

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



أهمية إدارة الإعلام في التنظيم النقابي الطلابي بالجامعة
دراسة ميدانية على المنظمة الطلابية الجزائرية الحرة بجامعة المسيلة أنموذجا.

مذكرة مكمل لنيل شهادة الماستر الأكاديمي في الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ

- أ.د/ عفيفة لعجال.

إعداد الطلبة:

- إبراهيم تيت.

- ثامر بورغداد.

الاسم	المؤسسة الجامعية	الصفة
أ.د/ نعيمة بيراردي	جامعة المسيلة	رئيسا
أ.د/ عفيفة لعجال	جامعة المسيلة	مشرفا و مقررا
أ.د/ خولة شادي	جامعة المسيلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2025-2026.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



أهمية إدارة الإعلام في التنظيم النقابي الطلابي بالجامعة
دراسة ميدانية على المنظمة الطلابية الجزائرية الحرة بجامعة المسيلة أنموذجا.

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي في الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ

- أ.د/ عفيفة لعجال.

إعداد الطلبة:

- إبراهيم تيت.

- ثامر بورغداد.

الاسم	المؤسسة الجامعية	الصفة
أ.د/ نعيمة بيراردي	جامعة المسيلة	رئيسا
أ.د/ عفيفة لعجال	جامعة المسيلة	مشرفا ومقررا
أ.د/ خولة شادي	جامعة المسيلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2025-2026

إهداء

الحمد لله الذي وفقني وأعانني على إتمام هذا العمل، فله الحمد والشكر
على نعمه وتوفيقه.

أهدي ثمرة هذا الجهد إلى أُمي الغالية، التي كانت سندي وداعمي الأول،
ولم تبخل عليّ يوماً بدعائها وتشجيعها، حفظها الله وأدام عليها الصحة
والعافية.

وإلى أبي العزيز، الذي علمني قيمة العلم والاجتهاد، أسأل الله أن يمنّ عليه
بالشفاء التام والعافية الدائمة.

وإلى إخوتي الأعزاء، الذين أحاطوني بالمحبة والدعم طوال مسيرتي
الدراسية، فجزاهم الله عني خير الجزاء.

كما أهدي هذا العمل إلى ابن أخي هيثم، متمنياً له حياةً مليئةً بالنجاح
والتوفيق.

وإلى كل من ساهم في دعمي ومساندتي من قريب أو بعيد، أهدي هذا
الجهد المتواضع، راجياً من الله أن يجعله عملاً نافعاً ومباركاً.
والحمد لله رب العالمين.

إهداء

الحمد لله الذي وفقني وأعانني على إتمام هذا العمل، فله الحمد والشكر على نعمه التي لا تُحصى.

أهدي ثمرة هذا الجهد إلى والدي الكريم، الذي كان سندًا وعونًا لي طوال مسيرتي، أسأل الله أن يمنّ عليه بالشفاء التام والصحة والعافية. وإلى والدتي الغالية، رمز الحنان والعطاء، التي رافقتني بدعواتها الصادقة وتشجيعها المستمر، حفظها الله وأدام عليها نعمة الصحة وطول العمر. وإلى زوجتي الكريمة، رفيقة الدرب وشريكة الحياة، التي وقفت إلى جانبي بكل صبر ومحبة ودعم، فكان لها الأثر الكبير في إنجاز هذا العمل. وإلى ابنتي العزيزتين أميرة وميرال، مصدر سعادتي وأملِي، أسأل الله أن يحفظهما ويوفقهما في حياتهما ودراستهما.

كما أهدي هذا العمل إلى أستاذتي المشرفة، تقديرًا لتوجيهاتها ونصائحها العلمية القيمة، وإلى جميع أستاذتي الأفاضل الذين كان لهم فضل في تكويني العلمي.

وإلى أفراد عائلتي وأصدقائي وكل من دعمني وساندني بكلمة طيبة أو دعوة صادقة.

أسأل الله تعالى أن يجعل هذا العمل خالصًا لوجهه الكريم، وأن ينفع به ويبارك فيه.

والحمد لله رب العالمين.

شكر وعرفان

الحمد لله أولاً وآخرًا، حمدًا يليق بجلاله وعظيم سلطانه،
نشكره سبحانه على توفيقه ومنته، وما أولانا من نعمة العلم والإتمام،
فما كان لهذا العمل أن يرى النور لولا فضله وعونه وتوفيقه.
ثم نتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان إلى الأستاذة "أ.د/ عفيفة لعجال"
التي أشرفت على هذا العمل بكل تفان واحترافية، فأمدتنا بتوجيهاتها القيمة
ونصائحها العلمية الرصينة،
وصبرت على استفساراتنا في كل مراحل البحث، فكانت خير موجهة
ومرشدة،
فجزاها الله عنا خير الجزاء.
وإلى أساتذتنا الأفاضل الذين أناروا دربنا بالعلم والمعرفة طوال مسيرتنا
الجامعية.
وإلى كل من أسهم من قريب أو بعيد في إخراج هذا العمل إلى النور.
راجين من الله التوفيق والسداد، وأن يجعل هذا الجهد نافعًا وعلماً مباركًا.

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أهمية إدارة الإعلام في التنظيم النقابي الطلابي بالجامعة، من خلال قياس مدى مساهمتها في تحسين أداء التنظيم وتواصله مع الطلبة، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت الاستبيان والمقابلة والملاحظة كأدوات رئيسية لجمع البيانات من عينة قصدية تضم 59 طالباً من الطلبة المنخرطين في المنظمة الطلابية الجزائرية الحرة بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، أظهرت النتائج أن:

– مستوى إدارة الإعلام داخل التنظيم النقابي جاء مرتفعاً نسبياً، مع تفاوت بين أبعاده؛ حيث سجلت وسائل الاتصال الإعلامي أعلى المستويات.

– يساهم الإعلام النقابي في تحسين التواصل مع الطلبة ورفع وعيهم بحقوقهم و واجباتهم، لكن تأثيره في تحفيز المشاركة الفعلية لا يزال محدوداً.

– الصورة الذهنية للتنظيم إيجابية نسبياً، لكنها تفتقر إلى الشفافية الكافية في عرض الأهداف و الأنشطة.

– أبرز التحديات التي تواجه إدارة الإعلام النقابي تتعلق بغياب التخطيط الاستراتيجي وعدم انتظام النشر وضعف التخصص.

وتوصي الدراسة بضرورة إعداد استراتيجية إعلامية مكتوبة، وإنشاء فريق إعلامي متخصص، وتطوير المحتوى الإعلامي، وتعزيز الشفافية والتعاون مع أقسام الإعلام والاتصال.

الكلمات المفتاحية: إدارة الإعلام – التنظيم النقابي الطلابي – التواصل – المشاركة الطلابية – الجامعة.

Abstract:

This study aims to analyze the importance of media management in student trade union organizations at the university, by measuring its contribution to improving the organization's performance and communication with students. The study adopted a descriptive approach, using questionnaires, interviews, and observation as main data collection tools from a purposive sample of 59 students enrolled in the Free Algerian Student Organization at Mohamed Boudiaf University in M'sila. The results showed that:

–The level of media management within the student organization is relatively high, with variations across its dimensions; media communication tools recorded the highest levels.

–Trade union media contributes to improving communication with students and raising awareness of their rights and duties, but its impact on motivating actual participation remains limited.

–The organization's mental image is relatively positive but lacks sufficient transparency in presenting goals and activities.

–The main challenges facing trade union media management relate to the absence of strategic planning, irregular publishing, and lack of specialization.

The study recommends developing a written media strategy, creating a specialized media team, improving media content, enhancing transparency, and strengthening cooperation with media and communication departments.

Keywords: Media Management – Student Trade Union Organization – Communication – Student Participation – University



مقدمة

في ظل التطورات المتسارعة التي يشهدها العالم في مجال الإعلام والاتصال، أصبحت وسائل الإعلام والاتصال الحديثة من أهم الوسائل المؤثرة في توجيه الرأي العام والتأثير في سلوك الأفراد والجماعات، ولم يعد الإعلام مجرد وسيلة لنقل الأخبار، بل أصبح أداة فعالة في التواصل والتأثير وصناعة الوعي، ويظهر هذا الأمر بوضوح داخل تنظيمات المجتمع المدني عموماً، والتنظيمات النقابية الطلابية على وجه الخصوص.

فالجامعة باعتبارها فضاءً علمياً وفكرياً، تشهد نشاطاً نقابياً طلابياً يسعى إلى الدفاع عن حقوق الطلبة والتعبير عن انشغالاتهم المختلفة، غير أن هذا النشاط يحتاج إلى وسائل إعلامية فعالة تساعد على إيصال أفكاره ومطالبه إلى الطلبة والإدارة الجامعية، وتحقيق التواصل المستمر معهم، ومن هنا تبرز أهمية إدارة الإعلام باعتبارها أداة أساسية في تنظيم العمل الإعلامي داخل التنظيمات النقابية الطلابية.

كما أن العمل النقابي الطلابي لم يعد يقتصر على الاجتماعات والأنشطة التقليدية، بل أصبح يعتمد بشكل كبير على وسائل الاتصال الحديثة والمنصات الرقمية في نشر المعلومات والتفاعل مع الطلبة، ومن خلال الإدارة الجيدة للإعلام يمكن للتنظيم النقابي تحسين صورته، وتعزيز التواصل مع الطلبة، وتشجيعهم على المشاركة في مختلف النشاطات النقابية، ولهذا جاءت هذه الدراسة من أجل التعرف على أهمية إدارة الإعلام في تحقيق فعالية التنظيم النقابي الطلابي داخل الجامعة الجزائرية.

الفصل الاول: الاطار المنهجي للدراسة

إشكالية الدراسة:

في ظل التحولات التي يشهدها مجال الإعلام والاتصال، والتطور الكبير في وسائل التواصل الحديثة، برزت أهمية إدارة الإعلام باعتبارها عنصراً مهماً في نجاح مختلف التنظيمات والمؤسسات، ويُعد التنظيم النقابي الطلابي داخل الجامعة من بين التنظيمات التي تحتاج إلى إدارة إعلامية فعالة من أجل تحسين التواصل مع الطلبة، والتعريف بمطالبهم، وتشجيعهم على المشاركة في الأنشطة النقابية.

وتبرز هذه التحديات بوضوح داخل الجامعة الجزائرية، حيث تواجه بعض التنظيمات الطلابية صعوبات تتعلق بضعف التواصل مع الطلبة، وقلة التفاعل والمشاركة، إضافة إلى ضعف إيصال الأنشطة والمطالب إلى الجمهور الجامعي، وقد يؤدي غياب التخطيط الإعلامي والتنظيم الجيد للعمل الإعلامي إلى ضعف تأثير هذه التنظيمات داخل الوسط الجامعي.

وانطلاقاً من ذلك تحاول هذه الدراسة معرفة الدور الذي يمكن أن تؤديه إدارة الإعلام في تحسين أداء التنظيم النقابي الطلابي داخل الجامعة الجزائرية، وذلك من خلال دراسة ميدانية بجامعة المسيلة.

وعليه تتمثل الإشكالية الرئيسية للدراسة في التساؤل الآتي: هل تساهم إدارة الإعلام الفعالة في تحسين أداء التنظيم النقابي الطلابي داخل الجامعة؟

ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية، تتمثل فيما يلي:

- كيف تؤثر الإدارة الإعلامية في جودة التواصل بين التنظيم النقابي والطلبة؟
- ما دور الإعلام النقابي في تحفيز الطلبة على المشاركة في الأنشطة النقابية؟
- كيف تساهم الممارسات الإعلامية في بناء صورة إيجابية للتنظيم النقابي لدى الطلبة؟
- إلى أي حد يساهم الإعلام النقابي في رفع مستوى الوعي النقابي لدى الطلبة؟
- ما أثر الإدارة الإعلامية الفعالة في تحقيق أهداف التنظيم النقابي وتعزيز حضوره داخل الجامعة؟

الفرضية العامة:

تؤدي الإدارة الفعالة للإعلام داخل التنظيم النقابي الطلابي إلى تعزيز أدائه داخل الجامعة، من خلال تحسين قنوات الاتصال، وزيادة مستوى مشاركة الطلبة، وبناء صورة إيجابية، إلى جانب تنمية الوعي النقابي لدى الطلبة.

الفرضيات الفرعية:

- تساهم إدارة الإعلام في تحسين جودة التواصل بين التنظيم النقابي والطلبة من خلال تقديم معلومات واضحة، والتفاعل المستمر، والاستجابة لانشغالاتهم.
- تعمل إدارة الإعلام على تحفيز الطلبة للمشاركة في الأنشطة النقابية من خلال الترويج الفعال للأنشطة وتغطيتها إعلامياً.

- تلعب الإدارة الإعلامية دوراً في بناء صورة إيجابية للتنظيم النقابي لدى الطلبة من خلال ترسيخ مبادئ المصداقية والشفافية في عرض المعلومات والأنشطة.
- تساهم إدارة الإعلام في رفع مستوى الوعي النقابي لدى الطلبة من خلال تعريفهم بحقوقهم وواجباتهم وتوضيح دور ومهام التنظيم النقابي.
- تساعد إدارة الإعلام الفعالة قدرة التنظيم النقابي على تحقيق أهدافه من خلال تحسين التنسيق الداخلي والتأثير في البيئة الجامعية.

1. أهداف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، تتمثل فيما يلي:
- التعرف على واقع إدارة الإعلام داخل التنظيمات النقابية الطلابية بجامعة المسيلة.
- معرفة دور إدارة الإعلام في تحسين التواصل بين التنظيمات الطلابية والطلبة.
- تحليل أثر إدارة الإعلام في تشجيع الطلبة على المشاركة في الأنشطة النقابية.
- الكشف عن دور إدارة الإعلام في تكوين صورة ذهنية إيجابية عن التنظيم النقابي.
- تقديم بعض الاقتراحات والتوصيات التي يمكن أن تساعد التنظيمات الطلابية على تطوير أدائها الإعلامي داخل الوسط الجامعي.

2. أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهمية من خلال تسليط الضوء على دور إدارة الإعلام داخل التنظيمات النقابية الطلابية، باعتبارها من الوسائل المهمة في تحسين التواصل مع الطلبة وتعزيز فعالية العمل النقابي داخل الجامعة، كما تسعى الدراسة إلى إبراز أهمية الإدارة الإعلامية في نشر الوعي النقابي، وتحسين صورة التنظيمات الطلابية، وتشجيع الطلبة على المشاركة في مختلف الأنشطة والمبادرات الجامعية، كذلك تساهم هذه الدراسة في تقديم إضافة معرفية في مجال الإعلام والاتصال التنظيمي داخل البيئة الجامعية الجزائرية، خاصة في ظل قلة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع بصورة ميدانية.

وتتبع أهمية الدراسة أيضاً من اهتمام الباحث بمجال الإعلام والاتصال والعمل النقابي الطلابي، ورغبته في فهم دور إدارة الإعلام في تطوير أداء التنظيمات الطلابية داخل الجامعة، إضافة إلى تنمية مهاراته البحثية والتحليلية، والمساهمة العلمية في إثراء الدراسات المرتبطة بالإعلام النقابي الطلابي.

3. أسباب اختيار الموضوع:

يرجع اختيار هذا الموضوع إلى مجموعة من الأسباب الذاتية والموضوعية، تتمثل فيما يلي:

أ. الأسباب الذاتية:

- اهتمام الباحث بمجال الإعلام والاتصال والعمل النقابي الطلابي.
- الرغبة في دراسة موضوع يرتبط بواقع الجامعة الجزائرية.

– محاولة تطوير المعارف البحثية في مجال الإعلام التنظيمي.
ب. الأسباب الموضوعية:

- ملاحظة وجود تفاوت في الأداء الإعلامي بين التنظيمات الطلابية داخل الجامعة.
- أهمية الإعلام في نجاح مختلف التنظيمات والمؤسسات.
- قلة الدراسات التي تناولت موضوع إدارة الإعلام داخل التنظيمات النقابية الطلابية.

4. مفاهيم الدراسة

لأغراض هذه الدراسة، تم تحديد المفاهيم الرئيسية وتعريفها إجرائياً على النحو التالي:

أولاً: إدارة الإعلام.

– **لغة:** "الإدارة" مصدر من فعل أدار، وهي تعني التسيير والتوجيه والقيادة، بينما "الإعلام" يعني الإخبار والإبلاغ والتبليغ، فالإدارة الإعلامية هي عملية توجيه وتسيير الأنشطة المتعلقة بالإخبار.¹

– **اصطلاحاً:** هي مجموعة العمليات المنظمة من تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة، التي تقوم بها مؤسسة أو تنظيم، بهدف إنتاج وتوزيع الرسائل الإعلامية بكفاءة وفعالية، بما يحقق أهدافها ويخدم جمهورها.²

– **إجرائياً:** تُقصد بها في هذه الدراسة: "الجهود والعمليات المنظمة (التخطيط، التنظيم، التنفيذ، المتابعة) التي تقوم بها التنظيمات النقابية الطلابية بجامعة المسيلة، لإنتاج ونشر المحتوى الإعلامي عبر قنواتها المختلفة، بهدف تحقيق أهدافها النقابية وتعزيز تواصلها مع الطلبة."

ثانياً: التنظيم النقابي الطلابي

– **لغة:** "التنظيم" هو جعل الأشياء على نسق ونظام، و"النقابي" نسبة إلى النقابة وهي الرابطة أو الهيئة التي تجمع أفراداً من مهنة أو مجال واحد، و"الطلابي" نسبة إلى الطلبة، فالتركيب يدل على هيئة منظمة للطلبة تجمعهم رابطة الدفاع عن مصالحهم.³

– **اصطلاحاً:** هو تجمع منظم للطلبة داخل الجامعة، يهدف إلى رعاية مصالحهم والدفاع عن حقوقهم الأكاديمية والمعيشية، وتنظيم أنشطتهم الثقافية والاجتماعية، وتمثيلهم أمام الإدارة الجامعية والجهات الرسمية، بناءً على قوانين وهياكل ديمقراطية داخلية.⁴

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال (الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2011)، ص ص 17-18.

² عبد اللطيف حمزة، الإعلام تاريخه ومذاهبه (القاهرة: دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، 1965)، ص 23.

³ محمد لبيب النجيجي، الأسس الاجتماعية للتربية (بيروت: دار النهضة العربية، 1981)، ص 174.

⁴ غانص محمد، "الانفتاح السياسي والمنظمات الاجتماعية في الفضاء الجامعي" (مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران الجزائر، 2017)، ص 14.

– **إجرائياً:** يُقصد به في الدراسة: "كل هيئة أو منظمة طلابية مرخصة، تنشط داخل جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، وتضم مجموعة من الطلبة المنخرطين فيها، وتسعى للدفاع عن قضاياهم وتحقيق مطالبهم، كالاتحادات والنوادي والروابط الطلابية.

ثالثاً: التنظيم.

– **لغة:** مصدر من نظم، وهو جعل الشيء على نظام وترتيب، وربط أجزائه ببعضها وفق خطة محددة.¹

– **اصطلاحاً:** الهيكل أو الكيان الذي يتكون من مجموعة من الأفراد يعملون معاً بتنسيق ودور محددة، لتحقيق أهداف مشتركة، وتنظم علاقاتهم قواعد وإجراءات داخلية، والمقصود هنا كمرادف لـ التنظيم النقابي الطلابي نفسه.²

– **إجرائياً:** يُستخدم في الدراسة للإشارة إلى "الكيان النقابي الطلابي ذي الهيكل المحدد (قيادة، أعضاء، لوائح داخلية)، والذي يقوم بإدارة الموارد البشرية والمادية لتحقيق رسالته وأهدافه النقابية داخل الجامعة."

رابعاً: الجامعة.

– **لغة:** مشتقة من "جمع" و"جماعة"، وتعني المكان الذي يجمع الطلبة للتعليم والتدارس، وهي مؤسسة التعليم العالي.³

– **اصطلاحاً:** مؤسسة أكاديمية رسمية تهدف إلى تقديم التعليم العالي والبحث العلمي، وتمنح الشهادات الجامعية، وتتكون من كليات ومعاهد وأقسام، وتضم هيئة تدريس وإدارة وجمهوراً من الطلبة.⁴

– **إجرائياً:** تُحدد مكانياً بـ "جامعة محمد بوضياف بالمسيلة" كميدان رئيسي لتطبيق هذه الدراسة، وتشمل جميع مرافقها وكلياتها وأقسامها، والطلبة والمنتسبين إليها.

5. حدود الدراسة:

– **الحدود المكانية:** تحددت الحدود المكانية لهذه الدراسة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

– **الحدود البشرية:** إقتصرت الدراسة على طلبة الجامعة المنخرطين في المنظمة الطلابية الجزائرية الحرة OEAL.

– **الحدود الزمانية:** تمثلت في السداسي الثاني من سنة 2026، وهو الإطار الزمني الذي تم خلاله جمع البيانات وتحليلها، حيث تم توزيع الاستبيان في الفترة الممتدة من 05-15 ماي من سنة 2026.

¹ ابن منظور، لسان العرب، ط3 (بيروت: دار صادر، 2004م)، 578/12.

² مصطفى عشوي، علم النفس الصناعي التنظيمي، ط01 (الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1992)، ص 35-36.

³ لخضر مداح، الجامعة أساس نشر المعرفة وخدمة المجتمع"، (مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، مج 04، ع 01، 2010)، ص 188.

⁴ محمود سعود وفطان سرحان، الصراع القيمي لدى الشباب العربي (الأردن: وزارة الثقافة الأردنية، 1994)، ص 69.

6. منهج الدراسة:

بالنظر إلى طبيعة موضوع مذكرتنا المعنونة بـ "أهمية إدارة الإعلام في التنظيم النقابي الطلابي بالجامعة — دراسة ميدانية على المنظمة الطلابية الجزائرية الحرة بجامعة المسيلة أنموذجاً"، فقد ارتأينا اعتماد المنهج الوصفي كإطار منهجي لمعالجة هذه الإشكالية، لما يتمتع به من ملاءمة لدراسة الظواهر الاجتماعية والإعلامية كما هي في واقعها الطبيعي، دون التدخل في مجراها أو التأثير فيها.

فالمنهج الوصفي لا يقتصر على مجرد رصد الظاهرة أو وصفها سطحياً، بل يتجاوز ذلك إلى تحليلها، تصنيفها، مقارنة أبعادها، وتفسير نتائجها، بما يتيح للباحث تكوين رؤية علمية معمقة وشاملة عن الموضوع المدروس، وهو ما يسمح في النهاية بإنتاج معرفة قابلة للتطبيق، حول أهمية الإعلام في العمل النقابي الطلابي.

7. أدوات الدراسة:

تُعد أدوات البحث من الوسائل الأساسية التي يعتمد عليها الباحث في جمع البيانات والمعطيات الميدانية، إذ تُسهم في تحويل المبادئ النظرية للمناهج العلمية إلى إجراءات تطبيقية عملية، وفي إطار دراستنا تتمثل في أهمية إدارة الإعلام في التنظيم النقابي الطلابي بالجامعة، تم الاعتماد على الاستمارة كأداة رئيسية لجمع البيانات لما توفره من إمكانية التعرف على آراء الطلبة واتجاهاتهم حول دور الإعلام النقابي داخل الوسط الجامعي، إضافة إلى توظيف الملاحظة لمتابعة أساليب التواصل والتفاعل الإعلامي داخل التنظيمات النقابية الطلابية، وذلك انسجاماً مع مبدأ المرونة المنهجية في البحث العلمي.

أ- الملاحظة:

بالنظر إلى طبيعة موضوع دراستنا الموسومة بـ "أهمية إدارة الإعلام في التنظيم النقابي الطلابي بالجامعة — دراسة ميدانية على المنظمة الطلابية الجزائرية الحرة بجامعة المسيلة أنموذجاً"، تم الاعتماد على الملاحظة باعتبارها إحدى الأدوات الأساسية في جمع البيانات الميدانية، لما تتيحه من إمكانية متابعة الظواهر والسلوكيات كما تحدث في واقعها الطبيعي، وتُعرف الملاحظة بأنها عملية علمية تقوم على توجيه الحواس نحو ظاهرة أو سلوك معين بقصد رصده وتسجيل خصائصه ومختلف جوانبه.

وقد استُخدمت هذه الأداة في الدراسة لرصد الممارسات الإعلامية والاتصالية داخل التنظيمات النقابية الطلابية، ومتابعة أنماط التفاعل بين أعضائها، والوقوف على الكيفية التي تُسهم بها إدارة الإعلام في دعم أنشطتها وتحقيق أهدافها التنظيمية، كما مكنت الملاحظة من الحصول على بيانات واقعية ومباشرة بعيداً عن التأثيرات المرتبطة بالتفسير الذاتي أو بصياغة الإجابات، الأمر الذي ساعد في تعزيز مصداقية المعطيات ودقة النتائج المتوصل إليها، ومن ثم، شكلت الملاحظة أداة مكملّة لباقي أدوات الدراسة، وأسهمت في تقديم فهم أعمق للواقع الميداني محل البحث.

المقابلة:

كما تم توظيف المقابلة شبه الموجهة بهدف تعميق الفهم والحصول على معلومات وتفسيرات أكثر دقة حول واقع إدارة الإعلام داخل التنظيم النقابي الطلابي، وقد أجريت المقابلة بتاريخ 02 ماي 2026 بمقر المنظمة الطلابية الجزائرية الحرة بولاية المسيلة مع أحد أعضاء المكتب الولائي الذي يشغل منصب مسؤول الإعلام والتواصل، حيث ساهمت إجاباته في توضيح آليات العمل الإعلامي المعتمدة داخل المنظمة، وأبرز التحديات التي تواجهها، وكذا الدور الذي تؤديه إدارة الإعلام في تعزيز التواصل مع الطلبة ودعم الأنشطة النقابية، وقد أسهمت هذه الأداة في إثراء المعطيات الميدانية وتدعيم نتائج الدراسة من خلال توفير بيانات نوعية مكتملة لما تم التوصل إليه عبر الملاحظة والاستبيان.

الاستمارة:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على أداة الاستمارة، وهي أداة بحثية تُعرف بأنها "نموذج يتضمن مجموعة من الأسئلة الموجهة إلى الأفراد بهدف جمع معلومات تتعلق بموضوع معين أو مشكلة أو موقف محدد، ويتم تطبيقها إما من خلال المقابلة المباشرة مع المبحوثين، أو عن طريق إرسالها إليهم عبر البريد".¹ وتشمل استمارة بحثنا على:

جدول (01) يبين محاور استمارة الدراسة

المحور	عنوانه
المحور الأول.	البيانات الشخصية.
المحور الثاني.	إدارة الاعلام
المحور الثالث.	دور الاعلام في تحسين التواصل
المحور الرابع.	دور الاعلام في تحفيز المشاركة
المحور الخامس	دور الاعلام في بناء صور التنظيم
المحور السادس	دور الاعلام في رفع الوعي النقابي
المحور السابع	دور الاعلام في تحسين أداء التنظيم

وتتم الاجابة على كل فقرة من فقرات المقياس ما ينطبق عليه في مقياس ليكرت الثلاثي، المكون من ثلاث درجات وهي (أوافق؛ محايد؛ لا أوافق) والتي تأخذ الدرجات التالية:

أوافق	محايد	لا أوافق
3	2	1

صدق وثبات المقياس:

قام الباحث بحساب الصدق بطريقة:

✓ صدق الاتساق الداخلي:

تم حساب الصدق لمحور الاستبيان "أهمية إدارة الإعلام في التنظيم النقابي الطلابي

¹الخياط ماجد محمد، أساسيات البحوث الكمية والنوعية في العلوم الاجتماعية، ط1 (عمان: دار الراية للنشر والتوزيع، 2009)، ص 35.

بالجامعة — دراسة ميدانية على المنظمة الطلابية الجزائرية الحرة بجامعة المسيلة أنموذجاً"، وذلك بحساب معامل الارتباط بين درجات كل محور في الاستبيان والدرجة الكلية للمقياس والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (02) يوضح حساب صدق الاتساق الداخلي للاستبيان.

المحور	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
إدارة الاعلام	0.712**	دال عند 0.01
دور الاعلام في تحسين التواصل	0.2719**	دال عند 0.01
دور الاعلام في تحفيز المشاركة	0.373**	دال عند 0.01
دور الاعلام في بناء صور التنظيم	0.369**	دال عند 0.01
دور الاعلام في رفع الوعي النقابي	0.209**	دال عند 0.01
دور الاعلام في تحسين أداء التنظيم	0.534**	دال عند 0.01

يبين الجدول أعلاه معاملات الصدق الخاصة بدرجات كل محور (إدارة الاعلام، دور الاعلام، تحسين التواصل، دور الاعلام في تحفيز المشاركة، دور الاعلام في بناء صور التنظيم، في رفع الوعي النقابي، في تحسين أداء التنظيم) في الاستبيان ودرجته الكلية، ويتضح من الجدول أن أغلب الفقرات دالة عند 0,01.

وعليه فالمقياس يتميز بصدق عال في كل فقراته.

✓ معامل ألفا كرونباخ:

قام الباحث بحساب معامل ألفا كرونباخ لجميع أبعاد المقياس والدرجة الكلية للمحور، والنتائج كما هي موضحة في الجدول (4)، حيث قدر معامل ألفا كرونباخ ب 0.741 هي قيمة تدل على ثبات المقياس.

جدول (03) معامل ألفا كرونباخ للاستبيان

N of Items	ألفا كرونباخ
30	0.741

8. مجتمع وعينة الدراسة:

تم اختيار عينة البحث الحالي والتي تكوّنت من الطلبة المنخرطين في المنظمة الطلابية الجزائرية الحرة بجامعة المسيلة باستخدام أسلوب العينة القصدية، وهي من الأساليب المناسبة للبحوث الميدانية ذات الطابع النوعي والتفسيري، حيث يتم اختيار المفردات وفق معايير محددة تنسجم مع أهداف الدراسة، مما يضمن الحصول على بيانات ذات صلة وثيقة بموضوع البحث، وتكمن أهمية هذه الطريقة في أنها تُتيح التركيز على الفئة المستهدفة مباشرةً وهم الطلبة المنخرطون في التنظيم النقابي الطلابي، وتسهم في الحصول على معلومات عميقة ودقيقة من أفراد يمتلكون خبرة مباشرة بالظاهرة المدروسة، وبفضل هذا الأسلوب يمكن استيعاب أبعاد الموضوع بصورة أكثر عمقاً وملاءمة لطبيعة الدراسة.

(1) خصائص العينة:

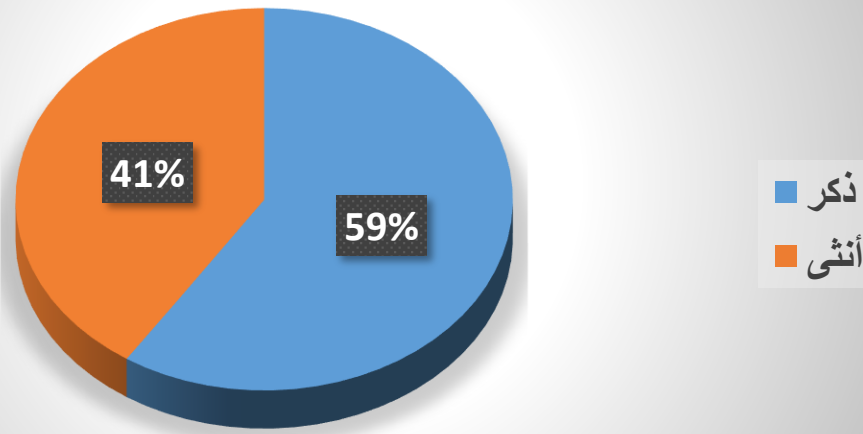
تمثل البيانات الشخصية الإطار العلمي الذي يعكس خصائص العينة ويجسد سمات مجتمع الدراسة إذ تُسهم في توجيه مسار البحث وفهم أبعاده، كما تساعد في تفسير النتائج وتحليلها بشكل أدق، ومن هذا المنطلق سنعرض في هذا البحث الخصائص الديموغرافية للعينة لما لها من دور محتمل في التأثير على موضوع الدراسة، ويتجلى ذلك من خلال تحليل الجداول الخاصة بالبيانات الشخصية والتي تشمل متغيرات مثل الجنس، السن، المهنة، والخبرة..

تكونت عينة الدراسة الحالية من الطلبة المنخرطين في المنظمة الطلابية الجزائرية الحرة بالمسيلة والتي بلغت 59 مفردة وهي موزعة على النحو التالي:

الجدول رقم (04) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات الجنس.

النسبة	التكرار	الجنس / التوزيع
59%	35	ذكر
42%	24	أنثى
100%	59	المجموع

الشكل (1) يمثل توزيع أفراد الدراسة حسب متغير الجنس



يتضمن الجدول رقم (05) توزيع أفراد عينة الدراسة البالغ عددهم 59 وذلك وفقاً لمتغير الجنس، وقد أظهرت المعطيات أن عدد الذكور بلغ 35 فرد بنسبة 59% من إجمالي العينة، في حين بلغ عدد الإناث 24 فرد وهو ما يمثل نسبة 41%، يُلاحظ من خلال هذه المعطيات أن نسبة تمثيل الذكور تفوق نسبة الإناث، وهو ما قد يعكس طبيعة العينة المستهدفة أو مدى استجابة الفئات المختلفة للاستبيان. كما يُشار إلى أن أداة جمع البيانات كانت استبياناً إلكترونياً، الأمر الذي قد يكون له تأثير على توزيع العينة، من حيث سهولة الوصول إلى بعض الفئات دون غيرها، خاصة الفئات الأكثر استخداماً للوسائط الرقمية، كما يمكن تفسير

الفصل الأول:

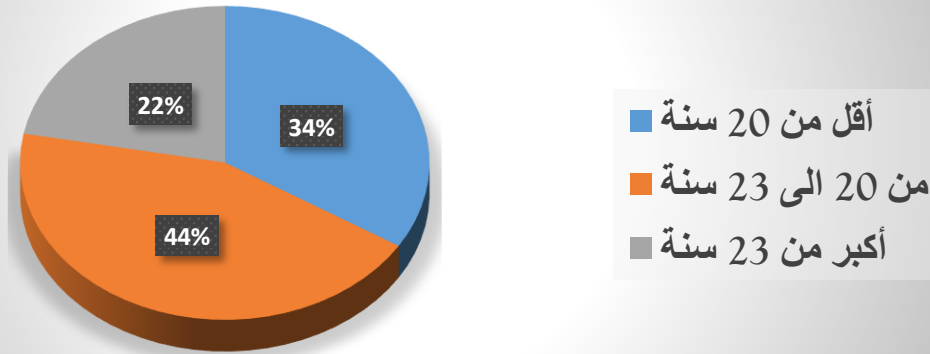
الاطار المنهجي للدراسة.

هذا التوزيع أيضاً بطبيعة مجتمع الدراسة، كونها تشمل الطلبة المنخرطين في التنظيمات الطلابية، والتي قد يغلب عليها الطابع الذكوري نسبياً في بعض السياقات الجامعية، أو أن تمثيل الإناث داخل هذه التنظيمات أقل مقارنة بالذكور، مما ينعكس على نسب المشاركة في الاستبيان.

الجدول رقم (05) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.

النسبة	التكرار	التوزيع السن
34%	20	أقل من 20 سنة
44%	26	من 20 الى 23 سنة
22%	13	أكبر من 23 سنة
100%	59	المجموع

الشكل (2) يمثل توزيع أفراد الدراسة حسب متغير السن



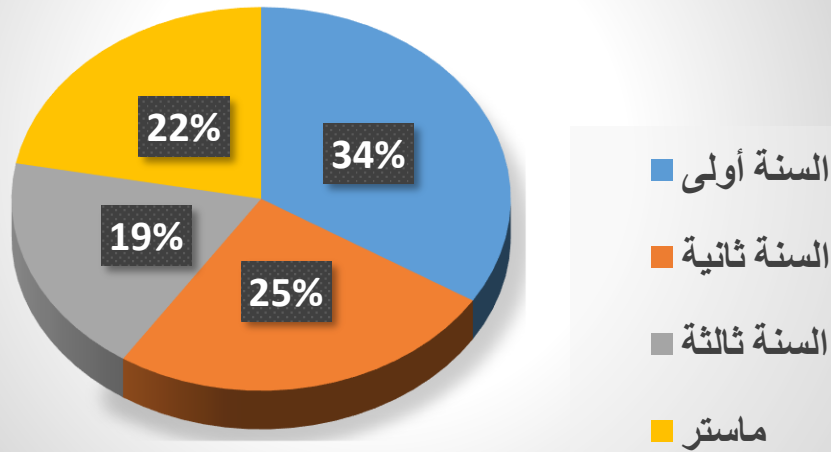
يوضح الجدول رقم (05) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن، حيث بلغ عدد أفراد العينة (59) مفردة. وتبين النتائج أن الفئة العمرية من 20 إلى 23 سنة جاءت في المرتبة الأولى بـ 26 مفردة بنسبة (44%)، تليها الفئة أقل من 20 سنة بـ 20 مفردة بنسبة (34%)، بينما سجلت الفئة الأكبر من 23 سنة أقل نسبة بـ 13 مفردة بنسبة (22%) ويمكن تفسير هذا التوزيع بكون العينة مكونة أساساً من فئة الطلبة الجامعيين، حيث تمثل الفئة العمرية من 20 إلى 23 سنة الشريحة الأكثر انتشاراً في هذا المستوى التعليمي، كما يعكس ذلك طبيعة المجتمع المدروس الذي يغلب عليه الطابع الشبابي، وهو ما ينسجم مع خصوصية الدراسة الميدانية داخل الوسط الجامعي والتنظيمات الطلابية.

الجدول رقم (06) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.

النسبة	التكرار	التوزيع المستوى
--------	---------	--------------------

السنة أولى	20	34%
السنة ثانية	15	25%
السنة ثالثة	11	19%
ماستر	13	22%
المجموع	59	100%

الشكل (3) يمثل توزيع أفراد الدراسة حسب متغير المستوى

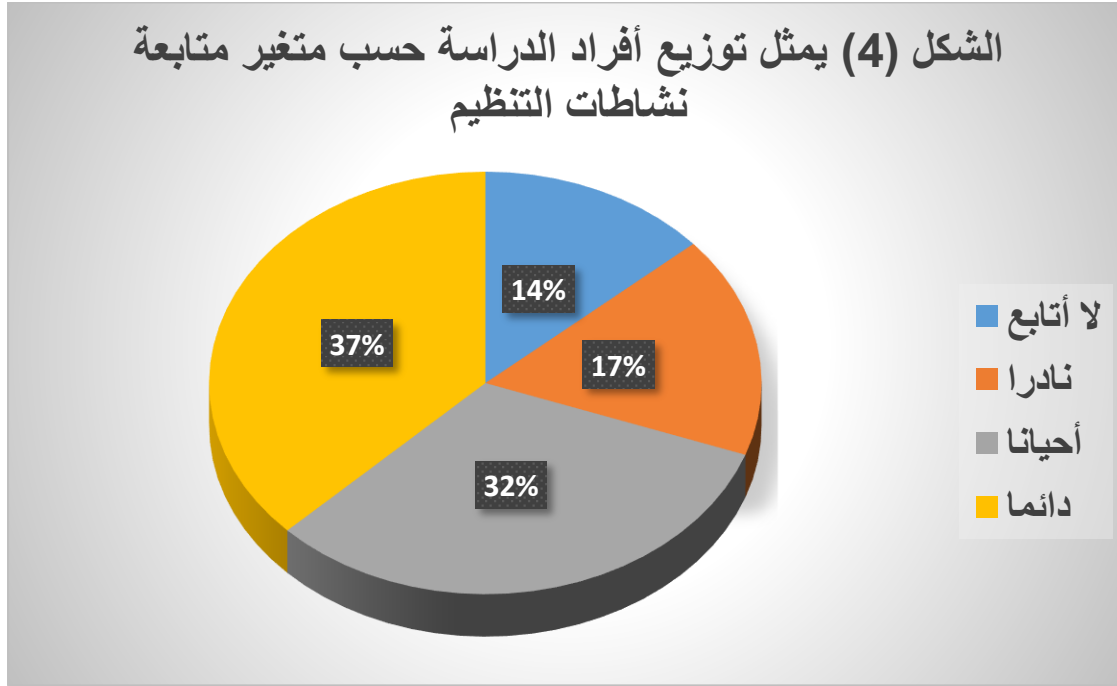


يوضح الجدول رقم (07) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي، حيث بلغ عدد أفراد العينة (59) مفردة. وتُظهر النتائج أن طلبة السنة الأولى سجلوا أعلى نسبة بـ 20 مفردة بنسبة (34%)، يليهم طلبة الماستر بـ 13 مفردة بنسبة (22%)، ثم طلبة السنة الثانية بـ 15 مفردة بنسبة (25%)، في حين جاءت السنة الثالثة في المرتبة الأخيرة بـ 11 مفردة بنسبة (19%) ، ويمكن تفسير هذا التوزيع بكون العينة شملت مختلف مستويات التدرج الجامعي بشكل متقارب نسبياً، مع غلبة طلبة السنة الأولى، وهو ما قد يعكس سهولة الوصول إلى هذه الفئة واستعدادها الأكبر للمشاركة في الاستبيانات الإلكترونية، إضافة إلى أن طبيعة الدراسة الميدانية داخل الوسط الجامعي والتنظيمات الطلابية تسمح بتنوع التمثيل بين المستويات التعليمية المختلفة.

الجدول رقم (07) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير متابعة نشاطات التنظيم.

النسبة	التكرار	التوزيع
14%	8	لا أتابع
		الجنس

نادرًا	10	17%
أحيانًا	19	32%
دائمًا	22	37%
المجموع	59	100%



يوضح الجدول رقم (08) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير متابعة نشاطات التنظيم، حيث بلغ عدد أفراد العينة (59) مفردة. وتبين النتائج أن فئة "دائمًا" جاءت في المرتبة الأولى بـ 22 مفردة بنسبة (37%)، تليها فئة "أحيانًا" بـ 19 مفردة بنسبة (32%)، ثم فئة "نادرًا" بـ 10 مفردات بنسبة (17%)، في حين سجلت فئة "لا أتابع" أقل نسبة بـ 8 مفردات بنسبة (14%).

ويمكن تفسير هذه النتائج بكون أغلب أفراد العينة لديهم مستوى من التفاعل والمتابعة لأنشطة التنظيمات الطلابية، وهو ما يعكس ارتباطهم النسبي بهذه التنظيمات بحكم انتمائهم إليها أو اهتمامهم بفعاليتها. كما أن ارتفاع نسبة المتابعة الدائمة أو المتقطعة يدل على وجود ديناميكية داخل التنظيمات الطلابية محل الدراسة، في حين تبقى نسبة عدم المتابعة محدودة نسبيًا، مما يعزز الطابع التفاعلي للعينة المدروسة.

9. الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: دراسة فهد بن مطر هادي الشمري بعنوان «تعميق دور الإعلام الجديد في تكوين الرأي العام لدى طلاب الجامعات السعودية» سنة 2014.

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الجديد وبين تنمية قدرة الشباب الجامعي على التعبير عن آرائهم تجاه القضايا المجتمعية، كما سعت إلى إبراز تأثير استخدامات الإعلام الجديد لدى طلبة الجامعات السعودية في تشكيل الرأي العام. واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وتم جمع البيانات من خلال الملاحظة العامة. وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الجديد أصبحت فضاءً رئيسياً لتكوين الآراء لدى الطلبة الجامعيين، كما تبين أن متابعة الطلاب لمختلف المنصات الإعلامية الحديثة تسهم في تعزيز قدرتهم على التعبير عن آرائهم بحرية، إضافة إلى أن تنوع وسائل الإعلام الجديد وكثرة استخدامها جعلها تحظى بانتشار واسع وتأثير كبير في أوساط الشباب الجامعي السعودي.

تعليق: تتقاطع هذه الدراسة مع موضوع بحثنا من خلال إبرازها للدور الذي تلعبه الوسائط الإعلامية الحديثة في التأثير على الطلبة الجامعيين وتوجيه آرائهم، وهو ما يدعم فكرة اعتماد النوادي الطلابية على الوسائل الإعلامية الحديثة في التنشيط الإعلامي والتفاعل مع الطلبة داخل الجامعة.

الدراسة الثانية: دراسة حفاشة عائشة وبوعزة آمال بعنوان» دور النوادي الطلابية في التنشيط الإعلامي داخل الجامعة: دراسة ميدانية حول نادي العلوم بجامعة الأغواط«، بجامعة عمار ثلجي بالأغواط، السنة الجامعية 2025/2024.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور النوادي الطلابية في تنشيط العمل الإعلامي داخل الجامعة، من خلال دراسة ميدانية شملت نادي العلوم بجامعة الأغواط. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، كما استخدمت الاستبيان أداةً لجمع البيانات وتحليلها، وشملت العينة 140 طالباً وطالبة من مختلف التخصصات.

وتوصلت الدراسة إلى أن نادي العلوم يحظى باهتمام معتبر لدى الطلبة، حيث يرى أغلب الباحثين أنه وسيلة فعالة لاكتشاف المواهب الإعلامية وتنميتها، كما أظهرت النتائج أن الطلبة يتابعون محتوى النادي لجودته العلمية وجاذبيته الإعلامية. وفي المقابل كشفت الدراسة عن ضعف نسبي في تفاعل الطلبة مع المحتوى المنشور، مما يدل على الحاجة إلى تطوير آليات النشر والتفاعل. كما بينت النتائج أن الإعلام الطلابي يسهم في تعزيز المشاركة الجامعية وترك أثر إيجابي لدى الطلبة، وأوصت الدراسة بضرورة توفير الدعم اللوجستي والتقني والتمويل من أجل ضمان استمرارية وفعالية النشاط الإعلامي داخل الجامعة.

تعليق: تُعد هذه الدراسة الأقرب إلى موضوع بحثنا، إذ تناولت بشكل مباشر دور النوادي الطلابية في التنشيط الإعلامي داخل الجامعة، كما دعمت أهمية الإعلام الطلابي في تعزيز التفاعل والمشاركة الجامعية، وهو ما يفيد في بناء الإطار النظري والمنهجي للدراسة الحالية.

الدراسة الثالثة: دراسة عبد الرحمن السعدي بعنوان « دور الأندية الطلابية في تنمية الانتماء الوطني لدى طلاب الجامعات »، بجامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، سنة 2016.

هدفت الدراسة إلى رصد إسهامات الأندية الطلابية في غرس قيم الانتماء الوطني والمسؤولية الوطنية لدى الطلبة الجامعيين. واعتمدت الدراسة على المنهج الكمي، مستخدمة الاستبيان أداة لجمع البيانات، حيث تم توزيعه على عينة بلغت 400 طالب. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين الانخراط في الأندية الطلابية وتنمية الشعور بالانتماء والمسؤولية الوطنية لدى الطلبة. كما أبرزت الدراسة أهمية الأندية الجامعية باعتبارها أداة توجيه وتأثير في الوسط الطلابي، وهو ما يعزز دورها كوسيلة فعالة في التنشيط الإعلامي والثقافي داخل الجامعة.

تعليق: على الرغم من اختلاف المتغير الأساسي في هذه الدراسة، إلا أنها تؤكد الأثر الإيجابي للأندية الطلابية في تكوين شخصية الطالب وتعزيز تفاعله داخل الوسط الجامعي، مما يدعم فكرة اعتماد النوادي كوسيلة فعالة للتنشيط الإعلامي والتواصل الطلابي.

الدراسة الرابعة: دراسة إيمان عبد العال بعنوان « بالنشاط الطلابي في الجامعات ودوره في تنمية المهارات الحياتية »، بجامعة القاهرة، سنة 2019.

تناولت الدراسة العلاقة بين الأنشطة اللامنهجية داخل الجامعة وتنمية المهارات الحياتية لدى الشباب الجامعي، مركزة على أثر المشاركة في الأندية والأنشطة الطلابية في تطوير شخصية الطالب.

وأظهرت نتائج الدراسة أن الطلبة المشاركين في الأندية الطلابية يتمتعون بمستويات أعلى في مهارات القيادة، وإدارة الوقت، والعمل الجماعي، مقارنة بغير المشاركين. كما أكدت الدراسة الأهمية التكوينية والتربوية للنوادي الجامعية، وهو ما يدعم دورها في التنشيط الإعلامي والتواصل داخل البيئة الجامعية.

تعليق: تفيد هذه الدراسة في إبراز الأبعاد التكوينية للنشاط الطلابي، حيث توضح أن مشاركة الطلبة في النوادي لا تقتصر على الترفيه، بل تسهم في تطوير مهاراتهم الشخصية والاجتماعية، وهو ما ينعكس إيجاباً على الأداء الإعلامي والتواصل داخل الجامعة.

10. المقاربة النظرية للدراسة:

تنتقل هذه الدراسة من مجموعة من المقاربات النظرية التي تشكل الأساس التفسيري لفهم العلاقة بين إدارة الإعلام والتنظيم النقابي الطلابي داخل الجامعة، وذلك من خلال الاعتماد على ثلاث نظريات رئيسية هي: نظرية الاستخدامات والإشباع، ونظرية ترتيب الأولويات، ونظرية الإدارة بالأهداف. وقد تم اختيار هذه النظريات بالنظر إلى قدرتها على تفسير الجوانب المتعلقة بالتواصل الإعلامي، والمشاركة الطلابية، والصورة الذهنية، والوعي النقابي، والأداء التنظيمي داخل التنظيمات الطلابية الجامعية.

- نظرية الاستخدامات والإشباع:

تُعد نظرية الاستخدامات والإشباع من أبرز النظريات الإعلامية الحديثة، وقد ارتبطت بأعمال إيهوكاتز وجاي بلومر وميشيل غوريفيتش سنة 1974، حيث تقوم على فكرة أن الجمهور عنصر نشط يختار المضامين الإعلامية وفق حاجاته النفسية والاجتماعية والمعرفية، وليس متلقياً سلبياً. وترى النظرية أن الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام بهدف تحقيق إشباعات مختلفة، مثل الحصول على المعلومات، وبناء الاتجاهات، وتحقيق التفاعل الاجتماعي.

وتتسجم هذه النظرية مع الدراسة الحالية من خلال تفسير دوافع الطلبة في التفاعل مع الإعلام النقابي أو العزوف عنه، إذ تساعد على فهم طبيعة المضامين الإعلامية القادرة على جذب الطلبة وتحفيز مشاركتهم في الأنشطة النقابية. كما ترتبط بالفرضيات المتعلقة بتحسين التواصل الإعلامي، وزيادة المشاركة الطلابية، وتنمية الوعي النقابي عبر إشباع الحاجات المعلوماتية والمعرفية للطلبة.

- نظرية ترتيب الأولويات:

ظهرت نظرية ترتيب الأولويات على يد ماكسويل ماكومبس ودونالد شو سنة 1972، وتقوم على فكرة أن وسائل الإعلام لا تحدد للناس كيف يفكرون، بل تحدد لهم القضايا التي ينبغي التفكير فيها من خلال إبراز موضوعات معينة ومنحها أولوية في التغطية الإعلامية. وتركز النظرية على قدرة الوسائل الإعلامية في تشكيل اهتمامات الجمهور وصياغة تصوراتهم تجاه القضايا المختلفة.

وتوظف هذه النظرية في الدراسة الحالية لفهم دور الإدارة الإعلامية النقابية في تشكيل صورة التنظيم النقابي لدى الطلبة وتوجيه اهتمامهم نحو القضايا الطلابية والأنشطة النقابية. كما تساعد في تفسير الفرضيات المرتبطة ببناء الصورة الذهنية الإيجابية، وتعزيز الوعي النقابي، ورفع مستوى التأثير داخل البيئة الجامعية من خلال التحكم في الأولويات الإعلامية للتنظيم.

- نظرية الإدارة بالأهداف:

تُعد نظرية الإدارة بالأهداف من النظريات الإدارية الحديثة التي وضع أسسها بيتر دراكر سنة 1954، وتقوم على مبدأ أن نجاح أي تنظيم يرتبط بوضوح أهدافه وقدرته على تنسيق جهود أعضائه لتحقيقها. كما تؤكد النظرية أهمية الاتصال الداخلي والتخطيط والتنسيق المستمر في رفع كفاءة الأداء وتحقيق الأهداف التنظيمية.

وتتسجم هذه النظرية مع الدراسة الحالية من خلال إبراز أهمية الإعلام الداخلي في تحقيق التنسيق بين أعضاء التنظيم النقابي الطلابي وتحسين الأداء التنظيمي. فكلما كانت إدارة الإعلام أكثر فعالية ووضوحاً، ساهم ذلك في تعزيز التواصل الداخلي وتوحيد الجهود وتحقيق أهداف التنظيم النقابي داخل الجامعة، وهو ما يرتبط بالفرضيات المتعلقة بالتواصل التنظيمي والتنسيق والأداء النقابي.

تكمن أهمية هذا البناء النظري في التكامل الوظيفي بين النظريات الثلاث المعتمدة، حيث تفسر كل نظرية جانباً محدداً من الظاهرة المدروسة. فتركز نظرية الاستخدامات والإشباع على دوافع الطلبة في متابعة الإعلام النقابي، بينما تهتم نظرية ترتيب الأولويات بتأثير الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية والوعي الطلابي، في حين تُبرز نظرية الإدارة بالأهداف دور الإعلام في تحسين الأداء التنظيمي والتنسيق الداخلي. وعليه تُشكل هذه النظريات إطاراً تفسيرياً متكاملًا يُمكن الدراسة من تحليل العلاقة بين إدارة الإعلام والتواصل والمشاركة والوعي النقابي داخل التنظيمات الطلابية بجامعة المسيلة، بما ينسجم مع الفرضيات المطروحة وأهداف الدراسة الميدانية.

الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي لإدارة الإعلام.

تمهيد:

يشكل الإعلام في المجتمعات المعاصرة أحد أهم الظواهر الاجتماعية والثقافية التي ارتبطت بتطور الإنسان وتقدمه، إذ لم يعد مجرد وسيلة لنقل الأخبار والمعلومات، بل أصبح نظاماً متكاملًا يؤثر في تشكيل الرأي العام وتوجيه السلوك الاجتماعي وصناعة الوعي الجماعي، وقد تطور مفهوم الإعلام ووظائفه بتطور وسائل الاتصال وتغير البنى السياسية والاقتصادية والاجتماعية، مما أضفى عليه أبعاداً جديدة تجاوزت حدود الإخبار إلى التثقيف والتوجيه والترفيه وصناعة التأثير.

ومع اتساع نطاق المؤسسات الإعلامية وتعدد بيئتها التنظيمية، برزت الحاجة إلى إدارة إعلامية واعية وقادرة على تحقيق التوازن بين متطلبات الأداء المهني والاعتبارات الاقتصادية والقانونية، وهو ما أدى إلى ظهور مفهوم إدارة الإعلام باعتباره مجالاً يجمع بين الفكر الإداري والممارسة الإعلامية، كما أصبح الاتصال التنظيمي عنصراً أساسياً داخل المؤسسات الإعلامية، لما له من دور محوري في تنسيق الجهود وضمان انسياب المعلومات وتحقيق التكامل بين مختلف المستويات الإدارية.

وانطلاقاً من ذلك يسعى هذا الفصل إلى تأصيل الإطار المفاهيمي لإدارة الإعلام، من خلال تناول ماهية الإعلام والاتصال وبيان خصائصهما ووظائفهما، ثم الانتقال إلى توضيح مفهوم إدارة الإعلام وعناصرها، وصولاً إلى إبراز أهمية الاتصال التنظيمي ودوره في دعم الأداء المؤسسي وتحقيق الأهداف الاستراتيجية.

المبحث الأول: ماهية الإعلام والاتصال.

المطلب الأول: مفهوم الإعلام وخصائصه.

الفرع الأول: مفهوم ونشأة الاعلام.

أولاً: مفهوم الاعلام.

الإعلام لغة: يرتبط بمعاني الإبلاغ والإيصال والعلم والتعليم والإخبار، فهو يفيد نقل المعرفة من طرف إلى آخر بقصد الإفهام والإحاطة، ويتضمن معنى القصد والوضوح والتبليغ المؤثر، كما يحمل دلالة الإحاطة بالشيء وتمكين الغير من إدراكه وفهمه إدراكاً صحيحاً.¹

أما اصطلاحاً: فالإعلام هو عملية اتصال اجتماعي مقصودة ومنظمة تقوم على جمع المعلومات والأخبار والحقائق والأفكار والآراء ومعالجتها وصياغتها ونشرها للجمهور عبر وسائل وأساليب متعددة،² في إطار من الدقة والصدق والموضوعية، بهدف إحاطة الأفراد بما يجري من قضايا وأحداث ومشكلات، وتمكينهم من الفهم الواعي لها، وتكوين مواقف وآراء مستنيرة، والتأثير في اتجاهاتهم وسلوكهم في ضوء معطيات صحيحة.³ ويفهم من ذلك أن الإعلام يتجاوز كونه مجرد نقل آلي للمعلومات، ليصبح نشاطاً معرفياً واتصالياً له أبعاد تربوية وتوعوية واجتماعية، يسهم في تشكيل الوعي الفردي والجماعي، وصناعة الرأي العام، وتعزيز المشاركة المجتمعية، من خلال توفير مضمون معرفي موثوق يسهم في بناء تصور واقعي للأحداث والوقائع.⁴ وبهذا المعنى فإن الإعلام يمثل منظومة متكاملة تجمع بين الإخبار والتعليم والتفسير والتوجيه، وترتكز على مسؤولية مهنية وأخلاقية قوامها الحقيقة والشفافية وخدمة الصالح العام.

ثانياً: نشأة الاعلام.

مرت وسائل الاتصال الإنساني عبر التاريخ بعدة مراحل تطورية طويلة شكلت الأساس لظهور الإعلام الحديث، حيث بدأت أولى أشكال التواصل الإنساني بمرحلة الإشارات والعلامات التي اعتمد فيها الإنسان على وسائل بدائية للتعبير عن أفكاره واحتياجاته، قبل أن ينتقل إلى مرحلة الاتصال الشفهي التي استخدم فيها اللغة والكلمات والأرقام وقواعد التخاطب، مما ساعده على التكيف مع بيئته ونقل المعارف بشكل مباشر بين الأفراد.⁵

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق، ص ص 17-18.

² عبد اللطيف حمزة، مرجع سابق، ص 23.

³ عبد القادر قندوز ومحمد الطيب الزاوي، المدخل إلى علوم الإعلام والاتصال (غرداية: المطبعة العربية للنشر والتوزيع، 2011)، ص ص 10-12.

⁴ خيرى خليل الجميلي، الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، محطة الرمل، 1997)، ص ص 10-11.

⁵ عبد اللطيف حمزة، مرجع سابق، ص 20.

ثم ظهرت مرحلة الكتابة التي شكلت نقلة نوعية في تاريخ الاتصال، حيث تمكن الإنسان من حفظ المعلومات وتوثيقها عبر الزمن ونقلها عبر المكان، من خلال سجلات مادية أكثر دقة وفعالية من الاتصال الشفهي، وقد تطورت هذه المرحلة مع استخدام مواد مثل ورق البردي عند المصريين القدماء، مما ساهم في تسجيل الأفكار والأحداث بشكل منظم وأكثر استمرارية.

بعد ذلك جاءت مرحلة الطباعة التي أحدثت ثورة حقيقية في تاريخ الاتصال الإنساني، خاصة بعد اختراع الطباعة على يد يوحنا غوتنبرغ في القرن الخامس عشر، حيث سمح هذا الاختراع بنشر المعرفة على نطاق واسع وساهم في انتشار الكتب والصحف وتوسيع دائرة القراءة والتعلم، مما مهد لظهور الإعلام بمفهومه الحديث.¹

كما يشير بعض الباحثين إلى أن بدايات التواصل الإنساني قد تعود إلى أشكال بدائية من القنوات غير الشفوية مثل الرسوم الجدارية في الكهوف والخرائط والرموز المرسومة، والتي تمثل صورا أولية للاتصال البصري الذي سبق تطور اللغة والكتابة.² وبذلك يمكن القول إن نشأة وسائل الإعلام هي نتيجة تطور تاريخي تدريجي انتقل فيه الإنسان من وسائل بسيطة بدائية إلى أنماط اتصال معقدة ومنظمة، وصولا إلى وسائل الإعلام الجماهيرية الحديثة.

الفرع الثاني: خصائص الاعلام.

أولا: الطبيعة الاتصالية للإعلام.

يعد الإعلام نشاطا اتصاليا متكاملا تنطبق عليه جميع مقومات العملية الاتصالية وعناصرها الأساسية، إذ يقوم على وجود مصدر للمعلومات يتولى جمعها وصياغتها، ورسالة إعلامية تتضمن مضمون الأخبار والحقائق، ووسائل إعلامية تعمل على نقل هذه الرسالة بمختلف أشكالها المسموعة والمرئية والمكتوبة، إضافة إلى جمهور متلق يتفاعل مع المضمون الإعلامي، وما يترتب عن ذلك من أثر إعلامي ينعكس على مستوى الفهم أو الاتجاه أو السلوك.³

ثانيا: الارتكاز على الدقة والصدق والموضوعية.

يتسم الإعلام بكونه قائما على نقل الحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة دون تحريف أو تضليل، فهو يرتبط بالأحداث الواقعية ويعتمد على الدقة والوضوح والصرامة في عرضها، بما يعزز الثقة بين الوسيلة الإعلامية والجمهور، ويضمن سلامة المعلومات المتداولة داخل المجتمع.⁴

ثالثا: الوظيفة التفسيرية والتوضيحية.

¹ فؤاد أحمد الساري، وسائل الإعلام النشأة والتطور، ط1 (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011)، ص 18.

² علي عبد الفتاح كنعان، إدارة الإعلام، ط1 (عمان: البازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2014)، ص 1.

³ عبد اللطيف حمزة، مرجع سابق، ص 24.

⁴ محمد حسن العامري وعبد السلام محمد السعدي والإعلام والديمقراطية في الوطن العربي، ط1 (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2010)، ص 55.

لا يقتصر الإعلام على مجرد نقل الأخبار، بل يتجاوز ذلك إلى شرحها وتبسيطها وتفسيرها، بما يساعد الجمهور على فهم الوقائع فهما سليما، ويزيل الغموض عن القضايا المطروحة، ويسهم في تكوين رؤية واضحة تجاه مختلف المسائل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية.¹

رابعاً: الارتباط بدرجة تطور المجتمع.

تتزايد أهمية الإعلام كلما ازداد المجتمع تعقيدا وتقدما، وارتفع مستوى التعليم والثقافة والوعي لدى أفرادها، إذ يصبح الأفراد في المجتمعات المتقدمة أكثر حاجة إلى معلومات دقيقة ومتخصصة تساعدهم على التفاعل مع التحولات المتسارعة، مما يجعل الإعلام عنصرا أساسيا في تنظيم الحياة العامة وتوجيه الرأي العام.² وبذلك يتضح أن خصائص الإعلام تتمحور حول طبيعته الاتصالية، ومركزاته المهنية القائمة على الصدق والموضوعية، ووظيفته التفسيرية، وعلاقته الوثيقة بدرجة تطور المجتمع.

المطلب الثاني: وظائف الإعلام وأهدافه.

الفرع الأول: وظائف الإعلام.

1. الوظيفة التفسيرية.

لا يقتصر الإعلام على نقل الأخبار، بل يتولى شرحها وتفسيرها وبيان أبعادها وخلفياتها والظروف المحيطة بها، خاصة في المجتمعات المعاصرة التي اتسمت بالتعقيد وتعدد التخصصات، مما يفرض على الإعلام تبسيط المعطيات وتحليلها حتى تصبح مفهومة لدى الجمهور، وبذلك يساعد الأفراد على تكوين مواقف مدروسة قائمة على فهم أعمق للوقائع.³

2. الوظيفة التربوية والتعليمية.

يقوم الإعلام بدور تربوي مستمر من خلال إسهامه في تنشئة الأفراد وغرس القيم الاجتماعية السائدة وتعزيز الهوية الثقافية، كما يؤدي وظيفة تعليمية من خلال نشر المعرفة وتنمية الفكر وتقوية ملكة النقد، حتى أصبح بمثابة مدرسة مفتوحة أو جامعة مستمرة لمن غادروا مقاعد الدراسة، يواكبهم في مختلف مراحل حياتهم.⁴

3. وظيفة التنمية وتحديث المجتمع.

يسهم الإعلام في دعم مسارات التنمية الشاملة من خلال نشر الوعي الاقتصادي والاجتماعي، والتعريف بالبرامج التنموية، وتحفيز الأفراد على المشاركة في جهود الإنتاج

¹ عبد اللطيف حمزة، مرجع سابق، ص 25.

² محمد حسن العامري وعبد السلام محمد السعدي، مرجع سابق، ص 55.

³ حفيظة بوزيدي، تحول وظائف وسائل الإعلام في ظل الإعلام الرقمي وصحافة المواطن"، (مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، مج 07، ع 02، أبريل 2022)، ص 93، ص 934.

⁴ عبد القادر قندوز ومحمد الطيب الزاوي، مرجع سابق، ص ص 73 - 77.

والبناء، كما يعمل على نشر القيم المرتبطة بالتحديث والتقدم العلمي والتقني، ويعزز الاتجاه نحو التغيير الإيجابي بما يواكب متطلبات التطور الحضاري.¹

4. الوظيفة السياسية أو الديمقراطية.

يؤدي الإعلام دوراً محورياً في الحياة السياسية من خلال إتاحة المجال للتعبير عن الرأي وتبادل الأفكار وعرض وجهات النظر المختلفة، مما يعزز التواصل بين الحاكم والمحكوم، ويسهم في تنمية الوعي السياسي وتحفيز المشاركة في الحياة العامة، ويجعل وسائل الإعلام منابر للحوار والنقاش وتشكيل الرأي العام.²

5. الوظيفة التسويقية والإعلانية.

يمثل الإعلام قناة أساسية للتسويق والإعلان، حيث يربط بين المنتج والمستهلك ويعرض السلع والخدمات، مما يدعم الحركة الاقتصادية ويعزز التفاعل داخل السوق، وقد أصبحت هذه الوظيفة عنصراً مهماً في تمويل المؤسسات الإعلامية واستمرار نشاطها.³

6. الوظيفة الإخبارية.

تعد الوظيفة الإخبارية الأساس الذي يقوم عليه النشاط الإعلامي، إذ يمثل الخبر جوهر العملية الإعلامية ومحورها المركزي، ويشمل ذلك جمع المعلومات والأحداث والآراء والصور ومعالجتها وتخزينها ثم نشرها للجمهور، بما يمكن الأفراد من الإحاطة بما يجري حولهم وفهم الواقع السياسي والاقتصادي والاجتماعي، فالإعلام من خلال هذه الوظيفة يسهم في بناء المعرفة العامة ويجعل الفرد جزءاً واعياً من مجتمعه وعالمه.⁴

7. الوظيفة الترفيهية.

يؤدي الإعلام وظيفة ترفيهية من خلال تقديم مواد تسهم في التسلية والترفيه عن النفس، غير أن هذه الوظيفة تطورت واتسع نطاقها حتى أصبحت تتداخل مع وظائف أخرى، بحيث يجمع المضمون الإعلامي المعاصر بين الإمتاع والإفادة في آن واحد.⁵

8. وظيفة الخدمات العامة.

يشمل الإعلام تقديم خدمات مباشرة للجمهور مثل نشرات الطقس ومواقيت الصلاة والاستشارات القانونية والطبية وغيرها من المعلومات الإرشادية، مما يجعله أداة مساندة للحياة اليومية ومرفقاً خدمياً عاماً يرتبط باحتياجات الأفراد.⁶

¹ نش عزوز بوهالي حفيظة، دور الإعلام التنموي في تحقيق متطلبات وأهداف التنمية المستدامة"، (مجلة إسهامات للبحوث والدراسات، مج1، ع1، 2016)، ص71.

² الأميرة سماح وفرج عبد الفتاح وآخرون الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، ط1، سلسلة كتب المستقبل العربي (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2013)، ص17-18.

³ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد "شبكات التواصل الاجتماعي"، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013)، ص16.

⁴ علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص14.

⁵ حفيظة بوزيدي، مرجع سابق، ص929.

⁶ تمار، يوسف، "الوظيفة الاجتماعية لوسائل الإعلام (مقاربة نقدية لواقع العلاقات بين وسائل الإعلام والآفات الاجتماعية في المجتمع الجزائري)"، (مجلة مصداقية، مج2، ع1، 2020)، ص28.

وبذلك يتضح أن وظائف الإعلام متعددة ومتكاملة، تتجاوز مجرد نقل الأخبار لتشمل التفسير والتربية والتنمية والتحديث والمشاركة السياسية والتسويق والترفيه والخدمات العامة، مما يجعله مؤسسة محورية في تشكيل الوعي الفردي والجماعي داخل المجتمع.

الفرع الثاني: أهداف الإعلام.

1. نشر الأخبار والمعلومات الصحيحة.

يهدف الإعلام إلى تزويد الجمهور بالأخبار الدقيقة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة المتعلقة بالقضايا المعاصرة على المستويين المحلي والدولي، مع العمل على تفسيرها والتعليق عليها بصورة موضوعية، حتى تتكون لدى الرأي العام رؤية واضحة تمكنه من اتخاذ مواقف وقرارات مبنية على المعرفة.¹

2. صناعة الوعي وتوسيع المدارك.

يسعى الإعلام إلى تنمية وعي الأفراد والجماعات بما يجري حولهم، وتوسيع مداركهم المعرفية من خلال إمدادهم بالمعارف والبيانات والإحصاءات التي تعزز فهمهم للواقع، مما يساهم في تكوين شخصية واعية قادرة على التفاعل الإيجابي مع قضايا المجتمع والأمة.²

3. التأثير في الاتجاهات والسلوك.

من أبرز أهداف الإعلام توصيل فكرة معينة إلى فرد أو جماعة أو شعب بقصد إقناعهم بها، بحيث يترتب على ذلك تبني سلوك أو موقف معين يتماشى مع مضمون الرسالة الإعلامية، ولا يتحقق هذا الهدف إلا من خلال عرض المعلومات بطريقة مقنعة ومدعومة بالحقائق والأدلة.³

4. تثبيت القيم والمحافظة على النسق الاجتماعي.

يعمل الإعلام على دعم القيم والمبادئ السائدة في المجتمع وترسيخها في أذهان الأفراد، بما يضمن استمرارية النسق القيمي والمحافظة على التماسك الاجتماعي، كما يساهم في توجيه السلوك العام بما يتوافق مع تلك القيم والمعايير.⁴

5. نشر الثقافة الإعلامية وتعزيز المعرفة بالقواعد المنظمة.

يهدف الإعلام إلى تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين المنظمة للعمل الإعلامي وبمختلف الأنشطة والتطورات التي تطرأ عليه، مما يعزز وعيهم بطبيعة الرسالة الإعلامية وأساليبها ويكرس ثقافة إعلامية رشيدة داخل المجتمع.⁵

6. الترفيه والترويح عن الجمهور.

¹ بوحية، وسيلة، "مسؤولية المؤسسة الإعلامية في إنفاذ حق الرد والتصحيح (دراسة مقارنة بين القانون الدولي والجزائري)"، دفاتر السياسة والقانون، مج12، ع1 (الجزائر: معهد الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي تيبازة، 2020)، ص 476.

² خيرى خليل الجميلي، مرجع سابق، ص 34.

³ عزت، محمد فريد محمود، إدارة المؤسسات الإعلامية، (القاهرة: 1994)، ص 66.

⁴ علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص 15.

⁵ الننتشة، فاروق راتب، الإعلام وتأثيره على عقولنا (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2016)، ص 10.

يسعى الإعلام إلى تخفيف أعباء الحياة اليومية عن الأفراد من خلال تقديم برامج ترفيهية وثقافية تساهم في إدخال المتعة والتسلية، بما يحقق التوازن النفسي والاجتماعي للجمهور دون إغفال البعد القيمي والتربوي.¹

7. دعم البناء المجتمعي وتعزيز التواصل.

يمثل الإعلام أداة أساسية في ربط مكونات المجتمع ببعضها البعض، من خلال إتاحة مصادر الأنباء والآراء أمام الجميع، مما يعزز الحوار والتفاعل، ويجعل الإعلام ركنا محوريا في قيام المجتمع وتنظيمه وتماسكه.² وبذلك يتضح أن أهداف الإعلام لا تقتصر على نقل الأخبار فحسب، بل تمتد إلى صناعة الوعي، والتأثير في السلوك، وترسيخ القيم، وتعزيز المعرفة، وتحقيق الترفيه، ودعم البناء الاجتماعي بصورة متكاملة.

المبحث الثاني: مفهوم إدارة الإعلام وأسسها.

المطلب الأول: مفهوم إدارة الإعلام وعناصرها.

أولا: مفهوم إدارة الإعلام.

إدارة الإعلام هي منظومة متكاملة من العمليات الإدارية والتنظيمية والتخطيطية التي تضطلع بتوجيه وتسيير المؤسسات الإعلامية بما يحقق رسالتها الاتصالية وأهدافها المجتمعية والاقتصادية في آن واحد، فهي لا تقتصر على إدارة الموارد المادية والبشرية فحسب، بل تشمل كذلك إدارة المحتوى الإعلامي ذاته من حيث التخطيط له وإنتاجه وتحريره ونشره وتقويم أثره، بما يضمن انسجامه مع السياسة التحريرية للمؤسسة ومع القيم المهنية والأطر القانونية المنظمة للعمل الإعلامي.³

وتقوم إدارة الإعلام على وظائف إدارية أساسية تتمثل في التخطيط الذي يحدد الأهداف العامة والخاصة للمؤسسة ويرسم استراتيجيات العمل، والتنظيم الذي يوزع الاختصاصات ويحدد العلاقات بين الأقسام التحريرية والإدارية والفنية، والتوجيه الذي يشمل قيادة فرق العمل وتحفيزهم ومتابعة أدائهم، ثم الرقابة التي تهدف إلى تقييم النتائج وتصحيح الانحرافات وضمان جودة الأداء واستمراريته، وهي بذلك تمثل عملية ديناميكية مستمرة تتفاعل مع المتغيرات الداخلية والخارجية للمؤسسة.⁴

¹ علم الدين، محمود، وأميرة العباسي، إدارة الصحف واقتصادياتها، (القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2001)، ص 16-17.

² علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص 4-5.

³ المخلافي، فيصل علي فرحان، المؤسسات الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات مع دراسة لواقع المؤسسات الصحفية اليمنية، (مصر: المكتب الجامعي الحديث، 2005)، ص 170.

⁴ أبو الحسن، منال، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي النظريات والوظائف والتأثيرات (مصر: دار النشر للجامعات، 2007)، ص 23.

وتتميز إدارة الإعلام بخصوصية نابعة من طبيعة الرسالة الإعلامية وتأثيرها المباشر في الرأي العام، إذ إن القرارات الإدارية فيها لا تنفصل عن القرارات التحريرية، بل تتقاطع معها في كل مرحلة من مراحل العمل، فاختيار موضوع معين أو تحديد أولوية نشره أو صياغته بأسلوب معين هو في جوهره قرار إداري مهني له أبعاده السياسية والاجتماعية والاقتصادية، الأمر الذي يجعل إدارة الإعلام أكثر تعقيدا من إدارة المؤسسات الإنتاجية التقليدية.¹

كما تعمل إدارة الإعلام في بيئة تتسم بالتعدد والتداخل، فهي تتأثر بالبيئة السياسية من خلال التشريعات وحق الترخيص والإشراف، وبالبيئة الاقتصادية عبر الإعلانات ومصادر التمويل والمنافسة في السوق، وبالبيئة الاجتماعية والثقافية من خلال القيم السائدة واتجاهات الجمهور، وهو ما يفرض عليها تحقيق توازن دقيق بين استقلالية الأداء من جهة ومتطلبات الواقع القانوني والسياسي والاقتصادي من جهة أخرى.²

وعليه يمكن تعريف إدارة الإعلام تعريفا شاملا بأنها العملية التي يتم من خلالها تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة أنشطة المؤسسة الإعلامية التحريرية والإدارية والمالية، بهدف إنتاج وتوزيع رسالة إعلامية ذات جودة عالية، قادرة على تلبية حاجات المجتمع المعرفية والثقافية، وتحقيق الاستدامة الاقتصادية للمؤسسة، في إطار من الالتزام بالقوانين والمعايير المهنية والمسؤولية الاجتماعية.

ثانيا: عناصر إدارة الإعلام.

تتكون إدارة الإعلام من مجموعة عناصر مترابطة تؤثر في أدائها وطبيعة قراراتها، ويمكن إجمالها فيما يلي:

1. العناصر التنظيمية والبنوية:

تشمل بنية المؤسسة الإعلامية من حيث هيكلها التنظيمي، ونوعية الكادر البشري وكفاءاته وخبراته، ودرجة التجانس أو الاختلاف في الاتجاهات المهنية والفكرية، إذ يؤثر ذلك في طبيعة القرارات الإدارية والتحريرية وفي مستوى الأداء العام للمؤسسة.³

2. البيئة القانونية والسياسية.

تخضع إدارة الإعلام لقوانين ولوائح تنظم العمل الإعلامي، مثل قوانين المطبوعات والتشريعات الخاصة بالبلث والملكية، كما تمارس الدولة حق الترخيص والإشراف وسحب الامتياز، وهو ما يؤثر بصورة مباشرة أو غير مباشرة في طبيعة الرسالة الإعلامية وفي آليات التوظيف والنشر واتخاذ القرار.⁴

¹ عدون، ناصر دادي، اقتصاد المؤسسة، ط2 (الجزائر: دار المحمدية العامة، 1998)، ص 27.

² الكايد، هاني محمود، إدارة وهيكل المؤسسات الإعلامية وآليات العمل فيها في الوطن العربي، ط1 (الأردن: دار الراية للنشر والتوزيع، 2008)، ص 44.

³ العيفة، جمال، وليلى فقيري، "إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية الأسس والمبادئ وآليات التطبيق"، مجلة المعيار، ع42 (الجزائر، 2017)، ص 173.

⁴ شباح، بوزيد، "التنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية في الجزائر: بين تكريس الحرية وضوابط المسؤولية"، (مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، مج 11، ع02، 2025)، ص 208.

3. العنصر البشري والمهني.

يتمثل في القائمين بالاتصال وفي مقدمتهم حارس البوابة، وهو الشخص أو الجهة التي تمر عبرها المعلومات قبل نشرها، حيث يقرر ما ينشر وما يستبعد، إضافة إلى اعتبارات المهنية التي تحكم العمل الإعلامي مثل المساحة والزمن والتوقيت المناسب ومصادر الأخبار وخدمات وكالات الأنباء، وكلها عوامل تؤثر في صناعة القرار الإعلامي¹.

4. الضغوط الاقتصادية.

تتمثل في السيطرة أو التأثير من خلال الإعلانات وملكية وسائل الإعلام ومصادر التمويل، حيث تؤثر الاعتبارات الاقتصادية في توجهات المؤسسة وفي أولوياتها التحريرية وفي استمراريتها داخل السوق الإعلامي².

5. الضغوط الاجتماعية والسياسية الخارجية.

تشمل تأثير الرأي العام وجماعات الضغط المحلية، إضافة إلى الضغوط السياسية الخارجية، وهي عوامل قد تؤثر في مضمون الرسالة الإعلامية وفي حدود الحرية المتاحة للمؤسسة³.

وبذلك يتضح أن إدارة الإعلام ليست مجرد إدارة تقليدية لمؤسسة خدمية، بل هي إدارة ذات طابع خاص تجمع بين البعد المهني والتحريري والبعد الاقتصادي والقانوني والاجتماعي، وتعمل في بيئة معقدة تتداخل فيها اعتبارات السلطة والسوق والمجتمع، مما يفرض عليها تحقيق التوازن بين استقلالية الأداء ومتطلبات الواقع المحيط بها.

المطلب الثاني: الاتصال التنظيمي ودوره في المؤسسات.

أولاً: مفهوم الاتصال التنظيمي.

يعد الاتصال التنظيمي أو الداخلي أحد الأسس الجوهرية التي تقوم عليها المؤسسات الحديثة، إذ يمثل العملية المنظمة التي يتم من خلالها تبادل المعلومات والتعليمات والأفكار والقرارات بين مختلف المستويات الإدارية داخل المؤسسة، بما يضمن وضوح الأهداف والسياسات وسير العمل لجميع العاملين⁴.

ويشير الاتصال التنظيمي إلى شبكة العلاقات الرسمية وغير الرسمية التي تربط بين الإدارة العليا والوسطى والتنفيذية، وبين الرؤساء والمرؤوسين، وكذلك بين الأقسام والوحدات المختلفة، بهدف تحقيق الانسياب المستمر للمعلومات في الاتجاهين الصاعد

¹ جمال العيفة وليلى فقيري، مرجع سابق، ص 173.

² درعي، عبد المالك، "ضبط مصادر التمويل في النشاط الإعلامي"، (المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، مج18، ع 02، 2023)، ص 288.

³ بن شعبان، محمد الصالح، "تأثير جماعات الضغط والأحزاب السياسية في القرار السياسي"، (مجلة العلوم الإنسانية، ع44، 2015)، ص 144.

⁴ حجازي، مصطفى، الاتصال في العلاقات الإنسانية والإدارة، ط1 (بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات للنشر والتوزيع، 1990)، ص 17.

والنازل، مع توفير تغذية راجعة تساعد على تقويم الأداء وتصحيح الانحرافات وتحسين جودة القرارات.¹

كما يمكن تعريفه بأنه عملية إدارية واجتماعية مستمرة تهدف إلى تنسيق الجهود وتوحيد الرؤية داخل المؤسسة، وتمكين الأفراد من فهم أدوارهم ومسؤولياتهم وطبيعة عملهم، وتعزيز روح التعاون والعمل الجماعي بما يحقق الأهداف المشتركة بكفاءة وفاعلية.² **ثانياً: أشكال الاتصال التنظيمي.**

يتخذ الاتصال التنظيمي داخل المؤسسات عدة أشكال تختلف باختلاف طبيعة الرسالة ووسيلة نقلها ومن أبرزها:³

1. **الاتصالات الشفوية:** وتتم من خلال الحوار المباشر والاجتماعات والمقابلات والمناقشات واستقبال الشكاوى، وتمتاز بسرعة التفاعل وإمكانية توضيح المعاني بصورة فورية.

2. **الاتصالات المكتوبة:** وتشمل التقارير والمذكرات والتعليمات والتعاميم والرسائل الإلكترونية، وتمتاز بالتوثيق وإمكانية الرجوع إليها عند الحاجة.

3. **الاتصالات الإلكترونية:** وتعتمد على الوسائط التكنولوجية الحديثة مثل الشبكات الداخلية والبريد الإلكتروني ومؤتمرات الفيديو والهواتف الذكية، وتتميز بسرعة نقل المعلومات وتجاوز القيود الزمانية والمكانية.

4. **الاتصالات غير اللفظية:** وتعتمد على تعابير الوجه وحركات الجسد ونبرة الصوت والإيماءات، وتسهم في تعزيز المعنى وتوضيحه أثناء التفاعل المباشر بين الأفراد.

ثالثاً: وسائل الاتصال التنظيمي.

تعتمد المؤسسات على مجموعة من الوسائل التي تجسد عملية الاتصال الداخلي وتضمن فعاليتها ومن أهمها:⁴

- النشرات الداخلية التي تنقل الأخبار والقرارات والمستجدات بصورة منتظمة للعاملين.
- الكتيبات والأدلة التنظيمية التي توضح القوانين والإجراءات والمهام داخل المؤسسة.
- المراسلات الرسمية بمختلف أنواعها والتي تضمن وضوح التعليمات وتوثيقها.
- الاجتماعات الدورية التي تتيح مناقشة القضايا التنظيمية ومتابعة تنفيذ الخطط.
- الندوات والدورات التدريبية التي تسهم في تطوير مهارات العاملين وتعزيز كفاءتهم.
- وسائل الاتصال الإلكتروني التي تسهل سرعة تبادل المعلومات بين مختلف المستويات الإدارية.

¹ عجوة، علي، وآخرون، مقدمة في وسائل الاتصال، ط1 (جدة: دار المصباح، 1989)، ص 40.

² عاطف، يمني، التنظيم الإداري للفتوات القضائية، ط1 (الجيزة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، 2013)، ص 39-40.

³ الضلاعين، نضال فلاح، وآخرون، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، ط1 (عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2016)، ص 89.

⁴ جرادات، عبد الناصر، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، ط1 (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2009)، ص ص 120-121.

- صناديق الشكاوى والمقترحات التي تمكن العاملين من التعبير عن آرائهم والمشاركة في تحسين الأداء.
- الوسائط السمعية والبصرية الداخلية مثل الإذاعة الداخلية والدوائر التلفزيونية المغلقة التي تستخدم لإيصال الرسائل العامة بصورة جماعية.¹
- رابعاً: دور الاتصال التنظيمي في المؤسسات.**
- ويلعب الاتصال التنظيمي دوراً هاماً في المؤسسة ومن أهم هذه الأدوار ما يلي:
- يؤدي الاتصال التنظيمي دوراً استراتيجياً في حياة المؤسسة، إذ يشكل الأداة التي تنتظم من خلالها جميع الوظائف الإدارية من تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة، وبدونه تفقد الأنشطة ترابطها وتكاملها.
- يساهم في نقل الرؤية والرسالة والأهداف الاستراتيجية إلى جميع العاملين، مما يساعد على توحيد الجهود وتقليل الغموض وسوء الفهم داخل بيئة العمل.
- كما يدعم عملية اتخاذ القرار من خلال توفير المعلومات الدقيقة في الوقت المناسب، ونقل التغذية الراجعة من المستويات التنفيذية إلى الإدارة العليا، الأمر الذي يساعد على تطوير السياسات وتحسين الأداء.
- ويؤدي دوراً مهماً في تحفيز العاملين وتعزيز انتمائهم للمؤسسة، إذ يتيح لهم المشاركة وإبداء الرأي والشعور بقيمتهم داخل التنظيم، مما يرفع مستوى الرضا الوظيفي ويزيد من الإنتاجية.
- كذلك يحقق التنسيق والتكامل بين الأقسام المختلفة، ويقلل من التعارض والازدواجية في المهام، ويساهم في بناء علاقات مهنية قائمة على الثقة والتعاون.
- وفي حالات الأزمات يبرز دوره في ضمان سرعة نقل المعلومات والتعليمات بدقة ووضوح، والحد من انتشار الشائعات، مما يساعد المؤسسة على التعامل الفعال مع التحديات.
- وعليه فإن الاتصال التنظيمي يمثل عنصراً حيوياً لا غنى عنه في استقرار المؤسسة واستمراريتها، إذ يجمع بين كونه وسيلة لنقل المعلومات وأداة استراتيجية لبناء التماسك التنظيمي وتحقيق الكفاءة والفاعلية في الأداء المؤسسي.²

¹ أبو النصر، مدحت محمد، مهارات الاتصال الفعال مع الآخرين، ط2 (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2015)، ص 57-58.

² بريني، دحمان، "دور الاتصال التنظيمي في تحقيق النجاح للمؤسسة الاقتصادية"، (مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، ع35، 2018)، ص 43-44.

خلاصة الفصل:

خلص هذا الفصل إلى أن الإعلام يمثل عملية اتصالية منظمة تستند إلى عناصر أساسية تتمثل في المرسل والرسالة والوسيلة والمتلقي، وأنه يتسم بجملة من الخصائص أبرزها الدقة والوضوح والارتباط بالواقع والتأثير في الرأي العام، كما تبين أن للإعلام وظائف متعددة تتجاوز نقل الأخبار إلى التنقيف والتفسير والتوجيه والترفيه، وأن أهدافه ترتبط بصناعة الوعي وترسيخ القيم والمساهمة في تنمية المجتمع.

كما أوضح الفصل أن إدارة الإعلام تعد إطاراً تنظيمياً وإدارياً يهدف إلى تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة الأنشطة الإعلامية بما يحقق الكفاءة والفاعلية، وأنها تتأثر بعوامل تنظيمية وبشرية وقانونية واقتصادية تشكل مجتمعة بيئة عملها.

وتبين كذلك أن الاتصال التنظيمي يمثل العمود الفقري لعمل المؤسسات بصفة عامة والمؤسسات الإعلامية بصفة خاصة، لما يؤديه من دور استراتيجي في تنسيق الوظائف الإدارية، وتوحيد الرؤية، وتحفيز العاملين، ودعم اتخاذ القرار، وبناء ثقافة تنظيمية قائمة على التعاون والشفافية.

وبذلك يشكل هذا الفصل أرضية مفاهيمية ومنهجية ضرورية لفهم طبيعة إدارة الإعلام وآليات عملها داخل المؤسسات، تمهيداً للانتقال إلى الجوانب التطبيقية والتحليلية في الفصول اللاحقة.

الفصل الثالث: التنظيم النقابي الطلابي بالجامعة.

يُعد التنظيم النقابي الطلابي من أبرز الظواهر الاجتماعية والسياسية التي عرفتھا الجامعات الحديثة، إذ يُجسد تعبيراً حياً عن إرادة الطلبة في المشاركة الفعلية في صنع قرارات تمس حياتهم الأكاديمية والاجتماعية، ولا يمكن استيعاب هذه الظاهرة بعمق دون الرجوع إلى أصولها المفاهيمية وجذورھا التاريخية، وفهم الأدوار التي اضطلعت بها هذه التنظيمات على مر العقود.

وتتجلى أهمية هذا الفصل في كونه يُقدم معالجةً شاملةً ومتكاملةً لظاهرة التنظيم النقابي الطلابي، من خلال التأسيس المفاهيمي أولاً، ثم الاستقراء التاريخي ثانياً، وصولاً إلى تحليل الوظائف والأدوار ثالثاً، وقد جرى تنظيم هذا الفصل في مبحثين أساسيين متكاملين، يُعالج الأول الإطار المفاهيمي للتنظيم النقابي الطلابي، فيما يتناول الثاني دوره الفعلي داخل المؤسسة الجامعية.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للتنظيم النقابي الطلابي.

يُشكل هذا المبحث الركيزة المعرفية الأولى لفهم التنظيم النقابي الطلابي، إذ يسعى إلى تأطير المفاهيم الجوهرية التي تقوم عليها هذه الظاهرة ضبطاً دقيقاً، مع استحضار السياق التاريخي الذي نشأت فيه، وقد جرى تقسيمه إلى مطلبين رئيسيين:

المطلب الأول: مفهوم التنظيم والنقابة الطلابية.

يُعالج هذا المطلب الإطار المفاهيمي للنقابة والعمل النقابي والتنظيمات الطلابية من ناحيتين: القانونية والاجتماعية، فمن الناحية القانونية تُعرّف النقابة بوصفها منظمة ذات شخصية اعتبارية مستقلة تضطلع برعاية حقوق أعضائها والدفاع عنها، أما اجتماعياً فتُعد أداة لتخفيف الاستغلال وتحسين أحوال المنتسبين إليها، ويستكمل المطلب هذا التأصيل بعرض مفهوم التنظيمات الطلابية لغةً واصطلاحاً، مع استعراض أشكالها المختلفة، كالاتحاد العام والاتحاد الوطني والاتحاد الطلابي.

1. مفهوم النقابة.

تُعد النقابة من أبرز الأشكال التنظيمية التي ابتكرتها الحركات العمالية والطلابية للدفاع عن مصالح أعضائها ورعاية حقوقهم، وقد تعددت التعريفات التي أُسبغت عليها في أدبيات علم الاجتماع والقانون على حدٍ سواء.

فمن الناحية القانونية تعرف النقابة بأنها منظمة تضم مجموعة من العمال في منشأة محددة ولها شخصية اعتبارية مستقلة لتتمكن من رعاية مصالح العمال والدفاع عن حقوقهم المقررة قانوناً بالإضافة إلى تحسين حقوقهم المادية وأوضاعهم الاجتماعية، كما تمثل العمال في كل ما يتعلق ببيئة العمل¹.

ومن الناحية الاجتماعية تُعرّف بأنها منظمة اجتماعية جماهيرية أسستها الحركة العمالية لتخفيف أعباء الاستغلال وتحسين ظروف عملهم ومعيشتهم لمواصلة العيش، وبالتالي القدرة على العمل والإنتاج².

2. مفهوم العمل النقابي.

العمل النقابي هو جملة من المهام التي تقوم بها النقابات وتتمثل في متابعة القضايا المرتبطة بالحياة المهنية والاجتماعية للعمال كأوقات العمل، والوقاية، والأمن، والأجور، والضمان الاجتماعي³.

وبمعنى أشمل هو مجموعة الآليات والوسائل المستخدمة في سيرورة عمل المنظمة النقابية من أجل تحقيق هدف هذه المنظمة من خلال الاستجابة لمصالح أعضائها، وهو أيضاً الشكل الأكثر تنظيماً على مستوى الحركة النقابية العمالية، ويتجسد في هذه الممارسة النقابية

¹ قسم الشؤون النقابية، دليل النقابات العمالية (عمان: الاتحاد العام للعمال، 2012)، ص 8.

² حسن الساعاتي، علم الاجتماع الصناعي (لبنان: دار النهضة العربية، 1980)، ص 321.

³ Negre, Jean, Précis de l'éligislation du travail d'hygiène professionnelle et d'instruction civique (initiation à la vie sociale) (Paris: Publications Roy, 1960), p. 65.

وفي نشاط أعضاء النقابة داخل مكان العمل للدفاع عن مطالب العمال.

3. مفهوم التنظيمات الطلابية.

أ- التعريف اللغوي:

تنقسم كلمة التنظيمات الطلابية إلى مكونين اثنين: **التنظيم** و**الطالب**.

فالتنظيم لغة: نظمه ينظمه نظاماً ونظاماً، ونظمت اللآلئ بمعنى جمعتها في السلك أو الخيط، والتنظيم كذلك هو أي شيء ربطته بآخر، أو ضمنت جزءاً منه إلى آخر، أما الطالب فهو من يطلب العلم والمعرفة، ويطلق عرفاً على التلميذ في مرحلتي المتوسط والثانوي، والطالب اسم فاعل في المستويات العليا، وجمعه: طالبون وطلبة وطلاب، والمؤنث طالبة وجمعها طالبات¹.

ب- التعريف الاصطلاحي:

التنظيمات الطلابية اصطلاحاً هي نتيجة تجمع وتآزر الطلبة لإيجاد قوتهم الخاصة، وقد تكون لها أهداف سياسية تتوافق أو تختلف عن التوجه السياسي للبلد الذي تنتمي إليه تلك المنظمة، وكذلك قوانين أو قواعد أو لوائح تحدد علاقاتها الداخلية والخارجية وكذلك واجبات وحقوق أعضائها².

4. أنواع المنظمات الطلابية.

تُطلق على المنظمات الطلابية أسماء مختلفة بحسب رؤية المنظمة، وغالباً ما يتم تحديد هذا الاسم في ضوء أهداف المنظمة ومدى تطرفها في خياراتها السياسية³، ومن هذه الأسماء⁴:

- **الاتحاد العام:** يحق لجميع الطلاب الانضمام إليه بغض النظر عن انتماءاتهم السياسية، ويشترط الانضمام إليه الإيمان بأهدافه، والتي غالباً ما تكون واسعة وعامة وغير محددة.
- **الاتحاد الوطني:** يُطلق هذا الاسم على المنظمة الطلابية التي يؤمن أعضاؤها بأهداف سياسية وطنية فريدة ومحددة، وهذا الإيمان هو الشرط الأساسي للحصول على العضوية.
- **الاتحاد الطلابي:** هو مجموعة مكونة من مجموعات أو تنظيمات طلابية محلية أو إقليمية تُحدّد لها أهداف وصيغ تنظيمية مشتركة، وقد تكون أهدافها محددة وواضحة أو عامة، وغالباً ما يكون نطاقها واسعاً.

¹ عشوي، مصطفى، علم النفس الصناعي التنظيمي، ط01 (الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1992)، ص 35-36.

² غانس، محمد، "الانفتاح السياسي والمنظمات الاجتماعية في الفضاء الجامعي"، (الجزائر: مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2017)، ص 14.

³ خليل محمد حسن الشماخ وخضير كاظم محمود، نظرية المنظمة، ط1، (الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2000)، ص 21.

⁴ مجادي، حسبية، ومسعود عمارنة، "استراتيجيات العمل النقابي للتنظيمات الطلابية بالجامعة الجزائرية"، (مجلة قبس للدراسات الإنسانية والاجتماعية، مج 08، ع 02، ديسمبر 2024)، ص 1187.

المطلب الثاني: نشأة التنظيمات الطلابية وتطورها.

يتناول هذا المطلب التطور التاريخي للحركة النقابية منذ نشأتها في رحم الثورة الصناعية ببريطانيا عام 1720، مروراً بالنضالات التي خاضتها في مواجهة القوانين التي حظرتها في فرنسا وإنجلترا وغيرهما، وصولاً إلى الاعتراف القانوني بها، ثم ينتقل إلى رصد مسار التنظيمات الطلابية الجزائرية تحديداً؛ من مرحلة الاستعمار حيث برزت التنظيمات الفرانكفونية وصراع الهوية ونشوء الاتحاد العام للطلبة المسلمين الجزائريين (UGEMA) وإضرابه التاريخي عام 1956، وحتى مرحلة ما بعد الاستقلال وما شهدته من تشريعات وقوانين أثرت في مسار الحركة الجموعية.

1. نشأة النقابة وجذورها التاريخية.

يعود ظهور النقابات العمالية إلى الثورة الصناعية، حيث شعر العمال بضرورة تآزرهم واتحادهم لمواجهة الطبقة الرأسمالية، فكان العمال الذين أتيحت لهم فرصة العمل في المصانع يعانون من الظروف الصعبة كانهخفاض مستوى الأجور وطول ساعات الشغل، بالإضافة إلى تشغيل الأطفال القاصرين في المصانع بأجور زهيدة لا تتناسب مع الجهد المبذول، فكان رد فعل الجماهير المضطهدة على هذه الظروف هو خلق نوع من جمعيات الورش وهي منظمات للعمل المتمايز، ثم ظهرت النقابات العمالية للحماية والدفاع عن حقوق العمال في مواجهة استغلال رأس المال¹.

وجدت الحركة النقابية مهدداً الأول في بريطانيا العظمى عام 1720، وعلى إثر نجاح هذه الحركة ظهرت مجموعة أخرى من الحركات في مختلف المهن وانتشرت عبر أنحاء مناطق بريطانيا².

ما ميز النقابات العمالية المبكرة من جهة هو افتقارها إلى التنظيم المحكم والتنسيق بين جهود فروعها في مختلف المؤسسات العامة والخاصة، وغياب التشريعات العمالية للنصوص القانونية المتعلقة بالعمل والمحافظة على قانون العمل وحمايته، مما جعلها تفتقر إلى القوة والوحدة اللازمة للتأثير على وجهة نظر الدولة³.

ولم يكن هذا التحدي مجدياً لدى الحكومات وأرباب العمل الذين اعتبروا النشاط النقابي تمرداً وزعزعة لاستقرار النظام القائم، مما دفع بعضهم مثل فرنسا وإنجلترا إلى إصدار نصوص قانونية تحظر الممارسة النقابية⁴.

فقد صدر في فرنسا المادة السابعة من مرسوم آلاي الصادر في 3 مارس 1791 التي تُطلق العنان لحرية التجارة والصناعة وتحظر كل المجموعات المهنية، وكذلك قانون "le

¹ إبراهيم مشورب، المؤسسات السياسية والاجتماعية في الدولة المعاصرة (لبنان: دار المنهل اللبناني للطباعة والنشر، 2004)، ص ص 47-48.

² سليمان صالح غويل، ديموقراطية الأحزاب السياسية والجماعات الضاغطة (بنغازي: منشورات جامعة قازيونس، د.ت)، ص 276.

³ المرجع نفسه، ص 276.

⁴ مليكة عرعور، سوسيولوجية علاقات العمل (عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2014)، ص ص 102-103.

"chapei الصادر في 14 يونيو 1791 الذي يحظر أي تجمع مهني مهما كان شكله، ولم يكن المشرع الإنجليزي أقل صرامة من نظيره الفرنسي، فقد اعتبرت القوانين التي صدرت في عامي 1799 و1800 أن أي اتفاق أو تجمع بهدف المطالبة بتحسين ظروف العمل يُعد "تأمراً على حرية الصناعة والتجارة"، وقد تبني هذا النهج العديد من المشرعين في دول أخرى منها الولايات المتحدة الأمريكية والدول الاسكندنافية وبلجيكا والدنمارك¹.

غير أن الحركة النقابية لم تتوقف عن ممارستها بل ازدادت كثيفاً، ففي بداية القرن التاسع عشر تمكنت النقابة من الحصول على حق الممارسة النقابية واعتبرته العديد من الحكومات حقاً معترفاً به، كما حظي هذا الحق بالحماية والتأييد من قبل "المنظمة الدولية للعمل"².

ويعتبر المشرع الإنجليزي أول من سن قانوناً يُجيز تشكيل النقابات ويمنح الحق في اتخاذ قرار الإضراب خلال عام 1825-1826، حيث اضطرت الحكومة البريطانية إلى رفع الحظر القانوني المفروض على التكتلات النقابية، وبذلك اكتسب العمال البريطانيون الحق في التفاوض الجماعي مع الحكومة قبل نحو نصف قرن من نظرائهم الفرنسيين³.

أما في فرنسا فقد تم الاعتراف بحرية تكوين النقابات بموجب قانون "Waldeck Rousseau" الذي صدر في 21 مارس 1884⁴.

2. نشأة التنظيمات الطلابية الجزائرية وتطورها:

أ. التنظيمات الطلابية في فترة الاستعمار:

من خلال الدراسات التي اهتمت بهذا الجانب التنظيمي من حياة الطلبة الجزائريين في المهجر أو داخل الجزائر فقد تم تحديد ثلاثة أصناف رئيسية لها وهي كما يلي:

– **التنظيمات العامة AG :** المشكلة في كل جامعة ابتداءً من تاريخ 1877، والتي تجمعت كلها في حدود 1970 لتشكيل ما يسمى بالاتحاد الوطني للتجمعات الطلابية بفرنسا F.E.A.N.U ليتحول فيما بعد إلى الاتحاد الوطني للطلبة بفرنسا F.E.N.U الذي حاول جمع شمل كل الطلبة على اختلاف توجهاتهم السياسية والاجتماعية والدينية، وذلك للدفاع صفاً واحداً عن حقوقهم المشتركة، أما الطلبة الجزائريون فبالإضافة إلى انخراطهم في هذا التجمع العام انضموا في وحدة أخرى أصبحت تعرف بجمعية الطالب المسلمين لشمال إفريقيا A.M.E.A.N ، حيث ظهرت كتنظيم في الجزائر 1919 وظهرت في شكل جمعية الطالب المسلمين لشمال إفريقيا F.N.A.E.A عام 1927، وظلت هذه التنظيمات الطلابية بعيدة عن السياسة إلى سنوات ما بعد الحرب العالمية الثانية، وبعد مؤتمر غرونوبل عام 1946 ازدادت وتيرة ظهور الجمعيات الطلابية الفرعية نظراً لتبني المؤتمرين فيه ولأول مرة "ميثاق النقابة الطلابية الدولي"، وبتبني

¹ أحمد حسن البرعي، علاقات العمل الجماعية في القانون المصري (القاهرة: دار الفكر العربي، 1976)، ص 16.

² مليكة عرعور، مرجع سابق، ص ص 103-104.

³ سليمان صالح غويل، مرجع سابق، ص 276.

⁴ أحمد حسن البرعي، مرجع سابق، ص ص 19-20.

الطلبة لهذه الأفكار النقابية الجديدة تحولت مطالبهم الاجتماعية إلى أفكار لها أبعاد سياسية¹.

– **الصراع الطلابي الفرانكفوني من أجل حرف (M) أي المسلمين:** كان الرفض قاطعاً من طرف الاتحاد الوطني للطلبة الجزائريين A.E.N.U. لظهور حرف (M) المسلمين في الشعار المحدد لهوية الطلبة، وفي سنة 1954 حاول الاتحاد الوطني للطلبة الجزائريين A.E.N.U. تنظيم مؤتمر بفرنسا غير أنه لقي معارضة من طرف الحزب الشيوعي الفرنسي الوصي، ولقد وجهت جمعية الطلبة المسلمين نداءً يوم 27 فيفري 1955 لكل الطلبة تحت فيه على الانضمام والمشاركة في تشكيل "الاتحاد العام للطلبة المسلمين الجزائريين A.M.E.G.U"، وبهذه الحملة الدعائية للمنظمة تمكنوا من إقناع العديد من الطلبة المنخرطين في الاتحاد الوطني للطلبة الجزائريين، وفي 7 أبريل 1955 حُسم النزاع حول حرف (M) لصالح أنصاره الذين قالوا إن الطالب الجزائري في مثل هذه الظروف في أمس الحاجة إلى استرجاع شخصيته المسلوبة التي تمثلها لغته العربية ودينه الإسلامي وحضارته العربية الإسلامية².

– **الاتحاد العام للطلبة المسلمين الجزائريين (UGEMA):** بعد تاريخ المؤتمر التأسيسي دخل الاتحاد في معترك الانشغالات السياسية للبلاد، وأحداث الشمال القسنطيني 20 أوت والرد الاستعماري العنيف بأشكاله المختلفة جعل الطلبة يرفعون لوائح التنذير للسلطات الفرنسية الرسمية، إذ وجد الاتحاد نفسه ضمن عمليات المتابعة والاعتقالات والاعتقالات في صفوف عناصره، فأعلن الاتحاد إضرابه مع التوقف عن الدراسة يوم 20 جانفي 1956 مطالباً بإطلاق سراح إخوانهم المعتقلين³.

وهكذا بدأ الاتحاد (UGEMA) نضاله باستعمال وسيلة الإضراب عن الطعام والدروس للوقوف ضد سياسة العنف التي تنتهجها فرنسا في الجزائر، ثم عقد الاتحاد اجتماعاً في العاصمة وفي الندوة العامة المنعقدة يوم 19 مايو 1956 تم الإعلان عن شن إضراب إلى أجل غير محدد، ثم تم بعدها الالتحاق الجماعي بالثورة⁴، وكرد فعل متوقع قام الاستعمار الفرنسي بحل الاتحاد في جانفي 1958، لكن قرار الحل لم يكن إلا على المستوى الرسمي لأن الاتحاد (UGEMA) واصل نضاله إلى الاستقلال⁵.

ب. الحركة الجموعية بعد الاستقلال:

لقد بقيت الحركة وتسيير وحل الجمعيات في ظل التشريعات الفرنسية ذلك لأن الجزائر كانت في ذلك الوقت تعتبر جزءاً من فرنسا حتى سنة 1970، حيث تم إصدار أول

¹ عبد الله حمادي، الحركة الطلابية الجزائرية 1962-1979 (الجزائر: منشورات المتحف الوطني للمجاهد، ط2، 1995)، ص ص 45-47.

² عبد الله حمادي، مرجع سابق، ص ص 51-52.

³ المرجع نفسه، ص ص 55-56.

⁴ عمار هلال، نشاط الطلبة الجزائريين إبان حرب التحرير 1954، ط5، (الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2012)، ص 22.

⁵ Guy Pervillé: Les étudiants Algériens de L'université Française, p:120-125.

تشريع جزائري في هذا الموضوع يتمثل في أمرية تحدد الإجراءات العامة فيما يخص إنشاء وتنظيم الحركة الجمعوية عموماً، غير أن تأثير هذه الأمرية كان جد محدود نتيجة التأخر في إصدار النصوص التطبيقية، وأول خطوة في طريق فتح المجال لتأسيس الجمعيات بنوع من الحرية تجسدت مع ظهور قانون 1987، ولقد أدى هذا القانون إلى الاعتراف بمبدأ الوجود القانوني لأي منظمة، إلا أن الوجود مشروط بإجراءات الاعتماد من طرف السلطات العمومية.¹

لكن بالرغم من النقائص التي يمكن ملاحظتها حول هذا القانون فإنه أدى إلى خلق ديناميكية جديدة في العمل الجمعوي حيث تأسست عدة منظمات أو جمعيات وطنية ومحلية في مختلف الميادين المهنية والنسائية والثقافية والدينية، غير أن الجمهورية الجزائرية كانت لها نظرة سلبية على العموم نحو مثل هذه التنظيمات إذ كانت مؤسسات الجمهورية تعمل سنة 1990 بحزم ضد وجود أية وساطة بينها وبين المواطن، أي أنها كانت ترفض أي انتماءات للمواطن إلى تجمعات لا تخضع مباشرة لمراقبتها وتوجيهاتها، بمعنى أن مؤسسات الجمهورية كانت تنظر نظرة شك بل عدم تقبل لوجود تجمع دائم ومنظم يتفاعل مع المواطن دون انتظار تعليماتها حول محتوى وطريقة العمل والأهداف المراد تحقيقها.²

المبحث الثاني: دور التنظيم النقابي الطلابي داخل الجامعة.

بعد التأسيس المفاهيمي والتاريخي في المبحث الأول، ينتقل هذا المبحث إلى الجانب التطبيقي الوظيفي، فيرصد الأدوار الفعلية التي تضطلع بها التنظيمات النقابية الطلابية داخل الفضاء الجامعي، وقد جرى توزيعه على مطلبين:

المطلب الأول: وظائف التنظيم النقابي الطلابي.

تضطلع التنظيمات النقابية الطلابية بجملة من الوظائف الجوهرية داخل المؤسسة الجامعية، وهي وظائف متشعبة ومتكاملة فيما بينها، تجمع بين البعد الدفاعي والبعد التنظيمي والبعد التنموي، وفيما يلي عرض لأبرز هذه الوظائف:

1. الوظيفة الدفاعية والتمثيلية:

تعد هذه الوظيفة من أقدم الوظائف وأكثرها حضوراً في تاريخ التنظيمات النقابية الطلابية، إذ تقوم هذه التنظيمات بالدفاع عن قضايا الطلبة والتمثيل الفعلي لمصالحهم أمام الجهات الأكاديمية والإدارية، سواء على صعيد الجامعة الواحدة أو على الصعيد الوطني والدولي³، وتتجلى هذه الوظيفة في متابعة كل ما يرتبط بالحياة الأكاديمية والاجتماعية للطلاب، من ظروف الدراسة والإقامة والمنح المالية، إلى المشاركة في المجالس العلمية

¹ محمود بوسنة، " الحركة الجمعوية في الجزائر: نشأتها و طبيعتها تطورها ومدى مساهمتها في تحقيق الأمن والتنمية"، (مجلة العلوم الإنسانية، ع17، جوان 2002)، ص 134.

² المرجع نفسه، ص 135.

³ حمو عقلة العنزي، المفاهيم العشر في إدارة العمل النقابي (الكويت: الاتحاد الوطني لطلبة الكويت، فرع جماعة الكويت، 2000)، ص 37.

وإبداء الرأي في القرارات التي تمس المسار الدراسي¹. وقد أثبت التاريخ أن القوة الحقيقية للتنظيمات الطلابية تكمن في وحدتها وتماسكها في مواجهة الإجراءات التي تنتقص من حقوق الطلبة، وهو ما جسده الاتحاد العام للطلبة المسلمين الجزائريين A.M.E.G.U حين أعلن إضرابه يوم 20 جانفي 1956 مطالباً بإطلاق سراح الطلبة المعتقلين، ليكون بذلك نموذجاً فعلياً للوظيفة الدفاعية في أقصى صورها².

2. الوظيفة التنظيمية:

تتمثل هذه الوظيفة في قدرة التنظيم النقابي الطلابي على هيكلة العلاقات الداخلية بين الطلبة وضبط آليات اتخاذ القرار وفق مبادئ ديمقراطية واضحة، ويرتكز هذا التنظيم على جملة من المبادئ أبرزها مبدأ الديمقراطية المركزية الذي يُعد العمود الفقري الذي يركز عليه النشاط النقابي والحياة التنظيمية للحركة ككل، ويعني أن قيادة النقابة وكل القرارات والمواقف المعبر عنها يجب أن تصدر عن هيئات ديمقراطية يشارك فيها كل الأعضاء³. ويُضاف إلى ذلك مبدأ القيادة الجماعية الذي يمنع الأخطاء والأنانية، ويتجلى في اتخاذ القرارات بناءً على رأي الأغلبية، ومبدأ الرقابة والمحاسبة الذي يهدف إلى تحسين نوعية النشاط النقابي لا إلى إثبات الأخطاء وفرض العقوبات⁴.

3. الوظيفة الاجتماعية والثقافية:

تضطلع التنظيمات الطلابية بدور محوري في تنظيم وتنفيذ مختلف الأنشطة الترفيهية والثقافية والعلمية والفنية والرياضية والرحلات، مما يُسهم في تنشيط الحياة الجامعية وتوطيد الروابط بين الطلبة، كما تُعنى هذه التنظيمات بتعليم الشباب الجزائري مهارات وأنماط سلوكية وخبرات جديدة تختلف غالباً عن مكتسباته القبلية في محيطه الأسري، وبذلك تُسهم في بناء الشخصية المدنية للطلاب وتهيئته للحياة الاجتماعية والمهنية⁵.

4. الوظيفة السياسية والوطنية:

أدت التنظيمات الطلابية في مراحل تاريخية فارقة دوراً سياسياً لا يُستهان به، إذ تجاوزت حدود العمل النقابي البحت لتتخرط في المسار الوطني العام، وقد تجلّى ذلك جلياً في تاريخ الحركة الطلابية الجزائرية، حين تحولت المطالب الاجتماعية للطلبة إلى أفكار ذات أبعاد سياسية، وصولاً إلى إعلان الاتحاد العام للطلبة المسلمين الجزائريين الالتحاق

¹ حسبية مجادي ومسعود عمارنة مرجع سابق، ص 1187.

² عبد الله حمادي، مرجع سابق، ص 56.

³ حسبية مجادي ومسعود عمارنة، مرجع سابق، ص 1185.

⁴ نادية علجية ومقراني الهاشمي، الأنماط القيادية ودورها في تفعيل عملية اتخاذ القرار، دراسة ميدانية بمؤسسة سوناطراك فرع النقل بالأنابيب سيدي رزين - براق-، (مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، مج 12، ع 03، 2024)، ص 16.

⁵ حسبية مجادي ومسعود عمارنة، مرجع سابق، ص 1187.

الجماعي بالثورة عام 1956.¹

5. وظيفة الرقابة والضغط المؤسسي:

تضطلع التنظيمات النقابية الطلابية كذلك بوظيفة رقابية تجاه المؤسسة الجامعية، إذ تعمل على مراقبة القرارات الأكاديمية والإدارية التي تمس حقوق الطلبة، وتمارس ضغطاً منظماً لتصحيح المسارات الخاطئة، وتتبع مشروعية هذا الضغط من مبدأ الموضوعية والاختيار الذي يلزم كل عضو في النقابة بأن يأخذ الموضوعية بعين الاعتبار قبل اتخاذ القرار، بعيداً عن العاطفة أو التأثير على المصالح الفردية.²

المطلب الثاني: أهمية التنظيم النقابي في تعزيز المشاركة الطلابية.

يتناول هذا المطلب العلاقة الوثيقة بين التنظيم النقابي والمشاركة الطلابية، ويبين كيف يحول النقابي الطالب من متلقٍ سلبي إلى فاعل حقيقي في صنع القرار الجامعي، ويتناول محاور عدة: دور التنظيم في تنمية الوعي الحقوقي لدى الطلبة، وتكريسه لثقافة الحوار الديمقراطي عبر آليات النقد والنقد الذاتي والمسؤولية الفردية، ومواجهة التحديات الجامعية من خلال استراتيجيات عمل منسقة ومنظمة، وأخيراً مفهوم الذاتية الإيجابية بوصفها المحرك الأساسي لانخراط الطلبة في العمل التطوعي النقابي.

1. التنظيم النقابي ركيزة المشاركة الفعلية:

تُعد المشاركة أحد الأسس المهمة على مستوى المنظمات الطلابية والتي كانت وراء نجاح عملها، إذ تقوم على اشتراك جميع المنخرطين في اتخاذ القرار مع الاستفادة الجيدة من المعلومات والمصادر، والالتزام بتنفيذ القرارات الصادرة عنها، وهكذا يُحول التنظيم النقابي الطالب من فرد سلبي متلقٍ إلى فاعل حقيقي مشارك في صنع القرار داخل المؤسسة الجامعية، ويتحقق هذا المبدأ عبر آليات ديمقراطية متعددة في مقدمتها مبدأ العمل الجماعي أو الشورى الذي ينص على أن أي قائد أو مسؤول نقابي يجب أن يستعين برأي ذوي الخبرة بالإضافة إلى رأي زملائه في ممارسة عمله النقابي، وكذلك مبدأ قبول الرأي المخالف الذي يلزم كل عضو في النقابة مهما كانت توجهاته بأن يتقبل الرأي المخالف بمرونة كاملة.³

2. التنظيم النقابي وتنمية الوعي الحقوقي لدى الطلبة:

يُسهم التنظيم النقابي الطلابي في تنمية الوعي الحقوقي لدى الطلبة من خلال تعريفهم بحقوقهم وواجباتهم المنصوص عليها في قوانين وقواعد ولوائح المنظمة الطلابية التي تُحدد علاقاتها الداخلية والخارجية، ويتجلى دور التنظيم في هذا الجانب عبر مبدأ القناعة الذي يقتضي أن يقتنع الفرد بأهمية الممارسة النقابية للحفاظ على الحقوق وتحسين الأوضاع، مع وجوب استمرار العمل النقابي وصموده في مواجهة الظروف الطارئة، وقد شكل الاتحاد العام للطلبة المسلمين الجزائريين نموذجاً حياً لهذا الوعي الحقوقي، حين وعى الطلبة

¹ عزة الحسين، إسهامات التنظيمات الطلابية سياسياً وإعلامياً إبان الثورة التحريرية (1954 / 1962)، (المجلة التاريخية الجزائرية، مج 07، ع 01، 2023)، ص 548.

² محمد مبروك فتحي، الخدمة الاجتماعية في المجال المدرسي (مصر: المكتبة الجامعية، ط2، 2000)، ص 156.

³ حسبية مجادي ومسعود عمارنة، مرجع سابق، ص 1185

المنتسبون إليه ضرورة استرجاع شخصيتهم المسلوقة المتمثلة في لغتهم العربية ودينهم الإسلامي وحضارتهم العربية الإسلامية، فحسموا النزاع لصالح هويتهم الجماعية.¹

3. التنظيم النقابي وتكريس ثقافة الحوار الديمقراطي:

يُرسخ التنظيم النقابي الطلابي قيم الحوار والتعددية والديمقراطية في الوسط الجامعي، عبر آلياته التنظيمية القائمة على مبدأ النقد والنقد الذاتي الذي هو حق لكل نقابي مهما كان موقعه النقابي، سواء كان عضواً في الأجهزة القيادية أو ضمن القواعد النقابية، فيوجد النقابي انتقاداته مراعيًا موضوعية الموضوع المراد انتقاده بعيداً عن التشهير، وكذلك مبدأ المسؤولية الفردية الذي يُلزم كل نقابي مسؤول بتحمل عواقب ما يقوم به من التزامات ومهام، مما يُعزز الشفافية والمساءلة.²

وتبرز أهمية هذه القيم في السياق الجزائري بشكل خاص، إذ واجهت الحركة الجموعية طويلاً نظرة سلبية من مؤسسات الجمهورية التي كانت ترفض أي انتماءات للمواطن إلى تجمعات لا تخضع مباشرة لمراقبتها وتوجيهاتها، وهنا يتضح الدور الحيوي الذي يؤديه التنظيم الطلابي في كسر هذه الهيمنة وتكريس استقلالية الفعل الجماعي.³

4. التنظيم النقابي ومواجهة التحديات الجامعية:

تشير الدراسات إلى أن الوضع الذي وصلت إليه المنظمات الطلابية في مختلف المجتمعات والجامعات بما في ذلك الجامعة الجزائرية، بحيث جعلها قادرة على المضي قدماً في طريق التنمية، لم يكن نتيجة الصدفة، وإنما بفضل الجهد الجماعي المنسق والمنظم للطلاب وبفضل مجموعة من الاستراتيجيات والقواعد التي يتم اعتمادها كأسلوب عمل، وتتضافر عوامل عدة في نجاح التنظيمات الطلابية في مواجهة التحديات، أبرزها: الجدية والشعور بأهمية العمل والمشاركة، واتخاذ القرار الذي يشارك فيه جميع المنخرطين مع الاستفادة الجيدة من المعلومات والمصادر، وأجواء المنافسة الإيجابية التي تجعل الطلبة يشعرون بأنهم جزء لا يتجزأ من بيئتهم ومرتبطين بأهداف المنظمة التي تسعى لخدمتهم، مما يؤدي إلى نجاح التنظيمات الطلابية في تحقيق أهدافها.⁴

5. الذاتية الإيجابية محرك المشاركة الطلابية:

يقوم التنظيم النقابي الطلابي في جوهره على مبدأ الذاتية الإيجابية القائل بأن العمل النقابي تطوعي، وبالتالي تكمن أهمية الذاتية الإيجابية للأعضاء في كونها القوة الدافعة والمحرك وراء العمل والمثابرة لتحقيق الأهداف المرجوة، وهذه الذاتية الإيجابية هي التي تُحول الطالب من متفرج سلبي إلى منخرط فاعل يُسهم في تشكيل واقع الجامعي وتحسين أوضاعه وأوضاع زملائه في شتى المجالات، مما يُجسد بحق الهدف الجوهرى الذي نشأت

¹ عبد الله حمادي، مرجع سابق، ص 55.

² حسينية مجادي ومسعود عمارنة، مرجع سابق، ص 1185.

³ محمود بوسنة، "مرجع سابق، ص 135.

⁴ غانص محمد، مرجع سابق، ص 20.

¹ حسنية مجادي ومسعود عمارنة، مرجع سابق، ص 1184.

خلاصة الفصل:

يُعد التنظيم النقابي الطلابي تنظيماً قائماً على أسس قانونية وهيكلية واضحة، يقوم على مبادئ الديمقراطية والرقابة والقيادة الجماعية، ويشمل عدة أشكال تنظيمية تختلف بحسب أهدافها وطبيعة عضويتها.

كما بين الفصل أن الحركة النقابية نشأت مع التحولات التي أفرزتها الثورة الصناعية، ثم تطورت تدريجياً نحو الاعتراف القانوني، بينما مثل الاتحاد العام للطلبة المسلمين الجزائريين (UGEMA) نموذجاً بارزاً للعمل النقابي الوطني بعد انخراطه في الثورة التحريرية سنة 1956، مع الإشارة إلى التحديات التي واجهت الحركة الجمعوية بعد الاستقلال.

وأكد الفصل كذلك أن التنظيمات النقابية الطلابية تؤدي أدواراً متعددة تشمل الدفاع عن حقوق الطلبة وتمثيلهم، وتنظيم الأنشطة الثقافية والاجتماعية، والمساهمة في توجيه الحياة الجامعية والتأثير في القرارات المتعلقة بها.

وفي الختام خلص الفصل إلى أن التنظيم النقابي الطلابي يمثل وسيلة فعالة لترسيخ الوعي الديمقراطي وتنمية روح المسؤولية والمشاركة داخل الجامعة، بما يجعله أداة مهمة في بناء الطالب الواعي والفاعل في مجتمعه.

الفصل الرابع: إستراتيجيات الإعلام والتنظيم النقابي.

تُعد إدارة الإعلام في المؤسسات من العناصر الأساسية لنجاح العمل المؤسسي الحديث، إذ لم يعد دور الإعلام يقتصر على نقل المعلومات فقط، بل أصبح يعتمد على التخطيط والتنظيم والإدارة الاحترافية لمواكبة التطورات المتسارعة، خاصة مع انتشار الوسائل الرقمية الحديثة. ولهذا أصبحت المؤسسات الجامعية مطالبة بتطوير أساليب تواصلها الداخلي والخارجي بما يتناسب مع البيئة الإعلامية الجديدة.

ويتناول هذا الفصل ثلاثة محاور رئيسية مترابطة، تتمثل في التخطيط الإعلامي الاستراتيجي وإدارة الصورة المؤسسية، ثم دور الإعلام الرقمي في تطوير الاتصال داخل المؤسسات، إضافة إلى إستراتيجيات الإعلام في التنظيم النقابي الطلابي داخل الجامعة. وتساعد هذه الجوانب على بناء حضور إعلامي قوي للمؤسسات والتنظيمات الطلابية، وتعزيز صورتها لدى الجمهور، وتحسين قدرتها على مواجهة الأزمات، إلى جانب دعم التواصل الداخلي وتشجيع المشاركة الطلابية والدفاع عن المطالب.

كما يسعى الفصل إلى توضيح دور التخطيط الإعلامي في تحقيق أهداف المؤسسة، وبيان أساليب إدارة الصورة الذهنية والأزمات، إضافة إلى إبراز تأثير الإعلام الرقمي في تطوير الاتصال المؤسسي، ودور الإعلام النقابي في تنشيط العمل الطلابي داخل الجامعة.

المبحث الأول: إدارة صورة المؤسسة.

يُعد التخطيط الإعلامي الاستراتيجي العمود الفقري لأي منظومة إعلامية مؤسسية ناجحة، إذ يُحدد الأهداف ويرسم المسارات ويُوزع الموارد بما يكفل تحقيق الغايات المنشودة في إطار زمني محدد، فالمؤسسة التي تفتقر إلى تخطيط إعلامي سليم تجد نفسها عاجزة عن إيصال رسالتها، ومتعثرة في بناء هويتها أمام جماهيرها المستهدفة.

وتبرز إدارة الصورة الذهنية بوصفها وجهاً آخر من وجوه التخطيط الاستراتيجي، فالصورة التي تُكونها الجماهير عن المؤسسة لا تتشكل بمعزل عن الجهود الإعلامية والاتصالية التي تبذلها، بل هي نتاج تفاعل مقصود ومدرّوس بين رسائل المؤسسة وتوقعات الجمهور، كما أن الأزمات، بما تتطوي عليه من ضغوط ومخاطر، تستدعي بدورها حضوراً إعلامياً راسخاً قادراً على احتواء التداعيات وإعادة بناء الثقة.

يتناول هذا المبحث في مطلبه الأول مفهوم التخطيط الإعلامي الاستراتيجي وأسس العلمية ومستوياته، ثم ينتقل في مطلبه الثاني إلى إدارة الصورة الذهنية للمؤسسة ودور الإعلام في مواجهة الأزمات وتجاوزها.

المطلب الأول: إدارة الصورة الذهنية للمؤسسة.

تُعد الصورة الذهنية من الأصول الاستراتيجية غير الملموسة التي تمتلكها المؤسسة، إذ تعكس مستوى التزامها بالجودة والتميز، وطبيعة علاقاتها مع مختلف الأطراف المتعاملة معها، من موظفين وعملاء وجهات حكومية وأصحاب مصلحة، وعليه فإن إدارة الصورة الذهنية تمثل عملية منهجية متعددة الأبعاد، تقوم على إعداد خطط واستراتيجيات تهدف إلى بناء صورة إيجابية عن المؤسسة داخلياً وخارجياً، والعمل على تصحيح الانطباعات السلبية وتعزيز الثقة لدى الجمهور.¹

تتأثر الصورة الذهنية بمجموعة من المتغيرات، من بينها التطورات التكنولوجية، والتغيرات الاقتصادية، والتحويلات الاجتماعية والسياسية، الأمر الذي يفرض على المؤسسات ضرورة التكيف المستمر مع هذه التغيرات، من خلال مراجعة صورتها الذهنية وتحديثها بما يتلاءم مع البيئة المحيطة، وتُعرف الصورة الذهنية بأنها الانطباع المتكون لدى الجمهور نتيجة تفاعله مع المؤسسة ومعرفة بها، سواء من خلال تجربته المباشرة أو عبر الوسائط الاتصالية المختلفة، ومن ثم فإن إدارتها تعني توظيف كافة الأنشطة الاتصالية والإنتاجية للمؤسسة في بناء صورة إيجابية مستقرة في أذهان الجماهير، بما ينعكس على سمعتها على المدى الطويل.²

¹سندرا خان، المفاهيم الرئيسية في العلاقات العامة، تر: مدحت محمد أبو النصر (مصر: المركز القومي للترجمة، 2014)، ص 16-17.

²فاطمة همال، إدارة الصورة الذهنية للمؤسسات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعية، (الجزائر: أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة، 2022)، ص 88.

ويؤكد المختصون في هذا المجال أن الصورة الذهنية المتشكلة داخل المؤسسة، أي لدى العاملين، تُعد أكثر تأثيراً من تلك التي تُبنى عبر مصادر خارجية، ذلك أن الموظفين هم الأكثر إدراكاً لأهداف المؤسسة وإستراتيجياتها، وهم في الوقت ذاته سفراءها نحو الخارج، مما يجعل سلوكهم واتجاهاتهم عاملاً حاسماً في تشكيل صورتها العامة، ويبرز دور الجهات المسؤولة عن إدارة الصورة الذهنية داخل المؤسسة، باعتبارها الجهة التي تتولى تحديد هويتها ومكانتها لدى الجمهور، خاصة في ظل بيئة تنافسية متسارعة، وقد قدم الباحث غراهام داولينغ تصوراً شاملاً للعوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية، مؤكداً أن غياب إستراتيجية واضحة لبنائها يفتح المجال أمام مصادر خارجية لتشكيل صورة قد تكون سلبية وتؤثر على أداء المؤسسة، كما تشير الدراسات إلى وجود علاقة وثيقة بين إدراك العاملين لصورة مؤسستهم لدى الجمهور وسلوكهم داخلها وخارجها، حيث يؤدي الاعتقاد الإيجابي تجاه هذه الصورة إلى تعزيز الثقة بالنفس والانتماء المؤسسي، وهو ما ينعكس في صورة سلوك إيجابي وتعاون أكبر، بما يدعم الأداء العام للمؤسسة.¹

وبناءً على ذلك فإن الصورة الذهنية لا تتشكل بشكل عشوائي، بل هي نتاج تفاعل مجموعة من العوامل المرتبطة بطبيعة نشاط المؤسسة، وجودة خدماتها، وقدرتها على تلبية حاجات العملاء، وهو ما يؤدي مع مرور الوقت إلى بناء ولاء دائم لديهم.²

المطلب الثاني: إدارة الأزمات الإعلامية.

يُعد الإعلام أحد أهم الأدوات الإستراتيجية في إدارة الأزمات، نظراً لدوره الحيوي في نقل المعلومات، وتفسير الأحداث، وتوجيه الرأي العام، سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي، ففي ظل البيئة المعاصرة التي تتسم بالتعقيد وسرعة التغير، أصبحت الأزمات ظاهرة متكررة، مما زاد من أهمية توظيف الإعلام كوسيلة فعالة للتعامل معها.³

وتؤكد الدراسات أن وسائل الإعلام تضطلع بدور وسيطي أساسي خلال الأزمات، حيث تقوم بتقديم المعلومات، وشرح أبعاد الأحداث، والمساهمة في تحقيق التماسك الاجتماعي، إضافة إلى تخفيف مشاعر القلق والتوتر لدى الجمهور، كما أن العلاقة بين الإعلام والأزمات علاقة تفاعلية، إذ تؤدي الأزمات إلى زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام، وفي المقابل تسهم هذه الوسائل في إدارة الأزمة والتأثير في مسارها، وهو ما يفسر الارتفاع الملحوظ في معدلات التعرض الإعلامي خلال فترات الأزمات.⁴

يختلف دور الإعلام باختلاف طبيعة الأزمة، حيث يكون أكثر وضوحاً وتأثيراً في الأزمات السياسية والعسكرية، نظراً لسرعة تطورها وتعدد أطرافها وتضارب المصالح

¹ غراهام داولينغ، تكوين سمعة الشركة، "الهوية، الصورة، الأداء"، ترجمة وليد شحادة (السعودية: مكتبة العبيكان للنشر والتوزيع، ط1، 2003)، ص 98.

² فاطمة همال، مرجع سابق، ص 89.

³ محمد عادل صادق، الصحافة وإدارة الأزمات مدخل نظري تطبيقي، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2007)، ص 18.

⁴ محمد شومان، الإعلام والأزمات، (القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، ط2، 2006)، ص 17.

المرتبطة بها، مما يجعل الإعلام أداة من أدوات الصراع الاستراتيجي بين الأطراف المختلفة.¹

أما في الأزمات الاقتصادية أو الصناعية أو الطبيعية، فإن دور الإعلام يتخذ طابعاً مختلفاً، إذ يتركز أساساً في نقل المعلومات وتوضيح الحقائق، والمساهمة في توعية الجمهور بالسلوكيات الواجب اتباعها، إلى جانب دوره في إعادة بناء الصورة الإيجابية للمؤسسات المتأثرة بالأزمة.²

كما تتحمل وسائل الإعلام خلال الأزمات مسؤولية مزدوجة، تتمثل من جهة في دعم متطلبات الأمن الوطني، ومن جهة أخرى في الحفاظ على الحريات العامة، وهو ما يفرض عليها تحقيق نوع من التوازن بين هذين البعدين، بما يضمن حق الجمهور في الحصول على المعلومات دون الإخلال بالمصلحة العامة.³

وفي سياق تصنيف أنماط التعامل الإعلامي مع الأزمات، تشير الدراسات إلى أن طبيعة التغطية الإعلامية تختلف باختلاف نوع الأزمة، حيث يبرز دور الإعلام بشكل خاص في الكوارث الطبيعية، نظراً للحاجة الملحة إلى سرعة نقل المعلومات، واتساع نطاق التأثير، وضرورة توجيه الجمهور لاتخاذ الإجراءات الوقائية المناسبة.⁴

وعليه، فإن الإعلام يمثل عنصراً محورياً في إدارة الأزمات، ليس فقط باعتباره وسيلة لنقل المعلومات، بل كأداة استراتيجية تسهم في توجيه سلوك الأفراد، وتقليل الخسائر، وتعزيز قدرة المؤسسات على مواجهة التحديات واستعادة توازنها.

المبحث الثاني: الإعلام الرقمي ودوره في الاتصال المؤسسي.

فتحت الثورة الرقمية آفاقاً غير مسبوقة في عالم الاتصال والإعلام، إذ أفرزت بيئة جديدة تتشابك فيها الفضاءات الافتراضية والعلاقات الشبكية، وتتداول فيها المعلومات بسرعة فائقة وعبر قنوات متعددة لا حصر لها، ولم تعد المؤسسات في منأى عن هذا التحول الجذري، بل باتت ملزمة بتبني نماذج اتصالية جديدة تستجيب لمتطلبات الجمهور الرقمي وتستثمر إمكانات الفضاء الإلكتروني.

وتأتي شبكات التواصل الاجتماعي في طليعة أدوات الإعلام الجديد التي أعادت رسم خارطة الاتصال المؤسسي، إذ منحت المؤسسات القدرة على التواصل المباشر مع جماهيرها دون وسيط، وأتاحت لها بناء مجتمعات رقمية تفاعلية تُعزز انتماء الجمهور وتُرسخ الصورة المؤسسية في الفضاء الإلكتروني.

¹ محمد عادل صادق، مرجع سابق، ص 19.

² أديب خضور، الإعلام والأزمات (الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ط1، 1999)، ص 67.

³ محمد عادل صادق، مرجع سابق، ص 19.

⁴ محمد شومان، الإعلام والأزمات (القاهرة: دار الكتب العلمية، 2002)، ص 18.

وعليه، يسعى هذا المبحث إلى استكشاف ماهية الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي في مطلبه الأول، ثم يُعرج في مطلبه الثاني على دور الإعلام الرقمي في تطوير الاتصال المؤسسي وتعزيز الحضور الرقمي للمؤسسات في بيئة تنافسية متغيرة.

المطلب الأول: الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي.

تُعد شبكات التواصل الاجتماعي أحد أبرز تجليات الإعلام الجديد، حيث تندرج ضمن ما يُعرف بالوسائل الاجتماعية، وهي مجموعة من الوسائل الاتصالية الرقمية التي تتيح التفاعل الاجتماعي بين الأفراد والجماعات، وتعتمد على التكنولوجيا الحديثة في إنتاج المحتوى وتداوله، ويتميز هذا النمط من الإعلام بإمكانية مشاركة المستخدم في صناعة المحتوى وإعادة نشره، وهو ما يمثل تحولاً نوعياً مقارنة بالإعلام التقليدي الذي كان يعتمد على الاتصال الأحادي الاتجاه، ويرتبط ظهور شبكات التواصل الاجتماعي بتطور مفهوم الويب، خاصة مع الانتقال من الجيل الأول (Web 1.0) إلى الجيل الثاني (Web 2.0)، حيث أصبحت المنصات الإلكترونية فضاءات تفاعلية تسمح للمستخدمين بالمشاركة الفعالة، ولم يعد دورهم مقتصرًا على التلقي فقط، بل أصبحوا فاعلين في إنتاج المضامين الإعلامية وتبادلها.¹

أما من حيث التأصيل المفاهيمي فإن مصطلح "الشبكات الاجتماعية" يعود إلى عالم الأنثروبولوجيا، حيث استخدمه الباحث جون أ.بارنز سنة 1954 للدلالة على مجموع العلاقات الاجتماعية التي تربط بين الأفراد داخل المجتمع، ومع تطور تكنولوجيا الاتصال وظهور الحاسوب ثم الإنترنت، انتقل هذا المفهوم ليعبر عن شبكات افتراضية مترابطة تُشكل ما يُعرف اليوم بـ "شبكة الشبكات"، أي الإنترنت، التي تقوم على ربط الأفراد والمؤسسات عبر علاقات تفاعلية متعددة.²

يتضح أن مفهوم الشبكات الاجتماعية يجمع بين بعدين أساسيين، يتمثل الأول في البعد الاجتماعي الذي يشير إلى العلاقات القائمة بين الأفراد، مثل علاقات الصداقة والتعاون والتبادل، في حين يتمثل البعد الثاني في البعد التكنولوجي الذي يتجسد في البنية التقنية التي تسمح بنقل المعلومات وتبادلها، كشبكات الحاسوب والاتصالات، ومع بداية الألفية الثالثة، أصبح مصطلح الشبكات الاجتماعية يُستخدم بشكل واسع للإشارة إلى المنصات الرقمية التي تتيح التواصل والتفاعل بين المستخدمين، والتي تقوم أساساً على المحتوى الذي ينتجه المستخدمون أنفسهم، وهو ما يُعرف بمحتوى المستخدم (User Generated Content - UGC)، حيث يُعد هذا النوع من المحتوى حجر الزاوية في الإعلام الجديد، لما يوفره من إمكانيات واسعة للتعبير والتفاعل والمشاركة.³

¹Romain Risoan ،Les réseaux sociaux (France: Éditions ENI2011 ،)، p 29.

²Pierre Mercklé ،Sociologie des réseaux sociaux (Paris: La Découverte, 2011)، p 03.

³مرسي مشري، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، "نظرة في الوظائف"، (مجلة المستقبل العربي، مج 34، ع 395، جانفي 2012)، ص 151-152.

كما تتسم هذه الشبكات بخصائص تقنية ووظيفية متعددة، من بينها إمكانية إنشاء حسابات شخصية، وتحديد الموقع الجغرافي، وتبادل الرسائل الفورية، ومشاركة الوسائط المختلفة، وهو ما يعكس ارتباطها بالنموذج الاقتصادي الرقمي الجديد الذي يقوم على التفاعل والمشاركة المفتوحة.¹

يرى الباحث ألان ديغين أن الشبكات الاجتماعية تمثل في الوقت ذاته وسائط اتصال وأدوات إعلامية، كما تُعدّ بنى اجتماعية قائمة على العلاقات والتفاعلات بين الأفراد، وهو ما يبرز طابعها المركب الذي يجمع بين البعدين الاتصالي والاجتماعي.²

كما يُعرفها بعض الباحثين بأنها مواقع إلكترونية تقدم مجموعة من الخدمات التي تمكن المستخدمين من إنشاء علاقات اجتماعية، وتبادل الأنشطة والاهتمامات، وإقامة صداقات جديدة، إلى جانب توفير أدوات للتواصل مثل المحادثات الفورية والبريد الإلكتروني ومشاركة الفيديوهات والتدوينات، وهو ما يجعلها بيئة تفاعلية متكاملة.³

وتتميز شبكات التواصل الاجتماعي بقدرتها الكبيرة على نشر المعلومات بسرعة فائقة، حيث تتيح تداول الأخبار فور حدوثها، كما تؤدي وظيفة اجتماعية مهمة تتمثل في تقليل العزلة الاجتماعية، من خلال تمكين الأفراد من بناء علاقات جديدة أو إعادة إحياء علاقات قديمة، مثل التواصل مع زملاء الدراسة أو العمل، وهو ما كان يتطلب في السابق وقتاً وجهداً كبيرين.⁴

كما أسهمت الطبيعة الشبكية لهذه الوسائل في خلق نمط جديد من العلاقات الاجتماعية، يقوم على التفاعل المستمر داخل فضاءات افتراضية، حيث تتشكل أنظمة علاقات معقدة تُدار عبر هذه المنصات، وهو ما يعكس تحولاً عميقاً في طبيعة التواصل الإنساني في العصر الرقمي، وتمثل شبكات التواصل الاجتماعي أحد أهم أدوات الإعلام الجديد، نظراً لدورها في تعزيز التفاعل الاجتماعي، وتوسيع دائرة الاتصال، وتمكين الأفراد من المشاركة في إنتاج المحتوى، وهو ما جعلها عنصراً أساسياً في استراتيجيات الاتصال المؤسسي الحديثة.

المطلب الثاني: دور الإعلام الرقمي في تطوير الاتصال المؤسسي.

شكلت ثورة تكنولوجيا المعلومات منعطفاً حاسماً في مسار الاتصال المؤسسي، إذ لم تعد المؤسسات قادرة على الاكتفاء بالوسائل التقليدية في التواصل مع جماهيرها المستهدفة، بل باتت ملزمة بمواكبة التحولات المتسارعة التي أفرزها الفضاء الرقمي، وقد أسهم الإعلام الرقمي بصورة جوهرية في إعادة رسم ملامح الاتصال المؤسسي وتطوير آلياته على أكثر من مستوى.

¹Romain Risoan, Op. cit, p 30.

²Alain Dégègne, "Retour à l'analyse des réseaux sociaux", Hermès, 2011, N:59, p40.

³ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد (الدولة الافتراضية الجديدة)، (الأردن: دار البداية للنشر والتوزيع، ط1، 2014)، ص 377.

⁴المرجع نفسه، ص 378.

أولاً: الفضاء الرقمي بوصفه بيئة اتصالية جديدة.

لقد شكلت التغيرات التي جاءت إثر ثورة تكنولوجيا المعلومات عنصراً هاماً في إنجاز وتطوير الآليات والطرق الحديثة لمعالجة الوثائق الإلكترونية قصد استرجاعها بسهولة أكبر، تفادياً لما عُرف تقليداً بالصمت والضجيج، وهناك حقيقة لا بد من التأكيد عليها وهي أن الفترة التي نعيشها اليوم تُعد عصر المعلومات بامتياز، في ظل تكنولوجيا متعددة أفرزت بيئة رقمية غيرت مفاهيم إنتاج المعلومات العلمية والتقنية وإتاحتها، وقد ارتبط هذا التحول بسلسلة من التطورات التقنية في مجال الاتصال والإعلام، بدءاً من الإذاعة التي ظهرت مع تطور تقنيات الموجات، مروراً بالتلفزيون الذي جمع بين الصوت والصورة، وصولاً إلى البث عبر الأقمار الصناعية الذي وسع نطاق الانتشار، لتتوج هذه المسيرة بظهور شبكة الإنترنت وما رافقها من وسائط الإعلام الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي، والتي فتحت مجالات جديدة وغير مسبوقة في تداول المعلومات بفضل ما توفره من إمكانيات تقنية وفنية متقدمة.¹

تُعد البيئة الرقمية البيئة المثالية لاحتضان المعلومات وإتاحة الدخول إليها، إذ تقوم بتوفير أوعية ومصادر المعلومات على وسائط رقمية مخزنة في قواعد بيانات، بحيث تتيح للمستهدفين الاطلاع والحصول على هذه الأوعية من خلال نهايات ظرفية مرتبطة بقواعد المعلومات، مما يمكن الباحثين من الحصول على أوعية ومصادر المعلومات في أي وقت ومن أي مكان تتوفر فيه نهايات ظرفية مرتبطة بتلك القواعد المعلوماتية.²

أما الفضاء الرقمي أو البيئة الرقمية، فهي مجموع العناصر المتفاوتة المهام والاختصاصات والدرجات الوظيفية والكفاءات العلمية فيما بينها وفق منظومة لإنجاز مهام محددة، وبعبارة أخرى فإن البيئة الرقمية هي نتيجة للتطبيقات التكنولوجية المختلفة في المؤسسات، وتفاعل الإنسان ومدى قبوله للتغيرات التكنولوجية الجديدة، وقد حقق الإنسان على مدى العصور الماضية تطوراً هائلاً في مجال تقنية المعلومات والاتصالات في وجود شبكة انترنت.³

ثانياً: الإعلام الرقمي وإعادة تشكيل أدوار القائمين بالاتصال المؤسسي

بما أننا أصبحنا نعيش في البيئة الرقمية، وجب على القائم بالاتصال الولوج إلى المعلوماتية باستخدام وسائل وأدوات تكنولوجيا المعلومات، لأنها أصبحت أمراً أساسياً وضرورياً بالنسبة للقائم بالاتصال المؤسسي وإتقانها يُسهل عملية الاتصال والوصول إلى الجمهور المستهدف في أحسن ظروف ممكنة، ناهيك عن الاعتماد على التطبيقات الحديثة

¹ علي مولود فاضل، صحافة الاستشعار عن بعد مدخل جديد الى علوم الاتصال والاعلام، (مجلة الدراسات الإعلامية، مج 07، ع 28، 2024)، ص 16.

²B. C. Mignot, La communication (France: Natan, 1991), p. 54.

³A. A. hamid, Bibliothèques de Bagdad à Tanger, Les trsors manuscrits de la mediterrannée (Dijon: ed-Faton, 2005), p. 28.

في الترويج للأفكار والأخبار، وإنشاء مواقع خاصة بالمؤسسة، واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وغيرها من استغلال الإمكانيات الهائلة المتوفرة عبر الاتصالات الرقمية¹. دعمت مواقع التواصل الاجتماعي مدى انتشار أخبار المؤسسات ومشاركتها عبر مواقع مثل اليوتيوب والفيسبوك، وسهلت الوصول إلى الجمهور المستهدف عن طريق الهواتف الذكية، من خلال استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي مثل المدونات والتعليقات وتسخيرها ليس فقط لنشر الأخبار؛ ولكن لإعطاء صورة ذهنية جيدة عن المؤسسة². إن الإمكانيات الاتصالية الرقمية المتوفرة جعلت من الممكن تحويل الأخبار إلى حوارات، مما يمكننا من تجاوز وسائل الإعلام التقليدية والتحدث مباشرة مع الجمهور المستهدف على الانترنت، وهو ما يعكس تحولاً جذرياً مقارنة بما كان عليه الحال في السابق، حيث كان هدف محترفي العلاقات العامة نشر خبر واحد عن مؤسستهم في جريدة أو مطبوعة³.

ثالثاً: الاتصال المؤسسي الرقمي وبناء الصورة الذهنية.

وإن استهداف استراتيجيات الاتصال المؤسسي، خاصة في ظل البيئة الرقمية واستخدام الوسائط الاتصالية الحديثة وعلى رأسها الهواتف الذكية التي يمتلكها غالبية الجمهور المستهدف، يُيسر الوصول إليهم عبر التطبيقات والمواقع الاجتماعية من خلال التفاعل ومشاركة المنشورات ولفت انتباه الجمهور بما يساهم في تكوين صورة ذهنية إيجابية عن المؤسسة، وقد أصبح هذا الاتصال الدائم بالإنترنت محور اهتمام القائمين على الاتصال المؤسسي وكيفية استغلال البيئة الرقمية التي تقوم على مقومات وقواعد اتصالية محددة، باعتبارها الإطار الذي تعتمد عليه المؤسسات في التخطيط لتواصلها مع جمهورها، كما تساهم الرقمنة في تعزيز هذا التوجه من خلال تسهيل وتوسيع نطاق الاتصال داخل المؤسسات وخارجها عبر تسريع تبادل المعلومات وتحقيق مرونة عالية في إرسال واستقبال الرسائل في أي وقت ومن أي مكان، فضلاً عن تمكينها من توجيه الرسائل بدقة إلى فئات محددة وتحويلها بين وسائط مختلفة، الأمر الذي يزيد من فاعلية العملية الاتصالية ويساهم في تحقيق تواصل أكثر مرونة وأنية، مما يجعل استراتيجيات الاتصال المؤسسي مفتاحاً أساسياً لفهم المؤسسة وتعزيز سمعتها لدى الفاعلين المؤثرين في نجاحها⁴.

وتجدر الإشارة إلى أن تكلفة ضعف الاتصالات التجارية على الصعيد العالمي بلغت أكثر من 37 بليون دولار سنوياً حسب إحصائيات 2019، وهذه مشكلة كبيرة يجب مناقشتها، إذن يجب التركيز على كل مشروع من خلال اكتساب فهم لاستراتيجية الاتصال

¹ علي مولود فاضل، مرجع سابق، ص 16.

² J. Robin, Indian's newspaper revolution capitalis, politics and the Indian language press (New Delhi: Oxford University Press, 2000), p. 23.

³ J. Robin, Ibid, p 25.

⁴ سعيد مراح وجمال بوزراع، الاتصال الرقمي ودوره في تعزيز الحضور المؤسسي: مقارنة استراتيجية لتحقيق الميزة التنافسية في البيئة الرقمية، (مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، مج 09، ع 03، أكتوبر 2025)، ص 138.

المؤسسية الحالية لعملائها وتخصيص حل التعلم الإلكتروني للاندماج بسلاسة في النظام البيئي للشركة¹.

المبحث الثالث: إستراتيجيات إدارة الإعلام في التنظيم النقابي الطلابي.

تواجه التنظيمات الطلابية تحديات جمة تتعلق بضعف قنوات التواصل الداخلي وصعوبة إيصال المطالب إلى الجهات المعنية، مما يجعل تطوير استراتيجيات الإعلام النقابي ضرورة لا رفاهية. وعليه يتناول هذا المبحث آليات الاتصال والإعلام داخل التنظيم النقابي الطلابي في مطلب أول، ثم دور الإعلام النقابي في تعزيز المشاركة الطلابية والدفاع عن المطالب في مطلب ثان.

المطلب الأول: آليات الاتصال والإعلام داخل التنظيم النقابي الطلابي.

تُشكل آليات الاتصال والإعلام العمود الفقري لأي تنظيم نقابي طلابي، وهي الوسيلة التي تُمكنه من إدارة شؤونه الداخلية من جهة، والتواصل مع محيطه الخارجي من جهة أخرى، وتتنوع هذه الآليات بين تقليدية ورقمية، وبين رسمية وغير رسمية، وكلها تتضافر لتحقيق أهداف التنظيم وتوطيد وحدته.

أولاً: الاتصال الداخلي في التنظيم النقابي الطلابي

يُقصد بالاتصال الداخلي تلك القنوات والآليات التي تضمن تدفق المعلومات بين مختلف مستويات التنظيم الطلابي، من القيادة إلى القواعد ومن القواعد إلى القيادة، وقد اتكأت التنظيمات الطلابية الجزائرية منذ نشأتها الأولى في الحقبة الاستعمارية على أشكال الاتصال المباشر كالاجتماعات والجمعيات العامة، إذ كانت هذه الأخيرة تُتيح للطلبة فرصة التعبير عن مواقفهم واتخاذ قراراتهم الجماعية².

وتشمل أدوات الاتصال الداخلي المعتمدة في التنظيمات الطلابية عادةً: المجالس التنظيمية والاجتماعات الدورية التي تتيح التداول الديمقراطي في القضايا المطروحة، والمنشورات الداخلية من نشرات ومحاضر الاجتماعات، فضلاً عن لوحات الإعلان التي تُعلّق في فضاءات الجامعة لإعلام الطلبة بأنشطة التنظيم ومواعيد أحداثه³.

وعلى صعيد المبادئ التي تحكم الاتصال الداخلي، يُعد مبدأ الديمقراطية المركزية من أبرزها، إذ يفترض أن تصدر القرارات والمواقف عن هيئات ديمقراطية يشارك فيها جميع الأعضاء، وأن تتسم القيادة بالشفافية في التواصل مع القاعدة النقابية، كما يُعد مبدأ الرقابة والمحاسبة ركيزة لا غنى عنها لضمان حسن سير الاتصال الداخلي وتفاذي الانزلاق نحو الفوضى التنظيمية.

¹ L. Alfonso, Los diarios online de information general (Madrid: Buenos Aires, 2005), p. 71.

² عبد هلال حمادي، مرجع سابق، ص 48.

³ فوزية زعموش، دور التكوين والإعلام النقابي في ترقية الممارسة النقابية في الجزائر، (مجلة العلوم الإنسانية، جامعة قسنطينة 1، مج 24، ع 39، جوان 2011)، ص 172

ثانياً: القنوات التقليدية للإعلام النقابي الطلابي

اعتمدت التنظيمات الطلابية تاريخياً على جملة من القنوات التقليدية في ممارسة نشاطها الإعلامي، أبرزها: النشرات الدورية المطبوعة التي تُوزع على الطلبة وتتضمن تقارير عن النشاطات والمطالب، واللافقات والملصقات التي تُثير الرأي العام الطلابي حول قضايا بعينها، إضافةً إلى الخطابة والتجمعات العامة التي تُعد من أقدم أدوات الإعلام النقابي وأكثرها حضوراً وتأثيراً.¹

وفي سياق التنظيمات الطلابية الجزائرية، أدت هذه القنوات التقليدية دوراً محورياً في مراحل تاريخية حاسمة، لا سيما خلال حقبة الاستعمار حين وظف الاتحاد العام للطلبة المسلمين الجزائريين (UGEMA) الخطاب السياسي والمنشورات للتعبئة حول قضية الاستقلال، كما كانت الإضرابات الطلابية ذاتها شكلاً من أشكال الإعلام النقابي الميداني الذي يُرسل رسالة واضحة إلى الرأي العام المحلي والدولي.

ومن أبرز ما يُميز القنوات التقليدية أنها تُتيح التواصل المباشر وجهاً لوجه بين القادة النقابيين والطلبة، مما يُعزز الثقة ويُرسخ الانتماء للتنظيم، غير أن محدوديتها الجغرافية وإمكاناتها التوزيعية المتواضعة دفعت التنظيمات الطلابية نحو البحث عن آليات إعلامية أوسع انتشاراً وأسرع تأثيراً.

ثالثاً: الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي في الوسط الجامعي

أحدثت التكنولوجيات الرقمية الحديثة تحولاً جوهرياً في آليات الاتصال والإعلام داخل التنظيمات الطلابية، إذ باتت شبكات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك والواتساب وإنستغرام وتيليجرام ركائز أساسية في المنظومة الإعلامية للتنظيمات النقابية الطلابية، وقد كشفت الدراسات الأكاديمية أن صفحات الجامعات والتنظيمات الطلابية على الفيسبوك أصبحت من أكثر المنصات استخداماً للتواصل بين الطلبة ومؤسساتهم.²

وتتميز هذه المنصات الرقمية بخصائص تجعلها مثالية للعمل النقابي الطلابي، أبرزها: الفورية في نشر المعلومات والقدرة على الوصول إلى عدد كبير من المتلقين في وقت قصير، والتفاعلية التي تُتيح للطلبة الرد والتعليق والمشاركة الفعلية في صنع القرار، فضلاً عن إمكانية إنشاء مجموعات مغلقة تضمن التداول الآمن للمعلومات بين أعضاء التنظيم.³

وفي ضوء ذلك بات لزاماً على التنظيمات النقابية الطلابية الجمع بين الاتصال التقليدي المباشر والإعلام الرقمي التفاعلي ضمن استراتيجية إعلامية متكاملة، ذلك أن

¹ حمود عقلة العنزي، المفاهيم العشرة في إدارة العمل النقابي، (الكويت: الاتحاد الوطني لطلبة الكويت، فرع جامعة الكويت، 2000)، ص 33.

² سميرة بلعربي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة التفاعل في الوسط الجامعي - الفيسبوك أنموذجاً - دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة أم البواقي، (مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، مج 02، ع 03، 2014)، ص 164-165.

³ فوزية زعموش، مرجع سابق، ص 175.

الاعتماد الكلي على القنوات الرقمية قد يُفضي إلى إقصاء شرائح طلابية ذات وصول محدود إلى الإنترنت، في حين أن الاكتفاء بالقنوات التقليدية لا يتماشى مع المتطلبات الاتصالية لعصر المعلومات.

رابعاً: آليات الاتصال مع الإدارة الجامعية والجهات الرسمية

لا يقتصر الإعلام النقابي الطلابي على التواصل الداخلي، بل يمتد ليشمل آليات الاتصال مع الإدارة الجامعية والسلطات التعليمية، وتتجلى هذه الآليات في: تقديم العرائض والمذكرات المكتوبة التي تُعبر فيها التنظيمات الطلابية عن مطالبها بصورة رسمية، وحضور ممثلي الطلبة في المجالس العلمية ومجالس الإدارة، وهو ما نصت عليه أنظمة الجامعة الجزائرية من خلال إسهام الطلبة في المجالس العلمية للأقسام والكليات.¹ كما تلجأ التنظيمات الطلابية أحياناً إلى وسائل الإعلام الخارجية كالصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون للتعريف بمطالبها وتوسيع دائرة الضغط على المسؤولين، مما يجعل من الإعلام أداة إستراتيجية للتفاوض وتحقيق المطالب.²

المطلب الثاني: دور الإعلام النقابي في تعزيز المشاركة الطلابية والدفاع عن المطالب الطلابية.

يُمثل الإعلام النقابي الرابط الأساسي بين التنظيم الطلابي وقاعدته الجماهيرية من جهة، وبين التنظيم والجهات الخارجية من جهة أخرى، فمن خلاله تتضح المطالب وتتبلور المواقف وتتشكل التعبئة اللازمة لتحريك الطلبة نحو الدفاع عن حقوقهم، وقد أثبتت التجربة الميدانية للتنظيمات النقابية أن غياب الإعلام أو ضعفه يُفضي إلى تراجع المشاركة وتشتت الجهود.

أولاً: الإعلام النقابي بوصفه أداة لرفع الوعي الطلابي

من أبرز وظائف الإعلام النقابي الطلابي رفع مستوى الوعي لدى الطلبة بحقوقهم وواجباتهم داخل المنظومة الجامعية، ويتجلى ذلك في توعيتهم بالإجراءات الإدارية التي تمس حياتهم الأكاديمية، وتعريفهم بأساليب الدفاع عن مطالبهم في إطار قانوني وحضاري، وتشجيعهم على الانخراط الفاعل في التنظيم، وقد أكدت الدراسات المتخصصة أن اهتمام المنظمات النقابية بأداء وظيفة التكوين والإعلام بالشكل الملائم يرفع من مستوى الوعي النقابي لدى المنخرطين.³

ويرتبط الوعي النقابي ارتباطاً وثيقاً بمفهوم القناعة الذي يُعد من أهم مبادئ العمل النقابي، إذ لا يمكن انتزاع مشاركة حقيقية من الطلبة دون إقناعهم أولاً بأهمية الانتماء إلى

¹ عبد الله حمادي، مرجع سابق، ص 49.

² عبد الوهاب مستور السلمي، أثر شبكات التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات على طلاب المرحلة الجامعية: دراسة تحليلية للعلاقة بين استخدام منصة تويتر وانتشار الارتباك والخوف من الإصابة خلال أزمة كوفيد-19، (مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مج 10، ع 01، مارس 2022)، ص 12.

³ منظمة العمل الدولية، مرجع سابق.

التنظيم والعمل الجماعي المنظم لتحقيق أهدافهم المشتركة، ومن ثم فإن الإعلام النقابي يضطلع بمهمة التثقيف النقابي التي تُرسخ هذه القناعة في وجدان الطلبة.¹

ثانياً: دور الإعلام النقابي في تعزيز المشاركة والانخراط الطلابي

تُعد المشاركة الطلابية مؤشراً دقيقاً على نجاعة الإعلام النقابي وقدرته على استقطاب الطلبة وتحريكهم، وقد أثبتت الدراسات الميدانية التي أُجريت في سياق الجامعة الجزائرية أن شبكات التواصل الاجتماعي أسهمت بصورة ملحوظة في رفع مستوى التفاعل في الوسط الجامعي، حيث تُتيح للطلبة فضاءً افتراضياً للحوار والنقاش حول القضايا التي تمس حياتهم اليومية.

ويُحقق الإعلام النقابي الفاعل أهدافاً تشاركية متعددة، أبرزها: تشجيع الطلبة على حضور الاجتماعات والجمعيات العامة، وتحفيزهم على الإدلاء بأرائهم في القرارات التنظيمية، وتوسيع قاعدة المنخرطين في التنظيم من خلال الحملات الإعلامية الموجهة، كما يُسهم في تطوير الذاتية الإيجابية لدى أعضاء التنظيم بما يجعلهم قوةً دافعةً نحو تحقيق أهداف التنظيم.²

يُبرز الباحثون أهمية الإعلام الرقمي التفاعلي في تحويل الطالب من متلقي سلبي للمعلومات إلى مشارك فاعل في صنع القرار النقابي، فمنصات التواصل الاجتماعي تُتيح إجراء استطلاعات رأي وتصويتات إلكترونية تعكس توجهات الطلبة وتُساعد قيادة التنظيم على بلورة مطالبها بصورة ديمقراطية شفافة.³

ثالثاً: الإعلام النقابي في خدمة الدفاع عن المطالب الطلابية

يضطلع الإعلام النقابي بدور محوري في عملية صياغة المطالب الطلابية والدفاع عنها أمام الجهات المختصة، إذ لا تكتفي التنظيمات الطلابية بتحديد مطالبها داخلياً، بل تسعى إلى إيصالها إلى الرأي العام الجامعي والمسؤولين الأكاديميين من خلال استراتيجيات إعلامية منظمة، وتتضمن هذه الاستراتيجيات عادةً: الإعلان عن المطالب عبر البيانات الرسمية، وتنظيم الوقفات الاحتجاجية بما يُرسل رسائل واضحة إلى الإدارة الجامعية.⁴

وقد أثبتت تجربة الاتحاد العام للطلبة المسلمين الجزائريين (UGEMA) تاريخياً أن الإعلام النقابي حين يُوظف بصورة منسجمة مع الأهداف السياسية والاجتماعية للتنظيم يُصبح أداةً تفاوضية فعالة، فالإضراب الذي أعلنه الاتحاد عن الدراسة في يناير 1956 تحول إلى حدث إعلامي بامتياز، أعلن به الطلبة انحيازهم للثورة ورفضهم للسياسة الاستعمارية أمام الرأي العام العالمي.⁵

¹ فوزية زعموش، مرجع سابق، ص 177.

² منظمة العمل الدولية، مرجع سابق.

³ أفنان عبد الله بكر قطب، فاعلية استخدام منصات الإعلام الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي في زيادة تفاعل طالبات المرحلة الجامعية مع مادة مناهج البحث العلمي: دراسة نوعية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز، (المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، مج 02، ع 02، ديسمبر 2019)، ص 8.

⁴ حسينية مجادي ومسعود عمارنة، مرجع سابق، ص 1185.

⁵ فوزية زعموش، مرجع سابق، ص 179.

أما في الحقبة المعاصرة، فإن التنظيمات الطلابية تستثمر الإعلام النقابي في الدفاع عن مطالب أكاديمية واجتماعية متنوعة، من بينها: تحسين الظروف البيداغوجية، والمطالبة بتوفير الخدمات الجامعية الملائمة، وإصلاح المناهج، ويعتمد الإعلام النقابي في هذا السياق على مبدأ الموضوعية والاختيار الذي يقتضي أن يتجنب العضو النقابي العاطفة والمصالح الفردية حين يُقدم مطالبه، مستنداً بدل ذلك إلى الحجج الموضوعية والوقائع الميدانية.¹

رابعاً: التحديات التي تواجه الإعلام النقابي الطلابي في الجامعة الجزائرية

على الرغم من أهمية الإعلام النقابي، تواجه التنظيمات الطلابية في الجامعة الجزائرية جملةً من التحديات التي تحد من فاعليته، أبرزها ضعف الموارد المالية المخصصة لإنتاج المواد الإعلامية، وغياب الكفاءات المتخصصة في الاتصال والإعلام داخل التنظيمات الطلابية، فضلاً عن ذلك، كثيراً ما تُفرز القيود الإدارية والسياقية عوائق أمام حرية التعبير النقابي، مما يُضيق هامش المناورة الإعلامية للتنظيمات الطلابية.²

ويُضاف إلى ذلك تحدي المصادقية في الإعلام النقابي، إذ يتعرض هذا الأخير أحياناً لاتهامات بالتحيز أو ترويج معلومات مغلوطة، مما يُفقد جزءاً من رصيده لدى الطلبة، ومن ثم تبرز الحاجة إلى أن يلتزم الإعلام النقابي بمبادئ الدقة والموضوعية وإعطاء الحق للاختلاف، حتى يحافظ على ثقة الطلبة ويُحقق الأثر المطلوب في تعزيز مشاركتهم والدفاع عن مطالبهم.

¹ العنزي حمو عقلة، مرجع سابق، ص 45.

² عمار هلال، مرجع سابق، ص 29.

خلاصة الفصل:

يتضح من خلال هذا الفصل أن إدارة الإعلام أصبحت عنصراً أساسياً في نجاح المؤسسات والتنظيمات الطلابية، ولم تعد مجرد نشاط ثانوي، فقد أظهر المبحث الأول أهمية التخطيط الإعلامي الاستراتيجي في بناء صورة ذهنية إيجابية للمؤسسة وتعزيز الثقة بها، إضافة إلى الدور المهم للإعلام في إدارة الأزمات والتقليل من أثارها والمحافظة على استقرار المؤسسة.

وأبرز تأثير الثورة الرقمية في تطوير الاتصال المؤسسي، حيث تحولت وسائل الإعلام الجديدة وشبكات التواصل الاجتماعي إلى أدوات فعالة لنشر المعلومات بسرعة، وتعزيز التفاعل مع الجمهور، وبناء حضور رقمي قوي للمؤسسات.

وتبين أن الإعلام النقابي الطلابي يمثل وسيلة أساسية لدعم التواصل داخل التنظيمات الطلابية، ورفع الوعي بين الطلبة، وتشجيع المشاركة والدفاع عن المطالب الجامعية، ورغم الصعوبات التي تواجهه، فإنه يظل عاملاً مهماً في تعزيز الديمقراطية والشفافية داخل العمل النقابي.

وفي الأخير يتضح أن نجاح المؤسسات والتنظيمات الطلابية في الوقت الحالي يعتمد على الجمع بين التخطيط الإعلامي الجيد، والاستفادة من الإعلام الرقمي، وبناء إعلام نقابي قائم على المصداقية والتفاعل، بما يساهم في تحقيق الاستمرارية وتعزيز الثقة والتأثير الإيجابي.

الفصل الخامس: الجانب التطبيقي.

1. تعريف بالمؤسسة:

تُعد المنظمة الطلابية الجزائرية الحرة إحدى التنظيمات الطلابية الوطنية التي تأسست بتاريخ 28 أبريل 2019، وحصلت على الاعتماد الرسمي في 11 سبتمبر 2019. وتهدف إلى تمثيل الطلبة والدفاع عن حقوقهم المادية والمعنوية، والمساهمة في تحسين مستوى الجامعة الجزائرية من خلال الأنشطة العلمية والثقافية والاجتماعية والتكوينية. وتتميز المنظمة باستقلاليتها عن مختلف الانتماءات الحزبية والسياسية، كما تعتمد هيكلية تنظيمية تضم مكتباً ولائياً يشرف على تسيير النشاطات ومتابعة شؤون الطلبة، ويتكون من رئيس المكتب الولائي ونائبه وعدد من الأعضاء المكلفين بالتنظيم والإعلام والاتصال والنشاطات والشؤون البيداغوجية والاجتماعية والإدارية والابتكار الرقمي وشؤون الطالبات والثانويين.

وعلى مستوى جامعة المسيلة، تتوزع المنظمة إلى فروع بيداغوجية تمثل مختلف الكليات والمعاهد، منها كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، وكلية الآداب واللغات، وكلية الحقوق والعلوم السياسية، وكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، وكلية التكنولوجيا، وكلية العلوم، وكلية الرياضيات والإعلام الآلي، ومعهد تسيير التقنيات الحضرية، كما تضم فروعاً اجتماعية تمثل الإقامات الجامعية الخاصة بالطلبة والطالبات، بما يضمن التواصل المباشر مع مختلف فئات الطلبة داخل الوسط الجامعي. وقد تأسس المكتب الولائي للمنظمة بجامعة المسيلة خلال الموسم الجامعي 2020، وتعاقب على رئاسته عدد من الطلبة وهم: جرار هشام (2020-2021)، بدر الدين بكوش (2021-2022)، أيوب برباج (2022-2023)، هيثم حاجي (2023-2024)، وحسين دميري (2024-2025)، ويواصل المكتب نشاطه من خلال تنظيم المبادرات الطلابية والمشاركة في الفعاليات الوطنية، من أبرزها المساهمة في النشاط الوطني الخاص بترتيل وتجويد القرآن الكريم.

2. عرض وتحليل النتائج:

1.2. عرض نتائج المحور الأول إدارة الاعلام:

من أجل قياس مستوى تقييم المبحوثين لواقع إدارة الاعلام داخل التنظيم الطلابي تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة بهدف تحديد الاتجاه العام وترتيب العبارات وفق درجة أهميتها.

الجدول (08) يمثل نتائج اتجاهات المبحوثين على محور إدارة الاعلام

العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه
يمتلك التنظيم النقابي خطة إعلامية واضحة ومحددة الأهداف	2.41	0.81	2	مرتفع
يتم تحديد أولويات العمل الإعلامي وفق احتياجات الطلبة	2.42	0.85	1	مرتفع
يتم برمجة الأنشطة الإعلامية وفق جدول زمني مسبق	2.31	0.89	3	متوسط
البعد الثالث: التخطيط الاعلام	2.38	1.44	مرتفع	

مرتفع	2	0.67	2.47	يستخدم التنظيم وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال
مرتفع	1	0.69	2.59	يتم تنويع الوسائل الإعلامية لنشر المعلومات
مرتفع	3	0.78	2.37	يتم اختيار الوسيلة الإعلامية حسب طبيعة الرسالة
مرتفع	3	1.23	2.48	البعد الثاني: وسائل الاتصال الإعلامي
مرتفع	3	0.81	2.39	يملك فريق الإعلام مهارات إعداد المحتوى الإعلامي
مرتفع	2	0.79	2.41	يتمتع القائمون على الإعلام بقدرة على التواصل الفعال
مرتفع	1	0.79	2.44	يتم التعامل باحترافية مع تفاعل الطلبة
مرتفع	3	1.38	2.41	البعد الثالث: كفاءة الفريق الإعلامي
مرتفع	3	2.01	2.42	محور الأول: إدارة الاعلام

يبين الجدول الخاص بمحور إدارة الإعلام أن اتجاهات أفراد العينة جاءت إيجابية نحو دور إدارة الإعلام داخل التنظيم النقابي، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام للمحور (2.42) بانحراف معياري قدره (2.01)، وهو ما يدل على وجود مستوى مرتفع نسبياً من فعالية إدارة الإعلام في التواصل مع الطلبة، ويعكس إدراك أفراد العينة لأهمية النشاط الإعلامي في إيصال المعلومات وتعزيز التفاعل داخل التنظيم النقابي.

وفيما يتعلق ببعد التخطيط الإعلامي، بلغ متوسطه الحسابي (2.38)، ما يشير إلى أن التنظيم النقابي يعتمد بدرجة جيدة على التخطيط في إدارة نشاطه الإعلامي، وقد جاءت عبارة «يتم تحديد أولويات العمل الإعلامي وفق احتياجات الطلبة» في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (2.42) وانحراف معياري (0.855)، ويمكن تفسير ذلك باهتمام التنظيم النقابي بالقضايا التي تمس الطلبة ومحاولة توجيه الرسائل الإعلامية بما يتوافق مع احتياجاتهم وانشغالهم، تليها عبارة «يملك التنظيم النقابي خطة إعلامية واضحة ومحددة الأهداف» بمتوسط (2.41)، وهو ما يدل على وجود تصور تنظيمي للعمل الإعلامي وعدم اعتماده على العشوائية، أما عبارة «يتم برمجة الأنشطة الإعلامية وفق جدول زمني مسبق» فقد سجلت متوسطاً أقل نسبياً بلغ (2.31)، ويمكن تفسير ذلك بوجود بعض الصعوبات التنظيمية أو التغيرات المستمرة في الأنشطة الطلابية التي قد تؤثر على الالتزام بالبرمجة الزمنية الدقيقة.

أما بعد وسائل الاتصال الإعلامي فقد سجل أعلى متوسط بين الأبعاد بلغ (2.48)، ما يدل على فعالية الوسائل الإعلامية المستخدمة في التواصل مع الطلبة، وقد احتلت عبارة «يتم تنويع الوسائل الإعلامية لنشر المعلومات» المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (2.59) وانحراف معياري (0.698)، ويُفسر ذلك بسعي التنظيم النقابي إلى استخدام أكثر من وسيلة إعلامية للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الطلبة وضمان سرعة انتشار المعلومات، كما سجلت عبارة «يستخدم التنظيم وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال» متوسطاً مرتفعاً قدره (2.47)، وهو ما يعكس اعتماد التنظيم على المنصات الرقمية الحديثة باعتبارها الأكثر قرباً من فئة الطلبة والأسرع في نقل الأخبار والتفاعل معهم، في حين جاءت عبارة «يتم اختيار الوسيلة الإعلامية حسب طبيعة الرسالة» بمتوسط (2.37)، مما يدل على وجود وعي نسبي بأهمية ملائمة الوسيلة الإعلامية لطبيعة المحتوى المقدم.

وفيما يخص بعد كفاءة الفريق الإعلامي، فقد بلغ متوسطه الحسابي (2.41)، وهو ما يشير إلى توفر مستوى جيد من الكفاءة لدى القائمين على النشاط الإعلامي، وجاءت عبارة «يتم التعامل باحترافية مع تفاعل الطلبة» في المرتبة الأولى بمتوسط (2.44)، ويمكن تفسير ذلك بمحاولة الفريق الإعلامي الحفاظ على علاقة تواصل إيجابية مع الطلبة والاهتمام بردود أفعالهم واستفساراتهم، كما سجلت عبارة «يتمتع القائمون على الإعلام بقدرة على التواصل الفعال» متوسطاً قدره (2.41)، وهو ما يعكس امتلاك الفريق لمهارات تواصل تساعد على إيصال الرسائل الإعلامية بصورة واضحة، أما عبارة «يملك فريق الإعلام مهارات إعداد المحتوى الإعلامي» فقد سجلت متوسطاً بلغ (2.39)، ما يدل على توفر مستوى مقبول من المهارات الإعلامية المتعلقة بإعداد المحتوى وتنظيمه، وإن كان ذلك يشير أيضاً إلى إمكانية تطوير هذه المهارات بشكل أكبر.

2.2. عرض نتائج المحور الثاني دور الإعلام في تحسين التواصل:

من أجل قياس مستوى تقييم المبحوثين لدور إدارة الاعلام في تحسين التواصل تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة بهدف تحديد الاتجاه العام وترتيب العبارات وفق درجة أهميتها.

الجدول (09) يمثل نتائج اتجاهات المبحوثين على محور دور الاعلام في تحسين التواصل

العبارة	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه
الرسائل الإعلامية واضحة وسهلة الفهم	2.44	0.77	1	مرتفع
يتم تبسيط المعلومات المقدمة للطلبة	2.39	0.79	2	مرتفع
يتم استخدام لغة مناسبة للطلبة	2.36	0.80	3	مرتفع
البعد الأول: وضوح الرسالة الإعلامية	2.40	1.37	مرتفع	
يشجع الإعلام النقابي الطلبة على التفاعل	2.44	0.77	2	مرتفع
يتم الرد على استفسارات الطلبة بشكل منتظم	2.41	0.79	3	مرتفع
يتم أخذ آراء الطلبة بعين الاعتبار	2.54	0.79	1	مرتفع
البعد الثاني: التفاعل مع الطلبة	2.46	1.48	مرتفع	
يتم الرد على انشغالات الطلبة في وقت مناسب	2.44	0.74	1	مرتفع
يتم متابعة القضايا الطلابية بشكل مستمر	2.36	0.82	2	مرتفع
البعد الثالث: الاستجابة	2.40	1.09	مرتفع	
المحور الثاني: دور الإعلام في تحسين التواصل	2.42	1.31	مرتفع	

يبين الجدول الخاص بمحور دور الإعلام في تحسين التواصل أن اتجاهات أفراد العينة جاءت إيجابية نحو دور إدارة الإعلام في تحفيز الطلبة على المشاركة في الأنشطة النقابية من خلال الترويج الإعلامي والتفاعل المستمر، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام للمحور (2.42) بانحراف معياري قدره (2.36)، وهو ما يدل على وجود مستوى مرتفع

نسبيًا من فعالية الإعلام النقابي في تعزيز التواصل مع الطلبة وتشجيعهم على الانخراط في الأنشطة النقابية.

وفيما يتعلق ببعد وضوح الرسالة الإعلامية، بلغ متوسطه الحسابي (2.40)، ما يدل على أن الرسائل الإعلامية المقدمة للطلبة تتسم بدرجة جيدة من الوضوح وسهولة الفهم، وقد جاءت عبارة «الرسائل الإعلامية واضحة وسهلة الفهم» في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (2.44) وانحراف معياري (0.77)، ويمكن تفسير ذلك باهتمام التنظيم النقابي بتقديم معلومات واضحة تساعد الطلبة على فهم الأنشطة والمشاركة فيها، تليها عبارة «يتم تبسيط المعلومات المقدمة للطلبة» بمتوسط (2.39)، وهو ما يعكس حرص التنظيم على تقديم المعلومات بطريقة مبسطة تتناسب مع مختلف فئات الطلبة، أما عبارة «يتم استخدام لغة مناسبة للطلبة» فقد سجلت متوسطاً قدره (2.36)، مما يدل على وجود توافق نسبي بين الخطاب الإعلامي وخصائص الجمهور الطلابي.

أما بعد التفاعل مع الطلبة فقد سجل متوسطاً حسابياً بلغ (2.46)، وهو أعلى متوسط بين الأبعاد، ما يعكس وجود مستوى جيد من التفاعل الإعلامي مع الطلبة، وقد جاءت عبارة «يتم أخذ آراء الطلبة بعين الاعتبار» في المرتبة الأولى بمتوسط (2.54) وانحراف معياري (0.795)، ويمكن تفسير ذلك بمحاولة التنظيم النقابي إشراك الطلبة في القضايا والأنشطة المتعلقة بهم، الأمر الذي يعزز شعورهم بالاهتمام والانتماء، كما سجلت عبارة «يشجع الإعلام النقابي الطلبة على التفاعل» متوسطاً بلغ (2.44)، وهو ما يشير إلى أن النشاط الإعلامي يساهم في دفع الطلبة نحو التفاعل والمشاركة في الأنشطة النقابية، في حين بلغت عبارة «يتم الرد على استفسارات الطلبة بشكل منتظم» متوسطاً قدره (2.41)، مما يدل على وجود متابعة وتواصل مستمر مع الطلبة.

وفيما يخص بعد الاستجابة، فقد بلغ متوسطه الحسابي (2.40)، ما يشير إلى وجود مستوى جيد من استجابة التنظيم النقابي لانشغالات الطلبة، وقد جاءت عبارة «يتم الرد على انشغالات الطلبة في وقت مناسب» بمتوسط (2.44) وانحراف معياري (0.749)، ويمكن تفسير ذلك بمحاولة التنظيم النقابي معالجة قضايا الطلبة والتفاعل معها بسرعة نسبية، أما عبارة «يتم متابعة القضايا الطلابية بشكل مستمر» فقد سجلت متوسطاً بلغ (2.36)، وهو ما يدل على اهتمام التنظيم بمتابعة الانشغالات الطلابية، رغم وجود تفاوت نسبي في تقييم أفراد العينة لهذا الجانب.

3.2. عرض نتائج المحور الثالث: دور الإعلام في تحفيز المشاركة.

من أجل قياس مستوى تقييم المبحوثين لدور إدارة الاعلام في تحفيز المشاركة تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة بهدف تحديد الاتجاه العام وترتيب العبارات وفق درجة أهميتها

الجدول (10) يمثل نتائج اتجاهات المبحوثين على محور دور الاعلام في تحفيز المشاركة

العبارة	المتوسط	الانحراف	الترتيب	الاتجاه
---------	---------	----------	---------	---------

		المعياري		
مرتفع	3	0.82	2.36	يتم الإعلان عن الأنشطة النقابية بانتظام
مرتفع	1	0.75	2.51	يتم نشر تفاصيل كافية حول الأنشطة
مرتفع	2	0.83	2.39	يتم التذكير بالأنشطة قبل موعدها
مرتفع		1.39	2.42	البعد الأول: الترويج للأنشطة
متوسط	3	0.89	2.24	يتم تقديم المحتوى الإعلامي بطريقة جذابة
مرتفع	1	0.77	2.46	يتم استخدام الصور والفيديوهات في النشر
مرتفع	2	0.80	2.37	يثير المحتوى الإعلامي اهتمام الطلبة
متوسط		1.56	2.35	البعد الثاني: جاذبية المحتوى الإعلامي
متوسط	3	0.86	2.10	يشجعي الإعلام في التنظيم على المشاركة في الأنشطة
مرتفع	2	0.84	2.37	يؤثر الإعلام في التنظيم على قراري بالمشاركة
مرتفع	1	0.85	2.41	أُتُعرف على الأنشطة من خلال الإعلام النقابي
مرتفع		1.49	2.39	البعد الثالث: التأثير على المشاركة
مرتفع		1.48	2.38	المحور الثالث: دور الإعلام في تحفيز المشاركة

يبين الجدول الخاص بمحور دور الإدارة الإعلامية في بناء صورة إيجابية للتنظيم النقابي لدى الطلبة أن اتجاهات أفراد العينة جاءت إيجابية نسبياً، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام للمحور (2.45)، ما يشير إلى وجود مستوى مرتفع من الإسهام الإعلامي في تعزيز صورة التنظيم النقابي، من خلال الترويج للأنشطة، وتحسين جاذبية المحتوى، والتأثير على مشاركة الطلبة.

وفيما يتعلق ببعد الترويج للأنشطة فقد بلغ متوسطه الحسابي (2.42)، وهو ما يعكس وجود جهد إعلامي في التعريف بالأنشطة النقابية، وقد جاءت عبارة «يتم نشر تفاصيل كافية حول الأنشطة» في المرتبة الأولى بمتوسط (2.51) وانحراف معياري (0.751)، مما يدل على أن التنظيم يوفر معلومات معتبرة حول الأنشطة، وهو عنصر أساسي في تعزيز الشفافية، تليها عبارة «يتم التذكير بالأنشطة قبل موعدها» بمتوسط (2.39)، ما يشير إلى وجود متابعة زمنية للأنشطة تساعد الطلبة على الاطلاع والمشاركة، أما عبارة «يتم الإعلان عن الأنشطة النقابية بانتظام» فقد سجلت متوسطاً (2.36)، وهو ما يعكس انتظاماً مقبولاً في عملية الإعلان، لكنه لا يزال بحاجة إلى مزيد من التنظيم والاستمرارية.

أما بعد جاذبية المحتوى الإعلامي فقد سجل متوسطاً حسابياً بلغ (2.35)، وهو من أدنى المتوسطات بين الأبعاد، ما يشير إلى أن جاذبية المحتوى الإعلامي تحتاج إلى تطوير نسبي، وقد جاءت عبارة «يتم استخدام الصور والفيديوهات في النشر» بمتوسط (2.46) وانحراف معياري (0.773)، وهو ما يدل على توظيف نسبي للوسائط البصرية في الإعلام النقابي، مما يعزز جاذبية الرسائل الإعلامية، في حين سجلت عبارة «يثير المحتوى الإعلامي اهتمام الطلبة» متوسطاً (2.37)، ما يعكس تأثيراً متوسطاً للمحتوى على اهتمام

الطلبة، أما عبارة «يتم تقديم المحتوى الإعلامي بطريقة جذابة» فقد حصلت على أدنى متوسط (2.24)، وهو ما يمكن تفسيره بوجود ضعف نسبي في الإخراج الإعلامي أو أساليب العرض، مما يقلل من مستوى الجاذبية العامة للمحتوى.

وفيما يخص بعد التأثير على المشاركة، فقد بلغ متوسطه الحسابي (2.39)، وهو ما يدل على أن تأثير الإعلام على سلوك المشاركة لدى الطلبة متوسط نسبياً، وقد جاءت عبارة «أتعرف على الأنشطة من خلال الإعلام النقابي» في المرتبة الأولى بمتوسط (2.41) وانحراف معياري (0.853)، مما يشير إلى أن الإعلام يعد مصدراً مهماً لتمكين الطلبة من معرفة الأنشطة، تليها عبارة «يؤثر الإعلام في التنظيم على قراري بالمشاركة» بمتوسط (2.37)، وهو ما يعكس وجود تأثير محدود لكنه قائم في توجيه قرارات المشاركة، أما عبارة «يشجعني الإعلام في التنظيم على المشاركة في الأنشطة» فقد سجلت أدنى متوسط (2.10)، مما يدل على أن الدور التحفيزي المباشر للإعلام في دفع الطلبة نحو المشاركة لا يزال ضعيفاً نسبياً مقارنة بدوره في الإعلام والإخبار.

وبشكل عام تشير النتائج إلى أن الإدارة الإعلامية تسهم في بناء صورة إيجابية للتنظيم النقابي من خلال توفير المعلومات حول الأنشطة وتعزيز الشفافية في عرضها، إلا أن تأثيرها في جانب الجاذبية والتحفيز المباشر للمشاركة لا يزال يحتاج إلى تطوير، خاصة فيما يتعلق بأساليب العرض الإعلامي ومدى قدرتها على التأثير السلوكي في الطلبة.

4.2. عرض نتائج المحور الرابع: بناء صورة التنظيم:

من أجل قياس مستوى تقييم المبحوثين لدور إدارة الاعلام في بناء صورة التنظيم تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة بهدف تحديد الاتجاه العام وترتيب العبارات وفق درجة أهميتها

الجدول (11) يمثل نتائج اتجاهات المبحوثين على محور دور الاعلام في بناء صورة التنظيم

العبارات	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه
يقدم الإعلام معلومات دقيقة وموثوقة	2.49	0.75	2	مرتفع
يتم تجنب نشر الأخبار غير المؤكدة	2.41	0.76	3	مرتفع
يتم تصحيح الأخطاء عند حدوثها	2.58	0.72	1	مرتفع
البعد الأول: المصادقية	2.49	1.20	مرتفع	
يتم عرض أنشطة التنظيم بوضوح	2.22	0.87	3	متوسط
يتم نشر قرارات التنظيم للطلبة	2.46	0.81	1	مرتفع
يتم توضيح أهداف التنظيم النقابي	2.31	0.87	2	متوسط
البعد الثاني: الشفافية	2.33	1.51	متوسط	
يعكس الإعلام صورة إيجابية عن التنظيم	2.36	0.80	2	مرتفع
يعزز الإعلام ثقة الطلبة في التنظيم	2.32	0.81	3	متوسط

مرتفع	1	0.75	2.53	يساهم الإعلام في تحسين سمعة التنظيم
مرتفع		1.32	2.40	البعد الثالث: الصورة الذهنية
مرتفع		1.96	2.40	المحور الرابع: بناء صورة التنظيم

يبين الجدول الخاص بمحور بناء صورة التنظيم النقابي أن اتجاهات أفراد العينة جاءت إيجابية نسبياً نحو دور إدارة الإعلام في تعزيز صورة التنظيم لدى الطلبة، من خلال ترسيخ مبادئ المصداقية والشفافية وبناء الصورة الذهنية، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام للمحور (2.40)، ما يعكس مستوى مرتفع من الإسهام الإعلامي في تحسين صورة التنظيم النقابي.

وفيما يتعلق ببعد المصداقية، فقد بلغ متوسطه الحسابي (2.49)، وهو ما يشير إلى أن إدارة الإعلام تعتمد بدرجة كبيرة على تقديم معلومات موثوقة، وقد جاءت عبارة «يتم تصحيح الأخطاء عند حدوثها» في المرتبة الأولى بمتوسط (2.58) وانحراف معياري (0.720)، مما يدل على وجود وعي بأهمية تصحيح المعلومات وتعزيز الثقة في المحتوى الإعلامي، تليها عبارة «يقدم الإعلام معلومات دقيقة وموثوقة» بمتوسط (2.49)، وهو ما يعكس التزاماً نسبياً بالدقة في نقل المعلومات، أما عبارة «يتم تجنب نشر الأخبار غير المؤكدة» فقد سجلت متوسطاً (2.41)، مما يشير إلى وجود حرص على الحد من تداول المعلومات غير الموثوقة، وإن كان بدرجة أقل مقارنة بالتصحيح والدقة.

أما بعد الشفافية فقد سجل متوسطاً حسابياً قدره (2.33)، وهو ما يعكس مستوى مقبولاً من الإفصاح عن أنشطة التنظيم، وقد جاءت عبارة «يتم نشر قرارات التنظيم للطلبة» في المرتبة الأولى بمتوسط (2.46) وانحراف معياري (0.810)، ما يدل على وجود انفتاح نسبي في نشر القرارات الإدارية، تليها عبارة «يتم توضيح أهداف التنظيم النقابي» بمتوسط (2.31)، وهو ما يعكس درجة متوسطة من توضيح الأهداف للطلبة، في حين جاءت عبارة «يتم عرض أنشطة التنظيم بوضوح» بمتوسط (2.22)، وهو أدنى متوسط في هذا البعد، مما يشير إلى وجود حاجة لتعزيز وضوح عرض الأنشطة وتحسين أساليب تقديمها إعلامياً.

وفيما يخص بعد الصورة الذهنية، فقد بلغ متوسطه الحسابي (2.40)، وهو الأعلى بين الأبعاد، ما يدل على أن الإعلام النقابي يساهم بشكل واضح في تشكيل صورة إيجابية عن التنظيم لدى الطلبة، وقد جاءت عبارة «يساهم الإعلام في تحسين سمعة التنظيم» في المرتبة الأولى بمتوسط (2.53) وانحراف معياري (0.750)، مما يعكس إدراكاً إيجابياً لدور الإعلام في تحسين سمعة التنظيم، تليها عبارة «يعكس الإعلام صورة إيجابية عن التنظيم» بمتوسط (2.36)، وهو ما يدل على وجود تصور عام إيجابي حول مضمون الرسائل الإعلامية، أما عبارة «يعزز الإعلام ثقة الطلبة في التنظيم» فقد سجلت أدنى متوسط (2.32)، مما يشير إلى أن تأثير الإعلام في بناء الثقة لا يزال متوسطاً ويحتاج إلى مزيد من التعزيز.

وبشكل عام توضح النتائج أن إدارة الإعلام تساهم في بناء صورة إيجابية للتنظيم النقابي من خلال تحسين مستوى المصداقية والشفافية، مع دور أوضح نسبياً في تعزيز السمعة مقارنة بتعزيز الثقة، مما يعني أن الجانب الاتصالي يحتاج إلى مزيد من التطوير لتعزيز الأثر الإيجابي الشامل للإعلام النقابي لدى الطلبة.

5.2. عرض نتائج المحور الخامس: دور الإعلام في رفع الوعي النقابي:

من أجل قياس مستوى تقييم المبحوثين لدور إدارة الاعلام في رفع الوعي النقابي تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة بهدف تحديد الاتجاه العام وترتيب العبارات وفق درجة أهميتها

الجدول (12) يمثل نتائج اتجاهات المبحوثين على محور دور الاعلام في بناء رفع الوعي النقابي

العبارات	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه
يعرفني الإعلام النقابي بحقوق كطالب	2.42	0.81	3	مرتفع
يساعدني على فهم واجباتي داخل الجامعة	2.46	0.81	1	مرتفع
يوضح القوانين الجامعية المتعلقة بالطلبة	2.44	0.85	2	مرتفع
البعد الأول: الحقوق والواجبات	2.44	1.38	مرتفع	
يوضح الإعلام أهداف التنظيم النقابي	2.29	0.87	3	متوسط
يشرح دور النقابة داخل الجامعة	2.39	0.78	2	مرتفع
يبرز دورها في الدفاع عن الطلبة	2.46	0.75	1	مرتفع
البعد الثاني: فهم دور النقابة	2.38	1.33	مرتفع	
يزيد الإعلام من اهتمامي بالقضايا الطلابية	2.41	0.76	3	مرتفع
يشجعني على متابعة أخبار الجامعة	2.34	0.86	2	متوسط
يعزز شعوري بالمسؤولية الطلابية	2.34	0.84	1	متوسط
البعد الثالث: الاهتمام بالشأن الطلابي	2.36	1.40	متوسط	
المحور الخامس دور الإعلام في رفع الوعي النقابي	2.39	2.44	مرتفع	

يبين الجدول الخاص بمحور دور الإعلام في رفع الوعي النقابي لدى الطلبة أن اتجاهات أفراد العينة جاءت إيجابية نسبياً، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام للمحور (2.39)، ما يعكس وجود مستوى متوسط إلى مرتفع من مساهمة الإعلام النقابي في تعريف الطلبة بحقوقهم وواجباتهم وتعزيز فهمهم لدور التنظيم النقابي، إضافة إلى تنمية اهتمامهم بالشأن الطلابي.

وفيما يتعلق ببعد الحقوق والواجبات، فقد بلغ متوسطه الحسابي (2.44)، وهو ما يدل على أن الإعلام النقابي يسهم بشكل مقبول في توعية الطلبة بحقوقهم وواجباتهم داخل الجامعة، وقد جاءت عبارة «يساعدني على فهم واجباتي داخل الجامعة» في المرتبة الأولى بمتوسط (2.46) وانحراف معياري (0.81)، مما يشير إلى أن الإعلام يركز بشكل نسبي على توضيح الالتزامات الطلابية، تليها عبارة «يوضح القوانين الجامعية المتعلقة بالطلبة»

بمتوسط (2.44)، وهو ما يعكس دورًا توعويًا في شرح الإطار القانوني المنظم للحياة الجامعية، أما عبارة «يعرفني الإعلام النقابي بحقوق كطالب» فقد سجلت متوسطًا (2.42)، ما يدل على وجود اهتمام بتعريف الطلبة بحقوقهم، وإن كان بدرجة أقل نسبيًا مقارنة بالواجبات.

أما بعد فهم دور النقابة فقد سجل أعلى متوسط بين الأبعاد بلغ (2.38)، مما يدل على أن الإعلام النقابي يساهم بشكل واضح في توضيح دور التنظيم داخل الجامعة، وقد جاءت عبارة «يبرز دورها في الدفاع عن الطلبة» في المرتبة الأولى بمتوسط (2.46) وانحراف معياري (0.75)، وهو ما يعكس إدراك الطلبة للدور التمثيلي والدفاعي للنقابة، تليها عبارة «يشرح دور النقابة داخل الجامعة» بمتوسط (2.39)، مما يدل على وجود جهود إعلامية في توضيح مهام التنظيم ووظائفه، أما عبارة «يوضح الإعلام أهداف التنظيم النقابي» فقد سجلت أدنى متوسط (2.29)، وهو ما يشير إلى حاجة نسبية إلى تعزيز توضيح الأهداف الاستراتيجية للتنظيم.

وفيما يخص بعد الاهتمام بالشأن الطلابي فقد بلغ متوسطه الحسابي (2.36)، وهو ما يعكس مستوى متوسطًا من تأثير الإعلام في تحفيز اهتمام الطلبة بالقضايا الجامعية، وقد جاءت عبارة «يزيد الإعلام من اهتمامي بالقضايا الطلابية» في المرتبة الأولى بمتوسط (2.41) وانحراف معياري (0.76)، مما يدل على دور إيجابي في رفع مستوى الوعي بالقضايا الطلابية، تليها عبارة «يشجعني على متابعة أخبار الجامعة» و«يعزز شعوري بالمسؤولية الطلابية» بمتوسط متساوٍ (2.34)، وهو ما يشير إلى تأثير محدود لكنه موجود في تعزيز المتابعة والشعور بالانتماء والمسؤولية.

وبشكل عام، توضح النتائج أن الإعلام النقابي يساهم في رفع مستوى الوعي النقابي لدى الطلبة من خلال تعزيز فهمهم لحقوقهم وواجباتهم وتوضيح دور التنظيم النقابي، مع بقاء مجال للتطوير خاصة في جانب تعزيز الاهتمام المستمر بالقضايا الطلابية وترسيخ الشعور بالمسؤولية بشكل أقوى.

6.2. عرض نتائج المحور السادس: دور الإعلام في تحسين أداء التنظيم:

من أجل قياس مستوى تقييم المبحوثين لدور إدارة الاعلام في تحسين أداء التنظيم تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة بهدف تحديد الاتجاه العام وترتيب العبارات وفق درجة أهميتها.

الجدول (13) يمثل نتائج اتجاهات المبحوثين على محور دور الاعلام في تحسين أداء التنظيم

العبارة	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه
يساعد الإعلام في تحقيق أهداف التنظيم	2.39	0.83	2	مرتفع
يساهم في تحسين فعالية العمل النقابي	2.29	0.85	3	متوسط
يدعم تنفيذ البرامج النقابية	2.47	0.72	1	مرتفع

المرتفع		1.38	2.38	البعد الثالث: الفعالية التنظيمية
متوسط	3	0.77	2.31	يسهل الإعلام التواصل بين أعضاء التنظيم
مرتفع	1	0.72	2.53	يساعد في تنسيق العمل داخل النقابة
مرتفع	2	0.81	2.41	يدعم اتخاذ القرارات التنظيمية
المرتفع		1.11	2.41	البعد الثاني: التنسيق الداخلي
مرتفع	2	0.77	2.44	يعزز الإعلام حضور التنظيم داخل الجامعة
مرتفع	1	0.72	2.51	يساهم في التأثير على الرأي الطلابي
متوسط	3	0.86	2.32	يطرح قضايا الطلبة بفعالية
المرتفع		2.09	2.42	البعد الثالث: التأثير في البيئة الجامعية
		3.43	29.0847	المحور السادس: دور الإعلام في تحسين أداء التنظيم

يبين الجدول الخاص بمحور دور الإعلام في تحسين أداء التنظيم النقابي داخل الجامعة أن اتجاهات أفراد العينة جاءت إيجابية نسبياً، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام للمحور (29.08)، ما يدل على وجود مستوى متوسط إلى مرتفع من مساهمة الإعلام في تعزيز الفعالية التنظيمية والتنسيق الداخلي وتحسين حضور التنظيم داخل البيئة الجامعية. وفيما يتعلق ببعد الفعالية التنظيمية، فقد بلغ متوسطه الحسابي (7.07)، وهو ما يعكس دوراً مقبولاً للإعلام في دعم تحقيق أهداف التنظيم النقابي، وقد جاءت عبارة «يدعم تنفيذ البرامج النقابية» في المرتبة الأولى بمتوسط (2.47) وانحراف معياري (0.72)، مما يشير إلى أن الإعلام يساهم بشكل واضح في تسهيل تنفيذ الأنشطة والبرامج النقابية، تليها عبارة «يساعد الإعلام في تحقيق أهداف التنظيم» بمتوسط (2.39)، وهو ما يعكس دوره في توجيه العمل النقابي نحو الأهداف المسطرة، أما عبارة «يساهم في تحسين فعالية العمل النقابي» فقد سجلت أدنى متوسط (2.29)، مما يدل على أن تأثير الإعلام في رفع الفعالية العامة لا يزال متوسطاً ويحتاج إلى تعزيز.

أما بعد التنسيق الداخلي فقد سجل متوسطاً حسابياً قدره (7.37)، وهو الأعلى بين الأبعاد، ما يدل على أن الإعلام يلعب دوراً مهماً في تنظيم العمل داخل التنظيم النقابي، وقد جاءت عبارة «يساعد في تنسيق العمل داخل النقابة» في المرتبة الأولى بمتوسط (2.53) وانحراف معياري (0.72)، مما يعكس فعالية الإعلام في تنظيم الجهود بين الأعضاء، تليها عبارة «يدعم اتخاذ القرارات التنظيمية» بمتوسط (2.41)، وهو ما يشير إلى أن الإعلام يساهم نسبياً في تحسين سيرورة اتخاذ القرار، في حين جاءت عبارة «يسهل الإعلام التواصل بين أعضاء التنظيم» بمتوسط (2.31)، مما يدل على وجود دور متوسط في تعزيز التواصل الداخلي.

وفيما يخص بعد التأثير في البيئة الجامعية، فقد بلغ متوسطه الحسابي (14.64)، ما يعكس مستوى جيداً من تأثير الإعلام النقابي خارج الإطار الداخلي للتنظيم، وقد جاءت عبارة «يساهم في التأثير على الرأي الطلابي» في المرتبة الأولى بمتوسط (2.51)

وانحراف معياري (0.72)، وهو ما يدل على قدرة الإعلام على توجيه الرأي العام الطلابي بشكل ملحوظ، تليها عبارة «يعزز الإعلام حضور التنظيم داخل الجامعة» بمتوسط (2.44)، مما يعكس دوراً في تعزيز الظهور المؤسسي للتنظيم النقابي، أما عبارة «يطرح قضايا الطلبة بفعالية» فقد سجلت أدنى متوسط (2.32)، وهو ما يشير إلى وجود حاجة لتقوية دور الإعلام في إبراز القضايا الطلابية بشكل أكثر تأثيراً ووضوحاً.

وبشكل عام، توضح النتائج أن الإعلام النقابي يساهم بشكل إيجابي في تحسين أداء التنظيم داخل الجامعة، خاصة من خلال دعم التنسيق الداخلي وتعزيز حضور التنظيم في البيئة الجامعية، إلا أن بعض الجوانب مثل رفع الفعالية العامة وتحسين طرح قضايا الطلبة تحتاج إلى مزيد من التطوير لضمان تأثير إعلامي أقوى وأكثر شمولية.

3. عرض وتحليل المقابلة:

تُظهر المقابلة التي أجريت مع المسؤول الإعلامي في المنظمة الطلابية الجزائرية الحرة بجامعة المسيلة (أنظر الملحق) أن إدارة الإعلام النقابي ليست مجرد أداة تكميلية، بل هي عمود فقري لوجود التنظيم ذاته، فالمسؤول الإعلامي لم يتحدث عن الإعلام كرفاهية، بل كضرورة تصدر قائمة الأولويات، بدليل أن ضعف الإعلام عنده يُفسر ضعف المشاركة، وتشوه الصورة الذهنية، وتدني الوعي النقابي، هذا يعني أن أي تنظيم طلابي لا يمنح الإعلام مكانته الاستراتيجية محكوم عليه بأن يبقى نخبياً، معزولاً عن قاعدة عريضة من الطلبة، مهما كانت جودة أنشطته أو نواياه.

يكشف تحليل إجابات المسؤول الإعلامي عن أزمة بنيوية في الإعلام النقابي، وليست مجرد أزمة موارد، فرغم توفر كوادر شبابية متحمسة وحضور على فيسبوك، إلا أن التنظيم يفتقر إلى استراتيجية إعلامية مكتوبة، وجدولة زمنية للنشر، وآلية لقياس الأثر، وهذا يفسر اعتراف المسؤول الإعلامي بـ "عدم انتظام النشر" و "العشوائية" و "الترويج قبل ساعات من النشاط"، إنها أزمة تنظيم وليس أزمة أفراد، وبالتالي فإن تحسين الإعلام النقابي لا يتطلب فقط مالا أو أجهزة، بل يتطلب بالأساس تحولاً في ثقافة العمل من "فعل الأنشطة" إلى "إدارة التواصل" كوظيفة موازية لا تقل أهمية.

من جهة أخرى، يبرز من المقابلة تناقض مثير: فالمسؤول الإعلامي يدرك تماماً أن الجمهور الطلابي جمهور رقمي لا يستهلك الملصقات الورقية، وأن المحتوى المرئي الجذاب هو الذي يحقق المشاركة، ومع ذلك يقر بأن الوسائل الحالية لا تزال تعتمد على الإعلانات الورقية وضعف الإبداع، هذا التناقض بين الوعي النظري والممارسة الفعلية يعكس صعوبة تغيير الممارسات الراسخة داخل التنظيمات الطلابية، حيث تطغى ثقافة "العمل السريع والردود الفعلية" على ثقافة "التخطيط والتخصص"، ويُعد هذا أبرز تحديات إدارة الإعلام في الوسط الطلابي حسب ما صرح به المسؤول الإعلامي.

أما بخصوص الصورة الذهنية فالمقابلة مع المسؤول الإعلامي تقدم فهماً عميقاً لآلية تشكيلها، فالمسؤول الإعلامي لم يقل إن الإعلام وحده هو من يصنع الصورة، بل ذكر

عوامل متضاربة: الإنجازات الفعلية، جودة التواصل، الكلمة المتداولة (التواصل الشفهي)، وسلوك المسؤولين النقابيين، وهذا يتوافق مع نظريات العلاقات العامة التي تؤكد أن الصورة الحقيقية تُبنى من "ما تفعله المنظمة" وليس فقط "ما تقوله"، واللافت أن المسؤول الإعلامي اعترف بصراحة نادرة بأن إعلام التنظيم لا يعكس الواقع كاملاً، بل يميل إلى "إبراز الإنجازات والتعاضي عن الإخفاقات"، مما ينذر بفقدان المصداقية على المدى الطويل، وهذه شهادة من داخل التنظيم تستحق أن توضع في صلب أي توصية بحثية.

في ما يتعلق بالوعي النقابي، يذهب المسؤول الإعلامي إلى تحليل جذري عندما يرجع ضعف الوعي إلى "غياب تربية نقابية وديمقراطية في المراحل السابقة للجامعة"، هذا يعني أن التنظيم النقابي الجامعي يقع عليه عبء تعويض نقص تراكمي في التنشئة الاجتماعية والسياسية، وهو ما يفوق طاقته أحياناً، ومن هنا تأتي أهمية إدارة الإعلام كأداة للتنوعية والتعريف بالحقوق والواجبات، لكن المسؤول الإعلامي يقر بأن الجهود الإعلامية في هذا المجال "متقطعة وغير منهجية"، مما يجعل الوعي القانوني للطلبة متفاوتاً، وبالتالي، فإن أي استراتيجية لرفع الوعي النقابي يجب أن تبدأ من اليوم الأول للطلاب في الجامعة، عبر جلسات تعريفية إلزامية، وهو ما اقترحه المسؤول الإعلامي بالفعل.

ختاماً، تُظهر المقابلة التي أجراها المسؤول الإعلامي أن إدارة الإعلام في التنظيم النقابي الطلابي بجامعة المسيلة تعاني من فجوة بين الاعتراف النظري بالأهمية والضعف العملي في التطبيق، فالمسؤول الإعلامي يمتلك وعياً عالياً بالمشكلات (غياب التخصص، ضعف الميزانية، غياب الاستراتيجية)، ويقدم مقترحات عملية واقعية (خلية إعلامية، شراكة مع قسم الإعلام، قياس رضا الطلبة)، لكن السؤال الذي تتركه المقابلة مفتوحاً هو: هل يمتلك التنظيم الإرادة والموارد والاستمرارية الكافية لترجمة هذا الوعي إلى ممارسة مؤسسية؟ أم أن الإعلام النقابي سيظل رهناً بحماس الأفراد وليس بنية العمل؟ الإجابة عن هذا السؤال تحتاج إلى دراسة طويلة تتجاوز حدود هذه المقابلة.

4. مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

1.4. مناقشة الفرضية العامة:

نصت الفرضية العامة على أن "الإدارة الفعالة للإعلام داخل التنظيم النقابي الطلابي تؤدي إلى تعزيز أدائه داخل الجامعة، من خلال تحسين قنوات الاتصال، وزيادة مستوى مشاركة الطلبة، وبناء صورة إيجابية، إلى جانب تنمية الوعي النقابي لدى الطلبة".

وقد أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة إيجابية بين الإدارة الإعلامية وهذه الأبعاد، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية العامة للمحاور بين (2.38) و(2.42) من أصل (3)، وهي مستويات مرتفعة نسبياً، غير أن التحليل التفصيلي للنتائج كشف عن تفاوت واضح بين مختلف الأبعاد؛ فقد سجلت المصداقية والتفاعل مع الطلبة مستويات مرتفعة نسبياً، في حين جاءت الشفافية وجاذبية المحتوى الإعلامي في مستوى متوسط، كما سجلت عبارة "يشجعني الإعلام في التنظيم على المشاركة في الأنشطة" أدنى متوسط ضمن العبارات كلها، ويعني

ذلك أن الإدارة الإعلامية الحالية تحقق نجاحًا نسبيًا في إيصال المعلومات والتفاعل مع الطلبة، لكنها لا تزال عاجزة عن تحقيق تأثير تحفيزي قوي ومستدام. وعليه يمكن القول أن الفرضية العامة متحققة بدرجة متوسطة، إذ تساهم الإدارة الإعلامية في تعزيز أداء التنظيم النقابي، غير أن فعاليتها ما تزال محدودة في جوانب الجاذبية والشفافية والتحفيز، الأمر الذي يستدعي تطوير الاستراتيجية الإعلامية وآليات التواصل المعتمدة.

وتدعم المقابلة هذا الطرح إذ وصف مسؤول الإعلام مستوى التواصل بأنه "في مرحلة انتقالية بين المتوسط والجيد"، مع إقراره بأن شريحة واسعة من الطلبة لا تزال تجهل العديد من نشاطات التنظيم، وأن الصورة الذهنية للتنظيم لدى غير المنخرطين ما تزال غير واضحة بالشكل الكافي، كما أشار إلى أن الإعلام النقابي يعكس جزءًا من الواقع أكثر مما يعكسه بصورة شاملة، بسبب محدودية الشفافية وغياب التخطيط الإعلامي المنتظم، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة حفاشة وبوعزة (2024) التي أكدت مساهمة الإعلام الطلابي في تعزيز المشاركة، لكنها أشارت في الوقت نفسه إلى ضعف التفاعل والاستمرارية، كما تختلف جزئيًا مع دراسة السعدي (2016) التي توصلت إلى وجود علاقة قوية بين الأنشطة الطلابية والانتماء، إذ أظهرت الدراسة الحالية أن هذا التأثير يبقى متوسطًا بسبب قصور الأداء الإعلامي.

ويمكن تفسير هذه النتائج في ضوء نظرية الإدارة بالأهداف لدراكر، حيث إن غياب التخطيط الإعلامي الواضح والجدولة المنتظمة للأنشطة يحد من فعالية الإدارة الإعلامية ويمنعها من تحقيق أهدافها بكفاءة، كما تفسر نظرية الاستخدامات والإشباعات ضعف التأثير التحفيزي المباشر للإعلام النقابي بعدم قدرة المحتوى الحالي على إشباع حاجات الطلبة المتعلقة بالتفاعل والتشويق والتحفيز.

2.4. مناقشة الفرضية الفرعية الأولى:

نصت الفرضية الفرعية الأولى على أن "إدارة الإعلام تساهم في تحسين جودة التواصل بين التنظيم النقابي والطلبة من خلال تقديم معلومات واضحة، والتفاعل المستمر، والاستجابة لانشغالاتهم"، وقد دعمت النتائج هذه الفرضية بدرجة واضحة، حيث سجلت أبعاد التفاعل مع الطلبة ووضوح الرسالة الإعلامية والاستجابة متوسطات مرتفعة نسبيًا، كما جاءت عبارة "يتم أخذ آراء الطلبة بعين الاعتبار" ضمن أعلى العبارات في هذا المحور، إضافة إلى ارتفاع تقديرات الطلبة لوضوح الرسائل الإعلامية وسهولة فهمها، وتشير هذه النتائج إلى أن التنظيم النقابي استطاع، إلى حد معتبر، بناء قنوات تواصل فعالة مع الطلبة، تقوم على نقل المعلومات بصورة مفهومة وإتاحة مساحة للتفاعل وإبداء الرأي.

وعليه يمكن القول أن الفرضية تحققت بدرجة مرتفعة نسبيًا، خاصة في جوانب وضوح المعلومات والتفاعل مع الطلبة، غير أن فعالية التواصل ما تزال بحاجة إلى تطوير تنظيمي وتقني يضمن الاستمرارية والانتظام في الوصول إلى مختلف الطلبة.

غير أن المقابلة كشفت عن وجود صعوبات تحد من فعالية هذا التواصل، إذ أقر مسؤول الإعلام بغياب قناة رقمية منظمة تصل إلى مختلف شرائح الطلبة، إضافة إلى مشكلة عدم انتظام النشر والإعلان عن الأنشطة، وهو ما يؤدي أحياناً إلى تأخر وصول المعلومات إلى الطلبة، وهذا يدل على أن الإشكال لا يرتبط بضعف مضمون الرسالة الإعلامية بقدر ما يرتبط بالجوانب التنظيمية والتقنية لعملية الاتصال.

وتتقاطع هذه النتيجة مع دراسة حفاشة وبوعزة (2024) التي أظهرت وجود ضعف نسبي في تفاعل الطلبة مع المحتوى الإعلامي رغم جودته، كما تتفق مع دراسة الشمري (2014) التي أكدت أهمية وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام والتأثير في اتجاهات الشباب الجامعي، ومن منظور نظري تفسر نظرية الاستخدامات والإشباعات هذا التفاوت بكون الطلبة يميلون إلى التفاعل مع الوسائل القادرة على تلبية حاجاتهم الاتصالية بصورة سريعة ومنظمة، في حين تبرز نظرية الإدارة بالأهداف أهمية التنظيم والتخطيط في ضمان استمرارية الاتصال وفعاليته.

3.4. مناقشة الفرضية الفرعية الثانية:

نصت الفرضية الفرعية الثانية على أن "إدارة الإعلام تعمل على تحفيز الطلبة للمشاركة في الأنشطة النقابية من خلال الترويج الفعال للأنشطة وتغطيتها إعلامياً"، وقد أظهرت النتائج أن هذا الجانب يُعد من أضعف جوانب الأداء الإعلامي داخل التنظيم النقابي، فرغم تسجيل المتوسط العام للمحور مستوى مرتفعاً نسبياً، إلا أن التحليل التفصيلي كشف عن ضعف جاذبية المحتوى الإعلامي، إضافة إلى انخفاض مستوى تأثير الإعلام في تشجيع الطلبة على المشاركة الفعلية في الأنشطة.

وفي المقابل أوضحت النتائج أن الإعلام النقابي ينجح في تعريف الطلبة بالأنشطة وتقديم معلومات كافية حولها، ما يعني أن دوره الإخباري والتوعوي حاضر بدرجة جيدة، لكنه لا يتحول إلى تأثير تحفيزي مباشر يدفع الطلبة إلى الانخراط الفعلي في الأنشطة النقابية.

وعليه يمكن القول بن الفرضية تحققت بدرجة ضعيفة إلى متوسطة، إذ ينجح الإعلام النقابي في التعريف بالأنشطة، لكنه لا يحقق التأثير التحفيزي المطلوب لدفع الطلبة إلى المشاركة الفعلية بصورة واسعة، الأمر الذي يستدعي تطوير أساليب الترويج وجاذبية المحتوى الإعلامي.

وقد أكدت المقابلة هذا الاستنتاج حيث أشار مسؤول الإعلام إلى وجود ضعف في الترويج الإعلامي من حيث الانتظام والتنوع والإبداع، موضحاً أن بعض الأنشطة التي حظيت بتغطية إعلامية جيدة حققت حضوراً واسعاً، في حين بقيت أنشطة أخرى ضعيفة الحضور بسبب محدودية الترويج.

وتتسجم هذه النتائج مع دراسة حفاشة وبوعزة (2024) التي دعت إلى تطوير أساليب النشر والتفاعل، كما تتفق مع دراسة عبد العال (2019) التي أكدت أن الأنشطة الطلابية لا تحقق أهدافها إلا إذا قُدمت بأساليب جاذبة وقادرة على استقطاب الطلبة.

ومن الجانب النظري يمكن تفسير ضعف التأثير التحفيزي في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع، إذ إن المحتوى الإعلامي الحالي لا يوفر القدر الكافي من التشويق والتفاعل الذي يجعل الطالب أكثر استعداداً للمشاركة، كما تبرز نظرية ترتيب الأولويات أن ضعف الترويج المستمر يجعل الأنشطة النقابية أقل حضوراً في اهتمامات الطلبة.

4.4. مناقشة الفرضية الفرعية الثالثة:

نصت الفرضية الفرعية الثالثة على أن "الإدارة الإعلامية تلعب دوراً في بناء صورة إيجابية للتنظيم النقابي لدى الطلبة من خلال ترسيخ مبادئ المصداقية والشفافية في عرض المعلومات والأنشطة"، وقد أظهرت النتائج وجود تفاوت واضح بين بعدي المصداقية والشفافية؛ إذ سجل بعد المصداقية مستوى مرتفعاً نسبياً، خاصة في ما يتعلق بتصحيح الأخطاء وتقديم معلومات دقيقة وموثوقة، مما يدل على حرص التنظيم على الحفاظ على قدر من الدقة والموضوعية في خطابه الإعلامي، وفي المقابل جاء بعد الشفافية بمستوى متوسط، حيث أظهرت النتائج ضعفاً نسبياً في وضوح عرض الأنشطة وتوضيح أهداف التنظيم النقابي للطلبة.

وتشير هذه النتائج إلى أن التنظيم النقابي استطاع بناء صورة قائمة على الثقة في المعلومات المقدمة، غير أن هذه الصورة تبقى غير مكتملة بسبب محدودية الشفافية في عرض مختلف جوانب العمل النقابي.

وعليه يمكن القول أن الفرضية مقبولة بدرجة متوسطة، إذ تسهم الإدارة الإعلامية في بناء صورة إيجابية للتنظيم من خلال المصداقية ودقة المعلومات، غير أن محدودية الشفافية وضعف توضيح الأهداف والأنشطة يقللان من اكتمال هذه الصورة، مما يستدعي مزيداً من الانفتاح والوضوح في الخطاب الإعلامي.

وقد دعمت المقابلة هذا التفسير إذ أقر مسؤول الإعلام بأن الخطاب الإعلامي يركز بدرجة أكبر على إبراز الإنجازات والأنشطة الناجحة، مقابل ضعف التطرق إلى التحديات والإخفاقات، وهو ما يخلق لدى بعض الطلبة انطباعاً بعدم اكتمال الصورة الحقيقية للتنظيم. كما أشار إلى أن الصورة الذهنية للتنظيم تختلف باختلاف درجة انخراط الطلبة؛ فهي أكثر إيجابية لدى المنخرطين، بينما تبقى ضبابية أو سلبية نسبياً لدى غير المنخرطين.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة السعدي (2016) التي أكدت دور الأنشطة الطلابية في تعزيز الانتماء، غير أن الدراسة الحالية تُظهر أن ضعف الشفافية يحد من قدرة التنظيم على بناء صورة إيجابية متماسكة لدى جميع الطلبة، كما تتقاطع مع دراسة حفاشة وبوعزة (2024) التي شددت على أهمية تطوير الأداء الإعلامي ودعمه تقنياً ولوجستياً، ومن الناحية

النظرية، توضح نظرية ترتيب الأولويات أن تركيز الإعلام على الجوانب الإيجابية فقط يجعل الطلبة ينظرون إلى التنظيم من زاوية محدودة، في حين تشير نظرية الإدارة بالأهداف إلى أن غموض الأهداف وعدم توضيحها بالشكل الكافي يضعف شرعية التنظيم وصورته لدى الجمهور الطلابي.

5.4. مناقشة الفرضية الفرعية الرابعة:

نصت الفرضية الفرعية الرابعة على أن "إدارة الإعلام تساهم في رفع مستوى الوعي النقابي لدى الطلبة من خلال تعريفهم بحقوقهم وواجباتهم وتوضيح دور ومهام التنظيم النقابي"، وقد أظهرت النتائج قبولاً عاماً لهذه الفرضية، حيث سجلت الأبعاد المرتبطة بالتعريف بالحقوق والواجبات وفهم دور النقابة مستويات مرتفعة نسبياً، خاصة في ما يتعلق بتوضيح القوانين الجامعية وتعريف الطلبة بحقوقهم وإبراز دور النقابة في الدفاع عنهم.

وتعكس هذه النتائج نجاح الإعلام النقابي في أداء دوره التوعوي الأساسي من خلال تقديم معلومات تساعد الطلبة على فهم حقوقهم وواجباتهم داخل الجامعة، غير أن النتائج كشفت في المقابل عن ضعف نسبي في الجوانب المرتبطة بتوضيح الأهداف الاستراتيجية للتنظيم وتنمية الاهتمام المستمر بالشأن الطلابي، حيث جاءت بعض العبارات المتعلقة بالمسؤولية الطلابية ومتابعة أخبار الجامعة بمستويات متوسطة، وهذا يدل على أن الإعلام النقابي ينجح في نقل المعرفة الأساسية، لكنه لا يحقق بالدرجة نفسها بناء وعي نقابي مستدام قائم على المتابعة والانخراط المستمر.

وعليه يمكن القول أن الفرضية مقبولة بدرجة متوسطة إلى مرتفعة، إذ يساهم الإعلام النقابي في رفع مستوى الوعي بحقوق الطلبة وواجباتهم وتعريفهم بدور النقابة، غير أن تأثيره يبقى محدوداً في تنمية الاهتمام المستمر بالشأن الطلابي وترسيخ الوعي النقابي العميق، مما يتطلب تطوير برامج إعلامية أكثر استمرارية وتفاعلية.

وأكدت المقابلة هذا الطرح إذ أوضح مسؤول الإعلام أن مستوى الوعي النقابي لدى الطلبة لا يزال دون المستوى المطلوب، مرجعاً ذلك إلى ضعف الثقافة النقابية والتشاركية لدى الطلبة قبل دخول الجامعة، ومع ذلك أشار إلى أن الإعلام النقابي ساهم فعلياً في نشر الوعي ببعض القضايا المتعلقة بالمنح الجامعية والنظام الداخلي وإجراءات الطعن، وهو ما يعكس وجود دور توعوي حقيقي، رغم الحاجة إلى تطويره بصورة أكثر منهجية واستمرارية.

وتنسجم هذه النتيجة مع دراسة عبد العال (2019) التي أكدت دور الأنشطة الطلابية في تنمية المهارات والوعي، كما تتقاطع مع دراسة السعدي (2016) حول دور الأنشطة في تعزيز الانتماء الطلابي، ومن الجانب النظري، توضح نظرية ترتيب الأولويات أن ضعف التركيز الإعلامي على أهداف التنظيم يجعلها أقل وضوحاً في أذهان الطلبة، في حين تفسر

نظرية الاستخدامات والإشباعات محدودة الاهتمام المستمر بالشأن الطلابي بعدم قدرة الخطاب الإعلامي الحالي على خلق ارتباط معرفي ونفسي دائم لدى الطلبة.

6.4. مناقشة الفرضية الفرعية الخامسة:

نصت الفرضية الفرعية الخامسة على أن "إدارة الإعلام الفعالة تساعد التنظيم النقابي على تحقيق أهدافه من خلال تحسين التنسيق الداخلي والتأثير في البيئة الجامعية"، وقد أظهرت النتائج قبولاً جيداً لهذه الفرضية، حيث سجل بعدا التنسيق الداخلي والتأثير في البيئة الجامعية مستويات مرتفعة نسبياً، خاصة فيما يتعلق بالمساهمة في تنسيق العمل داخل النقابة والتأثير في الرأي الطلابي وتعزيز حضور التنظيم داخل الجامعة.

وتشير هذه النتائج إلى أن الإعلام النقابي يؤدي دوراً مهماً في تنظيم الجهود الداخلية وتسهيل التواصل بين أعضاء التنظيم، إضافة إلى مساهمته في تعزيز حضور النقابة داخل الوسط الجامعي والتأثير في اتجاهات الطلبة، غير أن النتائج أظهرت أيضاً أن تأثير الإعلام في تحسين الفعالية التنظيمية الشاملة ما يزال متوسطاً، خاصة فيما يتعلق بتحسين جودة الأداء وتحقيق الأهداف بكفاءة أكبر، وهذا يعني أن الإعلام ينجح في دعم العمل النقابي، لكنه لا يزال بحاجة إلى تطوير حتى يصبح عنصراً أساسياً في رفع الفعالية التنظيمية بصورة متكاملة.

وعليه يمكن القول أن الفرضية مقبولة بدرجة جيدة، إذ يساهم الإعلام النقابي في تحسين التنسيق الداخلي وتعزيز حضور التنظيم داخل الجامعة والتأثير في الرأي الطلابي، غير أن مساهمته في رفع الفعالية التنظيمية الشاملة ما تزال بحاجة إلى دعم أكبر من خلال التخطيط والتنظيم وتوفير الموارد اللازمة.

وقد دعمت المقابلة هذه النتائج، إذ وصف مسؤول الإعلام الأداء العام بأنه "حسن مع ضرورة التطوير المستمر"، مؤكداً أن الإعلام يمكن أن يكون عامل قوة حقيقياً عندما يتسم بالاحترافية والانتظام، لكنه قد يتحول إلى عنصر سلبي إذا اتسم بالضعف أو التقطع، كما أشار إلى وجود معوقات تتعلق بمحدودية الموارد البشرية والمادية وضعف التخطيط الإعلامي، وهو ما يفسر بقاء الفعالية التنظيمية في مستوى متوسط رغم نجاح الإعلام في جوانب التنسيق والتأثير.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة حفاشة وبوعزة (2024) التي أوصت بتوفير الدعم التقني واللوجستي لتطوير الإعلام الطلابي، كما تتقاطع مع دراسة الشمري (2014) التي أبرزت أهمية وسائل الإعلام الحديثة في التأثير على الرأي العام، ومن الناحية النظرية، تبرز نظرية الإدارة بالأهداف أهمية التخطيط والجدولة في تحقيق الفعالية التنظيمية، حيث أظهرت النتائج أن غياب استراتيجية إعلامية واضحة يحد من قدرة التنظيم على الاستفادة الكاملة من إمكاناته الإعلامية.

خاتمة

توصلت هذه الدراسة إلى أن إدارة الإعلام داخل التنظيم النقابي الطلابي بجامعة المسيلة تمثل أحد المقومات الأساسية لنجاح العمل النقابي وتعزيز حضوره داخل الوسط الجامعي، لما تؤديه من دور في نقل المعلومات والتعريف بالأنشطة والتواصل مع الطلبة، وقد بينت النتائج أن مستوى إدارة الإعلام جاء مرتفعاً نسبياً، مما يعكس إدراكاً لأهمية الوظيفة الإعلامية داخل التنظيم، غير أن هذا المستوى لم يكن متوازناً بين مختلف أبعاده، حيث برزت بعض النقائص المرتبطة بالتخطيط الإعلامي وجاذبية المحتوى ودرجة تأثيره في استقطاب الطلبة وتحفيزهم على المشاركة الفعلية في الأنشطة النقابية.

كما كشفت نتائج الدراسة الميدانية والمقابلة المنجزة مع مسؤول الإعلام والتواصل بالمكتب الولائي للمنظمة الطلابية الجزائرية الحرة بالمسيلة أن هذه النقائص تعود أساساً إلى غياب استراتيجية إعلامية مكتوبة، وضعف التخطيط المسبق للأنشطة الإعلامية، وعدم انتظام النشر والتقييم، إضافة إلى محدودية التكوين المتخصص في المجال الإعلامي، وعليه فإن تطوير الأداء الإعلامي للتنظيمات النقابية الطلابية يتطلب الانتقال من الممارسة الإعلامية التقليدية إلى إدارة إعلامية أكثر تنظيماً وتخطيطاً، بما يساهم في تعزيز فعالية العمل النقابي وتحسين تواصله مع مختلف فئات الطلبة.

نتائج الدراسة:

- أظهرت النتائج أن إدارة الإعلام داخل التنظيم النقابي الطلابي تمارس بمستوى مرتفع نسبياً، إلا أن هذا المستوى يختلف من بعد إلى آخر، حيث سجلت وسائل الاتصال الإعلامي أعلى المستويات، في حين ظهر التخطيط الإعلامي بمستوى أقل مقارنة ببقية الأبعاد.
- يعتمد التنظيم على وسائل إعلامية متنوعة، خاصة المنصات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي، الأمر الذي ساهم في تحسين التواصل مع الطلبة وضمان سرعة نشر المعلومات المتعلقة بالأنشطة والمستجدات.
- بينت النتائج أن مساهمة الإعلام في تحفيز الطلبة على الانخراط الفعلي في الأنشطة النقابية تبقى محدودة نسبياً، إذ يتركز دوره بصورة أكبر على الإعلام والإخبار مقارنة بالتعبئة والاستقطاب.
- كشفت الدراسة أن الصورة الذهنية للتنظيم لدى الطلبة تتسم بالإيجابية في مجملها، غير أنها لا تزال بحاجة إلى مزيد من الشفافية والوضوح في عرض الأنشطة والأهداف والنتائج المحققة.
- يساهم الإعلام النقابي في رفع مستوى وعي الطلبة بحقوقهم وواجباتهم وتعريفهم بأدوار التنظيم النقابي، إلا أن هذا الدور يحتاج إلى مزيد من الاستمرارية والتخطيط لتحقيق أثر توعوي أكثر استدامة.

خاتمة

- يساهم النشاط الإعلامي في تحسين التنسيق الداخلي للتنظيم وتعزيز حضوره داخل الجامعة والتأثير في الرأي الطلابي، غير أن هذا التأثير لا ينعكس بالدرجة نفسها على توسيع المشاركة الطلابية في مختلف الأنشطة.
- أظهرت المقابلة وجود فجوة بين الوعي بأهمية العمل الإعلامي ومتطلبات ممارسته من جهة، وبين واقع التطبيق من جهة أخرى، بسبب غياب التخطيط الاستراتيجي والمتابعة المنتظمة.
- تبين أن التحديات المرتبطة بإدارة الإعلام تعود بالدرجة الأولى إلى عوامل تنظيمية وإدارية، مثل غياب الاستراتيجية الإعلامية وضعف التخصص وعدم انتظام النشر، أكثر من ارتباطها بنقص الإمكانيات المادية.

الاقتراحات:

- إعداد استراتيجية إعلامية مكتوبة تحدد الأهداف والوسائل والفئات المستهدفة وآليات المتابعة والتقييم.
- إنشاء فريق إعلامي متخصص داخل التنظيم يضم طلبة يمتلكون مهارات في الإعلام والاتصال والتصميم الرقمي وإدارة المحتوى.
- تنظيم دورات تكوينية دورية لأعضاء الفريق الإعلامي في مجالات التحرير الإعلامي والتصوير وصناعة المحتوى الرقمي.
- تطوير المحتوى الإعلامي من خلال الاعتماد بصورة أكبر على الوسائط البصرية والمواد التفاعلية التي تستجيب لاهتمامات الطلبة.
- اعتماد برنامج زمني منتظم للنشر الإعلامي يضمن الاستمرارية ويعزز حضور التنظيم في مختلف الفضاءات الرقمية.
- تعزيز الشفافية الإعلامية من خلال نشر حصائل الأنشطة والبرامج المنجزة وإطلاع الطلبة بصورة دورية على مختلف المستجدات.
- توسيع قنوات التواصل والتفاعل مع الطلبة عبر استحداث آليات لاستقبال آرائهم ومقترحاتهم والاستجابة لانشغالاتهم.
- تعزيز التعاون بين التنظيم النقابي وقسم علوم الإعلام والاتصال للاستفادة من الخبرات الأكاديمية في تطوير الأداء الإعلامي وتقويمه.

قائمة المصادر والمراجع

I. المراجع باللغة العربية:

أولاً: الكتب.

- ابن منظور. لسان العرب. ط3. بيروت: دار صادر، 2004.
- الأميرة سماح، وفرج عبد الفتاح وآخرون. الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم. ط1، سلسلة كتب المستقبل العربي 69. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2013.
- البرعي، أحمد حسن. علاقات العمل الجماعية في القانون المصري. القاهرة: دار الفكر العربي، 1976.
- الجميلي، خيرى خليل. الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، محطة الرمل، 1997.
- الخياط، ماجد محمد. أساسيات البحوث الكمية والنوعية في العلوم الاجتماعية. ط1. عمان: دار الراية للنشر والتوزيع، 2009.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد. المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال. الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2011.
- الساعاتي، حسن. علم الاجتماع الصناعي. بيروت: دار النهضة العربية، 1980.
- الساري، فؤاد أحمد. وسائل الإعلام النشأة والتطور. ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011.
- الشماع، خليل محمد حسن، وخضير كاظم محمود. نظرية المنظمة. ط1. الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2000.
- العامري، محمد حسن، وعبد السلام محمد السعدي. الإعلام والديمقراطية في الوطن العربي. ط1. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2010.
- العنزي، حمود عقلة. المفاهيم العشر في إدارة العمل النقابي. الكويت: الاتحاد الوطني لطلبة الكويت، فرع جامعة الكويت، 2000.
- العنزي، حمود عقلة. المفاهيم العشرة في إدارة العمل النقابي. الكويت: الاتحاد الوطني لطلبة الكويت، فرع جامعة الكويت، 2000.
- عجوة، علي وآخرون. مقدمة في وسائل الاتصال. ط1. جدة: دار المصباح، 1989.
- عرعور، مليكة. سوسيولوجية علاقات العمل. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2014.
- عشوي، مصطفى. علم النفس الصناعي التنظيمي. ط01. الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1992.
- عزت، محمد فريد محمود. إدارة المؤسسات الإعلامية. القاهرة، 1994.
- عطف، يمنى. التنظيم الإداري للقنوات الفضائية. ط1. الجيزة: اطلس للنشر والانتاج الاعلامي، 2013.
- علاء الدين، محمود، وأميرة العباسي. إدارة الصحف واقتصادياتها. القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2001.
- غراهام داولينغ، تكوين سمعة الشركة، "الهوية، الصورة، الأداء"، ترجمة وليد شحادة. السعودية: مكتبة العبيكان للنشر والتوزيع، ط1، 2003.

قائمة المصادر والمراجع

- غويل، سليمان صالح. ديموقراطية الأحزاب السياسية والجماعات الضاغطة. بنغازي: منشورات جامعة قازيونس، د.ت.
- فتحي، محمد مبروك. الخدمة الاجتماعية في المجال المدرسي. ط2. مصر: المكتبة الجامعية، 2000.
- قندوز، عبد القادر، ومحمد الطيب الزاوي. المدخل إلى علوم الإعلام والاتصال. غرداية: المطبعة العربية للنشر والتوزيع، 2011.
- كنعان، علي عبد الفتاح. إدارة الإعلام. ط1. عمان: البازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2014.
- مشورب، إبراهيم. المؤسسات السياسية والاجتماعية في الدولة المعاصرة. لبنان: دار المنهل اللبناني للطباعة والنشر، 2004.
- المخلافي، فيصل علي فرحان. المؤسسات الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات مع دراسة لواقع المؤسسات الصحفية اليمنية. مصر: المكتب الجامعي الحديث، 2005.
- منال، أبو الحسن. أساسيات علم الاجتماع الإعلامي النظريات والوظائف والتأثيرات. مصر: دار النشر للجامعات، 2007.
- الننتشة، فاروق راتب. الإعلام وتأثيره على عقولنا. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2016.
- النجيحي، محمد لبيب. الأسس الاجتماعية للتربية. بيروت: دار النهضة العربية، 1981.
- حمزة، عبد اللطيف. الإعلام تاريخه ومذاهبه. القاهرة: دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، 1965.
- هلال، عمار. نشاط الطلبة الجزائريين إبان حرب التحرير 1954. ط5. الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2012.
- حمادي، عبد الله. الحركة الطلابية الجزائرية 1962-1979. ط2. الجزائر: منشورات المتحف الوطني للمجاهد، 1995.
- حجازي، مصطفى. الاتصال في العلاقات الانسانية والادارة. ط1. بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات للنشر والتوزيع، 1990.
- أبو النصر، مدحت محمد. مهارات الاتصال الفعال مع الآخرين. ط2. القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2015.
- جرادات، عبد الناصر. اسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق. ط1. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2009.
- الضلاعين، نضال فلاح وآخرون. نظريات الاتصال والاعلام الجماهيري. ط1. عمان: دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2016.
- الكايد، هاني محمود. إدارة وهيكل المؤسسات الإعلامية وآليات العمل فيها في الوطن العربي. ط1. الأردن: دار الراية للنشر والتوزيع، 2008.
- سعود، محمود، وفضان سرحان. الصراع القيمي لدى الشباب العربي. الأردن: وزارة الثقافة الأردنية، 1994.
- سندرا خان، المفاهيم الرئيسية في العلاقات العامة، تر: مدحت محمد أبو النصر، مصر: المركز القومي للترجمة، 2014.

قائمة المصادر والمراجع

- شقرة، علي خليل. الإعلام الجديد "شبكات التواصل الاجتماعي". عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013.
- صادق، محمد عادل. الصحافة وإدارة الأزمات مدخل نظري تطبيقي. ط1. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007.
- شومان، محمد. الإعلام والأزمات. ط2. القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، 2006.
- شومان، محمد. الإعلام والأزمات. القاهرة: دار الكتب العلمية، 2002.
- ضاحي، ناصر. اقتصاد المؤسسة. ط2. الجزائر: دار المحمدية العامة، 1998.
- عدون، ناصر دادي. اقتصاد المؤسسة. ط2. الجزائر: دار المحمدية العامة، 1998.
- قسم الشؤون النقابية. دليل النقابات العمالية. عمان: الاتحاد العام للعمال، 2012.
- ثانيا: الأطاريح الجامعية:**
- غانص محمد. الانفتاح السياسي والمنظمات الاجتماعية في الفضاء الجامعي. مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران الجزائر، 2017.
- فاطمة، همال. إدارة الصورة الذهنية للمؤسسات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعية. أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة، 2022.
- ثالثا: المجلات والمقالات العلمية.**
- بوسنة، محمود. "الحركة الجمعوية في الجزائر: نشأتها وطبيعة تطورها ومدى مساهمتها في تحقيق الأمن والتنمية". مجلة العلوم الإنسانية، ع17، (جوان 2002).
- بوزيدي، حفيظة. "تحول وظائف وسائل الإعلام في ظل الإعلام الرقمي وصحافة المواطن". مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، مج07، ع02، (أفريل 2022).
- بوحية، وسيلة. "مسؤولية المؤسسة الإعلامية في إنفاذ حق الرد والتصحيح (دراسة مقارنة بين القانون الدولي والجزائري)". دفاثر السياسة والقانون، مج12، ع1، معهد الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي تيبازة، الجزائر، (2020).
- بريني، دحمان. "دور الاتصال التنظيمي في تحقيق النجاح للمؤسسة الاقتصادية". مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، ع35، جامعة زيان عاشور، الجلفة، (2018).
- بلعربي، سميرة. "دور شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة التفاعل في الوسط الجامعي - الفيسبوك أنموذجاً - دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة أم البواقي". مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، مج02، ع03، (2014).
- بوهالي، نش عزوز حفيظة. "دور الإعلام التنموي في تحقيق متطلبات وأهداف التنمية المستدامة". مجلة إسهامات للبحوث والدراسات، مج1، ع1، (2016).
- تمار، يوسف. "الوظيفة الاجتماعية لوسائل الإعلام (مقاربة نقدية لواقع العلاقات بين وسائل الإعلام والآفات الاجتماعية في المجتمع الجزائري)". مجلة مصداقية، مج2، ع1، (2020).
- الحسين، عزة. "إسهامات التنظيمات الطلابية سياسيا وإعلاميا إبان الثورة التحريرية (1954 / 1962)". المجلة التاريخية الجزائرية، مج07، ع01، (2023).

قائمة المصادر والمراجع

- درعي، عبد المالك. "ضبط مصادر التمويل في النشاط الإعلامي". المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، مج18، ع02، كلية الحقوق والعلوم السياسية - جامعة تيزي وزو، الجزائر، (2023).
- زعموش، فوزية. "دور التكوين والإعلام النقابي في ترقية الممارسة النقابية في الجزائر". مجلة العلوم الإنسانية، جامعة قسنطينة 1، مج24، ع39، (جوان 2011).
- سامي، عبد الوهاب مستور. "أثر شبكات التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات على طلاب المرحلة الجامعية: دراسة تحليلية للعلاقة بين استخدام منصة تويتر وانتشار الارتباك والخوف من الإصابة خلال أزمة كوفيد-19". مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مج10، ع01، (مارس 2022).
- شباح، بوزيد. "التنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية في الجزائر: بين تكريس الحرية وضوابط المسؤولية". مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، مج11، ع02، الجزائر، (2025).
- شعبان، محمد الصالح بن. "تأثير جماعات الضغط والأحزاب السياسية في القرار السياسي". مجلة العلوم الإنسانية، ع44، كلية الحقوق جامعة قسنطينة 1، الجزائر، (2015).
- العيفة، جمال، وليلى فقيري. "إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية الأسس والمبادئ وآليات التطبيق". مجلة المعيار، ع42، الجزائر، (2017).
- علجية، نادية، ومقراني الهاشمي. "الأنماط القيادية ودورها في تفعيل عملية اتخاذ القرار، دراسة ميدانية بمؤسسة سوناطراك فرع النقل بالأنابيب سيدي رزين - براقى". مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، مج12، ع03، (2024).
- علي، مولود فاضل. "صحافة الاستشعار عن بعد مدخل جديد الى علوم الاتصال والاعلام". مجلة الدراسات الإعلامية، مج07، ع28، (2024).
- عمارنة، حسبية مجادي ومسعود. "استراتيجيات العمل النقابي للتنظيمات الطلابية بالجامعة الجزائرية". مجلة قبس للدراسات الإنسانية والاجتماعية، مجلد08، عدد02، (ديسمبر 2024).
- مراح، سعيد، وجمال بوذراع. "الاتصال الرقمي ودوره في تعزيز الحضور المؤسسي: مقارنة استراتيجية لتحقيق الميزة التنافسية في البيئة الرقمية". مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، مج09، ع03، (أكتوبر 2025).
- مشري، مرسى. "شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، نظرة في الوظائف". مجلة المستقبل العربي، مج34، ع395، (جانفي 2012).
- مداح، لخضر. "الجامعة أساس نشر المعرفة وخدمة المجتمع". مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، مج04، ع01، (2010).

II. المراجع الأجنبية:

- Alfonso, L. Los diarios online de information general. Madrid: Buenos Aires, 2005.
- Dégègne, Alain. "Retour à l'analyse des réseaux sociaux". Hermès, N:59.(2011) ,

- hamid, A. A. Bibliothèques de Bagdad à Tanger, Les trsorsmanuscrits de la mediterrannée. Dijon: ed-Faton, 2005.
- Mercklé, Pierre. Sociologie des réseaux sociaux. Paris: La Découverte, 2011.
- Mignot, B. C. La communication. France: Natan, 1991.
- Negre, Jean. Précis de l'égislation du travail d'hygièneprofessionnelle et d'instructioncivique (initiation à la vie sociale). Paris: Publications Roy, 1960.
- Pervillé, Guy. Les étudiantsAlgériens de L'université Française.
- Rissoan, Romain. Les réseaux sociaux. France: Éditions ENI, 2011.
- Robin, J. Inddian's newspaper revolution capitalisl, polities and the Indian language press. New Delhi: Oxford University Press, 2000.

خطة الدراسة

مقدمة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.

إشكالية الدراسة.

1. أهداف الدراسة.
2. أهمية الدراسة.
3. أسباب اختيار الموضوع.
4. مفاهيم الدراسة.
5. حدود الدراسة.
6. منهج الدراسة.
7. أدوات الدراسة.
8. مجتمع وعينة الدراسة.
9. الدراسات السابقة.
10. المقاربة النظرية للدراسة.

الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي لإدارة الإعلام.

المبحث الأول: ماهية الإعلام والاتصال.

المطلب الأول: مفهوم الإعلام وخصائصه.

المطلب الثاني: وظائف الإعلام وأهدافه.

المبحث الثاني: مفهوم إدارة الإعلام وأسسها.

المطلب الأول: مفهوم إدارة الإعلام وعناصرها.

المطلب الثاني: الاتصال التنظيمي ودوره في المؤسسات.

خلاصة الفصل.

الفصل الثالث: التنظيم النقابي الطلابي بالجامعة.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للتنظيم النقابي الطلابي.

المطلب الأول: مفهوم التنظيم والنقابة الطلابية.

المطلب الثاني: نشأة التنظيمات الطلابية وتطورها.

المبحث الثاني: دور التنظيم النقابي الطلابي داخل الجامعة.

المطلب الأول: وظائف التنظيم النقابي الطلابي.

المطلب الثاني: أهمية التنظيم النقابي في تعزيز المشاركة الطلابية.

خلاصة الفصل.

الفصل الرابع: إستراتيجيات الإعلام والتنظيم النقابي.

المبحث الأول: إدارة صورة المؤسسة.

المطلب الأول: إدارة الصورة الذهنية للمؤسسة.
المبحث الثاني: الإعلام الرقمي ودوره في الاتصال المؤسسي.
المطلب الأول: الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي.
المطلب الثاني: دور الإعلام الرقمي في تطوير الاتصال المؤسسي.
المبحث الثالث: إستراتيجيات إدارة الإعلام في التنظيم النقابي الطلابي.
المطلب الأول: آليات الاتصال والإعلام داخل التنظيم النقابي الطلابي.
المطلب الثاني: دور الإعلام النقابي في تعزيز المشاركة الطلابية والدفاع عن المطالب الطلابية.

خلاصة الفصل.

الفصل الخامس: الجانب التطبيقي.

1. تعريف بالمؤسسة.
 2. عرض وتحليل النتائج.
 - 1.2. عرض نتائج المحور الأول إدارة الاعلام.
 - 2.2. عرض نتائج المحور الثاني: دور الإعلام في تحسين التواصل.
 - 3.2. عرض نتائج المحور الثالث: دور الإعلام في تحفيز المشاركة.
 - 4.2. عرض نتائج المحور الرابع: بناء صورة التنظيم:
 - 5.2. عرض نتائج المحور الخامس: دور الإعلام في رفع الوعي النقابي:
 - 6.2. عرض نتائج المحور السادس: دور الإعلام في تحسين أداء التنظيم:
 3. عرض وتحليل المقابلة.
 4. مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات.
 - 1.4. مناقشة الفرضية العامة.
 - 2.4. مناقشة الفرضية الفرعية الأولى.
 - 3.4. مناقشة الفرضية الفرعية الثانية.
 - 4.4. مناقشة الفرضية الفرعية الثالثة.
 - 5.4. مناقشة الفرضية الفرعية الرابعة.
 - 6.4. مناقشة الفرضية الفرعية الخامسة.
- خاتمة.

الملاحق

الملحق رقم 01: دليل المقابلة شبه الموجهة.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

دليل المقابلة شبه الموجهة.

أهمية إدارة الإعلام في التنظيم النقابي الطلابي بجامعة المسيلة.

المهمة / المنصب	عضو المكتب الولائي — المنظمة الطلابية الجزائرية الحرة (المسيلة)
الصفة	مسؤول الإعلام والتواصل — المكتب الولائي المسيلة
تاريخ المقابلة	2026 / 05 / 02
مكان المقابلة	مقر المنظمة الطلابية الجزائرية الحرة — ولاية المسيلة

السنة الجامعية: 2025 / 2026.

مقدمة المقابلة.

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته. بارك الله فيكم على هذه المبادرة البحثية القيمة. يسعدني الإدلاء بشهادتي في إطار هذا البحث الأكاديمي الجاد الذي يُعالج موضوعاً في غاية الأهمية بالنسبة لنا كمنظمة طلابية. نؤكد على أن إجاباتنا ستكون صريحة وموضوعية، مبنية على تجربة ميدانية فعلية داخل الحرم الجامعي لجامعة المسيلة.

أولاً: أسئلة حول التواصل.

السؤال 01: كيف تقيم تواصل التنظيم النقابي مع الطلبة داخل الجامعة؟

بصراحة تامة، نقيم تواصلنا مع الطلبة بوصفه في مرحلة انتقالية بين المتوسط والجيد، غير أنه لا يزال دون المستوى المطلوب بالنسبة لتطلعاتنا. نحن نملك حضوراً ملموساً داخل الحرم الجامعي، وتواصل مع الطلبة عبر منشورات وإعلانات مكتوبة وتجمعات طلابية ميدانية. لكن التحدي الأكبر يكمن في غياب قناة تواصل رقمية منظمة تصل إلى جميع شرائح الطلبة. نعترف بأن شريحة كبيرة من الطلبة لا تزال تجهل كثيراً من نشاطاتنا ومبادراتنا، وهو ما يستدعي منا مراجعة استراتيجية تواصلية شاملة.

السؤال 02: ما هي الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها التنظيم النقابي في التواصل؟ وهل تراها فعالة؟

نعتمد حالياً على جملة من الوسائل التقليدية والرقمية: في مقدمتها الملصقات والإعلانات الورقية المعلقة على لوحات الجامعة في أماكن التجمعات الطلابية، إلى جانب صفحة رسمية على منصة فيسبوك تتولى نشر الأخبار والفعاليات، فضلاً عن مجموعات واتساب للتواصل المباشر مع المنخرطين. أما على صعيد الفعالية، فنعترف بأن الملصقات الورقية باتت أقل أثراً لدى الجيل الجامعي الحالي، وأن صفحتنا الإلكترونية تعاني ضعفاً في الانتظام والتأهيل البصري للمحتوى. وعليه، فإن الإجابة الصريحة هي أن وسائلنا الحالية غير كافية ولا ترقى إلى مستوى التواصل المؤسسي الاحترافي الذي تستحقه المنظمة.

السؤال 03: ما أبرز الصعوبات التي تواجهك في الحصول على معلومات من التنظيم النقابي؟

لعل أبرز الصعوبات التي نَقَرُّ بها بصدق هي: أولاً، عدم انتظام النشر والإعلان عن الأنشطة، إذ أحياناً يعلم الطالب بالنشاط بعد انتهائه. ثانياً، غياب منصة رقمية موحدة ومتخصصة توفر المعلومات بصورة مركزية وأنية. ثالثاً، محدودية وصول المعلومات إلى الطلبة في الأقسام والتخصصات المتعددة نظراً لاتساع الحرم الجامعي. رابعاً، وجود فجوة

الملاحق

بين المنخرطين في التنظيم وبقية الطلبة من حيث الاطلاع على المستجدات. وهذه الصعوبات دفعتنا إلى وضع خطة إعلامية مرحلية تسعى إلى سدّ هذه الثغرات.

السؤال 04: كيف يمكن تحسين التواصل بين التنظيم النقابي والطلبة من وجهة نظرك؟

من واقع تجربتنا الميدانية نرى أن التحسين الجاد للتواصل يستلزم جملة من الإجراءات العملية: في مقدمتها إنشاء موقع إلكتروني رسمي للمنظمة على مستوى الجامعة يكون مرجعاً موثقاً لجميع الطلبة، وتفعيل قناة رسمية على منصة تليغرام أو يوتيوب لتسجيل الأنشطة وتوثيقها. كما نرى ضرورة تكوين كوادر إعلامية طلابية متخصصة داخل التنظيم تتولى إنتاج المحتوى وإدارته. وعلى الصعيد التنظيمي، لا بد من جدولة زمنية منتظمة للنشر والتواصل بدلاً من العشوائية التي تطبع عمل كثير من التنظيمات. أضف إلى ذلك اعتماد اللغتين العربية والعامية الجزائرية في المحتوى الموجّه للطلبة لضمان الوصول الأوسع.

ثانياً: أسئلة حول المشاركة في الأنشطة.

السؤال 01: ما الذي يدفعك أو يمنعك من المشاركة في الأنشطة النقابية؟

من منظور مسؤول نقابي، أؤكد أن الدوافع الرئيسية للمشاركة تتمحور حول الشعور بالانتماء إلى قضية طلابية مشتركة، والرغبة الصادقة في الدفاع عن حقوق الطلبة وتحسين ظروفهم الدراسية. كما يشكّل الإحساس بالفاعلية والتأثير الحقيقي في القرارات الجامعية محفزاً جوهرياً. في المقابل، أبرز العوائق التي نرصدها لدى الطلبة هي: الاعتقاد بأن النشاط النقابي لا يحدث فرقاً فعلياً، وضغوط الدراسة والامتحانات، فضلاً عن الصورة النمطية السلبية التي تترسخ أحياناً عن العمل النقابي الطلابي بسبب تجارب سابقة أو روايات مغلوطة..

السؤال 02: كيف يؤثر الإعلام (إعلانات، منشورات، تغطيات) على قرارك بالمشاركة؟

الإعلام هو العمود الفقري للمشاركة، هذه حقيقة نُقرّ بها من تجربة عملية. حين تُصدر منشوراً جيداً على وسائل التواصل الاجتماعي يُوضّح هدف النشاط وقيّمته المضافة للطالب، نلاحظ ارتفاعاً ملحوظاً في أعداد المشاركين مقارنة بحالات الاكتفاء بإعلان ورقي على لوحة الإشعارات. المحتوى المرئي الجذاب والمختصر — كقطع فيديو قصير أو صورة إنفوغرافية — يستقطب اهتمام الطلبة أكثر بكثير من الكلمات المكتوبة. وقد لاحظنا أن بعض فعالياتنا التي أحسن الترويج لها إعلامياً حققت حضوراً تجاوز التوقعات، في حين بقيت فعاليات أخرى جيدة في مضمونها لكنها أُحکم ضعيف الإعلام عنها شبه فارغة.

السؤال 03: هل ترى أن الترويج للأنشطة النقابية كافٍ ولماذا؟

بكل موضوعية، الترويج الحالي للأنشطة النقابية ليس كافياً، وهذا تقييم ذاتي صريح. يعاني الترويج من ثلاثة إشكالات رئيسية: الإشكالية الأولى هي التأخر الزمني، إذ كثيراً ما يُعلن عن النشاط قبل ساعات قليلة منه فلا يتسع الوقت للتحضير والمشاركة. والثانية هي ضعف التنوع في قنوات الترويج والاعتماد المفرط على الملصقات الورقية. والثالثة هي محدودية الإبداع في صياغة المحتوى الترويجي الذي كثيراً ما يبدو رسمياً وجافاً لا يستقطب الفئة الشبابية. نحن بحاجة ماسة إلى خلية إعلامية متخصصة تتعامل مع الترويج كفن وليس كإجراء روتيني.

السؤال 04: ما الاقتراحات التي تقدمها لزيادة إقبال الطلبة على الأنشطة النقابية؟

نقترح في هذا الشأن جملة من الإجراءات العملية المجربة: أولاً، ربط الأنشطة النقابية باهتمامات الطلبة المباشرة كالترتيب المهني والتوظيف وشروط الإقامة الجامعية، بدلاً من الأنشطة ذات الطابع التجريدي. ثانياً، استحداث نظام مكافآت رمزية للمشاركين كشهادات مشاركة تُدرج في الملف الطلابي. ثالثاً، دعوة أساتذة وخبراء لحضور الفعاليات مما يرفع من قيمتها الأكاديمية في نظر الطلبة. رابعاً، توظيف أسلوب التسويق الاجتماعي عبر طلبة مؤثرين في أوساط زملائهم ليصبحوا سفراء للنشاط. خامساً، استغلال أوقات الذروة الجامعية كأوقات الاستراحة بين المحاضرات لتوزيع الإعلانات والتواصل المباشر.

ثالثاً: أسئلة حول الصورة الذهنية.

السؤال 01: كيف تصف صورة التنظيم النقابي لدى الطلبة؟

إن وصفت الصورة الذهنية للتنظيم النقابي الطلابي لدى عموم الطلبة بجامعة المسيلة بصدق، فهي صورة متباينة ومتشعبة. لدى شريحة المنخرطين والمتابعين، الصورة إيجابية نسبياً مبنية على تجربة فعلية ومباشرة مع نشاطات التنظيم. أما لدى الشريحة العريضة من الطلبة غير المنخرطين، فالصورة ضبابية في أحسن الأحوال وسلبية في كثير من الحالات، نتيجة معلومات منقوصة أو انطباعات مسبقة. وللأسف، يُلاحظ لدى بعض الطلبة نظرة إلى النشاط النقابي باعتباره شكلياً لا أثر له في الواقع، وهو ما يضع على عاتقنا مسؤولية كبرى في إثبات العكس بالوقائع والإنجازات الملموسة.

الملاحق

السؤال 02: ما العوامل التي تؤثر في تشكيل هذه الصورة؟

تتصافر عوامل متعددة في تشكيل صورة التنظيم: أبرزها المردود الفعلي لتدخلات التنظيم في حل مشكلات الطلبة، لأن الكلمات وحدها لا تبني صورة إيجابية بل الإنجازات تفعل ذلك. ويأتي في المرتبة الثانية جودة التواصل الإعلامي وانتظامه، فالتنظيم الذي يصمت لأسابيع ثم يظهر فجأة لا يبني ثقة. كذلك يؤثر تاريخ التنظيم والذاكرة الجماعية للطلبة عن تجارب سابقة. ويُضاف إلى ذلك دور الكلمة المتداولة بين الطلبة (التواصل الشفهي) التي تصنع صورة قد تُعادل أو تتفوق على كل وسائل الإعلام الرسمية. وأخيراً تلعب شخصية المسؤولين النقابيين وسلوكهم اليومي داخل الحرم الجامعي دوراً محورياً في انطباعات الطلبة.

السؤال 03: هل تعتقد أن الإعلام النقابي يعكس الواقع الحقيقي للتنظيم؟ وضح ذلك.

هذا سؤال دقيق يستحق إجابة أمينة. الإعلام النقابي بصورته الراهنة يعكس جزءاً من الواقع، لكنه لا يعكسه بالكامل. يميل محتواه إلى إبراز الإنجازات والأنشطة الناجحة، في حين لا يتطرق كثيراً للتحديات والإخفاقات أو القيود التي تُعيق العمل النقابي. وهذا الانتقاء في تقديم الصورة يُؤلد لدى الطلبة الأكثر وعياً انطباعاتاً بأن الخطاب النقابي يفنر إلى الشفافية. نحن ندرك هذه الثغرة ونسعى إلى تجاوزها بتبني خطاب إعلامي أكثر شفافية يعترف بالصعوبات ويُشرك الطلبة في إيجاد الحلول، لأن ذلك على المدى البعيد يبني ثقة أمتن وأرسخ.

السؤال 04: كيف يمكن تحسين صورة التنظيم النقابي من خلال الإعلام؟

تحسين الصورة عبر الإعلام عملية استراتيجية متكاملة لا إجراء آني. من أهم ركائزها في نظرنا: اعتماد الشفافية سياسة إعلامية ثابتة بنشر تقارير دورية عن نشاطات التنظيم ونتائجها بصدق وموضوعية. وتوظيف التوثيق القصصي بمعنى رواية قصص نجاح حقيقية لطلبة استفادوا من تدخلات التنظيم تُمنح للجمهور باللغة التي يفهمها. كذلك إنتاج محتوى تعريفِي يُوضّح للطلاب الجديد ما هو التنظيم وما يمكنه تقديمه له. فضلاً عن ذلك، الإسراع في الرد على التساؤلات والانشغالات المطروحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي يُجسّد الحضور المؤسسي المسؤول ويعكس صورة ناضجة ومهنية.

رابعاً: أسئلة حول الوعي النقابي.

السؤال 01: ماذا تعرف عن دور التنظيم النقابي داخل الجامعة؟

المنظمة الطلابية الجزائرية الحرة هي هيئة طلابية مستقلة تُمثّل الطلبة وتدافع عن حقوقهم الأكاديمية والاجتماعية داخل المؤسسة الجامعية. دورنا متعدد الأبعاد: على الصعيد التمثيلي، نُمثّل الطلبة في المجالس العلمية ومجالس الكلية ونُشارك في صياغة القرارات التي تمسّهم. وعلى الصعيد الدفاعي، نتدخل في حالات الظلم أو الإشكاليات البيداغوجية دفاعاً عن مصالح الطلبة. وعلى صعيد الوساطة، نُجسّر الهوة بين الطلبة والإدارة الجامعية. كما نضطلع بدور توعوي وتنقيفي من خلال تنظيم ندوات ومحاضرات وأيام دراسية تُغني المسار الأكاديمي للطلاب. وفي الأوقات الطارئة كالإضرابات أو الأزمات، نتصدر المشهد ونؤطر الموقف الطلابي.

السؤال 02: كيف ساهم الإعلام في تعريفك بحقوقك وواجباتك كطالب؟

ساهم الإعلام النقابي مساهمة حقيقية في نشر الوعي بالحقوق والواجبات، وإن كان دونه هامش واسع للتطوير. من الأمثلة الملموسة على ذلك: المنشورات التوضيحية التي أصدرناها حول شروط المنح الجامعية وإجراءات الطعن في النتائج، إلى جانب نشرات التوعية ببنود النظام الداخلي للجامعة التي يجهلها كثير من الطلبة. كما استُعمل الإعلام لنشر معلومات عن مواعيد التسجيلات والامتحانات وإجراءات التظلم. غير أن ما يُؤسف له هو أن هذه الجهود ظلت متقطعة وغير منهجية، مما يجعل الوعي القانوني والحقوق للطلبة متفاوتاً تفاوتاً كبيراً من طالب لآخر.

السؤال 03: هل تعتقد أن مستوى الوعي النقابي لدى الطلبة كافٍ؟ ولماذا؟

بكل وضوح: مستوى الوعي النقابي لدى طلبة جامعة المسيلة لا يزال دون المستوى المطلوب في مجمله، وهذا حكم يستند إلى الواقع لا إلى التشاؤم. يتجلى ذلك في ضعف الإقبال على عمليات التصويت وانتخاب ممثلي الطلبة، وفي محدودية المشاركة في الأنشطة النقابية قياساً بالعدد الإجمالي للطلبة، فضلاً عن أن شريحة واسعة لا تعرف اسم ممثلها الطلابي في قسمها. ولعل أعمق أسباب هذا الواقع غياب تربية نقابية وديمقراطية متجذرة في المراحل السابقة للجامعة، وهشاشة الثقافة المدنية التشاركية بوجه عام في محيط الطالب.

السؤال 04: ما الطرق التي تقترحها لرفع مستوى الوعي النقابي؟

لرفع مستوى الوعي النقابي نقترح منهجية متدرجة تبدأ من الاستقبال الأول للطلاب الجديد عبر إدراج جلسة تعريفية بالمنظمة الطلابية ودورها ضمن أيام الاستقبال الرسمية في بداية كل موسم جامعي. ثم على مستوى المحتوى الإعلامي المنتظم، نقترح إصدار نشرة دورية أسبوعية أو شهرية تُلخّص ما أنجزه التنظيم وما تبقى من تحديات. كذلك

الملاحق

تنظيم أيام مفتوحة دورية يُتاح فيها لأي طالب التحدث مباشرة مع مسؤولي التنظيم وطرح إشكالياته. ويُضاف إلى ذلك تأسيس نوادٍ نقابية طلابية داخل الكليات تُوطّر الطلبة المهتمين وتُثمّن لديهم الكفاءات المدنية والتنظيمية. وأخيراً، الشراكة مع أساتذة مادة التربية المدنية وعلم الاجتماع لإدراج وحدات تعليمية حول الحقوق الطلابية.

خامساً: أسئلة حول الأداء العام للتنظيم.

السؤال 01: كيف تقيّم أداء التنظيم النقابي بشكل عام؟

أُقيّم أداء المنظمة الطلابية الجزائرية الحرة على مستوى المكتب الولائي للمسيلة بتقدير "حسن مع ضرورة التطوير المستمر". لدينا رصيد إيجابي ملموس يتمثل في: إيصال عدد من مطالب الطلبة إلى مستوى الإدارة الجامعية وتحقيق استجابات ملموسة لبعضها، وتنظيم فعاليات طلابية رفعت من مستوى الحيوية داخل الحرم الجامعي، وبناء شبكة من المنخرطين الفاعلين في مختلف الكليات. في المقابل، ثمة نقاط ضعف موضوعية لا يمكن إنكارها: أبرزها محدودية الموارد المادية والبشرية المتاحة للتنظيم، وتفاوت مستوى الالتزام بين الأعضاء، وصعوبة بناء استمرارية مؤسسية في ظل التجديد السنوي للمكاتب.

السؤال 02: ما دور الإعلام في تحسين أو إضعاف هذا الأداء؟

الإعلام سلاح ذو حدين في علاقته بأداء التنظيم. حين يكون الإعلام منتظماً ومحترفاً وصادقاً، يُضاعف أثر كل نشاط ويوسع دائرة الطلبة المستفيدين والمتأثرين به، كما يُعزز شرعية التنظيم في التفاوض مع الجهات الجامعية. لكن حين يكون الإعلام ضعيفاً أو متقطعاً أو يعكس صورة مشوهة للواقع، فإنه يُضّر بالأداء أكثر مما يفعله لأنه يُنتج فجوة بين الانطباع والواقع تُفقد التنظيم مصداقيته. من تجربتنا العملية، الأنشطة التي أحسن إعلامياً انعكست إيجاباً على مستوى المشاركة والتفاعل، وبعضها رفع من الثقل التفاوضي للتنظيم أمام الإدارة الجامعية.

السؤال 03: ما أهم نقاط القوة والضعف في الإعلام النقابي داخل الجامعة؟

على صعيد نقاط القوة نُسجّل: توافر كوادر شبابية متحمسة لديها استعداد لتعلّم مهارات الإعلام الرقمي، وامتلاك التنظيم حضوراً على منصات التواصل الاجتماعي وإن كان يحتاج إلى تطوير، وتوافر قصص نجاح حقيقية تستحق التوثيق والنشر. أما نقاط الضعف فهي: غياب كادر إعلامي متفرغ ومتخصص لدى التنظيم، وضعف الميزانية المخصصة للإنتاج الإعلامي، وافتقار كثير من المحتوى النقابي إلى الجاذبية البصرية والأسلوبية التي يتطلبها الجمهور الشبابي الجامعي، فضلاً عن غياب استراتيجية إعلامية مكتوبة واضحة المعالم والأهداف تُوجّه العمل الإعلامي طوال الموسم الجامعي.

السؤال 04: ما التغييرات التي تقترحها لتطوير عمل التنظيم النقابي؟

نختتم بالاقتراحات الأكثر إلحاحاً من منظورنا الميداني: أولاً، تأسيس خلية إعلامية متخصصة داخل التنظيم تضم طلبة من تخصصات الإعلام والاتصال تتفرّغ لإنتاج المحتوى وإدارة القنوات الرقمية وفق جدول نشر منتظم. ثانياً، وضع استراتيجية إعلامية سنوية مكتوبة تُحدد الأهداف والجمهور المستهدف وأنواع المحتوى المراد إنتاجه. ثالثاً، الاستثمار في تكوين الكوادر النقابية على مهارات التواصل والإعلام الرقمي والتفاوض. رابعاً، بناء شراكة رسمية مع قسم علوم الإعلام والاتصال بالجامعة بحيث يستفيد الطرفان: الطلبة يكتسبون خبرة ميدانية والتنظيم يرتقي بجودة محتواه الإعلامي. خامساً، اعتماد آلية منتظمة لقياس رضا الطلبة عن أداء التنظيم وإعلامها مرة في السداسي على الأقل للمحاسبة الذاتية وتعديل المسار.

انتهت المقابلة

شكراً جزيلاً للباحثين على هذا الجهد العلمي القيم
ونأمل أن تُسهم هذه الشهادة في إثراء دراستهم الأكاديمية
توقيع المبحوث:
التاريخ:



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

قسم: علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان

أهمية إدارة الإعلام في التنظيم النقابي الطلابي بجامعة المسيلة

هدف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيسي الآتي: هل تساهم إدارة الإعلام الفعالة في تحسين أداء التنظيم النقابي الطلابي داخل الجامعة؟

إعداد الطلبة:

➤ تيت إبراهيم.

➤ بورغداد ثامر.

تعليمات للمستجيب

1. أخي الطالب / أختي الطالبة، يسعدنا مشاركتك في هذا الاستبيان الذي يندرج ضمن بحث علمي أكاديمي.
2. نستخدم نتائج هذه الاستمارة لأغراض علمية بحثية فحسب، وتبقى إجاباتك سرية تامة.
3. يُرجى قراءة كل عبارة بعناية، ثم وضع علامة (✓) في الخانة التي تعبر عن رأيك الحقيقي.
4. يعتمد المقياس ثلاثة بدائل: موافق | محايد | غير موافق.
5. لا توجد إجابات صحيحة أو خاطئة؛ والمطلوب إجاباتك الصريحة.
6. يُرجى الإجابة عن جميع الفقرات دون إغفال أيٍّ منها.

السنة الجامعية: 2026/2025.

الملاحق

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجنس	☐ ذكر	☐ أنثى			
العمر	☐ أقل من 20 سنة	☐ من 20 إلى 23 سنة	☐ أكثر من 23 سنة		
السنة الدراسية	☐ سنة أولى	☐ سنة ثانية	☐ سنة ثالثة	☐ ماستر	☐ دكتوراه
التخصص (الكلية / القسم)					
هل أنت منخرط في التنظيم النقابي؟	☐ نعم	☐ لا			
درجة متابعتك لأنشطة التنظيم النقابي	☐ دائماً	☐ أحياناً	☐ نادراً	☐ لا أتابع	

المحور الثاني: إدارة الإعلام داخل التنظيم النقابي

◆ البُعد الأول: التخطيط الإعلامي

نص العبارة	موافق	محايد	غير موافق
1. يمتلك التنظيم النقابي خطة إعلامية واضحة ومحددة الأهداف	☐	☐	☐
2. يتم تحديد أولويات العمل الإعلامي وفق احتياجات الطلبة	☐	☐	☐
3. يتم برمجة الأنشطة الإعلامية وفق جدول زمني مسبق	☐	☐	☐

◆ البُعد الثاني: وسائل الاتصال الإعلامي

نص العبارة	موافق	محايد	غير موافق
4. يستخدم التنظيم وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال	☐	☐	☐
5. يتم تنويع الوسائل الإعلامية لنشر المعلومات	☐	☐	☐
6. يتم اختيار الوسيلة الإعلامية حسب طبيعة الرسالة	☐	☐	☐

◆ البُعد الثالث: كفاءة الفريق الإعلامي

الملاحق

نص العبارة	موافق	محايد	غير موافق
7. يمتلك فريق الإعلام مهارات إعداد المحتوى الإعلامي	☐	☐	☐
8. يتمتع القائمون على الإعلام بقدرة على التواصل الفعال	☐	☐	☐
9. يتم التعامل باحترافية مع تفاعل الطلبة	☐	☐	☐

المحور الثالث: دور الإعلام في تحسين التواصل

◆ البُعد الأول: وضوح الرسائل الإعلامية

نص العبارة	موافق	محايد	غير موافق
10. الرسائل الإعلامية واضحة وسهلة الفهم	☐	☐	☐
11. يتم تبسيط المعلومات المقدمة للطلبة	☐	☐	☐
12. يتم استخدام لغة مناسبة للطلبة	☐	☐	☐

◆ البُعد الثاني: التفاعل مع الطلبة

نص العبارة	موافق	محايد	غير موافق
13. يشجع الإعلام النقابي الطلبة على التفاعل	☐	☐	☐
14. يتم الرد على استفسارات الطلبة بشكل منتظم	☐	☐	☐
15. يتم أخذ آراء الطلبة بعين الاعتبار	☐	☐	☐

◆ البُعد الثالث: الاستجابة للانشغالات

نص العبارة	موافق	محايد	غير موافق
16. يتم الرد على انشغالات الطلبة في وقت مناسب	☐	☐	☐
17. يتم متابعة القضايا الطلابية بشكل مستمر	☐	☐	☐

المحور الرابع: دور الإعلام في تحفيز المشاركة

◆ البُعد الأول: الترويج للأنشطة

نص العبارة	موافق	محايد	غير موافق
18. يتم الإعلان عن الأنشطة النقابية بانتظام	☐	☐	☐
19. يتم نشر تفاصيل كافية حول الأنشطة	☐	☐	☐
20. يتم التذكير بالأنشطة قبل موعدها	☐	☐	☐

الملاحق

◆ البُعد الثاني: جاذبية المحتوى الإعلامي

نص العبارة	موافق	محايد	غير موافق
21. يتم تقديم المحتوى الإعلامي بطريقة جذابة	☐	☐	☐
22. يتم استخدام الصور والفيديوهات في النشر	☐	☐	☐
23. يثير المحتوى الإعلامي اهتمام الطلبة	☐	☐	☐

◆ البُعد الثالث: التأثير على المشاركة

نص العبارة	موافق	محايد	غير موافق
24. يشجعي الإعلام في التنظيم على المشاركة في الأنشطة	☐	☐	☐
25. يؤثر الإعلام في التنظيم على قراري بالمشاركة	☐	☐	☐
26. أتعرف على الأنشطة من خلال الإعلام النقابي	☐	☐	☐

المحور الخامس: دور الإعلام في بناء صورة التنظيم

◆ البُعد الأول: المصداقية

نص العبارة	موافق	محايد	غير موافق
27. يقدم الإعلام معلومات دقيقة وموثوقة	☐	☐	☐
28. يتم تجنب نشر الأخبار غير المؤكدة	☐	☐	☐
29. يتم تصحيح الأخطاء عند حدوثها	☐	☐	☐

◆ البُعد الثاني: الشفافية

نص العبارة	موافق	محايد	غير موافق
30. يتم عرض أنشطة التنظيم بوضوح	☐	☐	☐
31. يتم نشر قرارات التنظيم للطلبة	☐	☐	☐
32. يتم توضيح أهداف التنظيم النقابي	☐	☐	☐

◆ البُعد الثالث: الصورة الذهنية

نص العبارة	موافق	محايد	غير موافق
33. يعكس الإعلام صورة إيجابية عن التنظيم	☐	☐	☐

الملاحق

☐	☐		34. يعزز الإعلام ثقة الطلبة في التنظيم
☐	☐		35. يساهم الإعلام في تحسين سمعة التنظيم

المحور السادس: دور الإعلام في رفع الوعي النقابي

◆ البُعد الأول: الحقوق والواجبات

نص العبارة	موافق	محايد	غير موافق
36. يعرفني الإعلام النقابي بحقوق كطالب	☐	☐	☐
37. يساعدني على فهم واجباتي داخل الجامعة	☐	☐	☐
38. يوضح القوانين الجامعية المتعلقة بالطلبة	☐	☐	☐

◆ البُعد الثاني: فهم دور النقابة

نص العبارة	موافق	محايد	غير موافق
39. يوضح الإعلام أهداف التنظيم النقابي	☐	☐	☐
40. يشرح دور النقابة داخل الجامعة	☐	☐	☐
41. يبرز دورها في الدفاع عن الطلبة	☐	☐	☐

◆ البُعد الثالث: الاهتمام بالشأن الطلابي

نص العبارة	موافق	محايد	غير موافق
42. يزيد الإعلام من اهتمامي بالقضايا الطلابية	☐	☐	☐
43. يشجعني على متابعة أخبار الجامعة	☐	☐	☐
44. يعزز شعوري بالمسؤولية الطلابية	☐	☐	☐

المحور السابع: دور الإعلام في تحسين أداء التنظيم

◆ البُعد الأول: الفعالية التنظيمية

نص العبارة	موافق	محايد	غير موافق
45. يساعد الإعلام في تحقيق أهداف التنظيم	☐	☐	☐
46. يساهم في تحسين فعالية العمل النقابي	☐	☐	☐
47. يدعم تنفيذ البرامج النقابية	☐	☐	☐

◆ البُعد الثاني: التنسيق الداخلي

نص العبارة	موافق	محايد	غير موافق
------------	-------	-------	-----------

الملاحق

☐	☐	☐	48. يسهل الإعلام التواصل بين أعضاء التنظيم
☐	☐	☐	49. يساعد في تنسيق العمل داخل النقابة
☐	☐	☐	50. يدعم اتخاذ القرارات التنظيمية

◆ البُعد الثالث: التأثير في البيئة الجامعية

نص العبارة	موافق	محايد	غير موافق
51. يعزز الإعلام حضور التنظيم داخل الجامعة	☐	☐	☐
52. يساهم في التأثير على الرأي الطلابي	☐	☐	☐
53. يطرح قضايا الطلبة بفعالية	☐	☐	☐

— انتهت استمارة الاستبيان — شكرًا جزيلاً على مشاركتك القيمة —

الملحق رقم 03: تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث.



الجامعة الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد يوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila
Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Issues



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
قسم علوم الإعلام والاتصال
الرقم: 2026 /

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضي (ة) ادناه : السيد (ة): تبت ابراهيم
الصفة (طالب, استاذ باحث, باحث دائم): طالب
الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 101562490
الصادرة بتاريخ : 28/10/2016 عن دائرة : برج الغدير
المسجل (ة) بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: الاعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة
تحت رقم التسجيل: 25073075806

والمكلف بإنجاز اعمال بحث (مذكرة التخرج, مذكرة ماستر, مذكرة ماجستير " اطروحة دكتوراه) عنوانها:

أهمية إدارة الإعلام في التنظيم النقابي الطلابي بالجامعة

دراسة ميدانية على المنظمة الطلابية الجزائرية الحرة بجامعة المسيلة أنموذجاً

أصرح بشرفي بأنني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة

في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 31/05/2026

امضاء المعني (ة):



المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 2016/07/28 المعدل بموجب المقتضى بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.

الملحق رقم 04: تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث.



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



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
قسم علوم الإعلام والاتصال
الرقم: 2026 /

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضي (ة) ادناه : السيد(ة): بورغداد ثامر

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

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 400721194

الصادرة بتاريخ: 21 02 2022 عن دائرة: برج الغدير

المسجل(ة) بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

تحت رقم التسجيل: 25043098430

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج, مذكرة ماستر, مذكرة ماجستير, اطروحة دكتوراه) عنوانها:

أهمية إدارة الإعلام في التنظيم النقابي الطلابي بالجامعة

دراسة ميدانية على المنظمة الطلابية الجزائرية الحرة بجامعة المسيلة أنموذجاً

اصرح بشرفي بأنني التزم بالمعيير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة

في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 31/05/2026

امضاء المعني (ة):



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



Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Issues

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



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
 نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
 قسم علوم الإعلام والاتصال

وثيقة إيداع المذكرة

الموضوع :

أهمية إدارة الإعلام في التنظيم النقابي الطلابي بالجامعة
دراسة ميدانية على المنظمة الطلابية الجزائرية الحرة بجامعة المسيلة أنموذجاً

إعداد الطالب :

1- بور غداد ثامر : رَقْم التَّسْجِيل : 25043098430

2- تيت إبراهيم : رقم التسجيل : 25073075806

القسم : علوم الإعلام والاتصال

الشعبة : إعلام واتصال

التخصص : اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة (ة): أ. د / عفيفة لعجال الرتبة: أستاذ التعليم العالي

أقرّ بأنني تابعتُ العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي. 2025-2026، وأسمح بإيداعه على مستوى إدارة القسم للمناقشة والتقييم.

موافقة وإمضاء الأستاذ (ة) المشرف (ة):

رئيس فريق الاختصاص

رئيس القسم

رئيس قسم
علوم الإعلام
والإتصال
عبد العالي

Web site : <http://virtualcampus.univ-msila.dz/facshs/> : الموقع الإلكتروني
Face book : <https://www.facebook.com/FshsUnivMsila/> : الفيسبوك
Tel / Fax : + 213 35 35 3044 : هاتف / فاكس

الفهرس

إهداء

إهداء

شكرو عرفان

ملخص الدراسة:

خطة الدراسة

1..... مقدمة

2..... الفصل الاول: الاطار المنهجي للدراسة

3..... إشكالية الدراسة:

4..... 1. أهداف الدراسة:

4..... 2. أهمية الدراسة:

4..... 3. أسباب اختيار الموضوع:

5..... 4. مفاهيم الدراسة

6..... 5. حدود الدراسة:

7..... 6. منهج الدراسة:

7..... 7. أدوات الدراسة:

9..... 8. مجتمع وعينة الدراسة:

13..... 9. الدراسات السابقة:

15..... 10. المقاربة النظرية للدراسة:

18..... الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي لإدارة الإعلام.

20..... المبحث الأول: ماهية الإعلام و الاتصال.

20..... المطلب الأول: مفهوم الإعلام وخصائصه.

22..... المطلب الثاني: وظائف الإعلام و أهدافه.

25..... المبحث الثاني: مفهوم إدارة الإعلام و أسسها.

25..... المطلب الأول: مفهوم إدارة الإعلام وعناصرها.

27..... المطلب الثاني: الاتصال التنظيمي ودوره في المؤسسات.

30..... خلاصة الفصل:

31.....	الفصل الثالث: التنظيم النقابي الطلابي بالجامعة.
33.....	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للتنظيم النقابي الطلابي.
33.....	المطلب الأول: مفهوم التنظيم والنقابة الطلابية.
35.....	المطلب الثاني: نشأة التنظيمات الطلابية و تطورها.
38.....	المبحث الثاني: دور التنظيم النقابي الطلابي داخل الجامعة.
38.....	المطلب الأول: وظائف التنظيم النقابي الطلابي.
40.....	المطلب الثاني: أهمية التنظيم النقابي في تعزيز المشاركة الطلابية.
43.....	خلاصة الفصل:
44.....	الفصل الرابع: إستراتيجيات الإعلام والتنظيم النقابي.
46.....	المبحث الأول: إدارة صورة المؤسسة.
46.....	المطلب الأول: إدارة الصورة الذهنية للمؤسسة.
48.....	المبحث الثاني: الإعلام الرقمي و دوره في الاتصال المؤسسي.
49.....	المطلب الأول: الإعلام الجديد و وسائل التواصل الاجتماعي.
50.....	المطلب الثاني: دور الإعلام الرقمي في تطوير الاتصال المؤسسي.
53.....	المبحث الثالث: إستراتيجيات إدارة الإعلام في التنظيم النقابي الطلابي.
53.....	المطلب الأول: آليات الاتصال والإعلام داخل التنظيم النقابي الطلابي.
55.....	المطلب الثاني: دور الإعلام النقابي في تعزيز المشاركة الطلابية والدفاع عن المطالب الطلابية.
58.....	خلاصة الفصل:
59.....	الفصل الخامس: الجانب التطبيقي.
60.....	1. تعريف بالمؤسسة:
60.....	2. عرض وتحليل النتائج:
60.....	1.2. عرض نتائج المحور الأول ادارة الاعلام:
62.....	2.2. عرض نتائج المحور الثاني دور الإعلام في تحسين التواصل:
63.....	3.2. عرض نتائج المحور الثالث: دور الإعلام في تحفيز المشاركة.
65.....	4.2. عرض نتائج المحور الرابع: بناء صورة التنظيم:
67.....	5.2. عرض نتائج المحور الخامس: دور الإعلام في رفع الوعي النقابي:
68.....	6.2. عرض نتائج المحور السادس: دور الإعلام في تحسين أداء التنظيم:

3.	عرض وتحليل المقابلة:	70.....
4.	مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:	71.....
1.4.	مناقشة الفرضية العامة:	71.....
2.4.	مناقشة الفرضية الفرعية الأولى:	72.....
3.4.	مناقشة الفرضية الفرعية الثانية:	73.....
4.4.	مناقشة الفرضية الفرعية الثالثة:	74.....
5.4.	مناقشة الفرضية الفرعية الرابعة:	75.....
6.4.	مناقشة الفرضية الفرعية الخامسة:	76.....
	خاتمة	77.....
	قائمة المصادر و المراجع	80.....
	الملاحق	88.....
	الفهرس	102.....

الفهرس

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم
11	يبين محاو استمارة الدراسة	1
12	يوضح حساب صدق الاتساق الداخلي للاستبيان	2
12	معامل ألفا كرونباخ للاستبيان	3
13	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات الجنس	4
14	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.	5
16	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	6
17	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير متابعة نشاطات التنظيم	7
82	نتائج اتجاهات المبحوثين على محور إدارة الاعلام	8
84	نتائج اتجاهات المبحوثين على محور دور الاعلام في تحسين التواصل	9
86	نتائج اتجاهات المبحوثين على محور دور الاعلام في تحفيز المشاركة	10
89	نتائج اتجاهات المبحوثين على محور دور الاعلام في بناء صورة التنظيم	11
91	نتائج اتجاهات المبحوثين على محور دور الاعلام في بناء رفع الوعي النقابي	12
93	نتائج اتجاهات المبحوثين على محور دور الاعلام في تحسين أداء التنظيم	13

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
14	توزيع أفراد الدراسة حسب متغير الجنس	1
15	توزيع أفراد الدراسة حسب متغير السن	2
16	توزيع أفراد الدراسة حسب متغير المستوى	3
17	توزيع أفراد الدراسة حسب متغير متابعة نشاطات التنظيم	4

