أنها تتأثر بالعوامل العاطفية والعقلية معاً. وتنقسم الصورة الذهنية إلى عدة أنواع، مثل الصورة الإيجابية، والسلبية، والراهنة، والمثالية، والمشوّهة. أما مكوناتها الأساسية فتشمل: المعرفة (ماذا يعرف الجمهور عن المؤسسة)، والعاطفة (ما يشعر به تجاهها)، والسلوك (كيف يتصرف بناءً على تلك المعرفة والمشاعر).

المبحث الأول: ماهية الصورة الذهنية

المطلب الأول: مفهوم الصورة الذهنية

جاء في قاموس على ويستر في طبعته الثانية عرف الكلمة Image صورة بأنها تشير إلى التقدم العلمي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر أو إحياء أو محاكاة للتجربة حسية، ارتبطت بعواطف معينة، وهي أيضا استرجاع لما اختزلته الذاكرة، أو أدركته حواس الرؤية أو السمع أو اللمس، أو الشم أو الذوق.¹

وعرفها هارولد ماركس "Marquis hororld" الصورة الذهنية إجمالي الانطباعات الذاتية للجماهير عن المؤسسة، وهي انطباعات عقلية غير ملموسة تختلف من فرد إلى آخر، وهي المشاعر التي تخلفها المؤسسة لدى الجماهير بتأثير ما تقدمه من منتجات وتعاملاتها مع الجماهير / وعلاقتها مع المجتمع واستثماراتها الاجتماعية ومظهرها الإداري وتندمج تلك الانطباعات الفردية وتتوحد لتكوين الصورة الذهنية الكلية للمؤسسة.²

هي مجموعة الاعتقادات والأفكار والانطباعات التي يدركها الفرد تجاه شيء معين فالصورة تؤثر على الاتجاهات وعلى السلوكيات المتصلة بالشيء.³

ويعرفها علي فجوة: يؤسس الشخص صورته الذهنية عن الأشياء أو الأشخاص عن طريق التحارب المباشرة والتجارب بعواطف الزبائن واتجاهاتهم ونتيجة الخبرات والإطلاقات تكون هناك صورة ذهنية مختزنة تتضمن معارف ومعلومات تضاف إليها صورة ومعلومات جديدة تؤثر في الصورة القديمة، ولهذا التوعية المعلومات المختزنة لدينا هي تقرر صور الأشياء في عقولنا، فإذا كانت هذه المعلومات ايجابية كانت الصور ايجابية والعكس صحيح.⁴

تشير الصورة الذهنية في العلاقات العامة إلى ذلك الانطباع الذي يتكون عن الأفراد عن المؤسسة بعض النظر عن كونه صحيحا أو غير صحيح ذلك أن الانطباع يكون صحيحا إذا كونه معلومات صادقة ودقيقة في حين يكون غير صحيح إذا كونه معلومات مظللة.

¹ - علي عوجة، العلاقات العامة الصورة الذهنية، عالم الكتاب لنشر، مصر، القاهرة، 2003، ص.04

² - كريمان فريد علي عوجة، ادارة العلاقات العامة بين الإدارة الاستراتيجية وادارة الازمات، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص28

³ - إيزيتي خديجة، أثر العلاقات العامة من خلال صورة المؤسسة على سلوك الزبون، مذكرة مكملة لنيل الماجستير في العلوم التجارية، كلية الاقتصادية وعلوم

التسيير، جامعة دالي ابراهيم، ص 46.

⁴ - المرجع نفسه، ص 46.

ويقصد بالانطباع الصحيح ذلك الانطباع الذي ينبغي أن تحرص على تحقيقه العلاقات العامة في ممارستها التي يجب إن تستند إلى المعلومات الصادقة.

وفي إطار النظريات الإدراكية نجد تعريف "سبورات" للصورة الذهنية، أنها تعني أن إدراكها للآخرين لا يقوم على معرفة حقيقتهم في الواقع وإنما ما تحمله من أفكار وتصورات وتمثيلات ذهنية تنتج عنها عمليات استنتاج لا شعورية تمكنها من تشكيل انطباعات عن الآخرين بناء على أدلة (صورة الذهنية) محدودة بشأنهم.¹

المطلب الثاني: أنواع الصورة الذهنية

تسعى العديد من المؤسسات إلى بناء صورة ذهنية حسنة لدى جمهورها وفي سبيل ذلك تعتنق مجموعة من القيم التي تمثل هويتها المفترضة فتقوم بالتخطيط للصورة الذهنية المرغوب توصيلها للجمهور لكن قد تكون الصورة المدركة مخالفة تماما لها ومخطط لها وعليه فقد صنفت الصورة الذهنية إلى عدة تصنيفات، فهناك من يصنفها إلى:

- الصورة الذهنية الذاتية: هي احساس المؤسسة بنفسها وإن بناء صورة ذهنية ناجحة يتطلب من المؤسسة أن تبدأ أو لا تتغير صورتها الذاتية حيث أن التغيير في الصورة المدركة يقع على الأفراد العاملين في المنطقة.
- الصورة الذاتية المرغوبة: هي ما ترغب المؤسسة في توصيله عن نفسها إلى الجمهور وغالبا ما تكون مبنية انطباعات جديدة غير معروفة لدى الجمهور وتسعى المنظمة لتكوينها.²
- الصورة الذهنية المدركة: وهي الانطباعات التي يحملها الجمهور تجاه المؤسسة والتي يمكن ان تكون مبنية على الخبرة والمعرفة الجيدة للمؤسسة أو تكون مبنية على معلومات مشوهة وغير صحيحة.
- ولقد صنفتها جيفكنز Jerkins إلى:
- الصورة المرآة: هي التي ترى المنشأة نفسها من خلالها وقد تعتقد أن الجمهور يحملها تجاهها ويمكن أن تكون مخالفة تماما لما تراه المؤسسة.
- الصورة الحالية: هي التي يرى بها الجمهور المؤسسة.
- الصورة المرغوبة: هي التي ترغب المؤسسة أن تكونها لنفسها في أذهان الجمهور.

¹- إيزيبي خديجة، المرجع السابق، ص 47.

²- اسلام أحمد البرايعة، دور العلاقات العامة في تكوين الصورة للشركات شركة الشرق العربي للتأمينات رسالة ماجستير كلية الاعلام، جامعة البتراء، 2015، ص 39-40.

- الصورة المثلى: هي أمثل صورة يمكن أن تحقق إذ أخذنا في اعتبار المنافسة المنشآت الأخرى وجمهورها في التأثير على الجماهير ولذلك يمكن أن تسمى بالصورة المتوقعة.¹
- الصورة المتعددة: وتحدث عندما يتعرض الأفراد المثليين مختلفين للمنشأة يعطى كل منهم انطبعا مختلفاً عنها، ومن الطبيعي ألا يستمر هذا التعدد فيا ما أن يتحول إلى صورة إيجابية أو سلبية أو أن تجمع بين جانبيين صورة موحدة تطلها العناصر الايجابية والسلبية تبعا لشدة التأثير كل منها على هؤلاء الأفراد.
- مما سبق نستنتج أن الصورة الذهنية عدة أنواع، وعلى المؤسسة ان تسعى من خلال جهود العلاقات القائمة على البحث والدراسة إلى التعرف على طبيعة الصورة الذهنية المتشكلة لدى جمهورها حتى تستطيع تصميم برامجها وأنشطتها، فإن كانت إيجابية عملت على تعزيزها وإن كانت سلبية لنا كثفت من جهودها لتحسينها.²

المطلب الثالث: خصائص الصورة الذهنية.

- هناك العديد من السمات والخصائص التي تميز بها المصورة الذهنية من بينها ما يلي:
- تتسم الصورة الذهنية بأن لها إطارا زمنيا سابقا، بمعنى أن الصورة الذهنية قديمة التكوين أي لانطلق على معرفة حالية صورة ذهنية ولها اطارا حسيا بمعنى أنا الصورة الذهنية تتبع من المقدرة الإنسان الحسية أي قدرة الإنسان على استيعاب المثير والتعرض له.
- الصورة الذهنية تختلف من فرد إلى آخر ومن جماعة إلى أخرى ومن مجتمع إلى آخر إلا أنها تتقارب في الأذهان الأفراد المكونة صورة ذهنية متمثلة لجماعة أو مجتمع ما وهذا التباين يرجع إلى القدرات الحسية المتباينة الأفراد.³
- الصورة الذهنية مكونة للاتجاه، بمعنى أنها أحد مصادر بناء وتكوين الاتجاه.
- الصورة الذهنية ديناميكية بمعنى أنها بمثابة سواء الكان التعبير بطيئا أو سريعا وهذا التغير الناتج عن تفاعلها مع مثير جديد.

¹ صادق زهراء، ادارة الصورة الذهنية للمؤسسات وفق ندخل التسويق بالعلاقات، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، اطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة تلمسان، 2015، ص77.

² علي عحوة، مرجع السابق، ص8-9.

³ علي عحوة، مرجع السابق، ص 109.

- هي أداة تحكم بمعن أنها بمثابة مقياس يحدد ويضبط السلوك والأحكام أو ردود الأفعال إزاء المثير، أيضا مكونة لصور بمعنى أنها تكون أو تنشئ صورا ذهنية جديدة دون الحاجة إلى اللجوء إلى القدرات الحسية بناء على ما تملكه من صور ذهنية سابقة تكونت بفعل مثير حسي.¹

المبحث الثاني: مكونات الصورة الذهنية

المطلب الأول: تموقع المؤسسة

ان تميز المؤسسة عن كل ما يتعلق بالمنافسين والمكانة التي تحظى بها منتجاتها في السوق بما يضمن تواجدها الدائم في أذهان الجمهور أصبح من المواضيع المهمة بالنسبة للقائمين على المؤسسة والباحثين في المجال التسويقي على حد سواء وهذا ما تم تخطيطه في مفهوم التموقع.

إن مفهوم التموقع حسب Christopher Lovelock يتضمن في منطلقه تحقيق مكانة متميزة للمؤسسة ومنتجاتها في أذهان الزبائن المستهدفين عن غيرها من منتجات المنافسين أو تموقع المؤسسة المنشودة يجب أن يكون مترسخا في ذهن العملاء المستهدفين إلى جانب ارتكاز على إرسال رسالة واحدة محددة، ويجب أن تقنع المؤسسة المعنية بأنها لا تستطيع أن تقدم كل شيء لكل الناس بل يجب أن تركز على نشاط معين فقط.

أما Lindon و Lendrevie فيؤكدان أن تعريف التموقع يمر حتما عن تعريف مفهوم آخر قريب من وهو مفهوم الصورة فصورة المنتج بالنسبة لجمهور معين هي مجموع الخصائص (الموضوعية وغير الموضوعية) التي يربطها هؤلاء بالمنتج (معلومات موضوعية، ذكريات) أما التموقع فيمثل الجوانب من الصورة التي تسمح لهؤلاء بإعطاء المنتج مكانة ضمن وسط منتجات أخرى كثيرة ومماثلة وتميزه عنها.

يرتبط مفهوم التموقع بهوية العلامة التي يقود صاحب المنتج بنقلها إلى الزبائن وهي ترتكز على صفات جذب تضمن لها إيجاد مكانة خاصة في السوق وكذا تميز العلامة التجارية التي تخص المؤسسة عن المنافسين، والهدف الأساسي من التموقع يرتكز على إبراز صفات المنتجات المعروضة أو سماتها التقنية في إطار ابعاد غير موضوعية أو رمزية تقود في الأخير إلى بناء صورة واضحة وجدائية تمكن من تمييز منتجات المؤسسة عن المنتجات المنافسين ونجاح تموقع المؤسسة يتطلب مراعاة مجموعة من الشروط وهي: أن يكون التموقع جذابا، أن يكون التموقع منفردا.²

¹ - باقر موسى، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، ط1، داراسامة للنشر والتوزيع عمان، 2014، ص57-58.

² - Christopher lovebek، wrightlauren، principles of service marking and management، edition prentice، hall، new Jersey، 1999، p 219

المطلب الثاني: هوية المؤسسة

لقد أضحي بناء هوية منفردة للمنظمة هدفا أساسيا للقائمين عليها، فالمنظمات تسعى لجعل هويتها جزءا من البناء المعرفي والوجداني للجمهور، وبالتالي الوصول إلى الحديث عن تدعيم صورة المؤسسة لدى الجمهور، وقد أفرد الباحثين لمفهوم هوية المؤسسة وأهميتها.

يعرف فضيل دليو " هوية المؤسسة في كتابة " اتصال المؤسسة" بأنها كيفية العمل اليومي للمؤسسة المعبر عن مجمع خصائصها المميزة.¹

في حين أن " ألبرت ووتين " يعرف هوية المؤسسة بأنها الأوجه المركزية المميزة الثابتة للمؤسسة، ومن جانب آخر فإن تحديد هوية المؤسسة من قبل الأفراد حسب "ميل واشفورت" وهذا بناء على اختيار ما قام به يقوم على تسعة أبعاد وتشمل: إدراك الانتماء/الانسجام بين الأهداف والقيم التقييم الإيجابي للعضوية الحاجة للأنساب الفوائد المنتظرة للعضوية والدعم المنتظر الاعتراف القبول والفرص المنتظرة ونفس التفكير والانسجام، ويرى "فضيل دليو" بأن هناك ثلاث عناصر أساسية لبناء هوية المؤسسة وتمثل كل من:

- الأهداف: ضرورة الاعتماد على المهمة أو المشروع لتكوين هوية المؤسسة.
- القيم: هي التي تحدد دوافع عمل المؤسسة وتشكل أداؤها، وهي عبارة عن المبادئ والاعتقادات والتصورات
- السلوكيات: وهي الي تشكل البعد العملي للهوية في شكل العرف أو التقاليد والعادات المشخصة إن كل من مفهومي الهوية المؤسسة وكذا صورة المؤسسة هما مفهومان متقاربان فهوية المؤسسة تقوم على كيفية اتصال المؤسسة سواء يقصد أودون قصد ضمن مجموعة رموزا في حين أن مفهوم صورة المؤسسة بأساس على نظرة الجمهور الى هذه المؤسسة او تتواجد هذا التصور فقط على مستوى اذهان. هؤلاء الأفراد ويستندون عليه في بناء الصورة.²

¹ فضيل دليو، اتصال المؤسسة، دار الفجر، القاهرة، 2003، ص 52.

² ماجكين شولتز واخرون، المنظمة المعبرة: الهوية، السمعة والعلامة التجارية، ترجمة رياض الابرش، ط1، مكتبة العبيكان الرياض، 2004، ص41.

المطلب الثالث: سمعة وثقافة المؤسسة

1- سمعة المؤسسة: هي مجموعة القيم المنسوبة للمؤسسة (مثل الأصالة والموثوقية، صدقها ونزاهتها ومسئوليتها التي يستشعرها المرء عن المؤسسة من خلال الصورة التي يحملها عنها).¹

تتمثل سمعة المؤسسة في مجموعة من الاعتقادات والأحكام الموجودة لدى الجمهور اتجاه المؤسسة، ويمكن أن تتكون هذه الاعتقادات والأحكام الموجودة لدى الجمهور اتجاه المؤسسة، ويمكن أن تتكون هذه الاعتقادات من جودة إدارة المؤسسة، قدرتها الابتكارية، قوتها المالية، جودة عملياتها التسويقية، جودة خدماتها، ومنتجاتها، عملياتها المواطنة اتجاه المجتمع... إلخ. كما يشمل مفهوم سمعة المؤسسة كذلك التقييمات التي يقوم بها الجمهور حول قدرة المؤسسة على تحقيق توقعاتهم، حيث تؤثر السمعة الجيدة في قرارات المستهلكين بشأن منتجات المؤسسة التي يشترونها وتؤثر في قرارات الموظفين بشأن المؤسسة التي يعملون فيها، كما تؤثر ذلك في قرارات المستثمرين بشأن أسهم المؤسسة التي يكتسبونها، والفرق بين الصورة الذهنية للمؤسسة وسمعة المؤسسة هو أن الصورة الذهنية عبارة عن انطباعات يشكلها الجمهور بشكل سريع من خلال الاتصالات، وعبر البرامج المتغيرة أما السمعة فهي عملية أكثر عمقا وتنمو وتتطور عبر الوقت من اتساع الصورة الذهنية والخبرات، أي أن السمعة أشمل من الصورة الذهنية للمؤسسة.²

2- ثقافة المؤسسة: إن موضوع ثقافة المؤسسة يلقي اهتماما كثيرا لأنه من العوامل المؤثرة على صورة المؤسسة لأنها تتضمن القيم والمفاهيم التي تدفع أعضاء المؤسسة إلى الالتزام بالعمل الجاد وغيرها من التصرفات التي تنعكس على صورة المؤسسة إما بالسلب أو الإيجاب، يعود مصطلح " ثقافة المؤسسة لسنوات الخمسينيات من القرن الماضي في كندا حيث اقترح الباحث Elton Jack تعريفاً لثقافة المؤسسة باعتبارها تمثل نمط للتفكير المشترك في المؤسسة تساعد على إرساء نظام العادات والروابط الاجتماعية المشتركة بين الأعضاء.³

¹ - مرقاش سميرة، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة، دراسة تحليلية لمؤسسة التطور العقاري عبودة، مجلة الريادة الاقتصادية الأعمال، جامعة شلف، الجزائر، المجلد 04، العدد 02، 2018، ص 317.

² - يسرى بوترة، خالد لعلوي، سمعة المؤسسة بين حتمية مراجعة الاليات التقليدية وضرورة تبنى التحولات الالكترونية، مجلة العلوم الانسانية، جامعة ام البواقي، الجزائر المجلد 08، العدد 02، 2021، ص 240.

³ - بلبراهيم جمال، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية الخدمية، دراسة حالة المديرية الجهوية لمؤسسة اتصالات الجزائر بالشلف، رسالة ماجستير، تخصص تسويق وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة شلف، الجزائر، 200، -، 2010، ص 94.

ومن المؤكد أن لكل مؤسسة ثقافة خاصة بها تميزها عن غيرها من المؤسسات الأخرى حيث تعمل المؤسسة من خلال ثقافتها على قولية وتوجيه سلوك العاملين نحو تحقيق أهدافها المسطرة.¹

المبحث الثالث: مراحل بناء الصورة الذهنية

المطلب الأول: مراحل تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة.

يعرض كل من الباحثان she and abrat نموذجاً لإدارة الصورة الذهنية لمنظمة وفقاً لثلاث مراحل رئيسية تتعلق بالشخصية والهوية.

1- مرحلة بناء شخصية المؤسسة: يطلق عليها شخصية المنظمة فرصة الإدارة لتطوير فلسفة المؤسسة التي تجسد القيم والاقتراحات الأساسية لها، والتي بدورها تشكل الثقافة المؤسسية ويتضمن الجزء الرئيسي التالي من عملية إدارة صورة المنظمة تلك الأنشطة المهمة للتأثير الاستراتيجية للمؤسسة وبمجرد أن تكون مهمة المؤسسة واضحة تحدد الأهداف العامة للأعمال.

2- مرحلة هوية المؤسسة: تعرف باسم هوية المؤسسة تتعلق بتحديد أو تطوير الأهداف الاتصال الخاص بالمنظمة، والتي هي مجموعة فرعية من الأهداف العامة لا عمل، هنا تظهر فلسفة الاتصالات كقضايا تتعلق بما يمكن قوله عن المؤسسة إلى أي مدى يمكن القول، من الذي ستعامل معه هذا يتطلب الاهتمام بالعديد من المسائل والمهام.

3- مرحلة صورة المؤسسة: هي تمثل صورة المؤسسة الواجهة ونقطة الاتصال بين مختلف أصحاب المصلحة المساهمين ومختلف الجماهير والمؤسسة حيث يتم تشكيل تجارب وخبرات أصحاب المصلحة عبر مخرجات النظم الإدارية المختلفة.²

المطلب الثاني: شروط بناء الصورة الذهنية.

1- أن تكون الصورة الحقيقية: إن انحراف الصورة عن الحقيقة سرعان ما يلحق المساس بمصداقية المؤسسة، بحيث أن يكفي إجراء الاتصال واحد بها لكي تدارك هذا الانحراف أو هذا من شأنه أن يبعث الشك وفقدان الثقة

¹ فاطمة دريدي، أنماط السلطة الادارية وعلاقتها بالثقافة التنظيمية، دراسة ميدانية بالمؤسسة العمومية الاستشفائية بشير بن ناصر، بسكرة، اطروحة دكتوراه، تخصص علم اجتماع التنظيم، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية جامعة بسكرة، الجزائر، 2017-2018، ص 115.

² فاطمة مانع، أهمية العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية لدى الصيادلة، شركة الحكمة الاردنية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الاوسط، قسم الاعلام، 2020، ص 282-283.

التي طالما عملت على تأسيسها من خلال الصورة لذلك فانه يجب على المؤسسة أن تعرف نفسها على حقيقتها وأن تكون صادقة في الداخل كما في الخارج.

2- أن تكون الصورة إيجابية: يتعلق الأمر بثمين مؤهلات وإيجابيات المؤسسة، لكن في المقابل، يجب عدم المبالغة في ذلك بشكل يؤدي الى لفت الأنظار إلى المؤسسة ومساوئها.

3- أن تكون الصورة مستمرة: أي أن تمثل صورة المؤسسة لعدة سنوات قديمة الصورة إنما تدل على فعاليتها.

4- أن تكون مميزة: وهذا خاصة داخل القطاعات الى تتميز بتشابه منتجاتها، حيث أن يجب على المؤسسة العمل على تطوير شخصية لها، بمعنى بناء صورة مميزة وفريدة.

5- أن تكون الصورة جذابة: الصورة الجذابة هي تلك التي تجذب أو تشتمل الجماهير الذين هم محل اهتمام المؤسسة، وتشجيع القول أنه لا بد من توفر عناصر التميز في الصورة التي تهدف لتسويقها أي أن صورة المؤسسة لا بد أن تمثل بالنسبة لنا ميزة تنافسية من خلالها يمكن كسب تأييد الجماهير وجذبهم للتعامل معها.¹

المطلب الثالث: أهمية الصورة الذهنية

اكتسبت الصورة الذهنية أهميتها استنادا إلى الوظيفية التي تؤديها للفرد، هذه الوظيفة تصب في مجالين الأول معرفي والثاني سلوكي وتساند هاتان الوظيفتان إحداها أحدهما الأخرى، ففي المجال المعرفي تؤدي الصورة الذهنية دورا مهما في الكيفية التي يتخذها الفرد قراراتها من خلال تزويده بالمعرفة اللازمة والي يصنفها لييمان بالصورة المرتبة التي تتشكل ووقفها معتقدات وأفكار الفرد.²

في إطار المعرفة الوظيفية تؤدي الصورة دورا كبيرا في تحديد الخارطة المعرفية للفرد وتنظيم مدركاته بالصورة وبحكم ارتباطها بآلية اكتساب المعرفة تساعد الفرد على تقديم معلومات عن القضايا والأشياء من حوله والتي لا يستطيع اختبارها على نحو مباشر عن طريق حواس بسبب محدودية قدرته على الإحاطة بجميع عناصر المحيط الذي يتواجد به، وتوفر الصورة، أيضا استراتيجيات معرفية فالأفراد يعتمدون على صورهم في تحليل المعلومات عندما تكون المداخلات أو الرسائل الواردة عن موضوع ما غامضة أو ضئيلة أو غير مكتملة أو غير متسقة أو في الوقت نفسه تعمل على الاستقبال الانتقائي للرسائل الجديدة وهي عادة من تنظيم مدركات وتفسيرات تلك الرسائل، ففي ضوء المعلومات

¹ - ميسون بلخير، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية الخدمية، دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف النقال، اطروحة دكتوراه في علوم التسيير، 2018-2019، ص56.

² - أسماء جميل رشيد، الصورة الاجتماعية وصورة الذات المرأة في المجتمع العراقي، مذكرة دكتوراه، جامعة بغداد، 2006، ص 49.

والصور السابقة يجري تفسير أي معلومة جديدة يتلقاها الفرد حيث أن الوظيفة الصورة لا تقتصر على انتقاء الرسائل بل تتعدى إلى عملية إدراك مبني على الخيال والمفاهيم ويرافقه دائما النشاط العقلي.¹

ومنه يمكننا القول بأن الصورة هي الوسيط الذي ينقل المعلومات إلى العقل حيث أن الفرد يتعامل مع محيطه على أساس الصورة المكونة لديه والتي ترسخت في ذهنه مسبقا حتى أصبحت تمثل - حقائق بالنسبة لديه يصعب تغييرها.² وقد أكد ليمان على أن الأفراد غالباً ما يتعاملون مع الحقائق على أساس تصورات مسبقة، مما يصعب من عملية الحكم عليها، ولما كانت استجابات الأفراد لا التي لا تتحقق وفقا للمؤثر الذي يتعرضون له بل على مدى تقبلهم وإدراكهم وتحليلهم لهذا المؤثر، هذه العملية لا تتم بمنأى عن الصورة الذهنية (المكونة لدى الفرد ومنه. فإن الصورة في هذه الحالة تلعب دورا مهما في تحديد سلوك الأفراد، وهذا ما يسمى بالوظيفة السلوكية للصورة الذهنية كما تشير بعض الدراسات التسويقية على أهمية الصورة الذهنية الجيدة بالنسبة للمؤسسات التي تسعى إلى الحفاظ على زبائنها من خلال استخدام صورتها الذهنية كعامل لتحقيق ولاء زبائنها.³

خلاصة الفصل:

بشكل عام، تمثل الصورة الذهنية للمؤسسة الانطباع المتكامل الذي يتكوّن لدى الجمهور عنها، نتيجة لتفاعل مجموعة من العوامل المعرفية والعاطفية والسلوكية. وتُعد هذه الصورة أداة استراتيجية مهمة، كونها تؤثر على طريقة تلقي المؤسسة من قبل المجتمع، وعلى مستوى الثقة والولاء الذي تحظى به. وبما أن الصورة الذهنية متعددة الأنواع وتتميز بقابليتها للتغيير، فإن إدارتها بفعالية تساهم بشكل مباشر في تعزيز سمعة المؤسسة وزيادة قدرتها على المنافسة والاستمرار في سوق العمل.

¹ - أسماء جميل رشيد، المرجع السابق، ص 50.

³ - أسماء جميل رشيد، المرجع السابق، ص 51

الفصل الثالث: النوادي الجامعية الثقافية

تمهيد

المبحث الأول: المجتمع المدني وعلاقته بتأسيس النوادي

- المطلب الأول: تعريف المجتمع المدني
- المطلب الثاني: مقومات المجتمع المدني وعناصر تكوينه.
- المطلب الثالث: علاقة المجتمع المدني بالنوادي الجامعية.

المبحث الثاني: الجمعيات التطوعية.

- المطلب الأول: تعريف الجمعيات التطوعية.
- المطلب الثاني: بداية العمل بالجمعيات التطوعية.
- المطلب الثالث: علاقة الجمعيات التطوعية بالنوادي الجامعية.

المبحث الثالث: النوادي الجامعية الثقافية.

- المطلب الأول: تعريف النوادي الجامعية الثقافية.
- المطلب الثاني: الإطار القانوني للنوادي الجامعية الثقافية.
- المطلب الثالث: دور النوادي الجامعية الثقافية في بناء الصورة المؤسسة.

خلاصة الفصل

تمهيد:

تُعد النوادي الجامعية الثقافية من أبرز أدوات تنشيط الحياة الجامعية، لما تؤديه من وظائف تربوية، معرفية، واجتماعية، تساهم في دعم صورة المؤسسة الجامعية وتعزيز انفتاحها على محيطها الخارجي. وانطلاقاً من كون هذه النوادي امتداداً لأدوار المجتمع المدني، فإن فهم نشأتها، تطورها، وأطرها التنظيمية يتطلب استحضار العلاقة الوثيقة التي تربطها بمجال العمل المدني والتطوعي.

وعليه، يتوزع هذا الفصل إلى ثلاث مباحث أساسية؛ يُعنى الأول منها بتحديد مفهوم المجتمع المدني ومقوماته، والوقوف على علاقته بتأسيس النوادي الجامعية؛ أما الثاني فيتناول الجمعيات التطوعية باعتبارها أحد أشكال العمل المدني المنظم، مركزاً على بدايات ظهورها وعلاقتها بالنوادي الجامعية؛ فيما يسلط المبحث الثالث الضوء على النوادي الجامعية الثقافية من حيث تعريفها، إطارها القانوني، والدور الذي تؤديه في ترسيخ صورة إيجابية للمؤسسة الجامعية.

المبحث الأول: المجتمع المدني وعلاقته بتأسيس النوادي

المطلب الأول: تعريف المجتمع المدني

هو مجموعة المنظمات التطوعية الحرة التي تملأ المجال العام بين الأسرة والدولة، أي بين مؤسسات القرابة ومؤسسات الدولة التي لا مجال للاختبار عضويتها، هذه المنظمات التطوعية الحرة تنشأ لتحقيق مصالح أفرادها أو لتقديم خدمات للمواطن أو لممارسة أنشطة إنسانية متنوعة، وتلتزم في وجودها ونشاطها بقيم ومعايير الاحترام والتراضي والتسامح والمشاركة والادارة السلمية للتنوع والاختلاف.¹

يقوم المجتمع المدني على شكل منظمات بذلك يمكن اعتبار الجمعيات التطوعية والاتحادات مثل النوادي الرياضية والجمعيات رجال الأعمال وجماعات الرفق بالحيوان، وجمعيات حقوق الانسان واتحادات العمل وغيرها.² ويعبر المجتمع المدني على نطاق واسع عن الفضاء الواقع بين الأسرة والسوق الدولية (WEF2013) لقد تطور ما يشكل المجتمع المدني حيث أصبح المصطلح شائعا لأول مرة في الثمانينيات وهو الآن يشير إلى مجموعة واسعة من المجموعات المنظمة والعضوية بما في ذلك المنظمات غير الحكومية والنقابات العمالية والحركات الاجتماعية والمنظمات الشعبية والشبكات عبر الانترنت والمجتمعات والجماعات الدينية.³

تعريف ومينيك كولاس (Dominique Colas) يقول بأن المجتمع المدني يعنى الحياة الاجتماعية المنظمة انطلاقا من منطلق خاص بها وخاصة الحياة الجموعية التي تتضمن ديناميكية اقتصادية وثقافية وسياسية.⁴ تعريف برتراند باداي يعرفه بأنه كل المؤسسات التي تتيح للأفراد التمكن من الخبرات والمدافع دون تدخل أو وساطة من الدولة.

تعريف والزر (Welyer) يرى والزر المجتمع المدني بأنه: ذلك الفضاء الذي ينطوي على ضمان الظروف الكاملة التي تكلف الحياة الاجتماعية الجديدة، فهو ذلك المجال الذي يكون البشر إطاره الظروف شكلا اجتماعيا يتواصلون فيه، ويرتبطون ببعضهم البعض، بغض النظر عن ماهية هذا الشكل الاجتماعي سواء كان جماعة أو نقابة. إلخ

¹ السواح وائل، الديمقراطية، سلسلة التربية المدنية، منشورات بيت المواطن، دمشق، ط1، 2014: ص48.

² حسام شحادة المجتمع المدني، سلسلة التربية المدنية (6)، بيت المواطن لنشر والتوزيع 1، 2015، ص 15.

³ -Van Dyck، c، k، 2017، concept and definition of civil society sustainability Washington، DC: centre for strategic and international studies، 30، June، 2017-chartes kojot.

⁴ -غزالة زبير، المجتمع المدني في الجزائر، (الجمعيات نموذجاً)، مجلة التنمية البشرية، العدد 10، جامعة وهران2، مارس 2018،

ردمك [112_8070، IssN=]2602_6686، eissn_2602_6686، ص258

في إطار هذا المجال الذي يجتمع فيه الأفراد من أجل تحقيق هدف واحد سام ألا وهو حث المجتمع الإنساني. تعريف كريستوفر برسن cpolson يقول بأنه هو المجال البعيد عن السلطة الدولة والذي يتضمن بدوره تشكيلة من المؤسسات الاجتماعية تنظم بطريقة ديمقراطية وتنطوي على ضمانات ديمقراطية. وهنالك العديد من الدراسات الأكاديمية والجامعية التي اتفقت على أن المجتمع المدني هو مجموعة التنظيمات التطوعية الحرة تنشأ لتحقيق مصالح أفرادها أو لتقديم خدمات للمواطنين أو ممارسة أنشطة إنسانية متنوعة وتلتزم في وجودها ونشاطاتها بقيم ومعايير الاحترام والتواضع والتسامح والمشاركة والإدارة السلمية للتنوع والاختلاف.¹

المطلب الثاني: مقومات المجتمع المدني وعناصر تكوينه.

1- الطوعية: وتعني رغبة المشتركة لأصحابها بمحض ارادتهم الحرة، في ظل تعايش واقعي مع ظروف المجتمع، غير مفروضة من طرف أي جهة واختياراً، في تقديم خدمة المجتمع دون توقع لأجر مادي مقابل هذا الجهد للإيمان بقضية معينة، مع ضرورة توفر القدرة اللازمة على التفاعل والتعايش مع كل أفراد المجتمع، ولا يتم إحداثها استجابة لتعليمات أو توجيهات من الغير، وممارسة أنشطة تستجيب للأهداف التي سطرها لنفسها بعيداً من أي ضغط أو تأثير خارجي، والوعي بحساسية المسؤولية، وبأهمية الانخراط في القضايا العامة بالإشراك مع الآخرين وما يقتضيه ذلك من تطوع وتضامن وتعاون من أجل المصالح العامة الأسمى التي تعود بالنفع على المجتمع ككل.²

2- التنظيم: تخضع منظمات المجتمع المدني للقوانين السائدة التي تتيح حرية تأسيسها من جهة، كما تخضع في تسييرها وقيامها بمهامها لقوانينها الأساسية، وأنظمتها الداخلية من جهة ثانية، وتقوم العلاقة بين أعضاء الجمعية على أساس التكافؤ واحترام كل الآراء والاجتهادات، مما يجعل الجمعية إطاراً يتيح لكل الأعضاء ويشجعهم على الابتكار والإبداع والخلق والمساهمة الإيجابية في الوصول إلى الغايات المشروعة المشتركة.

3- الاستقلالية: فهي لا تكون أداة تسخر، إنها منظومة ذاتية التأسيس والاشتغال والعلاقة بالدولة لا تتسم برابطة التبعية فعندما تكون هناك ورشات تساهم فيها الدولة والمجتمع المدني في الوقت نفسه، فإن طبيعة العلاقة في هذه الحالة تكون مبنية على أساس الشراكة والتعاون، غير أن علاقات التكامل بينهما تخضع لسيادة القانون، أما إذا

¹ - غزالة زبير، المرجع السابق، ص 259.

² - حسام شحادة، المرجع السابق، ص 16 - 17.

كانت الدولة تقيد الحريات، وتنهج أساليب القمع مع الأفراد والجماعات فإن هيئات المجتمع المدني في هذه الحالة - إن وجدت - تكون قوة معارضة.¹

ووظيفة المجتمع المدني وإن كانت لا تختلف في مجالات تدخلها عن تلك التي تهتم بها مؤسسات الدولة، فإنها قد لا تكون من بين أولوياتها، ولذلك يصف البعض دور المجتمع المدني بأنه مكمل للمهام التي تقوم بها مصالح الدولة ويسد الفراغ أو النقص في بعض الخدمات التي تهتم العموم أو فئات معينة.

4- خدمة الصالح العام: ان كل أعمال منظمات المجتمع المدني ومبادراته لا بد أن تصب في خدمة المصلحة العامة من خلال تقديم خدمات لفائدة المجتمع وأفراده من الفئات المستهدفة منه، والأعمال الاجتماعية التي تستهدف الفئات المعوزة ورعاية الأشخاص المعاقين أو في وضعيات حرجة تستلزم التدخل وحماية الطفولة، والاهتمام بقضايا المرأة والشباب، ومحاربة الأمية والجهل والوقاية الصحية والدفاع عن الحقوق الإنسان، وتعميم مفاهيمها وثقافتها، ونشر قيم المواطنة، وحماية البيئة والمساهمة في تنمية الحواضر والقرى، ومحاربة الفقر والتهميش والاقتصاد الاجتماعي وترسيخ مقومات الهوية الوطنية، وما يتميز به من غنى وتنوع والنهوض بالفنون، والتشجيع على الإبداع. وغير ذلك من المجالات، دون أن تكون الغاية من وراء ذلك هي التجارة أو الربح، أو تحقيق المصالح الذاتية والشخصية للأعضاء.²

5- عدم السعي للوصول إلى السلطة: على الرغم من كون أنشطة المجتمع المدني وأهدافه لا تتعد عن مجالات الشأن العام، وأن بعض الجمعيات تشكل أحيانا قوة ضاغطة على السلطات العمومية، وتقوم بانتقاد العمل الحكومي فإنها لا تسعى من ذلك الوصول إلى السلطة، ومن هذه الزاوية يتميز المجتمع المدني عن الأحزاب، السياسية التي من طبيعتها أن تعمل الوصول إلى الحكم، وتجدر الإشارة إلى أن هناك من يتوسع في مفهوم المجتمع المدني فيعتبر الأحزاب السياسية جزءا منه، غير أن أهداف الأحزاب ومناهج عملها مغايرة، فهي تنافس في الاجتهادات والبرامج التي تهتم مختلف مجالات الشأن العام، وتقوم بعرضها على الرأي العام وعلى الناخبين لنيل ثقتهم، والوصول بالتالي إلى الحكومة لتنفيذ تلك البرامج بينما أي جمعية من المجتمع المدني لا تتدخل في كل المجالات، وإنما تختار أن تقدم خدمات معينة في مجال محدد، ولا تتدخل في المنافسة الانتخابية التي تعني الأحزاب السياسية.

6- عدم اللجوء إلى العنف: تقوم جمعيات المجتمع المدني وتنظيماته بالاحتجاج على السياسات التي تتبعها السلطات العمومية في مجال ما، أو في مواجهة إحدى الظواهر السلبية في المجتمع، وتمارس ضغوطها عليها لتحقيق

¹ - حسام شحادة، مرجع السابق، ص، 17.

² - المرجع نفسه، ص 18.

فوائد للمجتمع ومكتسبات للشرائح الاجتماعية التي تدافع عن مصالحها وهي لا تنهج في سبيل ذلك إلا الوسائل السلمية المتحضرة، والمتمثلة في رفع المطالب، وإبداء الملاحظات والحوار مع الجهات المعنية، واستعمال العنف، لأن المجتمع مفروض فيه أن يساهم في تهذيب السلوك العام، وليس في ترهيب المجتمع، بل يعمل على تعبئة الطاقات لخدمة الصالح العام، ولا يهيج الناس من أجل التخريب والتدمير، فهو صمام أمان مجتمعي يعمل على نشر قيم التعاون والتضامن والتسامح والسلم، ونبذ الحقد والكراهية.

7- التجانس: بمعنى عدم وجود صراعات داخل المؤسسة تؤثر في ممارستها لنشاطها، الانقسامات من الأجنحة والقيادات داخل المؤسسة ترد إلى أسباب عقائدية تتعلق بنشاط المؤسس.¹

المطلب الثالث: علاقة المجتمع المدني بالنوادي الجامعية.

تعتبر النوادي الجامعية جزء حيوي من المجتمع المدني حيث تلعب دورا مهما في تعزيز التفاعل بين الطلاب والمجتمع، إليك بعض النقاط الرئيسية حول العلاقة بينهما:

دور النوادي الجامعية في المجتمع المدني.

- تعزيز المشاركة: إذ تعمل النوادي الجامعية على تشجيع الطلاب على المشاركة في الأنشطة الاجتماعية والثقافية، مما يعزز من الوعي المجتمعي ويشجع على العمل التطوعي²
- تطوير المهارات: توفر هذه النوادي فرصا لتطوير المهارات القيادية والتنظيمية لدى الطلاب مما يمكنهم من المساهمة الفعالة في قضايا المجتمع.³
- التفاعل مع المجتمع: تسهم النوادي في بناء جسور التواصل بنا الجامعة والمجتمع المحلي حيث تنظم فعاليات وورش عمل تركز على قضايا مجتمعية مهمة.⁴
- اذ تواجه هذه العلاقة بعض التحديات من أهمها ما يلي:
- عدم الوعي: قد يواجه الطلاب تحديات تتعلق بعدم الوعي بدورهم في المجتمع المدني مما يقلل من مشاركتهم الفعالة.⁵

¹ - حسام شحادة، المرجع السابق، ص، 18 19.

² - بوالطيب، الجامعة والمجتمع المدني بين الواقع والمأمول، مجلة TRANS، العدد 25، المعهد الدولي للدراسات الآداب والثقافة العابرة للحدود، (INST)، 2025/02/05.

³ - محمود محمد مهنى، صورة منظمات المجتمع المدني لدى الشباب الجامعي المصري واتجاهاتهم نحوها، مجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد 21، أعمال مؤتمر كلية الإعلام جامعة النهضة، أبريل - جوان 2022

⁴ - مساهل سعاد، رابح زاوي، واقع المجتمع المدني من خلال تفعيل دور الجامعة في الوعي، مجلة الخلدونية، 12 ع 1، 2020، ص 240-248

⁵ - عبد الله كبار، النخبة الجامعية في المجتمع المدني في الجزائر، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 11، جوان 2013، جامعة القاصدي مرياح ورقلة، (الجزائر).

- فقدان الدعم: تعاني النوادي الجامعية من نقص الموارد والحجم المؤسسي، مما يؤثر قدرتها على تنفيذ أنشطتها.¹

خلاصة القول: تعتبر النوادي الجامعية وسيلة فعالة لتعزيز المجتمع المدني من خلال تفعيل دور الشباب في القضايا الاجتماعية وتعزيز التفاعل بين الجامعة والمجتمع المدني.

المبحث الثاني: الجمعيات التطوعية.

المطلب الأول: تعريف الجمعيات التطوعية.

تعتبر مفهوم جمعيات التطوعية مفهوم مركب من الجمعيات وهي تجمع لجهوده مجتمعية تجمع متطوعين مؤمنين بمجتمعهم وبالقضايا الإنسانية وبمسؤولياتهم المجتمعية عكفوا على دراسة احتياجات المجتمع ووجهوا جهودهم وأموالهم، للعمل الخيري ولقد شكل العمل الخيري العربي منذ بداية وحتى الآن متأثراً بالظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية للمجتمع العربي.

التطوع: وهو مجموع الجهود الإنسانية تبذل من أفراد المجتمع بصورة فردية أو جماعية ويقوم بصفة أساسية على الرغبة والدافع الذاتي والتطور جزء أساسي في منظومة العمل الخيري وهو يدل على مدى تألف وتكلف المجتمع. ومن هنا يمكن القول أن الجمعيات التطوعية هي مجموع الجهود التي يبذلها مجموعة من أفراد المجتمع تطوعوا لدراسة حاجيات المجتمع وتقديم الجهود وأموال للعمل الخيري دون مقابل.²

كما يمكن تعريف الجمعيات على أنها كل جماعة ذات تنظيم مستمر لمدة زمنية معينة أو غير معينة تتألف من أشخاص طبيعية أو بغرض عدم الحصول على ربح مادي.

وعرفها الاستاذ حسن ملحم: بأنها الاتفاق الذي يضع أكثر من اثنين من الأفراد بصفة دائمة معرفتهم طبيعية أو بغرض عدم الحصول على ربح مادي.

وعرفت أيضا على أنها تشكيلات اجتماعية فاعلة ومنظمة تسعى على أسس تطوعية غير ربحية لتحقيق أهداف عامة لمجموعة تعتمد أساليب الحكم الرشيد ضمن أطر قانونية تضمن الشفافية وحرية التشكيل.³

¹ - سعاد مساهل، المرجع السابق، ص 240-248.

² - وحدي محمد بركات، تفعيل الجمعيات الخيرية التطوعية في ضوء سياسات الإصلاح الاجتماعي بالمجتمع العربية المعاصر جامعة حلوان، 2005/03/17/16: المؤتمر العلمي 18، ص 14-15-16.

³ - حسن ملحم، نظريات الحريات العامة، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عككون الجزائر 1981، ص 75.

الجمعيات الخيرية: هي تجمع لجهود مجتمعية، بجميع متطوعين مؤمنين به مجتمعاتهم والقضايا الإنسانية ومسؤولياتهم المجتمعية عكفوا على دراسة احتياجات المجتمع وجهوا جهودهم وأموالهم للعمل الخيري.¹

كما تعرف على أنها مؤسسات اجتماعية ذات صبغة شخصية أو معنوية تتكون من مجموعة أعضاء هدفهم مديد العون والمساعدات المادية والمعنوية لبعض فئات المجتمع المحتاجة لذلك مثل الفقراء الأيتام الأراامل، بغية مساعدتهم والتكفل بهم دون أن يحصل هؤلاء الأعضاء على مقابل أو ربح مادي.

التعريف الفقهي للجمعيات تعددت التعريفات الفقهاء للجمعيات، حيث عرفت على أنها كل جماعة ذات تنظيم مستمر لمدة زمنية معينة أو غير معينة تتألف من أشخاص طبيعية أو بغرض عدم الحصول على ربح مادي.²

المطلب الثاني: بداية العمل بالجمعيات التطوعية.

قبل التطرق إلى نشأة الجمعيات التطوعية في الجزائر وجب التذكير هناء كبر أولا من نشأتها على الصعيد العالمي العربي والإسلامي:

أولا: على الصعيد العالمي: إذ لعبت الأعمال الخيرية دورا كبيرا في نشأة وتطور الكثير من الحضارات والمجتمعات حيث ذلك الصور والرسوم الموجودة على كبار قدماء المصريين وقبدهم على وجود بصمات للعمل الخيري عندهم، والتي تمثل أساسا في مساعدة الفقراء لاسيما حفلات الأسر المالكة، بالإضافة إلى التبرعات والمساعدات التي كانت تتلقاها المعابد، وعلى غرار الفراغنة فقد اهتم أغنياء اليونان برعاية أبناء السيد وتوفير الطعام والمأوى للغرباء كما أثبتت المصنفات التاريخية والفلسفية أن نبلاء، الدولة الرومانية بدورهم اهتموا بالعمل الخيري! وإغاثة المحتاج.

وبالرغم من وجود الأعمال الخيرية في الحضارات القديمة ولاتحاذاها طريقا واضحا بنزول الأديان السماوية، إلى أنها اتسمت في غالبها بالطابع الفردي، وظل الحال على ما هو عليه إلى أن اتسعت رفعة السماوية إلى أنها اتسمت في غالبها بالطابع الفردي، وظل الحال على ما هو عليه إلى أن اتسعت رفعة المجتمعات البشرية وتعرضت الإنسانية لهزات اجتماعية واقتصادية عنيفة فتبين عدم فعالية الجهود الفردية، وضرورة تجميعها وتنظيمها لتحقيق النتائج المرجوة فبرزت فكرة انشاء مؤسسات خيرية لإحسان وكان ذلك في القرن التاسع عشر ونتج عن هذه الفكرة.

ظهور حركة جمعيات الإحسان التي بدأت عام 1869 في مدينة لندن بإنجلترا.

¹ - أ بن ناصر بوطيب، النظام القانوني للجمعيات في الجزائر، قراءة نقدية لضوء القانون، 06/12، دفاقر السياسة والقانون، عدد 10، 2014/01:

جامعة قاصدي مرياح، ص 254.

² - حسن ملحم، المرجع السابق، ص 75.

تأسس جمعية جنيف العامة في عام 1863 ويرجع الفضل في تأسيسها إلى الإيطالي "هانري دونان وهي جمعية تطوعية لخدمة الجرحى في الحرب ثم عرفت بعد ذلك اللجنة الدولية للصليب الأحمر.

ثانيا: على الصعيد العربي والإسلامي: لقد كان للقيم الاجتماعية وخاصة الدينية المتجددة في المجتمع العربي والإسلامي دورا أساسيا في تعميق روح العمل التطوعي في العالم العربي والإسلامي حيث تعتبر الجمعيات الخيرية، وهي أقدم أشكال الامتداد لنظام الحركات ومفعوم الصدقة الجارية التي تتمثل في الوقف في الإسلام ولنظام الدستور في المسيحية انعكاسا لقيم التكافل الاجتماعي التي تدعوا إليها الأديان وقد قامت هذه المنظمات بدورهم في تقديم الخدمات والمساعدات الاجتماعية.

ثالثا: على الصعيد الجزائري: أما عن نشأة الجمعيات الخيرية في الجزائر فلقد مرت الدولة الجزائرية بظروف طالت دون مواكبتها للتطور الذي كان حاصلًا في العالم، كما أدت هذه الظروف، إلى تأخر الجزائر عن ركن نظراتها من الجمعيات في دول العالم وقد مرت الجمعيات بمراحل فضلت تقسيمها إلى 03 مراحل: ¹ (مرحلة قبل الاستعمار مرحلة التواجد الفرنسي - مرحلة بعد الاستقلال).

مرحلة ما قبل الاستعمار: عرفت هذه المرحلة ظهور بعض التنظيمات الاجتماعية والخيرية المرتبطة بمؤسسات الأوقاف مثل مؤسسة سبل الخبرات التي كان نشاطها موجب بناء المساجد والزوايا والمحافظة عليها وصيانتها والتكفل بخدمة ورعاية الطالبة ومدرسين للقرآن وكذلك اجمع وتوزيع الصدقات على الفقراء والمساكين. ولقد كانت مثل هذه التنظيمات بمثابة الصناديق الممولة لكثير من الأنشطة الخيرية الموجهة للفئة المحتاجة من السكان.

مرحلة الاستعمار الفرنسي: شهد المرحلة الأولى من الاحتلال الفرنسي اختفاء شبه تام للتنظيمات الخيرية التقليدية وذلك بسبب السياسات المستجدة للاستعمار الفرنسي، غير أنها ما لبثت أن تعود الظهور نتيجة للقانون الفرنسي الصادر بتاريخ 1901/07/01 حيث سمح هذا الأخير للمواطنين بتأسيس جمعيات هذا ما مكن الجزائريين من إنشاء جمعيات خيرية، كجمعية الراشدية 1902 وجمعية صالح باي 1907 وبالرغم من منح السلطات الفرنسية الحق في تشكيل المؤسسات الخيرية غير أنها عمدت إلى تهميش هذه الأخيرة واستعمالها خدمة لمصالحها لترسيخ التواجد الفرنسي ونفوذه.

¹ - عبد العزيز نذير، العمل الجمعي والتحول الاجتماعي في الجزائر، دار الهدى، الجزائر، 2017، ص45.

مرحلة الاستقلال: عرفت الجزائر بعد الاستقلال مرحلة انتقالية سادها الغموض والاعتماد الشبيه الكلي على القوانين الموروثة من الاحتلال والخاصة بتنظيم الجمعيات العامة والخيرية خاصة، كما اتسمت هذه المرحلة بسيطرة الدولة واحتكارها لمختلف المؤسسات والهيكل، وهذا ما أبطل ككل المحاولات التنظيمية غير الرسمية التي تريد أن تنشط خارج الإطار المؤسساتي، ولقد ترسم هذا الاجراء نهائيا بعد صدور القانون فيفري 1971، الذي الاعتماد على الموافقة الرسمية من طرف أجهزة الدولة لأي جمعية تنوي أن تنشط خارج مؤسسات الدولة.

ولقد ظل الحال على ما هو عليه حتى فترة الثمانينات اين شهدت الجزائر ميلاد عدد كبير من الجمعيات بعد الإعلان عن القانون الجديد المنظم العمل الجمعي الصادر ب: 1990/12/04.

حيث فتح هذا القانون المجال لإنشاء الجمعيات بمختلف أنواعها من أجل ترقية الأنشطة المختلفة، حيث تضمن القانون كيفية تأسيس الجمعيات والشروط والحقوق بالإضافة الى الموارد والأموال وغير ذلك من التنظيمات كما أصبحت هذه الجمعيات ولاسيما الخيرية منها تحظى بمساعدة الدولة وذلك لدورها الهام في تحريك عجلة التنمية. وما سبق ذكره يتطوع لنا كيف أن الجهود ليست بالأمر الجديد في العالم لكن لم تظهر في صورتها المؤسسة المنظمة في العقود الحديثة كما أن ظهورها في الجزائر كان متأخر نوعا ما وذلك حسب الظروف السياسية والاجتماعية.¹

المطلب الثالث: علاقة الجمعيات التطوعية بالنوادي الجامعية.

على حسب ما قدمته الدراسات السابقة والمختلفة يوجد علاقة بين الجمعيات التطوعية والنوادي الجامعية وذلك لتحقيق العمل التطوعي والمسؤولية الاجتماعية لدى الطلاب ومن هنا سنفصل في ذلك لبيان تلك العلاقة بين المتغيرين.

نشر ثقافة العمل التطوعي: تلعب الجامعات دورا رئيسيا في نشر ثقافة العمل التطوعي من خلال الأنشطة الطلابية التي تنظمها النوادي الجامعية بالتعاون مع الجمعيات التطوعية هذه الأنشطة تسهم في تعزيز الوعي بأهمية العمل التطوعي كوسيلة لتحقيق التنمية المجتمعية.²

كما تعتبر الجمعيات التطوعية شريكا رئيسيا للجامعات في تنظيم الفعاليات التطوعية، ها يتيح للطلبة فرصة المشاركة المجتمعية الفعالة.

¹ - عبد العزيز نذير، المرجع السابق، ص 45-46-47.

² - آسية اللحيان وحصة الباز، دور الأنشطة الطلابية في تعزيز ثقافة العمل التطوعي لدى طلبة الجامعة القصيم، ص 437.

تطوير مهارات الطلاب: الأنشطة المشتركة بين النوادي الجمعيات تساعد الطالبة على اكتساب مهارات مثل القيادة العمل الجماعي، وحل المشكلات هذه المهارات تعد أساسية لتأهيل الطلبة للمشاركة في العمل التطوعي والمجتمعي.¹

كما أن التدريب العملي الذي توفره الجمعيات الطلبة يعزز من قدراتهم المهنية والشخصية، مما يجعلهم أكثر جاهزية لسوق العمل.²

التكامل بين التعليم والعمل الجماعي: الجامعات الناجحة في تلك التي تدمج بين التعليم الأكاديمي وخدمة المجتمع من خلال التعاون مع الجمعيات التطوعية، هذا التكامل يسهم في إعداد الطلاب ليكونوا قادة فاعلية في مجتمعهم.³

المثال على ذلك: تنظيم المؤتمرات الدورات التدريبية المشتركة الى تهدف إلى تعزيز قيم مثل التكافل الاجتماعي والتعاون.

مواجهة التحديات المجتمعية: وذلك من خلال التعاون بين النوادي والجمعيات يمكن للطلبة من المساهمة في حل مشكلات مجتمعية مثل الفقر أو الأمية من خلال مشاريع تطوعية ميدانية.⁴

وهذا النهج يعكس أهمية الدور الذي تلعبه الجامعات. والجمعيات في تحقيق التنمية المستدامة وتعزيز المسؤولية الاجتماعية.⁵

¹ - سارة بالشرف، دلال العباسي، دور الجامعات في تعزيز العمل التطوعي، مجلة العربية للتربية النوعية، العدد 05 والعدد، 20 أكتوبر 2021، ص 234.

² - دراسة حول دور الجامعة في تدعيم ثقافة العمل التطوعي لدى طلابها، مجلة التربية والتعليم، 2020.

³ - عبد الله فاتح شهراني، دور الجامعة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية وثقافة العمل التطوعي، كلية التربية جامعة بيشت، مجلة كلية التربية العدد 28 و110 أبريل 2017: ص 50.

⁴ - سارة بالشرف ودلال العباسي، المرجع السابق، ص 226.

⁵ - آسية اللحيان وحصة الباز، المرجع السابق، ص 444.

المبحث الثالث: النوادي الجامعية الثقافية.

المطلب الأول: تعريف النوادي الجامعية الثقافية.

أ- لغة: من مصدر نادي وجمع أندية نواد- نوادي، فالمنتدى مجلس القوم ومتحدثهم ومكان مهيبٌ لجلوس القوم فيه والغالب أن يتفقوا في صناعته.¹

إن كلمة ناد أصلها عربي مأخوذ من دار الندوة واستعملت عند الأوروبيين واليهود وكذلك المسلمين وقد ذكر في القرآن الكريم أكثر من مرة قال تعالى: " وتأتون في ناديكم المنكر." ²

ومنه سميت دار الندوة بمكة التي بناها قصي لأنهم كانوا ينادوه فيما يجتمعون فيها.³

ثم صارت مثلا لكل دار ويرجع إليها ويجتمع فيها.⁴ وقد ظهرت النوادي في الجزائر مع مطلع القرن العشرين.

ب- اصطلاحا: هي مؤسسة شعبية است لأغراض ثقافية ودينية بدون مساعدة الاحتلال ويتولى بنفسه عملية الإشراف عليها، فتعتبر مؤسسة من مؤسسات المجتمع المدني النشطة في الحياة الاجتماعية وأحد المؤسسات الفاعلة في مجال تنمية المجتمعات المحلية، وقد عرفها معجم علم الاجتماع وحدة اجتماعية مستقلة تتكون من أفراد لها قوانين تحددها وتحكمها علاقات سلوكية بين أفرادها ولها مجموعة من الأهداف المشتركة.⁵

وعرفها البعض على أنها منظمة اجتماعية لا تهدف إلى الربح والعمل فيها يقوم على أساس تطوي وتطوعي وتهدف إلى تقديم خدمات عديدة ومتنوعة يحتاج إليها المجتمع،⁶ تعتبر حسب القانون أنها تجمع اشخاص وقد يشارك هؤلاء،

¹ - لويس معروف اليسوعي، المنجد في اللغة العربية، ط 1، المطبعة الكاثوليكية، بيروت، (د ت)، ص 799.

² - صورة العنكبوت الآية (29).

³ - أحمد بن محمد، بن علي القيومي المقرئ، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير، مكتبة لبنان، 1987، ص 228.

⁴ - جماعة من العلماء، المنجد في اللغة والاعلام، دار المشرق، بيروت، 2000، م، ص 40.

⁵ - مهدية هامل، علاقة تطور أشكال التضامن الاجتماعي بالحركات الجمعية بالجزائر، مجلة الانسان والمجتمع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة

تلمسان، ع 8، جوان 2014، ص 8

⁶ - سيد علي فاضلي، نظام عمل الجمعيات في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تحت اشراف لشهب حورية، جامعة محمد خيضر، كلية

الحقوق، 2008-2009، م، ص 15.

في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعا ولغرض غير مريح من أجل ترقية الأنشطة وتشجيعها لاسيما في مجال الاجتماعي والعملية والديني والتربوي والثقافي والرياضي والخيري. إلخ.¹

وقد تحتوي هذه المؤسسات على مرافق وبيوت وقاعات للتدريس وبيع المشروبات وتشغيل القاعات الكبرى لتقديم المحاضرات، وجعلها مقر لمختلف الجمعيات الرياضية والثقافية والفنية ومراكز للكشافة الإسلامية والصحافة الوطنية وملتقى لتمارز الأفكار وبث الوعي في صفوف الشباب.²

وتعني بالأساس الجمعيات هي التي تقوم على افراد مفكرين مثقفين لخدمة مبادئ سامية وغايات نبيلة فيها النهوض بالوطن وحياة الأمة وترقية المجتمع.³

وغرضها بصريح العبارة " ولتكن منكم أمة يدعون إلى الخير ويأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر وأولئك هم المفلحون".⁴

ومن خلال هذه التعاريف يمكن القول أن:

النوادي الجامعية: النوادي العلمية الجامعية، باختلاف المجتمعات والثقافة التنظيمية للجامعة الخاصة لها، فنجد تسميت نوادي الطلاب في جامعات دول المشرق والخليج العربي وتسمية College chls Stusterts.organigrtons وفي ولايات متحدة امريكية ورغم اختلاف التسميات يمكننا ضبط المفهوم بضوابط تنظيمية اذ تعرف النوادي العلمية الجامعية كتتنظيم على أنها مجتمع أنها مجتمع أو مجموعة معترف بها من قبل الجامعة تسير بنظام عضوية يتيح انخراط الطلاب الذين يمتلكون اهتمامات وأهدفا مشتركة، وفي الجزائر تمنح الجامعة تكويننا أكاديميا للطلبة كما توفر نواد علمية تعتبر فضاءات لتنمية المنافسة العلمية والفكرية وتوسيع المعارف، حيث تساهم هذه النوادي في إعداد الطالب للبحث العلمي كما تعتبر وسيلة لتنمية الفضول وروح اكتشاف والعمل الجماعي مما يجعلها سبيلا للتوسيع نطاق العلوم وتحقيق استمرارية العمل البيداغوجي داخل المؤسسات التعليمية، غير أن هذه النوادي لم تعرف اطارا تشريعي الا في 1989/04/05 عند صدور قرار التنظيم والذي ألغي بعدها لتصبح النوادي العلمية الجامعية تنشأ وفق الأطر القانونية والمفهوماتية التي حددها القرار رقم 44 الصادر عن وزارة التعليم العالي

¹ - الجريدة الرسمية، رقم 6/ 12، المؤرخة 18 صفر 1433 هـ - 12/ 01/ 2012، ص 02.

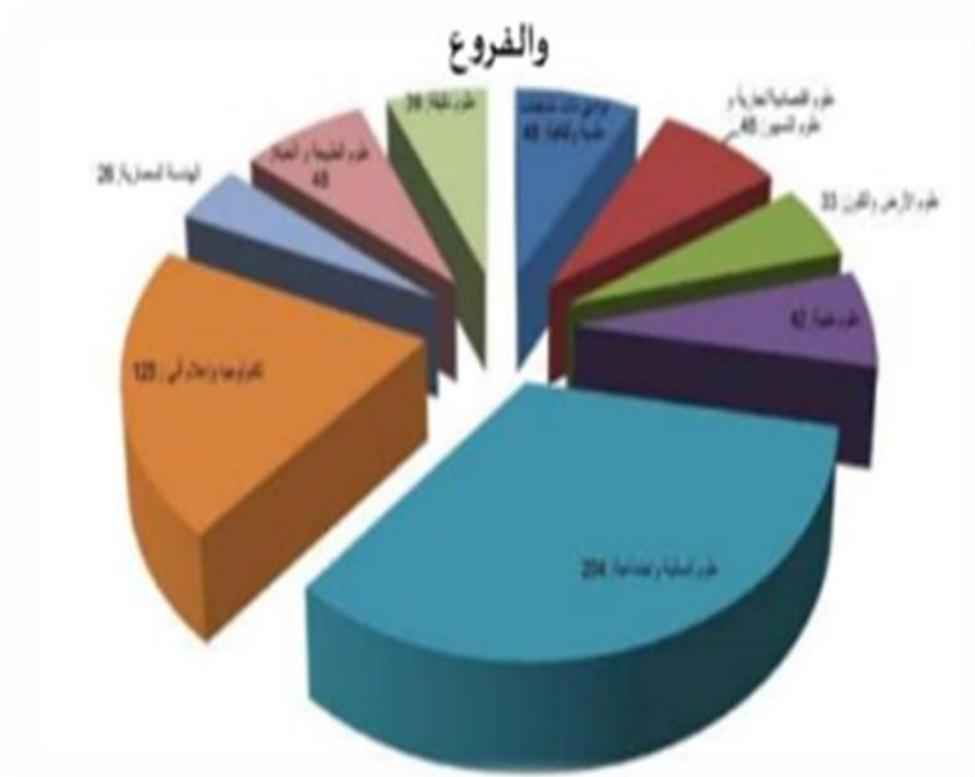
² - علي غنابزة، دراسات في تاريخ المقاومة الثقافية بالجزائر للحفاظ على الهوية الوطنية، ج 2، ط 1، منشورات دار الثقافة، الوادي، 2012م، ص 88.

³ - البصائر، سنة اولى، ع 1، 1935، ص 6.

⁴ - سورة ال عمران - الآية 130.

والبحث العلمي في 2019/01/13 والذي ينص في مادته الثانية على أن النوادي العلمية، تنشأ على مستوى مؤسسة التعليم العالي لغرض علمي أو ثقافي محدد من طرف الطلبة الذين يتابعون تكوين عالي بصفة منظمة. وبحسب دليل النوادي العلمية الصادرة عن وزارة التعليم العالي والبحث العلمي عام 2018، تتوزع النوادي بواقع 613، ناد موزعة على 487 ناد في المؤسسات الجامعية، و87 ناد بالمدارس العليا و39 نادي في المراكز الجامعية، أما حسب مجالات التخصص والفروع تتوزع.¹ حسب الشكل التالي:

الشكل رقم (01): يمثل توزيع النوادي العلمية حسب مجالات التخصص والفروع



المصدر: دليل النوادي الجامعية، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي الجزائر (02)

¹ - بن صويلح ليليا، بن عبد الاله، دور النوادي العلمية في تنمية الحس بالمسؤولية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعات الجزائرية، مجلة 13، ع2، جامعة 8 ماي، 1945، قلمة، 2022، ص 996_998.

A field study on a 'the rôle of scientific clubs in developing université student sense of social responsibility sample of Algerian universities students.

المطلب الثاني: الإطار القانوني للنوادي الجامعية الثقافية.

1 - التأسيس والشروط القانونية:

يتم تأسيس النوادي الجامعية الثقافية وفقا للقرار الوزاري رقم 44 المؤرخ في 13 يناير 2014 الذي يحدد شروط إنشائها وتنظيمها وسيرها داخل مؤسسات التعليم العالي ويجب: أن يتضمن التأسيس.¹ ما يلي:

تسمية النادي: مطابقة لموضوعه الثقافي.

الأهداف: تكون الأهداف الموسومة غير ربحية متوافقة مع القيم الوطنية والقوانين)

المقر: (محدد داخل الجامعة).

قائمة الأعضاء المؤسسين: طلبة مسلحين بالجامعة.

2- الهيكل التنظيمي:

- الجمعية العامة: تمثل جميع الأعضاء المنخرطين وتجتمع بشكل دوري أو استثنائي بطلب من الرئيس أو ثلثي الأعضاء.

- النظام الداخلي: يلزم كل نادي بوضع نظام داخليا يحدد حقوق الأعضاء وواجباتهم وآليات الانتخاب.

- المكتب المسير: ينتخب ديمقراطيا، ويتولى مهام التنظيم اليومي.

الالتزامات القانونية:

- الترخيص المسبق: ضرورة الحصول على موافقة إدارة الجامعة (المديرية الفرعية للأنشطة) لمزاولة أي نشاط داخل الحرم الجامعي أو خارجه.

- خطر الأنشطة السياسية: يمنع ممارسة أي نشاط ذي طابع سياسي أو نقابي.

- التمويل: يقتصر على التبرعات الرمزية من الجامعة مع حظر تلقي هبات خارجية.²

الإجراءات الإدارية:

- التقارير الدورية: إرسال الحصيلة شهرية / فصلية لأنشطة النادي إلى مصلحة الأنشطة العلمية.

¹ - وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، القانون الاساسي النموذجي للنوادي الجامعية، قرار 44، 13 / 1 / 2019، جامعة سعد دحلب، البلدة 1.

² - وزارة التعليم العالي، القانون الأساسي النموذجي للنوادي الطلابية، جامعة الجبالي بونعامة خميس مليانة.

- المحاضر والوثائق: حفظ محاضر الاجتماعات وبرامج الأنشطة، وتقديم نسخ الإدارة الجامعية
- العقوبات: يجوز لمدير الجامعة تجميد النادي في حالة مخالفة النظام الداخلي أو القوانين.

النشاطات المسموحة:

- الأنشطة الثقافية: تنظيم ملتقيات، ندوات، واصدار مطويات أو مجلات اعلامية.
- الشراكات: التعاون مع النوادي الأخرى داخل الجامعة أو خارجها بعد موافقة الإدارة.
- وبعد الالتزام بهذه البنود شرطا أساسيا لضمان الشرعية القانونية للنادي الثقافي الجامعي وفق التشريعات الجزائرية.

المطلب الثالث: دور النوادي الجامعية الثقافية في بناء الصورة المؤسسة.

تعد النوادي الجامعية الثقافية أحد أبرز الوسائط التي تعتمد عليها المؤسسات الجامعية لترسيخ صورتها الذهنية لدى جمهورها الداخلي والخارجي، فهي لا تكتفي بمجرد النشاط الثقافي، بل تتعداه إلى كونها وسيلة استراتيجية للتواصل المؤسسي، إذ تلعب دورا محوريا في إبراز هوية الجامعة، وقيمها، ورسالتها الأكاديمية والاجتماعية، ففضل ما تنظمه من تظاهرات وفعاليات تسهم هذه النوادي في بناء صورة إيجابية عن الجامعة تعكس انفتاحها على المحيط، وتفاعلها مع قضايا المجتمع، كما تبرز كفاءات في مختلف المجالات الفنية الأدبية والاعلامية اضافة إلى ذلك تعمل هذه النوادي على خلق تواصل فعال بين الطلبة والإدارة، مما يعزز مناخ الثقة والانتماء، ويساهم في دعم الصورة المؤسسية للجامعة لدى الرأي العام المحلي والوطني على حد سواء.¹

كما تعتبر النوادي الثقافية الجامعية من أبرز الفضاءات التي تسهم في بناء صورة الجامعة نظرا لدورها الحيوي في إبراز الجوانب من حياة الطالب الجامعي، لما تعكسه من حيوية وتفاعل داخل الوسط الجامعي وخارجه.

إبراز الجانب التربوي والثقافي للمؤسسة: وهنا تقوم النوادي الثقافية بدورهم في اظهار الطابع التربوي والثقافي للمؤسسة الجامعية، من خلال تنظيم فعاليات متنوعة مثل الندوات الفكرية، المعارض الفنية والأيام الدراسية، والتي تعكس أن الجامعة ليست فقط فضاءا للتحصيil العلمي، بل أيضا مكانا لصقل شخصية الطالب وتنمية وعيه وهنا تشير الباحثة فتيحة عبد العالي أن الأنشطة الثقافية تساهم في تحسين الصورة الذهنية المؤسسة الجامعية عبر اظهار اهتمامها بتكوين شامل للطلاب لا يقتصر على الجوانب الأكاديمية فقط بل يمتد إلى الرقمي بثقافته ووعيه المجتمعي.

¹ - عبد الكريم بن الطيب، الاتصال المؤسسي وصورة المؤسسة الجامعية في الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر، 2020، ص 135.

تشجيع الإبداع والتميز الطلابي: اذ توفر النوادي الثقافية بيئة محفزة للإبداع، إذ تتيح للطلبة فرصة التعبير عن قدراتهم ومواهبهم في مجالات متنوعة كالمرسح، الشعر، الفنون التشكيلية الإعلام الجامعي وهذا ينعكس إيجابا على صورة الجامعة كمؤسسة تخص المبدعين وتدعم طاقاتهم.¹

وتضيف فتيحة عبد العالي، أن المؤسسة الجامعية التي تنجح، ابراز طلبتها المتميزين والمبدعين من خلال الأندية والأنشطة الطلابية، تكتسب سمعة طيبة وتعزز من مكانتها داخل المجتمع.

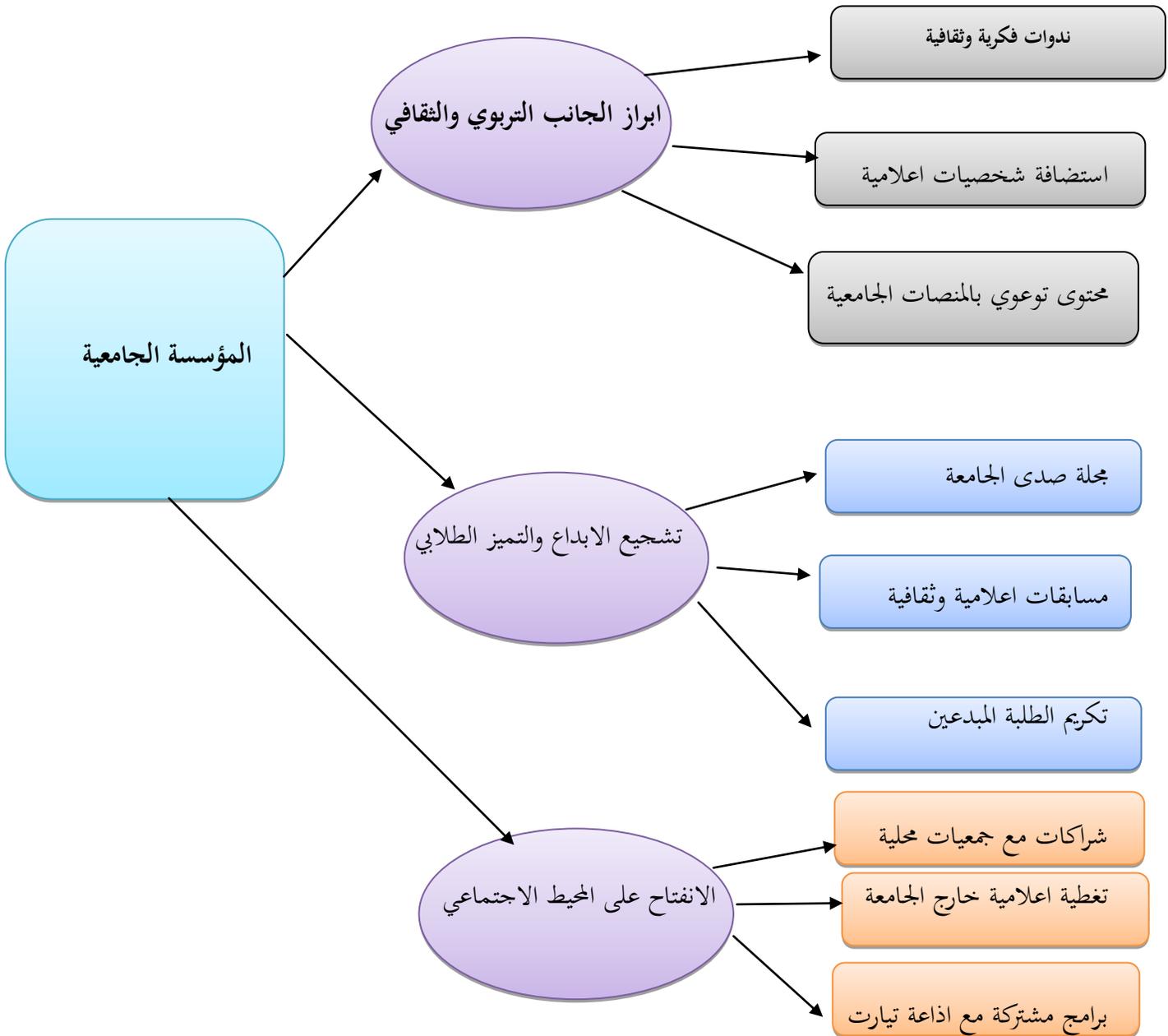
فتح الجامعة على محيطها الخارجي: تعد الأنشطة الثقافية وسيلة فعالة لربط الجامعة ببيئتها الخارجية حيث ساهم في بناء شراكات مع الجمعيات المحلية، وسائل الإسلام، والمؤسسات الثقافية من خلال تنظيم ملتقيات مفتوحة، واستضافة شخصيات ثقافية وفكرية وهنا أشارت الباحثة عبد العالي أيضا إلى أن التفاعل الثقافي بين الجامعة ومحيطها ينعكس ايجابا على صورتها المجتمعية ويعزز من حضورها كفاعل ثقافي وتربوي في المجتمع.

ومن هنا يمكن القول أن تجربة النادي الاعلامي بجامعة تيارت يبرز كيف يمكن لنادي طلابي ثقافي أن يسهم فعليا في تحسين صورة الجامعة عبر ابراز أبعادها الثقافية، دعم طاقها الطلابية، الا نفتح على المجتمع، وهو ما يتماشى مع ما ذهبت إليه الباحثة فتيحة عبد العالي، في دراستها حول التسويق الجامعي ودور الأنشطة الطلابية.²

¹ عبد العالي فتيحة، التسويق الجامعي ودور الأنشطة الطلابية، مجلة دراسات الإتصال، ع12، 2020، ص63-68.

² مرجع نفسه عبد العالي فتيحة، ص65_68.

الشكل رقم (02) : يوضح دور النوادي الجامعية في بناء الصورة الذهنية



خريطة ذهنية توضح دور النوادي الجامعية الثقافية في بناء صورة المؤسسة الجامعية نموذج النادي الاعلامي لجامعة تيارت من اعداد الطالبين بالاعتماد على الجامعي ودور الأنشطة الطلابية.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل، تبين أن النوادي الجامعية الثقافية ليست كيانات مستقلة بذاتها، بل تنسج خيوطها ضمن نسيج المجتمع المدني، وتستمد مشروعيتها من الأطر القانونية والتنظيمية المعتمدة داخل الجامعة. كما أوضح الفصل أن الجمعيات التطوعية تشكل رافداً حيويًا للنوادي من حيث المبادئ والأهداف، وهو ما يعكس تكاملاً في الأدوار بين المؤسستين.

وقد خلص الفصل إلى أن النوادي الجامعية تلعب دوراً مركزياً في دعم صورة المؤسسة الجامعية، سواء من خلال تنمية مهارات الطلبة، أو المساهمة في بناء جسور التواصل مع المجتمع، مما يجعل منها أداة فعالة في تجسيد الجامعة كمؤسسة منتجة وماندجة في محيطها.

الجانب التطبيقي

تمهيد:

يعتبر الإطار التطبيقي أحد الأعمدة الأساسية لمذكرة التخرج بحيث تعد عنصر حيوي يركز على تطبيق النظريات والمفاهيم في سياق الواقع، بحيث يبرز ذلك في تحقيقه حل مجموعة من المشاكل الواقعية، تحسين كفاءة البحث والباحث، تحويل النظريات لتطبيقات علمية.

1- التعريف بالمؤسسة:

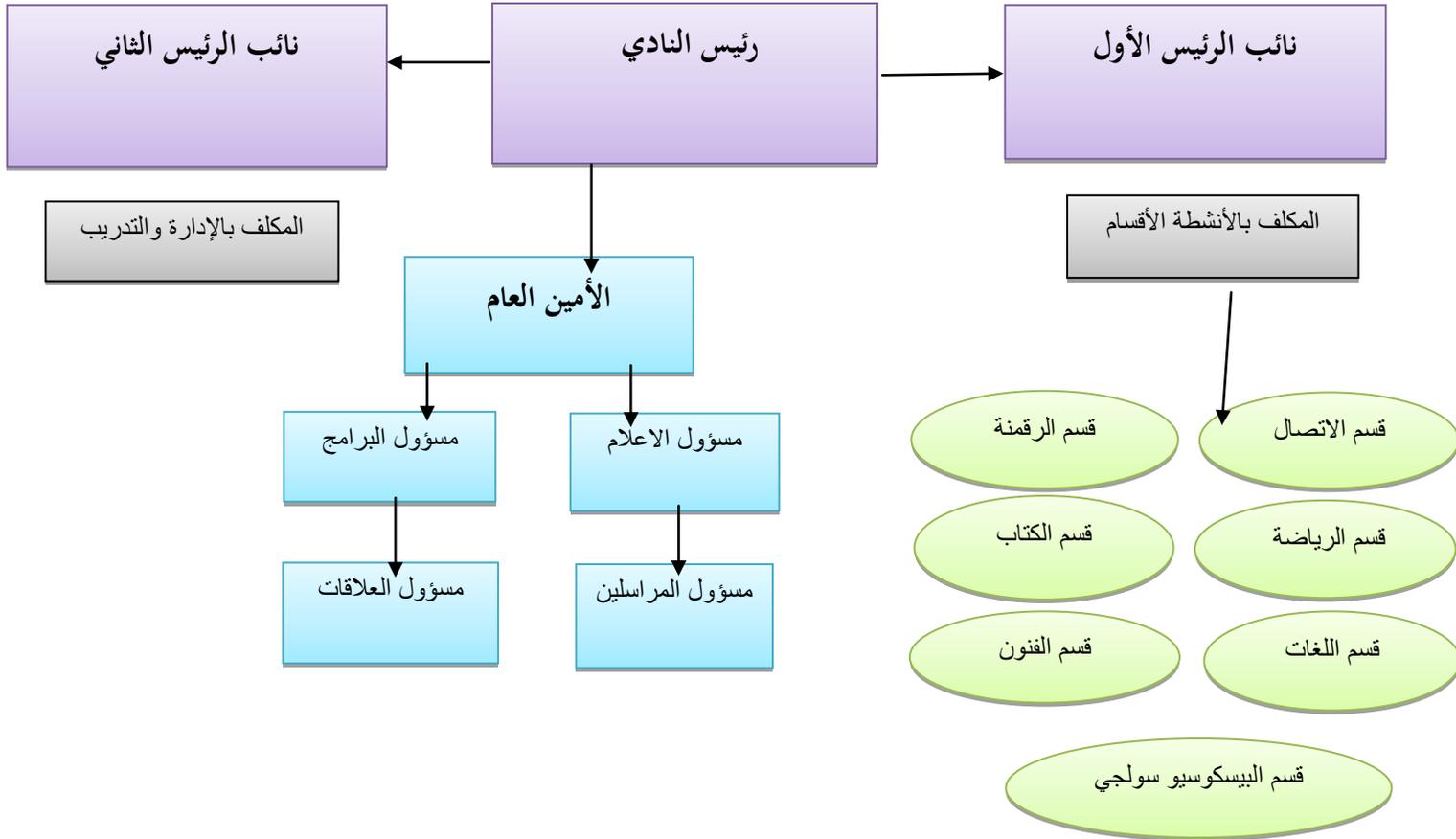
النادي الاعلامي تيهرت هو ناد علمي متخصص في الاعلام والاتصال بجامعة ابن خلدون في تيارت تحديدا بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات يهدف إلى خلق فضاء تكويني للطلبة المهتمين بمجال الاعلام والاتصال وابرار مهاراتهم وقدراتهم مؤسس النادي هو الطالب بوعزة فاروق، الذي بادر بفكرة تأسيس النادي بعد مشاركة الفكرة مع مجموعة من الطلبة المهتمين بمجال الاعلام، ثم تشكيل لجنة تأسيسية تضم طلبة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، وأغلبيتهم طلبة شعبة علوم الاعلام والاتصال.

تم عقد الجمعية العامة التأسيسية للنادي الاعلامي تيهرت بتاريخ 2021/12/09 في مكتبة قسم العلوم الانسانية، وتم خلالها تزكية المؤسس الطالب بوعزة فاروق رئيسا للنادي نظم النادي العديد من النشاطات والفعاليات، بما في ذلك، ورشات تكوينية، ملتقيات مناقشات ومسابقات وأنشطة تفاعلية أخرى تساعد الطلاب على تطوير مهاراتهم الاعلامية وتعزيز شبكتهم المهنية، كما شارك في تظاهرات ثقافية وعلمية محلية ووطنية ودولية.

ويعتبر النادي الاعلامي تيهرت منصة هامة لتعزيز الفهم والممارسة في مجال الاعلام والاتصال داخل جامعة ابن خلدون، ويسعى باستمرار لتقديم فرص تعليمية وتدريبية للطلاب المهتمين بهذا المجال.

2- الهيكل التنظيمي الخاص بالنادي الاعلامي تيهرت

الشكل رقم (03): الهيكل التنظيمي الخاص بالنادي الاعلامي تيهرت



بوعزة فاروق، عضو سابق في النادي (الرئيس السابق، جامعة تيارت 15 أبريل 2025)

3- دليل المقابلة:

المحور الأول: أنشطة النادي الإعلامي وفعاليته

1. ما هي أبرز الأنشطة التي ينظمها النادي الإعلامي داخل الكلية أو الجامعة؟
2. كيف يتم اختيار أعضاء النادي الإعلامي، وما هي المعايير المعتمدة؟
3. ما نوع المحتويات الإعلامية التي ينتجها النادي (فيديو، صور، تقارير، إلخ)؟
4. كيف تقيّمون دور النادي الإعلامي في تغطية النشاطات الأكاديمية والثقافية بجامعة تيارت؟
5. كيف تساهم تغطية النادي الإعلامي لجامعة تيارت في تشجيع الطلبة على المشاركة في الفعاليات؟

المحور الثاني: دور النادي الإعلامي في تعزيز صورة المؤسسة الجامعية

- 1- كيف يساهم النادي الإعلامي في إبراز صورة الكلية أو جامعة ابن خلدون إعلامياً؟
- 2- ما نوع الأنشطة أو التغطيات التي تترك تأثيراً إيجابياً على صورة المؤسسة الجامعية ابن خلدون؟
- 3- ما هي الوسائط أو المنصات الإعلامية التي يعتمدها النادي في إيصال محتواه؟
- 4- هل هناك تفاعل وتعاون بين النادي وإدارة الجامعة لتحقيق أهداف إعلامية مشتركة؟
- 5- ما هي اقتراحاتكم لتطوير دور النادي الإعلامي في دعم الصورة المؤسسية للجامعة؟

المحور الثالث: التحديات والآفاق المستقبلية

- 1- ما أبرز التحديات التي تواجهها أثناء ممارسة النشاط الإعلامي حول الجامعة داخل النادي؟
- 2- كيف يتم التعامل مع مشكلات نقص الإمكانيات (مادية، بشرية، تنظيمية)؟
- 3- ما رؤيتكم المستقبلية لتوسيع نشاط النادي وتطوير أدائه الإعلامي لدعم صورة المؤسس الجامعية ابن خلدون؟
- 4- هل لديكم مشاريع مستقبلية تهدف لتطوير أساليب التغطية الإعلامية حول نشاطات جامعة تيارت ابن خلدون؟
- 5- ما النصائح التي تقدمونها للنادي الجامعية الناشئة في المجال الإعلامي والتغطية الإعلامية للمؤسسة الجامعية بتيارت لضمان الاستمرارية والفعالية؟

الجدول رقم (1): يمثل السمات العامة للمبحوثين:

رقم المبحوث	الاسم اللقب	الجنس	التخصص	الخبرة	المهنة المكلف بها
01	بوعزة فاروق	ذكر	اتصال وعلاقات عامة	ادارة الفريق. التصوير الفوتوغرافي تصميم وانتاج. التحرير الاداري	مؤسس النادي والرئيس السابق
02	حمدي أمينة	أنثى	اتصال وعلاقات عامة	التصوير الفوتوغرافي التقديم التلفزيوني التصميم والمونتاج	نائب الرئيس الثاني المكلف بالأقسام سابقا
03	حمداوي عبد النور	ذكر	اتصال وعلاقات عامة	التصوير الفوتوغرافي المونتاج	عضو في خلية الاعلام
04	بن مستورة أسامة	ذكر	اتصال وعلاقات عامة	كل ماهوا متعلق بالإعلام	رئيس النادي حاليا
05	بدرانية وفاء ليندة	أنثى	تاريخ معاصر	كل ما يتعلق بالإعلام	عضو في النادي
06	سلامي رانية	أنثى	اتصال وعلاقات عامة	التصوير الفوتوغرافي ادارة التقديم	رئيسة قسم اللغات
07	سكين سميحة	أنثى	تاريخ حضارات قديمة	التقديم التلفزيوني التنشيط التصوير الفوتوغرافي	مسؤولة البرامج
08	بوغد وخلود	أنثى	اتصال وعلاقات عامة	التصوير الفوتوغرافي	مسؤولة المراسلين مسؤولة البرامج
09	قريش سارة	أنثى	علم النفس	تصميم مونتاج نشر فيديوهات	مسؤولة علم النفس
10	قويدر ابتسام	أنثى	اتصال وعلاقات عامة	التنشيط التقديم الاذاعي	الأمن العام

	والتلفزيوني التصوير				
عضو في النادي	كل ما يتعلق بالإسلام	اعلام واتصال وعلاقات عامة	أنثى	بن ساري أمينة	11
الأمين العام السابقة	التصوير الفوتوغرافي	اعلام واتصال وعلاقات عامة	أنثى	بلقاسم نريمان	12
مسؤول العلاقات العامة	تنظيم ملتقيات كل ما يتعلق بالاتصال	اعلام واتصال	ذكر	بوزيد خالد	13
عضو في النادي	التشريعات سبر الآراء	اعلام واتصال وعلاقات عامة	أنثى	عقيل أمال	14
مسؤولة قسم التكنولوجيا والاتصال	كل ما يخص الاعلام	اعلام واتصال وعلاقات عامة	أنثى	عدو وحيدة	15
مسؤول العلاقات سابقا ونائب الرئيس حاليا	كل ما يخص علاقات النادي داخل وخارج الجامعة	اعلام واتصال وعلاقات عامة	ذكر	قادم مصطفى	16
عضو بالنادي الاعلامي تيهرت	تصوير	تجارة كلية العلم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	ذكر	صفوان بن يحي خليل	17
عضو بالنادي الاعلامي	كل ما يخص الاعلام ونشاطات النادي	أولى علوم انسانية	أنثى	عثمان خالدية	18
عضو في النادي	كل ما يخص الاعلام والتنشيط التعليق الصوتي	أولى ماستر علم النفس	أنثى	شقلالة فتيحة	19
مسؤولة انضباط	كل ما يخص مراسلة	اولى علوم انسانية	أنثى	بن كاملة نعيمة	20

4- قراءة لجدول سمات العامة للمبحوثين:

يظهر الجدول تنوعاً واضحاً في عينة المقابلات من حيث الجنس، المؤهل العلمي، والوظيفة، حيث شملت العينة مسؤولين وإداريين في مؤسسات إعلامية وأكاديمية من الذكور والإناث. ويلاحظ أن المؤهلات العلمية للمشاركين متنوعة مع تخصصات مرتبطة بشكل مباشر بمجال الإعلام والاتصال. هذا التنوع في الخلفيات العلمية والوظيفية يعزز من مصداقية النتائج، ويمنح البحث قدرة على رصد وجهات نظر متعددة حول الموضوع المدروس. كما أن توثيق البيانات بدقة في الجدول (مثل العمر، الجنس الوظيفة، والمؤهل العلمي يسهل عملية التحليل، ويعطي صورة واضحة عن طبيعة العينة، مما ينعكس إيجاباً على جودة البحث وموضوعيته.

5- تعليق على الجدول السمات العامة للمبحوثين:

يعكس جدول السمات العامة تنوعاً معتبراً في خصائص عينة الدراسة، الأمر الذي يُعزز من صحة النتائج التي سيتم استخلاصها من المقابلات. فقد شملت العينة أفراداً من كلا الجنسين (ذكور وإناث)، ومن فئات عمرية ومهنية وتعليمية مختلفة، مما يمنح الدراسة رؤية متعددة الزوايا حول موضوعنا

- تفاوت في عدد الذكور والإناث:

- يشير التفاوت بين عدد الإناث والذكور في العينة إلى تفاعل أكبر من طرف الإناث مع موضوع الدراسة، ما قد يدل على اهتمامهن بالنوادي وانخراطهن بشكل أوسع في الأنشطة المرتبطة بها.

- التخصص والخلفية العلمية:

- أغلب المبحوثين ينتمون إلى مجالات ذات صلة بموضوع الدراسة، كالإعلام والعلوم الإنسانية والاجتماعية، وهذا يُعد مناسباً لطبيعة البحث، خصوصاً إذا كان يتناول دور الأندية الإعلامية أو التواصل المؤسسي في الجامعة.

- التنوع في الوضعية المهنية:

- الجدول يتضمن اختلاف المهن الاعضاء مما يساعد على قام كل عضو بأعماله حسب المهنة المخصصة له.

- التنظيم والتوثيق:

- تميز الجدول بتوثيق دقيق يتضمن رقم المقابلة، الاسم واللقب، الجنس، التخصص، المستوى التعليمي أو الوظيفة، والمكان المرتبط بالنشاط الجامعي. هذا التنظيم يُسهّل عملية التحليل والمراجعة، كما يُظهر حرصنا على الدقة والاحترافية في جمع البيانات.

خلاصة: يُظهر هذا الجدول اختيارًا منهجيًا جيدًا للعينة يراعي تنوع الخصائص الاجتماعية والتعليمية والمهنية، بما يخدم أهداف البحث ويُعزز مصداقيته. كما يُدلل على جدويتنا في توثيق كل مرحلة من مراحل جمع البيانات النوعية، مما يعتبر من مقومات البحث العلمي الجيد.

6- تحليل المقابلة:

المحور الأول: أنشطة النادي الاعلامي وفعاليته

- السؤال الأول: ماهي أبرز الانشطة التي ينظمها النادي الاعلامي داخل كلية او الجامعة؟

أسفرت نتائج المقابلات مع الباحثين عن تأكيد صحة الفرضيات الأساسية للدراسة، حيث أوضحت الإجابات أن النادي الإعلامي بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية يقوم بتغطية شاملة لمختلف الأنشطة العلمية والثقافية داخل الكلية، مما يدعم الفرضية الأولى التي نصت على أن النادي الإعلامي يساهم في تغطية نشاطات الكلية. كما بينت الإجابات أن النادي ينظم دورات، ملتقيات، وجلسات علمية، مما يساهم بشكل مباشر في تحسين صورة الكلية في الوسط الجامعي، وهو ما يدعم الفرضية الثانية المتعلقة بأثر الأنشطة الثقافية للنادي في تحسين صورة الكلية. إضافة إلى ذلك، فإن مشاركة النادي في تغطية مناسبات داخل وخارج الولاية، وتنظيم ملتقيات وطنية ودولية، ينعكس إيجاباً على صورة الجامعة ككل، مما يعزز الفرضية الثالثة.

ومقارنة هذه النتائج بالدراسات السابقة، يتضح تطابق كبير؛ إذ أظهرت دراسة ابن صويلح (2022) أن الأنشطة الطلابية داخل النوادي العلمية تنمي حس المسؤولية الاجتماعية لدى الطلبة، وهو ما بدا واضحاً في انخراط طلبة النادي الإعلامي في تغطية وتنظيم الفعاليات المختلفة. كما تتطابق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة المكاوي (2020)، التي أكدت أن ممارسة العمل التطوعي داخل الأندية الجامعية يساهم في رفع مستوى المبادرة والمسؤولية الاجتماعية ويعزز صورة المؤسسة الجامعية.

وتدعم هذه النتائج كذلك الإطار النظري المعتمد في الدراسة، والمتمثل في النظرية البنائية الوظيفية، حيث يبرز النادي الإعلامي كوحدة وظيفية داخل النظام الجامعي، يؤدي أدواراً أساسية تتكامل مع بقية مكونات المؤسسة، بما يخدم استمرارية الجامعة في أداء أدوارها الأكاديمية والاجتماعية. فأنشطة النادي الإعلامي تساهم في ترسيخ البنية الاجتماعية للمؤسسة الجامعية وتعزيز علاقتها بالطلبة والمجتمع، بما ينسجم مع المبادئ الأساسية للنظرية البنائية الوظيفية التي ترى أن لكل جزء من أجزاء المجتمع وظيفة أساسية تضمن بقاءه وتطوره. وبالتالي، يظهر من خلال التحليل أن هناك انسجاماً وترابطاً قوياً بين الفرضيات النظرية للدراسة، وواقع الممارسة الميدانية للنادي الإعلامي كما عكسته إجابات الباحثين، ومع ما أكدته الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة.

- السؤال الثاني: كيف يتم اختيار أعضاء النادي، وماهي المعايير المعتمدة؟

أسفرت نتائج إجابات المبحوثين حول سؤال ان النادي يعتمد أساسًا على الرغبة والميولات الشخصية للطلبة تجاه العمل الإعلامي، مع فتح المجال أمام جميع التخصصات والمواهب دون قيد أو شرط تخصصي. يتم الانضمام غالبًا بطريقة عفوية عبر ملء استمارة بسيطة، ويُعزز بقاء العضو وفعاليته من خلال استمراريته في المشاركة والالتزام بالأنشطة الميدانية للنادي.

تدعم هذه النتائج الفرضيات الأساسية للدراسة، إذ أن فتح المجال أمام الطلبة من مختلف التخصصات يساهم في زيادة حجم الأنشطة وتنوعها، مما ينعكس إيجابًا على صورة الكلية والجامعة معًا، وفقًا للفرضيات التي نصت على أن أنشطة النادي الإعلامي تساهم في دعم صورة المؤسسة الجامعية وتحسينها. كما أن اعتماد معايير مرنة ومشجعة في اختيار الأعضاء يضمن استمرارية تدفق الطاقات الجديدة للنادي، مما يدعم أداءه الإعلامي والاتصالي، وبالتالي يساهم في تعزيز الصورة العامة للكلية.

وتتطابق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة ابن صويلح ليلي بنية عبد الإله (2022)، التي أكدت أن الأنشطة الطلابية بالنادي العلمية تساهم في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الطلبة من خلال إشراكهم طوعيا في الأنشطة ذات الطابع الأكاديمي والاجتماعي. كما تلتقي مع نتائج دراسة المكاوي (2020) التي بينت أن العمل التطوعي الطلابي داخل الأندية يساهم في تعزيز انتماء الطلبة وتفاعلهم مع مؤسساتهم الجامعية، وهو ما يبدو جليًا في الطريقة التلقائية التي ينضم بها الطلبة للنادي الإعلامي بمختلف ميولاتهم.

من الناحية النظرية، تنسجم هذه النتائج مع الطرح الذي تقدمه النظرية البنائية الوظيفية، والتي ترى أن لكل جزء في المجتمع دورًا يؤديه لضمان تماسكه واستمراريته. فالنادي الإعلامي، بمرونته في استقطاب الأعضاء واعتماده على الدافعية الذاتية، يمثل وحدة وظيفية داخل النظام الجامعي، تساهم في تحقيق التوازن والاندماج الاجتماعي بين مختلف أطراف الحياة الجامعية، مما يؤدي إلى تعزيز استقرار المؤسسة الجامعية وتطورها.

وبذلك، يتضح وجود ترابط منطقي ومنهجي قوي بين معطيات الواقع الميداني لإجابات المبحوثين، والفرضيات النظرية للدراسة، ومضامين الدراسات السابقة، وكذا الإطار النظري المعتمد.

سؤال الثالث: ما نوع المحتويات الإعلامية التي ينتجها النادي (فيديوهات صور وتقارير الى اخره)؟.

أظهرت إجابات المبحوثين حول سؤال المقابلة الثالث المتعلق بأنواع المحتويات الإعلامية التي يُنتجها النادي الإعلامي، تنوعًا لافتًا يعكس طبيعة الأنشطة الإعلامية متعددة الأبعاد التي ينخرط فيها الطلبة داخل النادي. فقد

شملت هذه المحتويات البودكاست، الفيديوهات القصيرة والطويلة، الصور الفوتوغرافية، التصميمات الجرافيكية، التقارير، البثوث المباشرة، والبرامج الإذاعية والتلفزيونية، بالإضافة إلى تنظيم دورات تدريبية في مجالات الإعلام المختلفة. هذا الزخم في الإنتاج الإعلامي يؤكد صحة الفرضيات المعتمدة في الدراسة، حيث يُظهر أن النادي الإعلامي لا يقتصر على التغطية الخيرية لنشاطات الكلية فقط، بل يلعب دورًا محوريًا في تحسين صورتها وتعزيز حضورها داخل الجامعة وخارجها، من خلال محتوى يواكب الوسائط الحديثة ويلبي تطلعات جمهور متنوع. ويتمشى هذا الدور مع ما تؤكد عليه النظرية البنوية الوظيفية، التي ترى أن كل مكون داخل المؤسسة يؤدي وظيفة تساهم في تماسك الكل واستقراره؛ إذ إن النادي هنا يُمثل وحدة إعلامية نشطة تساهم في بناء الصورة الذهنية الإيجابية للجامعة.

كما أن هذه النتائج تنسجم مع ما خلصت إليه الدراسات السابقة، على غرار دراسة ليلي بني عبد الله حول دور الأندية العلمية في التنمية، ودراسة علي المكاوي المتعلقة بالعمل التطوعي، إلى جانب دراسات أجنبية أبرزت الأثر الإيجابي للأنشطة الطلابية المنظمة على صورة المؤسسات الجامعية، ومنها دراسة (2016) Raluca Lanka في مجال الاتصال، التي تؤكد أن النوادي الطلابية تمثل فضاءً فعّالاً للتدريب المهني وتعزيز الصورة المؤسسية. ومن ثمة، يمكن القول إن الإنتاج الإعلامي المتنوع للنادي الإعلامي بجامعة تيارت لا يُمثل مجرد نشاط طلابي عابر، بل هو ممارسة اتصالية ممنهجة تدرج ضمن استراتيجية غير مباشرة لتحسين صورة المؤسسة الجامعية وتعزيز مكانتها داخل المجتمع الأكاديمي.

سؤال الرابع: كيف تقيمون دور النادي الاعلامي في تغطيه نشاطات الاكاديمية والثقافية؟

في ضوء الإجابات المتعلقة بسؤال "كيف تقيمون دور النادي الاعلامي في تغطية النشاطات الأكاديمية والثقافية؟"، يتضح أن تقييم المستجوبين يتراوح بين الإشادة بالاحترافية والفعالية العالية، وبين التقدير الجيد للأداء مع بعض الملاحظات، وصولاً إلى اعتباره أفضل نادٍ إعلامي داخل الكلية. هذا التقييم العام يعكس مدى حضور النادي الإعلامي في المشهد الجامعي، ويعزز الفرضية الأولى التي مفادها أن النادي يقوم بتغطية نشاطات كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، كما يدعم الفرضيتين الثانية والثالثة اللتين تؤكدان على دور هذه التغطيات في تحسين صورة الكلية والتأثير الإيجابي على الانطباعات العامة عنها. ويتمشى هذا الطرح مع النظرية البنائية الوظيفية التي ترى أن المؤسسات تلعب أدوارًا تكاملية في بناء المنظومة الاجتماعية، حيث يظهر النادي الإعلامي كعنصر داعم لصورة المؤسسة الجامعية ومساهم في إنتاج التماسك والتكامل داخلها. كما تتقاطع هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسات

سابقة مثل دراسة ابن صويلح (ليلى بني عبد الله) وعلي المكاوي، التي أبرزت أهمية النوادي العلمية والتطوعية في دعم التنمية والهوية المؤسسية.

سؤال الخامس: كيف تساهم تغطية النادي الاعلامي في تشجيع الطلبة على المشاركة في الفعاليات؟

في ضوء النظرية البنائية الوظيفية التي تركز على دور المؤسسات في تحقيق التكامل الاجتماعي وتعزيز التفاعل داخل المجتمع الجامعي، يتضح من إجابات المشاركين على سؤال "كيف تساهم تغطية النادي الإعلامي في تشجيع الطلبة على المشاركة في الفعاليات؟" أن التغطية الإعلامية التي يقوم بها النادي تلعب دورًا فعالًا في تحفيز الطلبة. حيث أشار أغلبهم إلى أن المنشورات على الصفحة الرسمية، والفيديوهات التشويقية، والصور التي تُبرز التعاون بين الأعضاء، تخلق حالة من الانجذاب والرغبة في المشاركة. كما أن ارتداء الأعضاء لزي خاص بالنادي، والإعلانات المسبقة للفعاليات، يعززان من الحضور الطلابي ويشجعان على الانخراط. هذا ما يؤكد الفرضية التي مفادها أن تغطية النادي الإعلامي تساهم في تحفيز الطلبة على المشاركة، وتنسجم كذلك مع ما توصلت إليه دراسات سابقة مثل دراسة ليلي بني عبد الله حول النوادي العلمية، ودراسة علي المكاوي حول العمل التطوعي، بالإضافة إلى الدراسة الأجنبية لسنة 2019 حول أثر استراتيجيات التنظيم الإتصالي في تحفيز الفئة المستهدفة. وعليه، فإن التغطية الإعلامية تُمثل أداة فعالة في تحسين صورة الكلية وتعزيز روح المشاركة داخل الوسط الجامعي.

المحور الثاني: دور النادي الاعلامي في تعزيز صورة المؤسسة الجامعية

سؤال الأول: كيف يساهم النادي الاعلامي في إبراز صورة الكلية او الجامعة اعلاميا؟

تُظهر إجابات المشاركين في المقابلات حول سؤال "كيف يساهم النادي الإعلامي في إبراز صورة الكلية أو الجامعة إعلاميًا؟" وعيًا واضحًا بدور النادي في تحسين صورة المؤسسة الجامعية. فقد أشار بعضهم إلى أهمية التغطيات الميدانية للأنشطة خارج الولاية، ما يعكس الفرضية الأولى التي تنص على أن النادي الإعلامي يقوم بتغطية نشاطات كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. كما أكد آخرون أن مشاركة النادي في مختلف الأحداث، ونشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، يساهم في جذب انتباه الطلبة والجمهور الخارجي، مما يدعم الفرضية الثانية بشأن دور الأنشطة الثقافية في تحسين صورة الكلية. ويرتبط هذا الدور بنظرية البنائية الوظيفية التي ترى أن كل نشاط داخل المؤسسة يساهم في بنائها وتعزيز وظائفها، ومنها تحسين الصورة العامة. كما تنسجم هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسات سابقة مثل دراسة "ليلى بني عبد الله" حول دور النوادي العلمية في التنمية، ودراسة "علي المكاوي" حول العمل

التطوعي، حيث أكدت جميعها على الدور المحوري للنشاط الطلابي في دعم المؤسسات التربوية وتعزيز مكانتها داخل المجتمع.

سؤال الثاني: ما نوع الأنشطة او التغطيات التي تترك تأثيرا إيجابيا على صورة الجامعة؟

بناءً على الفرضيات المعتمدة والإطار النظري والدراسات السابقة، يتضح من تحليل إجابات السؤال السابع أن الأنشطة التي يغطيها النادي الإعلامي، مثل إحياء اليوم الوطني وتكريم المتفوقين، تترك أثراً إيجابياً واضحاً على صورة الجامعة. وهذه النتائج تعزز الفرضيات الثلاث التي تنطلق من دور النادي في تغطية الأنشطة الثقافية وأثرها الإيجابي في تحسين صورة الكلية. كما تنسجم مع النظرية البنائية الوظيفية، التي ترى في هذه التغطيات وظائف اجتماعية وثقافية تسهم في استقرار المؤسسة الجامعية وتعزيز ارتباط أفرادها بها. ويؤكد هذا أيضاً ما توصلت إليه دراسات سابقة، مثل دراسة ليلي بني عبد الله حول دور النوادي العلمية في التنمية، ودراسة علي المكاوي حول العمل التطوعي، والدراسة الأجنبية لسنة 2019 التي بينت أثر التنظيم الإعلامي على تحسين صورة المؤسسات، ما يثبت أن للنادي الإعلامي دوراً فعالاً في تشكيل صورة إيجابية للجامعة عبر أنشطته المختلفة.

سؤال الثالث: ماهي الوسائط او المنصات الإعلامية التي يعتمدها النادي في إيصال محتواه؟

تشير إجابات المشاركين حول الوسائط والمنصات الإعلامية التي يعتمدها النادي الإعلامي إلى تنوع الوسائل الرقمية المستخدمة في إيصال المحتوى، أبرزها فيسبوك، إنستغرام، يوتيوب، تيك توك، والموقع الرسمي للنادي. هذا التنوع في الوسائط يعكس وعياً لدى النادي بأهمية الإعلام الرقمي في بناء صورة إيجابية للكلية، وهو ما يتماشى مع الفرضية الأولى حول تغطية الأنشطة، والفرضية الثانية المتعلقة بأثر النشاط الثقافي في تحسين الصورة، والفرضية الثالثة التي تؤكد أن مجموع هذه الجهود ينعكس إيجابياً على تقييم صورة الجامعة. كما أن استخدام هذه الوسائط يحقق وظائف متعددة تفسرها النظرية البنائية الوظيفية، مثل التواصل، نقل القيم، وتعزيز الانتماء. وتدعم هذه النتيجة ما توصلت إليه الدراسات السابقة، لا سيما دراسة سنة 2019 التي بينت أهمية التنظيم الإعلامي في تحسين صورة المؤسسة، ودراسة 2016 التي ركزت على دور النوادي الطلابية في التواصل المهني، مما يؤكد أن الوسائط الحديثة أصبحت أدوات حيوية في تشكيل الانطباع العام عن المؤسسة الجامعية.

سؤال الرابع: هل هناك تفاعل وتعاون بين النادي وإدارة الجامعة لتحقيق اهداف إعلامية مشتركة؟

تعكس إجابات الباحثين حول وجود تفاعل وتعاون بين النادي الإعلامي وإدارة الجامعة تحقيقًا جزئيًا للفرضيات، خاصة الفرضية الثالثة التي تؤكد أن مجموع الأنشطة المنظمة ينعكس إيجابًا على صورة الجامعة. حيث أشار أغلب المشاركين إلى وجود تعاون وتفاعل كبير بين الطرفين، سواء من خلال الدعم المادي أو المعنوي، مما يدل على وعي الإدارة بأهمية الدور الذي يلعبه النادي في تحسين الصورة المؤسسية. ومع ذلك، عبّر البعض عن أن هذا التعاون لا يزال غير كافٍ أو محدودًا فقط بالمناسبات، ما يشير إلى وجود فجوة في التكامل المؤسسي. من منظور النظرية البنائية الوظيفية، فإن هذا التفاعل يمثل وظيفة تنظيمية تعزز استقرار المؤسسة وتناغم أدوارها الداخلية، لكنه يحتاج إلى مزيد من التفعيل المستدام لضمان تحقيق أهداف الاتصال المؤسسي بشكل فعال. وتدعم هذه المعطيات نتائج الدراسات السابقة، لا سيما دراسة علي المكاوي التي ناقشت أهمية العمل التطوعي كجزء من العملية التنموية داخل المؤسسات، ودراسة ليلي بني عبد الله التي أبرزت دور النوادي العلمية في دعم أهداف المؤسسة، ما يؤكد أن وجود شراكة وتفاعل دائم بين الأندية والإدارة هو عامل أساسي في ترسيخ صورة إيجابية للجامعة لدى جمهورها الداخلي والخارجي.

سؤال الخامس: ماهي اقتراحاتكم لتطوير دور النادي الاعلامي في دعم صورة المؤسسة للجامعة؟

تُظهر إجابات الباحثين حول سؤال المقابلة رقم 05 وعيًا متزايدًا بأهمية تطوير دور النادي الإعلامي في دعم الصورة المؤسسية للجامعة، حيث برزت اقتراحات متنوعة مثل إطلاق البودكاست، زيادة الإنتاج الإعلامي، الخروج إلى ولايات مجاورة، والحفاظ على استمرارية أعضاء النادي، إضافة إلى المطالبة بدعم إداري ومادي من الجامعة. هذه المقترحات تنسجم مع الفرضيات التي انطلقت منها الدراسة، وأبرزها أن تغطية النادي الإعلامي لنشاطات الكلية تسهم في تعزيز صورتها، وأن الأنشطة الثقافية المنظمة تنعكس إيجابيًا على التقييم العام لصورة المؤسسة الجامعية. ويمكن تفسير هذه المخرجات في ضوء النظرية البنائية الوظيفية التي ترى أن كل مكون في المنظومة الجامعية - كالنادي الإعلامي - يؤدي وظيفة اجتماعية تسهم في استقرار النظام وتماسكه. كما تؤكد هذه النتائج ما ذهبت إليه دراسات سابقة، منها دراسة "ليلى بني عبد الله" التي أبرزت دور النوادي العلمية في التنمية، ودراسة "علي المكاوي" التي تناولت أهمية الممارسة التطوعية، إضافة إلى دراسات أجنبية أشارت إلى أثر الأنشطة الطلابية في تعزيز التواصل المؤسسي، مثل دراسة "Raluca Lanka" حول ممارسات الأندية في الاتصال المؤسسي سنة 2016. بذلك، يتجلى من خلال

إجابات المبحوثين إدراكهم لوظيفة النادي الإعلامي كمكوّن فاعل في تحسين صورة الجامعة، شريطة تعزيز الدعم والاستمرارية.

المحور الثالث: التحديات والآفاق المستقبلية.

سؤال الأول: ما أبرز التحديات التي توجهونها أثناء ممارسة النشاط الاعلامي داخل النادي؟

من خلال إجابات المشاركين على السؤال المتعلق بالتحديات التي تواجههم أثناء ممارسة النشاط الإعلامي داخل النادي، يتضح أن أبرز العوائق تمثلت في ضعف التنسيق الداخلي، ونقص المعدات، واعتماد الأعضاء على إمكانياتهم الخاصة، إلى جانب غياب مقر ثابت للنادي. هذه التحديات تُضعف من قدرة النادي الإعلامي على تحقيق الفرضية الأولى التي تفترض قيامه بتغطية نشاطات كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بشكل فعال، كما تُقيد أثر الأنشطة في تحسين صورة الكلية، كما ورد في الفرضية الثانية. وتؤكد هذه المعوقات أن فعالية الأنشطة، رغم طابعها الثقافي والإعلامي الإيجابي، لا تنعكس بالكامل على صورة المؤسسة الجامعية بسبب غياب الدعم التنظيمي والمؤسسي. ووفقاً للنظرية البنائية الوظيفية التي تعتمد على تكامل الأدوار داخل المؤسسة لتحقيق التوازن، فإن هذه الفجوات التنظيمية تحد من قدرة النادي على أداء دوره البنائي والإعلامي. وتنسجم هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة ليلي ابن صويلح حول التحديات البنوية التي تواجه النوادي العلمية، وكذلك مع دراسة علي المكاوي التي أشارت إلى الصعوبات التي تعترض العمل التطوعي، وأخيراً الدراسة الأجنبية (2019) التي بيّنت أثر ضعف التنظيم على فعالية الأندية داخل المؤسسات الأكاديمية.

سؤال الثاني: كيف يتم التعامل مع مشكلات نقص الإمكانيات (المادية والبشرية والتنظيمية؟

بالاعتماد على الفرضيات التي بنيت عليها الدراسة، خاصة تلك المتعلقة بتأثير الأنشطة الثقافية والإعلامية للنادي في تحسين صورة الكلية، وبالرجوع إلى النظرية البنوية الوظيفية التي تفسر كيفية تكيف الأفراد والمؤسسات مع التحديات لتحقيق الاستمرارية والتكامل، يتضح من إجابات المشاركين على سؤال 2 أن النادي الإعلامي يواجه مشكلات مادية وبشرية وتنظيمية من خلال حلول تعاونية وذاتية. حيث أشار بعضهم إلى جمع الأموال بين الأعضاء، أو المساهمة من المال الخاص، إلى جانب تنظيم دورات تكوينية لتطوير الأداء. هذه الممارسات تدل على تفعيل البنية الداخلية للنادي بما يخدم وظائفه الأساسية، ويعزز صورته النشطة داخل الكلية، ما ينعكس إيجاباً على صورة المؤسسة الجامعية. ويتقاطع هذا التحليل مع ما جاء في دراسة ليلي بني عبد الله حول دور النوادي العلمية في التنمية، وكذلك

دراسة علي المكاوي حول الممارسة التطوعية، حيث أبرزت أهمية المبادرات الفردية والجماعية في سد الثغرات التنظيمية، إلى جانب ما أشارت إليه دراسات أجنبية مثل دراسة (Raluca Lanka (2016 حول الدور المهني والتواصل للنادي في دعم صورة المؤسسة.

سؤال الثالث: ما رؤيتكم المستقبلية لتوسيع نشاط النادي وتطوير ادائه الاعلامي؟

يتضح من إجابات الباحثين أن هناك طموحات واضحة لتوسيع نشاط النادي الإعلامي وتطوير أدائه، وهو ما يتوافق بشكل مباشر مع الفرضية الثالثة التي تنص على أن "مجموع الأنشطة التي ينظمها النادي تنعكس إيجاباً على تقييم صورة الكلية". وقد عبّر المشاركون عن رغبتهم في فتح قناة إعلامية دائمة، واستمرار الأعضاء داخل النادي، وتمكينهم من إبراز مواهبهم، وهي مؤشرات تدل على وعي إعلامي متقدم يسعى لتوسيع دائرة التأثير والوصول إلى جمهور أوسع.

هذا التوجه يتماشى أيضاً مع النظرية البنائية الوظيفية التي تؤكد على أن كل عنصر في المجتمع، بما في ذلك النوادي الإعلامية، يؤدي وظيفة معينة تساهم في الحفاظ على استقرار وتطور المنظومة ككل. فالنادي هنا لا يؤدي دوراً ترفيهياً فقط، بل يتطور ليصبح وسيلة للتأثير المجتمعي وتشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة الجامعية.

كما نجد صدى لهذا الطموح في الدراسات السابقة مثل دراسة ابن صويلح ليلي بني عبد الله حول دور النوادي العلمية في التنمية، حيث تؤكد على أن النوادي تساهم في بناء القدرات وتوسيع الأفق لدى الطلبة. وبالمثل، أشارت دراسة (Raluca Lanka (2016 إلى أن الأندية الطلابية الناجحة هي التي تتبنى رؤية إستراتيجية وتمتلك أدوات إعلامية تمكنها من التوسع داخل وخارج الجامعة. من هنا، فإن الإجابات على سؤال رقم ثالث تكشف عن رؤية مستقبلية طموحة تتكامل مع البنية النظرية للدراسة وتعكس مصداقية الفرضيات، خصوصاً من حيث رغبة النادي في التوسع نحو الإعلام المرئي، والتغلب على الصعوبات المادية والمعنوية، والوصول إلى الجامعات الأخرى بل وحتى ولايات مختلفة.

سؤال الرابع: هل لديكم مشاريع مستقبلية تهدف لتطوير اساليب التغطية الإعلامية؟

في ضوء الإجابات المقدمة عن سؤال المقابلة رقم 4" هل لديكم مشاريع مستقبلية تهدف إلى تطوير أساليب التغطية الإعلامية؟"، برزت مجموعة من التوجهات والطموحات التي عكست وعي الباحثين بأهمية تطوير أداء النادي الإعلامي وتوسيع مجاله الوظيفي. حيث تضمنت أبرز الإجابات: السعي نحو إنشاء قناة إعلامية خاصة بالنادي، فتح استوديو للتصوير والإنتاج، التفكير في تحويل النادي إلى كيان إعلامي يتجاوز أسوار الجامعة، تجميع الأعضاء القدامى بهدف الاستفادة من خبراتهم، وخلق صورة إيجابية عن النادي في الأوساط الجامعية والخارجية. في المقابل، أشار بعض الباحثين إلى غياب مشاريع مستقبلية واضحة، ما يدل على تفاوت في الرؤية والتخطيط داخل النادي.

تدعم هذه المعطيات الفرضيات الثلاث المعتمدة في الدراسة. فمن خلال سعي النادي إلى تطوير أدوات التغطية الإعلامية، يتأكد دوره الحيوي في تغطية نشاطات كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية (الفرضية الأولى). كما أن المشاريع المستقبلية التي تهدف إلى الانفتاح على المحيط الخارجي تساهم في تحسين صورة الكلية وتعزيز حضورها الإعلامي، وهو ما ينسجم مع الفرضية الثانية. أما الفرضية الثالثة، والتي تشير إلى أن مجموع الأنشطة المنظمة من طرف النادي تنعكس إيجاباً على تقييم صورة المؤسسة الجامعية، فيمكن ربطها بطموحات الاستمرارية التي عبر عنها الباحثون، خصوصاً تلك المتعلقة بربط الجيل الجديد من الأعضاء بالقدامى، ما يدل على حرص على بناء ذاكرة مؤسسية إعلامية طويلة المدى، تُسهم في ترسيخ صورة إيجابية عن الجامعة لدى جمهورها الداخلي والخارجي.

من الناحية النظرية، تتقاطع هذه المعطيات مع ما طرحه النظرية البنوية الوظيفية، حيث يُنظر إلى النادي الإعلامي كعنصر وظيفي ضمن بنية المؤسسة الجامعية، يسعى إلى أداء أدوار متكاملة تواكب حاجات المجتمع الجامعي، من خلال تحقيق التماسك الداخلي (بناء فريق متكامل بين الأعضاء القدامى والجدد) والانفتاح الخارجي (نقل صورة المؤسسة إلى خارج الجامعة). هذه الأدوار تؤكد الوظيفة الاتصالية والثقافية للنادي كوسيلة لتحقيق الانسجام البنائي والتوازن الوظيفي داخل النظام الجامعي.

أما فيما يخص الدراسات السابقة، فإن ما ورد في دراسة ليلي بني عبد الله حول دور النوادي العلمية في التنمية، ينسجم مع ما طُرح من أفكار حول تطوير النادي، باعتباره رافداً أساسياً في دعم التنمية الثقافية والإعلامية داخل الحرم الجامعي. كما يتقاطع محتوى الإجابات مع ما أكدته دراسة علي المكاوي حول العمل التطوعي، إذ تعكس رغبة الباحثين في إشراك الأعضاء القدامى روح العمل التطوعي والتشاركي بين أجيال الطلبة. وتؤكد كذلك الدراسة

الأجنبية المعنونة بـ: Examination of the Impact of Student Clubs (2019)، بأن الأندية الطلابية النشطة قادرة على إحداث تأثير تنظيمي واتصالي حقيقي على صورة المؤسسة لدى الرأي العام، وهو ما يتجسد في طموح الباحثين بإنشاء قناة إعلامية مستقلة.

بناءً على ما سبق، يتضح أن إجابات الباحثين حول المشاريع المستقبلية للنادي الإعلامي تدعم الطرح النظري والفرضيات الأساسية للدراسة، كما تعكس درجة من النضج والوعي بأهمية الدور الإعلامي للنادي في بناء صورة إيجابية ومستدامة للمؤسسة الجامعية.

سؤال الخامس: ما النصائح التي تقدمونها للنادي الناشئة في المجال الإعلامي لضمان الاستمرارية والفعالية.

من خلال تحليل إجابات المستجوبين على السؤال الخامس من المقابلة "النصائح التي تقدمونها للنادي الناشئة في المجال الإعلامي لضمان الاستمرارية والفعالية؟"، يظهر وعي ملحوظ لدى الطلبة بأهمية مجموعة من المبادئ التنظيمية التي تضمن نجاح العمل الإعلامي داخل الأندية الجامعية، والتي تنسجم بدورها مع الفرضيات الثلاث المعتمدة في هذه الدراسة. فقد شدد معظم المشاركين على ضرورة اختيار رئيس وأعضاء النادي من ذوي الكفاءة والتخصص في مجال الإعلام، وهو ما يدعم الفرضية الأولى التي ترى أن النادي الإعلامي يقوم بتغطية نشاطات كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية؛ إذ لا يمكن تحقيق تغطية إعلامية ناجحة دون طاقم مؤهل ومتمكن من أدوات العمل الإعلامي. كما أن التعاون بين الأعضاء، والتنسيق بين الطلبة القدامى والجدد، والعمل بروح الفريق، تُعدّ من العوامل التي تضمن إنتاج أنشطة ثقافية وإعلامية نوعية، ما يعزز الفرضية الثانية المتعلقة بدور الأنشطة في تحسين صورة الكلية. أما الفرضية الثالثة، التي تشير إلى أن مجموع أنشطة النادي تنعكس إيجاباً على تقييم صورة الجامعة، فتتجلى من خلال إصرار الطلبة على مواجهة التحديات وتجاوز العراقيل التقنية واللوجستية، والاستفادة من النقد البناء لتطوير الأداء، وهي ممارسات تعكس نضجاً تنظيمياً يُسهم في تحسين صورة المؤسسة الجامعية ككل.

يتقاطع هذا التحليل مع معطيات النظرية البنوية الوظيفية، والتي تفترض أن كل وحدة داخل المؤسسة تؤدي وظيفة معينة تضمن تماسك النظام الاجتماعي واستمراره؛ فالنادي الإعلامي هنا يُعد وحدة بنوية تؤدي وظيفة نقل الصورة الإيجابية للمؤسسة الجامعية إلى داخلها وخارجها. ويؤدي حسن اختيار الأفراد، وتنظيم العمل، وتوزيع الأدوار، وتجاوز العراقيل، إلى أداء هذه الوظيفة بفعالية، مما يعكس التوازن والاستقرار داخل النظام الجامعي.

كما تتوافق نتائج هذا التحليل مع أهم ما ورد في الدراسات السابقة، مثل دراسة ليلي بني عبد الله التي أبرزت أهمية التخصص في أداء الأندية العلمية لأدوارها التنموية، ودراسة علي المكاوي التي تناولت أهمية العمل التطوعي ضمن فرق منسجمة، بالإضافة إلى الدراسات الأجنبية التي شددت على أهمية القيادة الفعالة، وروح الفريق، وتكافؤ الفرص داخل الأندية الطلابية. عليه، فإن هذه النصائح والممارسات التي عبّر عنها الطلبة لا تعزز فقط فرضيات الدراسة النظرية، بل تؤكد أيضًا نتائج الدراسات السابقة وتُبرز الانسجام بين المعطى الميداني والبناء النظري للدراسة.

تمهيد لاستطلاع الرأي

في إطار إنجاز مذكرة لنيل شهادة الماستر بعنوان اسهام النوادي الجامعية الثقافية في دعم صورة المؤسسة الجامعية النادي الاعلامي تيهرت نموذجاً قمنا بإجراء هذه المقابلات بهدف جمع معطيات ميدانية تساعد في فهم دور النادي الاعلامي في تعزيز صورة الجامعة، أرجوا منكم التفاعل بصراحة، مع التأكيد على أن معطيات تستخدم لأغراض علمية وتحاط بالسرية التامة.

- دليل استطلاع الرأي :

- 1- كيف تعرفت على النادي الاعلامي تيهرت؟
- 2- هل سبق لك المشاركة في أنشطة النادي؟
- 3- برأيك هل يساهم النادي الاعلامي تيهرت في تحسين صورة الجامعة؟ ولماذا؟
- 4- ما الذي تقترحه لتحسين أداء النادي الاعلامي وتطوير أنشطته؟

جدول رقم (02): يمثل توزيع المبحوثين حسب الفئة: طلبة / أساتذة

الفئة	العدد	النسبة المئوية
الطلبة	46	%92
الأساتذة	4	%8
المجموع	50	%100

من اعداد الطالبين بناءا على استطلاعات الراي الجمهور حول ما يقوم به النادي لدعم صورة المؤسسة

8- تحليل استطلاع الراي موجهة لطلبة واساتذة جامعة ابن خلدون تيارت:

السؤال الأول: كيف تعرفت عن النادي الإعلامي تيهرت؟

تعرف أغلب الطلبة على النادي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي (خاصة الفاييسبوك).

كما أدلى بعض المشاركين أنهم قد تعرفوا على من خلال زملائهم أو من خلال حضورهم لأنشطة نظمت:

داخل الكلية بحيث أفاد الطالب سنة ثانية علوم الإعلام والاتصال أنه:

تعرف عليه من خلال صفحة الفاييسبوك خاصة بالكلية التي كانت تنشر أنشطته.

أخبرني زميلي الذي كان عضوا فيه وشاركني صورا من نشاطاتهم كما أفاد طالب سنة أولى علوم إنسانية

واجتماعية)

السؤال الثاني: هل سبق لك المشاركة في أنشطة النادي؟

نسبة من المبحوثين أكدت مشاركتها في نشاط واحد على الأقل مثل التغطيات الإعلامية أو الندوات أو اعداد

تقارير مصورة.

وبعض المشاركين أبدوا رغبتهم في المشاركة لكن لم تتوفر الفرصة أو لم يدعوا.

عدد قليل لم يسبق له المشاركة لأي سبب (عدم المعرفة التردد الانشغال أو لم يرغب من الاساس لأنه لا يبدي

اهتمام لهذه النشاطات، أي شاركت في تغطية معرض الكتاب الذي أضاف وزيادة وعي الطلبة كما صرح طلبة سنة

ثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة بأهمية الكتاب والبحث العلمي، وأدلى طالب سنة أولى أنه كانت له الرغبة في

المشاركة ولكن لا أعرف كيف يمكنني الانضمام أو التواصل معهم.

السؤال الثالث: برأيك هل يساهم النادي الإعلامي في تحسين صورة الجامعة؟ ولماذا؟

أغلبية المبحوثين يرون أن لنادي دورا مهما في إبراز صورة إيجابية عن الجامعة من خلال التغطية الإعلامية

والنشاط التواصلي.

والبعض أشار إلى أن الأنشطة ماتزال محدودة، لكن ما يتم انجازه بحسب النادي والقلة اعتبرت أن التأثير ما يزال

ضعيفاً بسبب نقص الدعم والتنظيم وامكانيات المقدمة من الجامعة

وصرح لنا أستاذ (د. بلقاسم بن عودة وآخرون) في جامعة نعم لأن النادي يسلط الضوء على الانجازات والمبادرات وهذا ما يعزز صورة الجامعة لدى الطلبة وخارجها وأكد طالب في سنة ثانية اعلام واتصال على أن النادي يساهم ولكن يحتاج للاحترافية أكثر في تقديم والمعالجة الاعلامية.

السؤال الرابع: ما الذي تقترحه لتحسين أداء النادي الإعلامي وتطوير أنشطته؟

أغلب المبحوثين اقترحوا إشراك مختصين في الإعلام من داخل الجامعة وخارجها لتدريب الطلبة.

والبعض الآخر طالبت بدعم مالي وإداري من الكلية وتوفير تجهيزات تقنية.

والبعض الآخر طالب بتنظيم ورشات استقطاب الطلبة الموهوبين وتوسيع التغطيات لتشمل مختلف الأقسام.

والبعض أكد على تدعيم النادي بالنشاطات تطبيقية لدعم الموهوبين وتقديم مقرر رسمي للقيام بنشاط النادي.

ومن بين اقتراحات الطلبة احالة رئيس النادي من رئاسة النادي ولكن كانت بنسبة ضئيلة.

اقتباسات نموذجية:

يجب أن تتعاون الإدارة أكثر مع النادي وتوفر له الأدوات اللازمة مثل الكاميرات وأجهزة الصوت.

اقترح دعوة اعلاميين محترفين لتأطير الطلبة، مما يعزز جودة العمل (أستاذ محاضر).

الخلاصة العامة:

من خلال تحليل من هذه الأسئلة يمكن القول أن هناك وعيا بأهمية النوادي الاعلامية وخاصة النادي الإعلامي في دعم صورة الجامعة، خاصة في ظل اعتماده على الطلبة والمبادرات التطوعية رغم وجود بعض التحديات مثل نقص الدعم أو ضعف الانخراط الا أن المقترحات الواردة تعبر عن رغبة واضحة في تطوير الأداء وتوسيع أثر النادي، مما يجعله عنصرا فعالا في بناء صورة ايجابية للمؤسسة الجامعية.

9- مناقشة الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة ودليل المقابلة:

الفرضية الأولى: "النادي الإعلامي يساهم في تغطية نشاطات كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية."

تحليل ومناقشة: أكدت نتائج المقابلات أن النادي الإعلامي بجامعة تيارت يقوم بتغطية واسعة لمجمل النشاطات الأكاديمية والثقافية داخل الكلية. وقد أشار المبحوثون إلى أن النادي ينظم فعاليات متنوعة ويواكبها بمحتوى إعلامي ميداني يعكس فعاليته في أداء هذا الدور. كما أن طريقة اختيار الأعضاء ومرونتها ساهمت في توسيع قاعدة المشاركة.

الأسئلة التي تستخدم هذه الفرضية:

السؤال الأول: ما هي أبرز الأنشطة التي ينظمها النادي الإعلامي داخل الكلية أو الجامعة؟

السؤال الثاني: كيف يتم اختيار أعضاء النادي الإعلامي؟ وما هي المعايير المعتمدة؟

السؤال الثالث: ما نوع المحتويات الإعلامية التي ينتجها النادي؟

السؤال السادس: كيف يساهم النادي الإعلامي في إبراز صورة الكلية أو الجامعة إعلامياً؟ (جزئياً أيضاً يخدم

الفرضية الأولى)

السؤال الخامس عشر: ما النصائح التي تقدمونها للوادي الناشئة في المجال الإعلامي؟ (يُظهر أهمية التغطية

الإعلامية)

الفرضية الثانية: الأنشطة الثقافية والإعلامية التي ينظمها النادي تساهم في تحسين صورة الكلية

تحليل ومناقشة: بيّنت المقابلات أن للنادي الإعلامي دوراً فعالاً في تحسين الصورة الذهنية للكلية من خلال

الأنشطة الثقافية والمرئية والمسموعة التي ينتجها، إضافة إلى مشاركته في فعاليات نوعية مثل تكريم المتفوقين، وتنظيم المنتديات. كما أشار المستجوبون إلى أن هذه الأنشطة تخلق جواً من التفاعل والانتماء يعكس صورة إيجابية عن الكلية لدى الطلبة والجمهور.

الأسئلة التي تستخدم هذه الفرضية:

السؤال 1، 2، 3: (كما ذكر أعلاه لأنها ترتبط بجودة الأنشطة)

السؤال 4: كيف تقيّمون دور النادي الإعلامي في تغطية النشاطات الأكاديمية والثقافية؟

السؤال 5: كيف تساهم تغطية النادي الإعلامي في تشجيع الطلبة على المشاركة؟

السؤال 6، 7، 8: (تتعلق بآثار الأنشطة الثقافية على الصورة)

السؤال 15: ما النصائح للنادي الناشئة لضمان الاستمرارية والفعالية؟

الفرضية الثالثة: مجموع الأنشطة التي ينظمها النادي تنعكس إيجابًا على تقييم صورة الجامعة ككل.

تحليل ومناقشة: أظهرت البيانات أن أثر أنشطة النادي لا يقتصر فقط على الكلية، بل يتجاوزها ليصل إلى صورة الجامعة في المجتمع المحلي والوطني. دعم الإدارة، التغطيات خارج الولاية، والتفاعل عبر المنصات الرقمية، كلها عناصر تعكس تكامل الجهود الاتصالية للنادي في خدمة صورة الجامعة ككل. ومع وجود تحديات تنظيمية، أبدى الباحثون وعيًا بضرورة التطوير والتوسع المستقبلي للنادي ليشمل مشاريع إعلامية أكثر احترافية.

الأسئلة التي تخدم هذه الفرضية:

السؤال 5: كيف تساهم تغطية النادي الإعلامي في تشجيع الطلبة؟

السؤال 6: كيف يساهم النادي الإعلامي في إبراز صورة الكلية أو الجامعة إعلاميًا؟

السؤال 7: ما نوع الأنشطة أو التغطيات التي تترك أثرًا إيجابيًا على صورة الجامعة؟

السؤال 8: ما هي الوسائط أو المنصات الإعلامية التي يعتمد عليها النادي؟

السؤال 9: هل هناك تفاعل وتعاون بين النادي وإدارة الجامعة؟

السؤال 10: ما هي اقتراحاتكم لتطوير دور النادي؟

السؤال 11: ما أبرز التحديات؟

السؤال 12: كيف يتم التعامل مع نقص الإمكانيات؟

السؤال 13: ما رؤيتكم المستقبلية لتوسيع نشاط النادي؟

السؤال 14: هل لديكم مشاريع مستقبلية لتطوير التغطية الإعلامية؟

السؤال 15: النصائح لضمان الاستمرارية والفعالية؟

الاستنتاج العام: جاءت إجابات الباحثين منسجمة مع الفرضيات الثلاث، مما يدل على ترابط منطقي ومنهجي بين الواقع الميداني، والإطار النظري (النظرية البنائية الوظيفية)، والمعطيات السابقة. وقد أظهرت هذه النتائج أن النادي الإعلامي يُعد فاعلاً محوريًا في ترسيخ صورة المؤسسة الجامعية، سواء على المستوى الداخلي (الكلية)، أو الخارجي (الجامعة ككل).

10- النتائج العامة للدراسة:

يساهم النادي الإعلامي بشكل فعال في تغطية النشاطات الأكاديمية والثقافية داخل كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، من خلال إنتاج مواد إعلامية متنوعة (فيديوهات، بودكاست، صور، تقارير...).

تلعب أنشطة النادي الإعلامي دورًا محوريًا في تحسين صورة الكلية، وذلك بفضل التغطية الاحترافية، والمشاركة الواسعة للطلبة، وملامسة المواضيع ذات البعد التحفيزي والتقديرية (مثل تكريم المتفوقين).

يتمدد تأثير النادي الإعلامي إلى صورة الجامعة ككل، من خلال تغطيات خارج الولاية، والمشاركة في ملتقيات وطنية ودولية، واستعمال منصات رقمية متعددة لنشر محتواه.

الطلبة المشاركون أظهروا وعيًا متقدمًا بأهمية النشاط الإعلامي كأداة تواصلية وتنظيمية، مؤكدين أن العمل داخل النادي يعزز روح الانتماء والاندماج داخل الجامعة.

رغم ضعف الإمكانيات المادية والتنظيمية، إلا أن أعضاء النادي يعتمدون على مبادرات ذاتية وتضامن داخلي، مما يدل على نضج العمل التطوعي الطلابي.

أبدى المبحوثون طموحًا واضحًا لتطوير النادي إعلاميًا، من خلال مشاريع مستقبلية كإنشاء قناة خاصة، أو فتح استوديو إنتاج، ما يعكس رؤية استراتيجية نحو التوسع والتأثير.

تؤكد الدراسة انسجام الفرضيات النظرية (البنائية الوظيفية) مع واقع النادي الإعلامي، حيث يعمل كنظام فرعي داخل الجامعة يؤدي وظيفة اتصالية تساهم في استقرار المؤسسة وتماسكها.

هناك حاجة لتعزيز الدعم المؤسسي (الإداري والمادي) للنادي، من أجل ضمان استمرارية الأداء الإعلامي ورفع جودة التغطيات والأنشطة.

خاتمة

خاتمة:

في ختام هذه الدراسة، يمكن القول إن النوادي الجامعية الثقافية، وخاصة النادي الإعلامي بجامعة تيارت، تلعب دورًا حيويًا في رسم صورة إيجابية للمؤسسة الجامعية. من خلال تحليل الإطار النظري والجانب التطبيقي، توصلنا إلى أن هذه النوادي تساهم في تعزيز التواصل بين الطلبة والإدارة الجامعية، وتنمية المهارات الإعلامية والقيادية، وإبراز الجوانب الثقافية والأكاديمية للجامعة. كما أن الأنشطة المتنوعة التي ينظمها النادي الإعلامي، مثل الورشات التكوينية، المنتديات، والتغطيات الإعلامية، تعكس حيوية الجامعة وانفتاحها على محيطها المجتمعي.

- لقد أكدت نتائج الدراسة صحة الفرضيات المطروحة، حيث تبين أن النادي الإعلامي يقوم بتغطية نشاطات الكلية بشكل فعال، مما ينعكس إيجابًا على صورتها الذهنية. كما أن مشاركة الطلبة في هذه الأنشطة تعزز شعورهم بالانتماء إلى المؤسسة الجامعية وتزيد من تفاعلهم معها. بالإضافة إلى ذلك، أظهرت الدراسة أن النادي يواجه تحديات تتعلق بنقص الموارد المادية والبشرية، والتي يمكن التغلب عليها من خلال تعزيز الدعم المؤسسي وبناء شراكات استراتيجية.

- ختامًا، يمكن القول إن النوادي الجامعية الثقافية، ومنها النادي الإعلامي، تمثل ركيزة أساسية في بناء صورة مشرقة للمؤسسة الجامعية. ومن خلال تبني هذه التوصيات، يمكن تحويل هذه النوادي إلى أدوات فعالة تساهم في تعزيز مكانة الجامعة محليًا ووطنياً، وتكريس قيم الابتكار، العمل الجماعي، والانتماء لدى الطلبة.

التوصيات:

- بناءً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة، نقدم التوصيات التالية لتعزيز دور النوادي الجامعية الثقافية في دعم صورة المؤسسة الجامعية:
- تعزيز الدعم المؤسسي:
 - تخصيص ميزانية سنوية للنوادي الجامعية لتغطية تكاليف الأنشطة والتجهيزات الأساسية.
 - توفير مساحات مناسبة داخل الحرم الجامعي لممارسة الأنشطة الثقافية والإعلامية.
 - التدريب والتأهيل:
 - تنظيم دورات تدريبية مكثفة لأعضاء النوادي في مجالات الإعلام، الاتصال، وإدارة الفعاليات.
 - استضافة متخصصين وخبراء في المجال الإعلامي لتقديم ورش عمل تطبيقية.
 - التوسع في الأنشطة:
 - تنظيم فعاليات مشتركة مع مؤسسات المجتمع المحلي لتعزيز الانفتاح على المحيط الخارجي.
 - إطلاق مبادرات إبداعية مثل المسابقات الصحفية، الأفلام الوثائقية، والمشاريع الرقمية.
 - تحسين التغطية الإعلامية:
 - إنشاء منصات إعلامية متعددة (قناة يوتيوب، بودكاست، صحيفة إلكترونية) لتوثيق أنشطة الجامعة.
 - تعزيز التعاون مع وسائل الإعلام المحلية والوطنية لنشر إنجازات الجامعة.
 - تشجيع المشاركة الطلابية:
 - تطوير آليات لاستقطاب الطلبة الموهوبين وتحفيزهم على الانخراط في النوادي.
 - تقديم جوائز وتكريمات للطلبة الأكثر مشاركة وإبداعاً في الأنشطة.
 - التقييم والمتابعة:
 - إعداد تقارير دورية لتقييم أداء النوادي وتحديد نقاط القوة والضعف.
 - عقد اجتماعات منتظمة بين إدارة الجامعة وممثلي النوادي لبحث سبل التطوير.
 - ختاماً، يمكن القول إن النوادي الجامعية الثقافية، ومنها النادي الإعلامي، تمثل ركيزة أساسية في بناء صورة مشرقة للمؤسسة الجامعية. ومن خلال تبني هذه التوصيات، يمكن تحويل هذه النوادي إلى أدوات فعالة تسهم في تعزيز مكانة الجامعة محلياً ووطنياً، وتكريس قيم الابتكار، العمل الجماعي، والانتماء لدى الطلبة.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

القرآن:

الكتب والمعاجم:

- ابن منظور، لسان العرب، دار الصادر، ط1، بيروت، الجزء 12.
- ابن منظور، محمد بن مكرم، لسان العرب، دار الفكر للنشر والتوزيع، بيروت، مجلد العاشر، العدد 318.
- أحمد بن محمد، بن علي القيومي المقرئ، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير، مكتبة لبنان، 1987.
- آسية اللحيان وحصة الباز، دور الأنشطة الطلابية في تعزيز ثقافة العمل التطوعي لدى طلبة الجامعة القصيم.
- باقر موسى، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، ط1، داراسامة للنشر والتوزيع عمان، 2014.
- البصائر، سنه اولى، ع1، 1935.
- البغدادي محمد، اسس الإدارة الحديثة دار الفكر، القاهرة، 2015.
- جماعة من العلماء، المنجد في اللغة والاعلام، دار المشرق، بيروت، 2000 م.
- حسام شحادة المجتمع المدني، سلسلة التربية المدنية (6)، بيت المواطن لنشر والتوزيع 1، 2015.
- حسن الحكاك، النظرية المنظمة، دار النهضة لطباعة والنشر، ط 2، بيروت، 1975.
- حسن شحاتة، وعمار حامد، نحو تطوير التعليم في الوطن العربي، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 2003.
- حسن عماد المكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظريته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1997.
- حسن ملحهم، نظريات الحريات العامة، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر 1981.
- د خالد يوسف العمار، أبجديات البحث اعداد الرسائل الجامعية في العلوم النفسية والتربوية والاجتماعية، ط1، الوعصار للنشر والتوزيع، دمشق، 2015م 1436هـ.
- د. ضو نصر، محاضرات في مقياس سبر الآراء جامعة تيارت، 2023/2022.
- دن منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007م 1427.
- ذوقان عبيدات، وآخرون، البحث العلمي مفهومه أدواته وأساليبه، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 1992.
- رابح تركي، اصول التربية والتعليم، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990.
- ريتشارد هال المنظمات، هيكلها عملياتها ومجرباتها ترجمة سعيد بن حامد الهاجري، مركز البحوث معهد الإدارة العامة المملكة العربية السعودية، 2001.
- الزهراني، التمويل وادارة الموارد في المؤسسات العامة مركز النشر الى جامعي، 2019.
- سامي سلطي عريفج، الجامعة والبحث العلمي، دار الفكر للطباعة والنشر، ط1، الاردن، 2001.

- سامية خالد، علم الاجتماع النفسي، دار المعرفة، ط2، 2013.
- سعيد إسماعيل الصيني، القواعد الأساسية في البحث العلمي، ط1، دار مؤسسة الرسالة، بيروت، 1994.
- السواح وائل، الديمقراطية، سلسلة التربية المدنية، منشورات بيت المواطن، دمشق، ط1، 2014.
- الشريف احمد، الهياكل التنظيمية للمؤسسات، دار النهضة، بيروت، 2018.
- صلاح الدين محمد عبد الباقي، الجوانب العلمية والتطبيقية في ادارة الموارد البشرية بالمنظمات دار الجامعة، الاسكندرية، 2001.
- طه عبد العاطي نجم، مناهج البحث العلمي، ط1، دار الكلمة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2015.
- عباس أيوب، مطبوعة في منهجية البحث العلمي، معهد علوم وتقنية ونشاطات البدنية والرياضة، جامعة العربي تبسي أم البواقي.
- عبد الرحمان عيسوي، تطوير التعليم الجامعي، دار النهضة، 1984.
- عبد الكريم بن الطيب، الاتصال المؤسسي وصوره المؤسسة الجامعية في الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر، 2020.
- عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار النمير، دمشق، ط2، 2004.
- العشري درويش، كفاءة استخدام الموارد المتاحة في الانفاق على التعليم العالي في الاقطار العربية وقائع المؤتمر العلمي المصاحب للدور 24 مجلس اتحاد الجامعات العربية، 1991.
- عصام نور الدين، معجم نورالدين، الوسيط العربي، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005.
- العطار يوسف، الاقتصاد المؤسسي دار الجليل، بيروت، 2017.
- عقيل حسين عقيل، فلسفة مناهج البحث العلمي، مكتبة مديولي، ط1 القاهرة، 1999.
- علي عجوة، العلاقات العامة الصورة الذهنية، عالم الكتاب لنشر، مصر، القاهرة، 2003.
- علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ط3، 1999.
- علي غنابزية، دراسات في تاريخ المقاومة الثقافية بالجزائر للحفاظ على الهوية الوطنية، ج2، ط1، منشورات دار الثقافة، الوادي، 2012م.
- علي محمد عبد الذهاب، استراتيجيات التحفيز الفعال نحو الاداء بشري متميز دار التوزيع والنشر الاسلامية، مصر، 2000.
- عمر صخري، اقتصاد المؤسسة 6، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006.
- عيسى علي، نزيه الجندي التربية في الوطن العربي، منشورات الجامعة، دمشق، 1998.
- فضيل دليو، اتصال المؤسسة، دار الفجر، القاهرة، 2003.

- كريمان فريد علي عجوة، ادارة العلاقات العامة بين الإدارة الاستراتيجية وادارة الازمات، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص28
- لويس معروف اليسوعي، المنجد في اللغة العربية، ط 1، المطبعة الكاثوليكية، بيروت، (د ت).
- ماجد الزيود، الشباب والقيم في العالم المتغير دار الشروق للنشر والتوزيع، 2006.
- ماجكين شولتز واخرون، المنظمة المعبرة: الهوية، السمعة والعلامة التجارية، ترجمة رياض الابرش، ط1، مكتبة العبيكان الرياض، 2004.
- مراد بن اشنهو، نحو الجامعة الجزائرية، ترجمة عائدة أديب ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1981.
- الموسري حسن، النظم الادارية وأثرها على المؤسسات، دار الحكمة، بغداد.
- ناصر داداي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، 1998.
- وجدي محمد بركات، تفعيل الجمعيات الخيرية التطوعية في ضوء سياسات الإصلاح الاجتماعي بالمجتمع العربية المعاصر جامعة حلوان، 2005/03/17/16: المؤتمر العلمي 18.
- الويس معلوف، الياسوري، المنجد في اللغة العربية، دار المطبعة الكاثوليكية، ط1، بيروت، (د.س. ن).
- المقالات العلمية:**
- أ بن ناصر بوطيب، النظام القانوني للجمعيات في الجزائر، قراءة نقدية لضوء القانون، 06/12، دفاتر السياسة والقانون، عدد 10، 2014/01: جامعة قاصدي مرباح.
- د محمود محمد مهني، صورة منظمات المجتمع المدني لدى الشباب الجامعي المصري واتجاهاتهم نحوها، مجلة المصرية لبحوث الراي العام، مجلد 21، أعمال مؤتمر كلية الإعلام جامعة النهضة، افريل_ جوان 2022
- دراسة حول دور الجامعة في تدعيم ثقافة العمل التطوعي لدى طلابها، مجلة التربية والتعليم، 2020.
- سارة بالشرف ودلال العباسي، دور الجامعات في تعزيز العمل التطوعي، مجلة العربية للتربية النوعية، العدد 05 والعدد 20 أكتوبر 2021.
- عبد الله فاتح شهراني، دور الجامعة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية وثقافة العمل التطوعي، كلية التربية جامعة بيشة، مجلة كلية التربية العدد 28 و110 أفريل 2017.
- عبد الله كبار، النخبة الجامعية في المجتمع المدني في الجزائر، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 11، جوان 2013، جامعة القاصدي مرباح ورقلة، (الجزائر).
- غزالة زبير، المجتمع المدني في الجزائر، (الجمعيات نموذجاً)، مجلة التنمية البشرية، العدد 10، جامعة وهران2، مارس 2018، ردمك [112_8070_IssN=]، eissn_2602_6686.

- مجلة الإدارة العامة، التحديات الادارية والمالية في المؤسسات الحكومية العربية، 2021، العدد 35.
- مجلة التعليم الرقمي، تقنيات التعليم الرقمي وتحديات التطبيق، 2021، العدد، 22.
- مجلة التعليم العالي، التحديات التعليمية في ظل التكنولوجيا الحديثة، 2020، العدد 30.
- المجلة الدولية للإدارة، ادارة التحديات الادارية في المؤسسات الحديثة، 2021، العدد، 27.
- المجلة الدولية للإدارة، التهميش في بيئة العمل وأثره على الاداء المؤسسي، 2020، العدد 12.
- المجلة الدولية للتعليم، التحديات التعليمية في ظل التكنولوجيا الحديثة، 2020، العدد 30.
- محمد غربي إبراهيم قلو، النظرية البنائية الوظيفية نحو الرؤية الجديدة لتفسير الظواهر الاجتماعية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، أكتوبر، 2016.
- مرقاش سميرة، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة، دراسة تحليلية لمؤسسة التطور العقاري عبورة، مجلة الريادة الاقتصادية الاعمال، جامعة شلف، الجزائر، المجلد 04، العدد 02، 2018.
- مساهل سعاد، ريس زاوي، واقع المجتمع المدني من خلال تفعيل دور الجامعة في الوعي، مجلة الخلدونية، 12 ع 1، 2020.
- مهدية هامل، علاقة تطور أشكال التضامن الاجتماعي بالحركات الجمعية بالجزائر، مجلة الانسان والمجتمع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة تلمسان، ع8، جوان 2014.
- يسرى بوترة، خالد لعلاوي، سمعة المؤسسة بين حتمية مراجعة الاليات التقليدية وضرورة تبني التحولات الالكترونية، مجلة العلوم الانسانية، جامعة ام البواقي، الجزائر المجلد 08، العدد 02، 2021.
- بن صويلح ليليا، بن عبد الاله، دور النوادي العلمية في تنمية الحس بالمسؤولية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعات الجزائرية، مجلة 13، ع2، جامعة 8 ماي، 1945، قالمه، 2022.
- الجريدة الرسمية، رقم 6/ 12، المؤرخة 18 صفر 1433 هـ - 12/ 01/ 2012.
- بروال الطيب 2025/02/05، الجامعة والمجتمع المدني بين الواقع والمأمول، مجلة TRANS، العدد 25، المعهد الدولي للدراسات الآدب والثقافة العابرة للحدود، 1979، (INST)، جامعة باتنة.

الرسائل العلمية:

- اسلام أحمد البرايسة، دور العلاقات العامة في تكوين الصورة للشركات شركة الشرق العربي للتأمينات رسالة ماجستير كلية الاعلام، جامعة البتراء، 2015.
- أسماء جميل رشيد، الصورة الاجتماعية وصورة الذات المرأة في المجتمع العراقي، مذكرة دكتوراه، جامعة بغداد، 2006.

- إيزيتي خديجة، أثر العلاقات العامة من خلال صورة المؤسسة على سلوك الزبون، مذكرة مكملة لنيل الماجستير في العلوم التجارية، كلية الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة دالي ابراهيم، ص 46. إيزيتي خديجة، أثر العلاقات العامة من خلال صورة المؤسسة على سلوك الزبون، مذكرة مكملة لنيل الماجستير في العلوم التجارية، كلية الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة دالي إبراهيم.
- بلبراهيم جمال، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية الخدمية، دراسة حالة المديرية الجهوية لمؤسسة اتصالات الجزائر بالشلف، رسالة ماجستير، تخصص تسويق وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة شلف، الجزائر، 200،-2010.
- سيد علي فاضلي، نظام عمل الجمعيات في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تحت اشراف لشهب حورية، جامعة محمد خيضر، كلية الحقوق، 2008-2009 م.
- السيد علي، برنامج السنوي، نظام عمل الجمعيات في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة جامعة خيضر، بسكرة، 2008/2005.
- صادق زهراء، ادارة الصورة الذهنية للمؤسسات وفق ندخل التسويق بالعلاقات، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، اطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة تلمسان، 2015.
- الطاهر جعيم، د. فضيل دليو، واقع الاتصال في المؤسسات الجزائرية، جامعة المنشوري وباجي مختار نموذجاً رسالة دكتوراه، اشراف، جامعة المنشوري، قسنطينة، 2006، 2005.
- فاطمة دريدي، انماط السلطة الادارية وعلاقتها بالثقافة التنظيمية، دراسة ميدانية بالمؤسسة العمومية الاستشفائية بشير بن ناصر، بسكرة، اطروحة دكتوراه، تخصص علم اجتماع التنظيم، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية جامعة بسكرة، الجزائر، 2017-2018.
- فاطمة مانع، اهمية العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية لدى الصيادلة، شركة الحكمة الاردنية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الاوسط، قسم الاعلام، 2020.
- ميسون بلخير، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية الخدمية، دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف النقال، اطروحة دكتوراه في علوم التسيير، 2018-2019.
- نسرین معمري، ميرة بالجيلالي، العلاقات العامة في الجمعيات الخيرية ودورها في تفعيل العمل التطوعي، دراسة حالة جمعية كافل اليتيم مكتب الولائي بولاية المدية، 2019/03/01 إلى 2019/03/31 مذكرة لنيل شهادة الماستر بجامعة المدية، 2018/2019.
- وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، القانون الاساسي النموذجي للنوادي الجامعية، قرار 44، 13 / 1 / 2019، جامعة سعد دحلب، البليدة 1.

- وزارة التعليم العالي، القانون الأساسي النموذجي للنوادي الطلابية، جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة.

المواقع الالكترونية:

- [https, wwwgoogle.com/search](https://www.google.com/search) ebarbi -
2021/06/23

الكتب الأجنبية:

- armold clause، Initiation Aux sciences de education, Belgique liégré,1967.
- Christopher lovebek, wrightlauren, prenciples of service marking and management, edition prentice, hall, new Jersey,1999.
- Louis Davin, emetine, les responsabilness, de l'université dans la société conreponaine ،bruscelle, document et travaux N 9, janvier,1974.
- Paul Warwick shire, une logique de communication, paris, le seuil, 1972.
- the rôle of scientific clubs in devloping université student sense of social responsibility, A field stady on a sample of Algerian universities students.
- Van Dyck, c, k,2017, concept and definition of civil society sustainability Washington, DC: centre for strategic and international studies,30, June,2017- chartes kojot.
- Vivianne tsamber, IJamati, sociologie de l'école, in Maurice de Besse et Gaston mialar et triaté des sciences pédagogique, Aspects soucieux de L'éducation, paris, u, F,1974.

الملاحق

الملحق رقم 01:

إن الملتقى الوطني للإعلام الطلابي - طبعته الأولى، والذي تشرف بتنظيمه النادي الإعلامي تيهرت، ما هو إلا لبنة أولى في مشروع وطني جامع، أراد أن يمنح الكلمة للطلبة، لا كمستهلكين للمعلومة بل كصنّاع للمحتوى، وفاعلين في تشكيل وعي إعلامي رشيد داخل الجامعة الجزائرية.

"من الطلبة... إلى الطلبة... وبالطلبة"، كانت هذه فلسفتنا، وسطرنا المحوري الذي حملنا به هذه التجربة.

بكل المحبة والامتنان، نتوجه بشكر حار إلى كل الوفود المشاركة، التي قطعت المسافات وجاءت من مختلف ولايات الوطن، حاملة معها شغفًا، روحًا طيبة، وأفكارًا ثرية. وجودكم بيننا منح للملتقى روحه ومعناه، فلکم منا كل التقدير، وأمّلنا أن تكون تيهرت قد كانت بيتًا لكم.

لقد افتتحت الفعاليات بجلسة رسمية مشرفة احتضنتها قاعة زعرورة، بحضور السيد مدير الجامعة، عميد كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، مدير الخدمات الجامعية، والإعلامي القدير يوسف زغبة.

وقد برمجنا سلسلة من الورشات التكوينية التي لم تكن غاية في ذاتها، بل كانت وسيلة لصقل المهارات، وتوجيه الشغف نحو الممارسة الإعلامية الواعية والمسؤولة. ومن بين هذه الورشات:

ورشة التقديم والتنشيط التلفزيوني: أطرها الدكتور موسى بن عودة ومديرة إذاعة تيارت السيدة آمال بريان، وسعت إلى تمكين الطلبة من أدوات الحضور الإعلامي الاحترافي.

ورشة الإخراج والسيناريو: تحت إشراف المخرجين المبدعين حليم زروقي ونور الدين زروقي، وهدفت إلى ربط الخيال السردي بالواقع البصري.

ورشة تقنيات التصوير السمعي البصري: أطرها الأستاذ أحمد قوادرية والأستاذ سيد أحمد خلافي، لترسيخ مبادئ التصوير والتوثيق المهني.

ورشة صناعة المحتوى الرقمي: أطرها الأستاذ صلاح الدين جلواط والأستاذ علاء الدين بن سليمان، ركزت على فهم الجمهور وخلق محتوى مؤثر.

وتخللت هذه الورشات أنشطة ثقافية وترفيهية، من بينها عرض فيلم سينابس في جلسة سينمائية حوارية ثرية، إلى جانب عروض مسرحية مبهرة من تقديم نادي صناع التميز، وزيارة لمركز الفروسية الأمير عبد القادر.

كما خصصنا ركنًا مميّزًا للمعارض، حيث عرضت النوادي الإعلامية تجاربها ومنتجاتها، في مساحة مفتوحة لتبادل الخبرات والرؤى.



جامعة ابن خلدون تيارت
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية
النادي الإعلامي تيهرت
T.A.T.C



إستمارة إنخراط



..... الاسم واللقب:
..... تاريخ ومكان الازدياد:
..... المستوى الدراسي:
..... التخصص:
..... العنوان:
..... رقم الهاتف:
..... البريد الإلكتروني:
..... رقم التسجيل:

ملاحظة: ملف الانخراط :

نسخة من شهادة التسجيل - صورتين شمستين - إستمارة إنخراط في النادي

تعهد: أنا الممضي أسفله أعلن عن رغبتني للاتخراط في النادي الإعلامي تيهرت كما أتعهد باحترامي للوائح الأساسية والنظام الداخلي والله على ما أقول شهيد

امضاء المعنى

رئيس النادي

بصمة الأصبع



النادي الإعلامي تيهرت

T.M.C

البرنامج السنوي للنادي موسم 2025/2024

الشهر	تاريخ المناسبة	نوع النشاط	شعار النشاط	الجهات المنسق معها
10	أواخر الشهر	النشاط الافتتاحي	حسب النشاط	إدارة قسم الإعلام والاتصال
11	أول نوفمبر	عمل إعلامي تكري أول نوفمبر	حسب النشاط	مخبر الدراسات الفلسفية النوادي الجامعية
	أسبوع الأول	الدورة التكوينية الأولى لأعضاء		
	أواخر الشهر	يوم دراسي حول النوادي الجامعية		
12	بداية الشهر	زيارة ميدانية لمقر التلفزيون الجزائري بالعاصمة	حسب النشاط	إدارة الجامعة الكلية القسم
	11 ديسمبر	عمل إعلامي بمناسبة ذكرى مظاهرات الطلبة		

الإذاعة مديرية تنفيذية	الذكرى التأسيسية الثالثة	نهاية الشهر		
				المعطلة
حسب الظرف	حسب النشاط	الدورة التكوينية الثانية لأعضاء	خلال الشهر	01



النادي الإعلامي تيهرت

T.M.C

البرنامج السنوي للنادي موسم 2025/2024

الشهر	تاريخ المناسبة	نوع النشاط	شعار النشاط	الجهات المنسق معها
10	أواخر الشهر	النشاط الافتتاحي	حسب النشاط	إدارة قسم الإعلام والاتصال
11	أول نوفمبر	عمل إعلامي تكري أول نوفمبر	حسب النشاط	مخير الدراسات الفلسفية النوادي الجامعية
	أسبوع الأول	الدورة التكوينية الأولى لأعضاء		
12	أواخر الشهر	يوم دراسي حول النوادي الجامعية	حسب النشاط	إدارة الجامعة الكلية القسم
	بداية الشهر	زيارة ميدانية لمقر التلفزيون الجزائري بالعاصمة		
	11 ديسمبر	عمل إعلامي بمناسبة ذكرى مظاهرات الطلبة		

الإذاعة مديرية تنفيذية	الذكرى التأسيسية الثالثة	نهاية الشهر		العطلة
حسب الظرف	حسب النشاط	الدورة التكوينية الثانية لأعضاء	خلال الشهر	01

الملحق رقم: 05

الإذاعة مديرية تنفيذية		التكري التأسيسية الثالثة	نهاية الشهر	
				المعطلة
	حسب النشاط	الدورة التكوينية الثانية لأعضاء	خلال الشهر	01
الإذاعة الوطنية	حسب النشاط	اليوم العالمي للإذاعة زيارة الإذاعة الوطنية	13 فيفري	02
متحف المجاهد		عمل الإعلامي يوم شهيد	18 فيفري	
حسب الظروف		الدورة التكوينية الثانية لأعضاء	أواخر الشهر	
النوادي العلمية	حسب النشاط	نشاط بمناسبة عيد المرأة	08 مارس	03
مديرية الغابات الكشافة		عمل إعلامي حول عيد النصر	19 مارس	
الجزائرية		عملية تشجير	21 مارس	

إدارة قسم الإعلام والإتصال	حسب النشاط	عمل إعلامي بمناسبة يوم العلم	16 أفريل	04
مخبر الدراسات بالكلية		يوم دراسي بمناسبة يوم الإعلام العربي	21 أفريل	
مديرية الخدمات الجامعية	حسب النشاط	الملتقى الوطني للنوادي الجامعية	01 إلى 04	05

الملحق رقم: 06


 الجمهورية الديمقراطية الشعبية الجزائرية
 وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
 جامعة ابن خلدون، تيارت

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
 قسم الاعلام و الاتصال و علم المكتبات

استمارة الاذن بالإيداع

أنا المصفي أسفله الأستاذ (ة) خلال هذا الترخيص
 أرخص للطلبة الآتية استمارة الإيداع المذكورة.
 الاسم و اللقب:
 الاسم و اللقب:
 الاسم و اللقب:
 التخصص:
 عنوان المفكرة:

 تيارت: 28 أكتوبر 2023

امضاء الاستاذ(ة) المشرف:



الملحق رقم م08 :

3- دليل المقابلة:

المحور الأول: أنشطة النادي الإعلامي وفعاليته

- 1- ما هي أبرز الأنشطة التي ينظمها النادي الإعلامي داخل الكلية أو الجامعة؟
 - 2- كيف يتم اختيار أعضاء النادي الإعلامي، وما هي المعايير المعتمدة؟
 - 3- ما نوع المحتويات الإعلامية التي ينتجها النادي (فيديو، صور، تقارير، إلخ)؟
 - 4- كيف تقيّمون دور النادي الإعلامي في تغطية النشاطات الأكاديمية والثقافية بجامعة تيارت؟
 - 5- كيف تساهم تغطية النادي الإعلامي لجامعة تيارت في تشجيع الطلبة على المشاركة في الفعاليات؟
- المحور الثاني: دور النادي الإعلامي في تعزيز صورة المؤسسة الجامعية
- 6- كيف يساهم النادي الإعلامي في إبراز صورة الكلية أو جامعة ابن خلدون إعلامياً؟
 - 7- ما نوع الأنشطة أو التغطيات التي تترك تأثيراً إيجابياً على صورة المؤسسة الجامعية ابن خلدون؟
 - 8- ما هي الوسائط أو المنصات الإعلامية التي يعتمدها النادي في إيصال محتواه؟
 - 9- هل هناك تفاعل وتعاون بين النادي وإدارة الجامعة لتحقيق أهداف إعلامية مشتركة؟
 - 10- ما هي اقتراحاتكم لتطوير دور النادي الإعلامي في دعم الصورة المؤسسية للجامعة؟

المحور الثالث: التحديات والآفاق المستقبلية

- 11- ما أبرز التحديات التي توجهونها أثناء ممارسة النشاط الإعلامي حول الجامعة داخل النادي؟
- 12- كيف يتم التعامل مع مشكلات نقص الإمكانيات (مادية، بشرية، تنظيمية)؟
- 13- ما رؤيتكم المستقبلية لتوسيع نشاط النادي وتطوير أدائه الإعلامي لدعم صورة المؤسسة الجامعية ابن خلدون؟

14- هل لديكم مشاريع مستقبلية تهدف لتطوير أساليب التغطية الإعلامية حول نشاطات جامعة

تيارت ابن خلدون؟

15- ما النصائح التي تقدمونها للنادي الجامعية الناشئة في المجال الإعلامي والتغطية الإعلامية

للمؤسسة الجامعية بتيارت لضمان الاستمرارية والفعالية؟

الملحق رقم 09

- دليل استطلاع الراي :

- 1- كيف تعرفت على النادي الاعلامي تيهرت؟
- 2- هل سبق لك المشاركة في أنشطة النادي؟
- 3- برأيك هل يساهم النادي الاعلامي تيهرت في تحسين صورة الجامعة؟ ولماذا؟
- 4- ما الذي تقترحه لتحسين أداء النادي الاعلامي وتطوير أنشطته؟