



جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية



مذكرة ماستر

شعبة : علوم الاعلام و الاتصال

التخصص: اتصال و علاقات عامة

إعداد الطالبين:

* خنساء بريطل

* أيوب بن عبد الحفيظ

نوقشت و أنجزت يوم: 2023/06/20

عنوان المذكرة:

فاعلية الاتصال في النوادي الطلابية و علاقتها بتنمية الابداع.

- دراسة حالة على النادي الاعلامي -

لجنة المناقشة :

الصفة	الرتبة	العضو
رئيسا	أ. مس.أ	فطيمة حدروش
ممتحنا	أ.مح. ب	بوزيد رملي
مشرفا ومقررا	أ. مس.أ	أمال رحمانى

السنة الجامعية : 2022 / 2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

" رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ

وَأَنْ أَعْمَلَ حَالًا قَرِيبًا وَأُخْطِئَ بِرِخْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ

الطَّالِعِينَ " (١٩)

سورة النمل

ملخص الدراسة

دراسة موسومة بعنوان: "فاعلية الاتصال في النوادي الطلابية و علاقتها بتنمية الابداع", حيث هدفت إلى التعرف على فاعلية الاتصال في تنمية الابداع للنادي الاعلامي, و قد جاء تساؤل الدراسة كالآتي:

كيف تساهم فاعلية الاتصال في تنمية الابداع للنادي الاعلامي؟

و شملت الدراسة على مجموعة من التساؤلات الفرعية, و هي كالتالي:

- 1- هل تظهر فاعلية الإتصال في النادي الاعلامي ؟
- 2- هل يؤثر النادي الاعلامي على الطالب الجامعي؟
- 3- ما هو الدور الذي يلعبه الاتصال الفعال في خلق الإبداع داخل النادي الاعلامي ؟

و للإجابة على هذا التساؤل اعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة ,و تمثلت عينة الدراسة في 42 فرد من أعضاء النادي الاعلامي بجامعة محمد خيضر بسكرة, بكلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ,و قد تم اختيارهم بطريقة قصدية.

و لقد اعتمدت الدراسة على الأدوات التالية: استمارة استبيان صممت خصيصا من أجل هاته الدراسة تحتوي على ثلاث محاور , كل محور به مجموعة من الأسئلة.
و لخصت نتائج الدراسة الى أن:

- فاعلية الاتصال جلية و واضحة في النادي الاعلامي, من خلال طريقة الاتصال و التواصل بين أفراد و الطرق و الوسائل المستخدمة في ذلك المراعية لتوفر الجهد و الوقت و السرعة, و التواصل الدائم بين أفراد من أجل الرقي أكثر بالنادي.
 - يتأثر الطالب الجامعي بالنوادي الطلابية في حين انضمامه, بطريقة ايجابية أكثر ما تلمح فيها سلبية, فتغير شخصيته و نموها, و مساعدته على البروز أكثر و اكتشاف مواهبه, و إعداد له لسوق العمل خير دليل على ذلك.
 - للاتصال الفعال دور هام و كبير في خلق الابداع داخل النوادي الطلابية, فيمكن القول أنه لا يوجد إبداع في النوادي الطلابية اذا لم يكن هناك اتصال فعال في النادي.
- الكلمات المفتاحية:**الاتصال الفعال, النوادي الطلابية, الابداع.

الفهرس

الصفحة	المحتوى
//	شكر وتقدير
//	ملخص الدراسة
//	الفهرس
//	فهرس الملاحق
ا-ب	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
03	إشكالية الدراسة
04	أسباب اختيار الموضوع.
04	أهداف الدراسة.
04	أهمية الدراسة.
04	المفاهيم الإجرائية للدراسة.
05	حدود الدراسة.
06	الدراسات السابقة.
10	منهج الدراسة.
10	أدوات الدراسة.
الإطار النظري	
الفصل الثاني: الاتصال و فاعليته	
12	1- مفهوم فاعلية الاتصال.
12	2- المفاهيم الخمس الأساسية للاتصال.
13	3- العوامل المؤثرة في فاعلية الاتصال.
13	4- مهارات فاعلية الاتصال.
17	5- معوقات الاتصال الفعال.
الفصل الثالث: النوادي الطلابية و تأثيرها على الطالب	
19	1- مفهوم النوادي الطلابية.
19	2- كيفية إنشاء النوادي الطلابية
19	3- أنواع النوادي الطلابية و الأنشطة التي تقام به.
22	4- إيجابيات النوادي الطلابية بالنسبة للطلبة

الفصل الثالث: الاتصال الفعال و علاقته بخلق الابداع.	
24	1- تعريف الابداع.
24	2- أنواع الابداع.
24	3- أهمية الابداع.
25	4- عناصر الابداع.
26	5- العوامل التي تؤثر على الابداع.
27	6- مقومات الابداع داخل الجامعة.
29	7- فعالية الاتصال و أثره على الابداع.
الإطار التطبيقي	
الفصل الرابع: عرض و تحليل نتائج الدراسة الميدانية.	
37	1- عرض و تحليل النتائج.
50	2- مناقشة و تفسير النتائج.
53	خاتمة
55	قائمة المراجع
58	الملاحق

فهرس الملاحق:

رقم الملحق	العنوان	الصفحة
1	استبيان	63

فهرس الجداول:

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
1	يوضح إجمالي عينة الدراسة	33
2	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس :	33
3	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي:	34
4	نظام فعال للاتصال و مفتوح بين كافة أفراد النادي الاعلامي، و الجامعة	34
5	توظيف واستخدام الاتصال الالكتروني من أجل تقليص الوقت والجهد في النادي الاعلامي	34-35
6	الاتصال بين أعضاء النادي الاعلامي داخل أو خارج أوقات النشاطات لتبادل الأفكار من أجل أداء أفضل للنادي	35
7	فاعلية الإتصال مرتبطة بالأداء الداخلي لطلبة النادي الاعلامي	36
8	استخدام النادي الإعلامي عوامل فاعلية الإتصال لاستقطاب الطلاب	36
9	يوضح اعتبار النادي الاعلامي جزءا من إحياء مشاريع تنمية الرأس مال البشري في المؤسسات الجامعية ؟	37
10	يوضح فاعلية الإتصال مرهونة بفاعلية الإتصال الإداري لمديرية النشاطات الجامعية ؟	37
11	يوضح تجلي فاعلية الإتصال ضمن النادي الاعلامي في الأداء الطلابي الكفاء لتسيير مختلف النشاطات و اتخاذ القرارات الفعالة وهذا بالاستشارات مع صناع القرار	37
12	يوضح اهتمام الطلاب بالانضمام فعليا للنادي الاعلامي	38
13	يوضح رئيس النادي الاعلامي يقوم بإستخدام أساليب الجذب لاستقطاب الطلبة	38-39
14	يوضح تناسب التوزيع الزمني لدراسة الطالب مع برنامج نشاطات النادي الاعلامي.	39-40
15	يوضح توفير النادي الاعلامي جميع الوسائل و التقنيات اللازمة لتطبيق	40

	أنشطته على أرض الواقع	
41	يوضح تأثير النادي الاعلامي على الطالب بالسلب أو الإيجاب.	16
42	يوضح تقدم إيجابي في شخصيتك كطالب بعد التحاقك بالنادي الاعلامي	17
43	يوضح تساهم الأنشطة الطلابية في اكتشاف ميولات الطلبة واتجاهاتهم.	18
43	يوضح ممارسة أنشطتك الطلابية داخل كليتك فقط.	19
44	يوضح تأثر الأنشطة الطلابية على الدراسة.	20
44	يوضح النادي الاعلامي يمكن الطالب من كسب خبرة عملية تمكنه من الولوج لعالم الشغل.	21
45	يوضح توجه الجامعة طلبة النادي الاعلامي لجهات خارج الإطار الجامعي من أجل توظيفهم.	22
45	يوضح تقدم الجامعة حوافز مادية أو معنوية للطلبة المشاركين في النوادي	23
46-45	يوضح المساهمة في وضع حلول بطريقة إبداعية للمشكلات في النادي الاعلامي	24
46	يوضح تشجيع مسؤول النادي الاعلامي على تبني الأفكار الإبداعية الغير واردة من قبل.	25
47	يوضح طريقة الإتصال في النادي الاعلامي مساعدة على خلق جو الابداع.	26
47	يوضح مواكبة الطالب العضو في النادي الاعلامي إبداعه مع مجريات الحياة اليومية	27
48	يوضح قيام الطالب العضو في النادي الاعلامي بإتيان بأفكار جديدة و مغايرة عن زملاءه وغير مألوفة	28
48	يوضح قيام الجامعة بالتكفل بالطلاب المبدعين وتشجيعهم.	29
49	يوضح إمكانية تحمل مسؤولية نشاط ما في النادي الاعلامي.	30
49	يوضح القدرة على التفكير في الحلول بديلة عند الوقوع في مشكلة ما	31
50-49	يوضح تجنب التقليد الأعمى والروتين في القيام بالنشاطات في النادي الاعلامي.	32

مقدمة

نادى الأخصائيون بوجوب الإهتمام بالإتصال من أجل ترقية المجتمع، و المنظمات ككل، حيث أن الإهتمام بالإتصال ليس من خلال التفريط أو المبالغة فيه أو إعتبار الإتصال غاية في حد ذاته، وإنما يتوقف ذلك على فعالية الإتصال السائد و كيفية المحافظة عليه و تنميته بإستمرار. و لفعالية الاتصال دور هام و فعال في كل منظمة، فمن خلاله يتم التوافق بين أعضائه.

تعتبر النوادي الأكاديمية هي أكثر التجمعات الطلابية شيوعاً التي ستجدها في الحرم الجامعي، الغاية منها مساعدة الطلاب على استكشاف مواهبهم الأكاديمية بشكل أكبر، وعادة ما تكون متوافقة مع التخصصات التي تقدمها الكلية.

يعد الانضمام إلى أحد هذه الأندية طريقة رائعة لتوسيع نطاق خبرتك العلمية الجامعية ، يمكن للطلاب العثور على دورات تدريبية رائعة، والتواصل مع الموجهين، وبناء مهارات قابلة للتسويق قد لا تحصل عليها في الفصل الدراسي.

و من أجل الرقي بالجامعة، و طلابها كان للنوادي الطلابية دور في ذلك، لكن مع تطور الفكر لدى الطالب الجامعي و لدى المسير أيضا، أصبح لا بد من إدراج الأفكار الإبداعية، و التفكير خارج الصندوق لكي يكون للطالب دور فعال في جامعته، و يحس بالانتماء إليها.

ونظرا لأهمية الموضوع قمنا بهذه الدراسة المعنونة بفاعلية الاتصال في النوادي الطلابية و علاقتها بتنمية الابداع. . وتمت معالجة الموضوع في جانبين ، جانب نظري واشتمل على:

❖ **فصل تمهيدي** خصص لعرض الإطار العام لموضوع البحث، و هو يمثل مدخلا إلى الدراسة و تقديمها، حيث تم عرض الإشكالية، وتساؤلات الدراسة، أهمية الموضوع، و أهداف البحث و تحديد المفاهيم و الدراسات السابقة المناسبة والتعليق عليها.

❖ **فصل نظري حول الاتصال و فاعليته** يتضمن: مفهوم فاعلية الاتصال، المفاهيم الخمس الأساسية للاتصال، العوامل المؤثرة في فاعلية الاتصال، مهارات فاعلية الاتصال.

❖ **فصل نظري آخر حول النوادي الطلابية و تأثيرها على الطالب و** يتضمن: مفهوم النوادي الطلابية، كيفية إنشاء النوادي الطلابية، أنواع النوادي الطلابية و الأنشطة التي تقام به، ايجابيات النوادي الطلابية بالنسبة للطلبة.

❖ **فصل نظري ثالث حول الاتصال الفعال و علافته بخلق الابداع و** يتضمن: تعريف الابداع، أنواع الابداع، أهمية الابداع، العوامل التي تؤثر على الابداع، مقومات الابداع داخل الجامعة، فاعلية الاتصال و أثره على الابداع.

أما الجانب الميداني فقد خطط لجمع البيانات حول الموضوع، و السعي للإجابة على تساؤلات الدراسة والتحقق من فرضياته ، من خلال إتباع منهج دراسة الحالة.

الإطار النظري

الفصل الأول:

الإطار العام لموضوع البحث

- 1- إشكالية الدراسة.
- 2- أسباب اختيار الموضوع.
- 3- أهداف الدراسة.
- 4- أهمية الدراسة.
- 5- المفاهيم الإجرائية للدراسة.
- 6- حدود الدراسة.
- 7- الدراسات السابقة, و التعقيب عليها.

1- إشكالية الدراسة:

في طبيعة البشر، يعتبر الاتصال عملية ضرورية، فالطبيعة البشرية غايتها تسعى إلى التواصل والاندماج، والانضمام إلى جماعات مهما اختلف نوعها.

وتعتبر عملية الإتصال أحد النقاط الأساسية التي يتم من خلالها التفاعل الإنساني ككل، فعملية الإتصال بين أفراد المجتمعات تحدد مدى تقدمها، و يعرف الاتصال على أنه عملية مخطط لها تستهدف تحفيز الناس و خلق دوافع عندهم من أجل تبني مواقف و القيام بممارسات جديدة.

ولا شك في أن الإتصال الفعال -فعالية الإتصال- تعد من أكثر الوسائل في تحقيق الأهداف التنظيمية، إذ يجب تمكن المدير من إستخدام وسائل الإتصال الحديثة ضمانا لسهولة، و سرعة و وضوح وصول البيانات والمعلومات والتوجيهات.

أما النوادي الطلابية فتعتبر من المفاهيم الحديثة الاستخدام التي أدخلت لميدان التعليم. بحيث تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية الدولة المبادرة التي قامت بإدخال الأندية الطلابية في التعليم في أوائل القرن العشرين، و منها الى مختلف دول العالم، وذلك لما لاحظوه من ملل ولا مبالاة على الطلبة جراء الدراسة النظرية.

ومن ثمة بدأت الدراسات تتوالى لتؤكد يوما بعد يوم الأثر الايجابي لهذه الأندية الطلابية في الحياة الطلابية، من الناحية المعرفية و النفسية و الاجتماعية.

و يعرف الابداع على أنه القدرة ، والقوة التي يجب على الفرد أن يخلقها ، أي تخيل وتحقيق شيء جديد؛ يمكن أن تكون أيضًا القدرة على اكتشاف حل جديد وأصلي لمشكلة معينة، و يعتبر أن للإبداع علاقة بفاعلية الاتصال في النوادي الطلابية من خلال عدة نقاط.

و من هذا المنطلق، و نظرا لفاعلية الاتصال في النوادي الطلابية و علاقته بتنمية الابداع، سنحاول من خلال دراستنا إبراز فاعلية الاتصال في النوادي الطلابية و علاقتها بتنمية الابداع، من خلال الإشكالية الآتية:

كيف تساهم فاعلية الاتصال في تنمية الابداع للنادي الاعلامي؟

الأسئلة الفرعية:

- 1) هل تظهر فاعلية الإتصال في النادي الاعلامي ؟
- 2) هل يؤثر النادي الاعلامي على الطالب الجامعي؟
- 3) ما هو الدور الذي يلعبه الاتصال الفعال في خلق الإبداع داخل النادي الاعلامي ؟

2-أسباب اختيار الموضوع:

- ✓ رغبتى كرئيسة للنادي الاعلامي لمدة سنتين وطبيعة تخصصي الدراسي الاتصال و العلاقات العامة الكشف عن أهمية الاتصال الفعال في النادي الاعلامي الذي يخلق للطلاب جو إبداعي يطور من مواهبهم.
- ✓ إبراز فاعلية الاتصال في خلق و تنمية الابداع في النوادي الطلابية.
- ✓ قلة الدراسات التي تناولت موضوع النوادي الطلابية منها على حسب ما تم الاطلاع عليه.
- ✓ التشجيع على تنمية الابداع في المؤسسات المختلفة خاصة التعليمية منها.

3-أهداف الدراسة:

تتجه معالجة موضوع فاعلية الاتصال في النوادي الطلابية و علاقته بتنمية الابداع نحو تحقيق الأهداف الآتية :

- 1/ محاولة معرفة طرق التي تظهر بها فاعلية الإتصال في النادي الاعلامي .
- 2/ معرفة مدى تأثير النادي الاعلامي على الطالب الجامعي.
- 3/ معرفة وفهم الدور الذي يلعبه الاتصال الفعال في خلق الإبداع داخل النادي الاعلامي .

4- أهمية الدراسة:

- ✎ يعتبر موضوع الدراسة من بين المواضيع التي تتدرج ضمن تخصصي الأكاديمي الاتصال و العلاقات العامة.
- ✎ الإحساس بمدى أهمية وقيمة هذا الموضوع في ظل التحولات السريعة.
- ✎ التجديد المستمر في أساليب الاتصال للنوادي الطلابية.
- ✎ أهمية الدراسات التي تناولت مثل هذه المواضيع خاصة بالنسبة لفاعلية الاتصال للنوادي الطلابية.
- ✎ اعتقاد الباحثين بأن تنمية الابداع له علاقة بفاعلية الاتصال في النوادي الطلابية.

5- المفاهيم الإجرائية للدراسة:

1-فاعلية الاتصال:¹

- ❖ لغة: عملية تبادل الأفكار والآراء ووجهات النظر والمعرفة والبيانات بحيث يتم تلقي الرسالة وفهمها بوضوح وفهم الهدف منها, فعندما نتواصل بشكل فعال, يشعر كل من المرسل والمستقبل بالرضا.

¹ عبد الكريم أبو مصطفى , الإدارة و التنظيم , العمليات , المفاهيم , الوظائف , 2001 , ص 226

❖ إجرائيا: أثر الاتصال و فعاليته بين النوادي الطلابية في تنمية الابداع.

2- النوادي الطلابية: ²

❖ لغة: مجموعة طلابية تكون العضوية فيها مفتوحة لجميع الطلاب من مختلف التخصصات, تحتوي على مجموعة من الخطط و البرامج المبنية على أسس علمية, و تسعى لتنمية الجوانب الشخصية للطلاب.

❖ إجرائيا: النادي الاعلامي لكلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة

3- الابداع: ³

❖ لغةً: مشتق من الفعل أبداع وبداع الشيء أو ابتدعه، أي أنشأه وبدأه أولاً .والبدعُ الشيء الذي يكون أولاً، و هو النتيجة الناجمة عن إنشاء طريقة أو أسلوب جديد في الإنتاج، وكذلك التغيير في جميع مكونات المنتج أو كيفية تصميمه.

❖ إجرائيا: هو ابتكار أفكار جديدة وتطويرها وتطبيقها بهدف التغيير نحو الأفضل، بحيث يشجع الطلبة على تقديم الأفكار الإبداعية ودعمها وتبنيها.

6-حدود الدراسة:

أ- الحدود الزمانية:

يتحدد المجال الزمني للدراسة الحالية بالموسم الجامعي 2023/2022.

ب-الحدود البشرية:

انطلاقا من موضوع الدراسة " فاعلية الاتصال في النادي الاعلامي و علاقتها بتنمية الابداع" و تركيزنا على هذا الأخير في الجانب التطبيقي تم تحديد مجتمع البحث في جامعة محمد خيضر بسكرة، و قد تم إجراء الدراسة على مجموعة من طلبة النادي الاعلامي.

← التعريف بالنادي الاعلامي:

هو نادي علمي ثقافي، تأسس في 2014/11/19، على يد الطالب محمد لمين بوزن. و هو تابع لكلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية.

يهدف النادي الى التعريف بتخصص الاعلام و الاتصال و تجسيد أفكار الطالب و مكتسباته العلمية و النظرية على أرض الواقع.

يقع مقر النادي الاعلامي بجامعة محمد خيضر، بالقطب الجامعي شتمة، بقاعة المطالعة في الطابق الثاني.

← ورشات النادي الاعلامي:

² نصر الدين رامول , دور النوادي العلمية في تهيئة طالب و أستاذ العلوم الاسلامية خلال المرحلة الجامعية , نادي الاقراء و الدراسات القرآنية نموذجا , مجلة الشريعة و الدراسات الاسلامية , المجلد 13 , العدد 02 , 2022 , ص 273
³ حسنى محمود عبد الغني محمد , واقع إدارة الابداع لدى مديري المدارس الحلقة الأولى من التعليم الأساسي في مصر , مستخلص بحث من رسالة ماجستير في التربية تخصص (سياسات التعليم و إدارته) , مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية و النفسية , ص 358 .

يضم النادي الإعلامي حاليا أربعة ورشات متخصصة (فرق أو مجموعات) ، حيث يقف على كل ورشة منسق يعمل على إعداد فعاليات تنفيذ أعضاء ورشته و الطلبة بصفة عامة، وتتمثل هذه الورشات في:

● ورشة التصميم و المونتاج :

و هي ورشة تتكون من مجموعة من الأعضاء المختصين في التصميم الجرافيكي والمونتاج كما تعمل على تطوير مهارات الأعضاء بالدورات و الأيام التكوينية على مختلف البرامج المتطورة المتخصصة في هذا المجال.

● ورشة التنسيق:

هي ورشة تتكون من مجموعة الطلاب، يقومون بتحضير وتسيير الدورات التي ينظمها النادي الإعلامي، كما تعمل على الربط بين جميع الورشات السابقة (ورشة التصوير، التحرير، التصميم).

● ورشة الصحافة المكتوبة:

تعمل هذه الورشة على تنمية الحس الصحفي لدى الطالب، كما تهتم بتنمية مهاراته في الكتابة الصحفية من خلال تكوينه.

● ورشة السمعى البصري:

تتم هذه الورشة بكل ما له علاقة بنشاطات السمعى البصري، من تغطية التظاهرات و الأحداث العلمية و الثقافية داخل الكلية و الجامعة أو خارجها إعداد المقابلات الصحفية والريپورتاجات بالإضافة إلى إقامة دورات وأيام تكوينية في التقديم الإذاعي والتلفزيوني و التصوير الفوتوغرافي.

← أهداف النادي الإعلامي:

- تدريب وتأهيل الطلبة بالمعارف و المهارات الإعلامية و الإتصالية من خلال إقامة دورات وورش عمل في مجال الإعلام والإتصال.
- تزويد الطالب بالمعارف التي تؤهله للعمل في مجال الإعلام والإتصال مستقبلا بمختلف تخصصاته ومجالاته.
- تنمية مهارات و قدرات الطالب و تطويرها و اكسابه خبره تعود بالنفع عليه في الحياة المهنية لاحقا.
- تعزيز دور الطالب وإعداده ليكون عضوا مؤثرا وفاعلا.

يسعى النادي الاعلامي لتحقيق هذه الأهداف من خلال النشاطات و الفعاليات المختلفة، من أهمها: إقامة دورات، محاضرات، و ورش عمل حول الاعلام و الاتصال، بمختلف مجالاته من طرف أساتذة و مختصين.

إقامة معارض خاصة بالأعمال المميزة للطلبة في مجال الاعلام و الاتصال و نشرها في الحسابات الرسمية للنادي على الإنترنت.

7- الدراسات السابقة:

من خلال ما تم الاطلاع عليه فان الدراسات التي تعرضت لكل من فاعلية الاتصال في النوادي الطلابية, وعلاقتها تنمية الابداع غير موجودة حسب اطلاعنا, لكن تبقى الدراسات التي تناولت كلا من فاعلية الاتصال, و النوادي الطلابية, و تنمية الابداع منفصلين متوفرة بنسبة قليلة و من بينها نجد:

الدراسات التي تناولت فاعلية الاتصال:

1-الدراسات المحلية:

العربي بن داود (2007)-قسنطينة-:بعنوان: "فعالية الإتصال التنظيمي في المؤسسة العمومية الجزائرية" -الجزائر -

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام المؤسسة العمومية الصناعية محل الدراسة بتحقيق شروط الفعالية الإتصالية, ومن جملة النتائج التي توصلت إليها الدراسة في ضوء الفرضيات الفرعية نذكر :

- ❖ أن الإدارة لا تهتم بإيصال المعلومات إلى كافة المستويات التنظيمية، الا في بعض الأحيان .
- ❖ كذلك عدم سرعة وصول المعلومات والقرارات من الإدارة إلى العمال.
- ❖ عدم عقد الإجتماعات الدورية بين الإدارة والعمال لمناقشة مشاكل العمل وتسيير المؤسسة . وبالتالي عدم تحقيق الفرضية الأولى .
- ❖ صعوبة اتصال العمال بالإدارة، ذلك راجع إلى طول التسلسل الإداري، وبعد المسافة بين الطرفين.
- ❖ عدم إحترام الإدارة للعمال، وعدم رضا العمال عن أساليب الاتصال السائدة في المؤسسة، كذلك عدم صدق الفرضية الفرعية الثانية .
- ❖ العلاقات بين العمال حسنة، نتيجة للوظائف والمصالح المشتركة .
- ❖ إمكانية الاتصال بين الزملاء في باقي الأقسام التنظيمية .
- ❖ أهمية التعاون بين مختلف الأقسام والمستويات التنظيمية .وبالتالي صدق الفرضية الثالثة.

الدراسات التي تناولت النوادي الطلابية:

1-الدراسات المحلية:

دراسة عمار شوشان و محمد ختاش (2015)-باتنة-:بعنوان: واقع ممارسة الأنشطة الطلابية بالجامعة الجزائرية"-الجزائر -

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع ممارسة الطلاب للأنشطة الطلابية بأنواعها (النشاط الثقافي، العلمي، الرياضي، الاجتماعي، النقابي)، حيث صمم الباحث استبياناً لقياس درجة ممارسة الطلاب للأنشطة الطلابية، وزعه على 400 طالب (منهم 123 ذكور) من الكليات الثمانية لجامعة باتنة 1 وبعد معالجة البيانات المتحصل عليها باستخدام برنامج spss 20 توصلت الدراسة الى ان الطلبة الجامعيين يمارسون الأنشطة الطلابية بدرجة ضعيفة، وان الأنشطة الأكثر ممارسة هي الأنشطة العلمية، وان هناك

فروقا في الممارسة تعزى للجنس وان لا فروق في الممارسة تعزى لكلية الانتماء. في الأخير أوصت الدراسة بضرورة اهتمام الإدارة بالأنشطة الطلابية وتشجيع الطلاب على ممارستها.

٤٥ دراسة عبد المالك مكفس, عمار شوشان (2017) بعنوان: " ممارسة طلبة الجامعة للأنشطة الطلابية وعلاقته باتجاههم نحو الدراسة, باتنة - الجزائر

الباحث هدفت هذه الدراسة الى التعرف على واقع ممارسة الطلاب للأنشطة الطلابية بأنواعها النشاط الثقافي العلمي، الرياضي الاجتماعي، النقابي وعلاقة ذلك باتجاههم نحو الدراسة، حيث صمم استبيانان احدهما لتحديد درجة ممارسة الطلاب للأنشطة الطلابية والآخر لقياس اتجاههم نحو الدراسة ووزعه على 700 طالب منهم 223 (ذكور) من الكليات الثمانية لجامعة باتنة 1 وبعد معالجة البيانات المتحصل عليها باستخدام برنامج spss 200 توصلت الدراسة الى ان الطلبة الجامعيين يمارسون الأنشطة الطلابية بدرجة ضعيفة، واتجاههم نحو الدراسة إيجابي، وان لممارسة هذه الأنشطة علاقة طردية باتجاههم نحو الدراسة وان هناك فروقا في الممارسة تعزى للجنس وان لا فروق في الممارسة تعزى لكلية الانتماء في الأخير أوصت الدراسة بضرورة اهتمام الإدارة بالأنشطة الطلابية وتشجيع الطلاب على ممارستها 7 الى 29.

2-الدراسات العربية:

٤٦ دراسة نعمة عبد السلام حسن (2017) بعنوان: دور الأندية الطلابية في تعزيز قيمة التعاون لدى طالبات جامعة الدمام وأثر ذلك على تحصيلهن الدراسي، الإسكندرية - مصر -

سعت الدراسة الحالية الى التعرف على دور الأندية الطلابية المختلفة بجامعة الدمام والتمثلة في (نادي الثقافة والفنون والمسرح ، المنار - النورين) في تعزيز قيمة التعاون كأحد القيم الاجتماعية لدى طالباتها من خلال الأنشطة التربوية المختلفة التي تقدمها ، ومعرفة الى أي مدى يتمتع طالبات جامعة الدمام بقيمة التعاون ، كما هدفت الى التعرف على الفروق بين الأندية المختلفة في درجة امتلاك طالباتها لقيمة التعاون ، وهل توجد فروق في التحصيل الدراسي بين الطالبات المشاركات وغير المشاركات في الأندية الطلابية.

3-الدراسات الأجنبية:

٤٧ دراسة جون June (2002) استهدفت الدراسة استقصاء قيمة التنوع وتحديد مشاركة الطلاب في الأنشطة الجامعية وأظهرت النتائج أن الأنشطة الطلابية تؤدي الى تنمية الشخصية وتساعد على تحمل المسؤولية وركزت على أن أهم المعوقات التي تحول دون الاستفادة (قلة الموارد - خصائص الطلاب) وتوصي بضرورة إعادة النظر في الأنشطة الطلابية ودعمها.

الدراسات التي تناولت الابداع:

الدراسات العربية:

٤٨ دراسة رانيا قديري أحمد مرجان (2011) بعنوان: "مقومات الابداع لدى طلبة الجامعة"- مصر -

هدفت الدراسة الى التعرف على الإبداع لدى طلبة الجامعة والتعرف على واقع التعليم الجامعى فى مصر، ومدى مساهمته فى دعم الإبداع لدى طلبة الجامعة لمواجهة التطورات والتحديات العالمية. و قد اعتمدت الباحثة المنهج الوصفى بوصفه أكثر المناهج البحثية ملائمة لطبيعة مثل هذه الدراسات والبحوث.

و قد تم التوصل الى الاقتراحات و التوصيات الآتية:

- ✓ أن تساعد المقررات الطلاب على الخروج من النمطية والروتين.
- ✓ أن تساعد الطلاب على الربط بين الواقع و الخيال وذلك لتنمية الإبداع لديهم لإيجاد أفكار جديدة يمكن تطبيقها فى الواقع.
- ✓ أن تراعى المقررات الفروق الفردية بين الطلاب واختلاف مستوى إبداعهم وتنوعه فى أكثر من مجال.
- ✓ أن تشجع الطلاب على التعلم الذاتى من خلال أساليب التدريس الحديثة كالعصف الذهني والاكتشاف وحل المشكلات وغيرها من الأساليب الأخرى.
- ✓ أن تعتمد أساليب التدريس على الحوار والمناقشة والتقليل من أساليب التلقين والإلقاء، حيث أن أساليب الحوار والمناقشة تساعده على اكتشاف المعلومات بطريقة غير مباشرة مما يؤدي إلى احتفاظه بها بصورة أفضل.
- ✓ أن يشارك الطلاب فى اختيار الأساليب التي تتناسب مع مهاراتهم وقدراتهم الإبداعية.
- ✓ أن تعد دورات فى استخدام الأساليب التكنولوجية الحديثة فى التدريس.

التعقيب على الدراسات السابقة:

بعد استعراض مجموعة من الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع بحثنا توصلنا من خلالها إلى الملاحظات التالية:

➤ أوجه التشابه:

-تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة فى تناولها لموضوع النوادي الطلابية، الابداع من الجانب النظري.

- تتفق الدراسة الحالية مع دراسة رانيا قري أحمد مرجان، لاهتمامهم بموضوع الابداع لدى طلبة الجامعة.

- تتفق الدراسة الحالية مع دراسة نعمة عبد السلام حسن، عبد المالك مكفس، عمار شوشان، عمار شوشان و محمد ختاش، June، و نعمة عبد السلام حسن من خلال تداولهم لموضوع الأنشطة الجامعية للطلبة.

- تتفق الدراسة الحالية مع دراسة العربي بن داود لتناولها موضوع الاتصال الفعال.

➤ أوجه الاختلاف:

- تختلف الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في الإطارين الزمني و المكاني للدراسة.

- تختلف الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في أبعاد المتغير المستقل.

- تنوعت مناهج الدراسة التي اعتمدت في الدراسات السابقة من قبل الباحثين.

- اختلفت عينات الدراسة في الدراسات السابقة تبعاً لاختلاف الأهداف لتلك الدراسات و تبعاً لتوفر العينات.

- تعددت الأدوات المستخدمة من قبل الباحثين في الدراسات السابقة من قبل الباحثين.

➤ ما استفادته الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

انّضح لنا بعد عرض نتائج الدراسات, بأن موضوع دراستنا جدير بالاهتمام و الدراسة من حيث قلة الدراسات (في حدود ما نعلم).

من جهة أخرى فان مراجعة الدراسات السابقة ساعدت في بلورة أكثر لمشكلة الدراسة وتساؤلاتها و ساهم بشكل مناسب في اختيار أدواتها و اجرائات تنفيذها.

8- منهج الدراسة:

المنهج هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة مجموعة من القواعد

العامّة تهيمن على سير العقل و تحدد عملياته حتى تصل إلى نتيجة معلومة.

و نظراً لتعدد المناهج في إجراء البحوث في العلوم الإنسانية فإن طبيعة موضوع الدراسة و الهدف منه، هو الذي يحدد طبيعة المنهج المستخدم في إجراء الدراسة، والمنهج المعتمد من أجل تحقيق أهداف البحث الحالي هو منهج دراسة حالة، الذي يعرف بأنه طريقة علمية تتميز بالعمق و الشمول و الفحص و التحليل الدقيق لأي ظاهرة أو مشكلة.

واختيار منهج البحث في أية دراسة لا يأتي من قبيل الصدفة والعشوائية، أو ميل الباحث ورغبته في اختيار أي منهج معين، بل إن موضوع الدراسة من جهة وأهدافها من جهة أخرى ، هما اللذان يفرضان نوع المنهج المناسب للدراسة أي البحث، وبما أن دراسة تحاول وضع تصور دقيق يسمح بالوقوف على حقيقة " فاعلية الاتصال في النادي الاعلامي و علاقته بتنمية الابداع " ، لذا فإن اختيار المنهج دراسة حالة كفيل لتحقيق الغرض المطلوب وذلك من أجل الحصول على بيانات ذات مصداقية وموضوعية اختيار منهج دراسة حالة لأنه يتناسب مع أهداف دراستنا.

9- أدوات الدراسة:

لدراسة أي ظاهرة لابد من أداة مناسبة لتحقيق الأهداف المراد الوصول إليها، و قد قمنا في هذه الدراسة باستخدام الأدوات التالية:

الاستبيان:

للتعريف الاستبيان:

عبارة عن قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة المعدة بدقة ترسل إلى عدد كبير من الأفراد المجتمع الذين يكونون العينة الخاصة بالبحث. حيث يعتبر من أهم وأدق طرق البحث وجمع البيانات، و هو يشير إلى الوسيلة التي تستخدم في الحصول على أجوبة الأسئلة معينة في شكل استمارة يملؤها المجيب بنفسه، فهو لا يحتاج شرحا شفويا مباشرا أو تفسيرا من الباحث، و تكتب الأسئلة أو تطبع على ما سمي استمارة استبانة.

و حتى تحقق الاستمارة الهدف المرجو منها لابد من أن تتضمن أسئلة ذات مواصفات، بحيث تكون هذه الأسئلة معبرة بحق عن الموضوع المبحوث، و تتيح من ناحية أخرى أجوبة يمكن التعامل معها فيها بعد ويرى علماء المنهجية أن الإجابة الواضحة القابلة للتحليل أو للتعامل العلمي فيما بعد إنما ترتبط بالدرجة الأولى بمدى ضبط الأسئلة المتضمنة في الاستمارة سوءا من حيث الشكل أو المحتوى.

للخصائص الاستبيان:

- توفير الوقت و الجهد اللازمين لعملية جمع البيانات.
- يساعد في الحصول على بيانات قد يصعب على الباحث الحصول عليها إذا ما استخدم وسائل أخرى.
- يتضمن أسئلة لها علاقة بموضوع الدراسة فقط و يمكن الإجابة عنها بسهولة.
- لا يتضمن أسئلة مفتوحة إلا إذا كان ذلك ضروريا.
- لا يتضمن أسئلة خارج إطار ذاكرة المستجيب.
- تتوفر له ظروف التقنين أكثر مما تتوفر لوسيلة أخرى.
- قلة التكاليف و النفقات اللازمة لجمع البيانات.

للوتحتوي الاستمارة عادة على ثلاثة أنواع من المعلومات:

- أ- أسئلة للتعرف بالمبحوث (الحالة المدنية، معلومات عامة.)
- ب- أسئلة عن الاتجاهات (أي سلوكيات المبحوث المبحوث).
- ج- أسئلة عن الرأي: (من هو؟ ما يفعل؟ كيف يفكر؟) .

للإعتبرات التي يجب مراعاتها عند صياغة أسئلة استمارة شروط الاستبيان:

- صياغة الأسئلة بلغة واضحة و أسلوب سهل.
- يجب ألا تكون الأسئلة كثيرة لتفادي ملل المبحوث من الإجابة.
- يجب أن لا تكون قليلة العدد بحيث لا تكفي لجمع البيانات.

- أن لا تتطلب الأسئلة إجابات طويلة أو تشمل على عبارات تستدعي تفكير عميق أو تستلزم عبارات حسابية معقدة, فخير الأسئلة ما كانت الإجابة عنها في بعض كلمات.
- مراعاة أهمية الظروف المكاني عند توزيعه.
- عدم توزيعه في أوقات غير مناسبة للمبجوثين
- يجب أن يتماشى و يحقق الهدف المرجو من الدراسة.
- عدم وجود أسئلة تتضمن إحراج المستجيب.
- أن يتماشى الاستبيان مع قدرات و مدارك و ثقافة المستجيب العامة.
- يجب تكرار بعض الأسئلة بصيغ مختلفة في حالة وضع بيانات خاصة عمداً أو سهواً إلى جانب تهيئة الفرصة لمراجعة الإجابات لزيادة الدقة في المعلومات و البيانات.⁴

تضمنت الاستمارة التي قننا بتصميمها لإعداد هذه الدراسة ثلاث(3) محاور و التي تتضمن بدورها ثلاثين (30) سؤالاً موجهة لمجتمع البحث ، حرصنا على ترتيب الأسئلة و توضيحها و إعطائها الصيغة المباشرة دون وضع الفرد المستجوب في حالة من الغموض أو الحرج و تم تجريبيها ميدانياً على عينة مصغرة من الشباب قبل عملية التوزيع النهائية.

البيانات الشخصية : و تضمنت الجنس, المستوى الدراسي, و التخصص.

المحور الأول و هي أسئلة حول الاتصال و فاعليته في النادي الاعلامي , و شمل المحور على إحدى ثمانية (8) أسئلة

المحور الثاني: تمحورت أسئلة هذا المحور حول النادي الاعلامي و تأثيره على الطالب , و شمل المحور إحدى عشر (11) سؤال, و **المحور الثالث** حول الاتصال الفعال و علاقته بخلق الابداع داخل النادي الاعلامي , و شمل إحدى عشر (11) سؤال.

⁴ عبيدي إيمان, الاذاعة المحلية و الوعي الصحي لدى الشباب الجامعي, مذكرة ماستر, كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية, جامعة أم البواقي, 2014, ص ص 173- 174- 175.

الفصل الثاني:

الاتصال الفعال

- 1- مفهوم فاعلية الاتصال.
- 2- المفاهيم الخمس الأساسية للاتصال.
- 3- العوامل المؤثرة في فاعلية الاتصال.
- 4- مهارات فاعلية الاتصال.
- 5- معوقات الاتصال الفعال.

1- مفهوم فاعلية الاتصال:

أ- تعريف الاتصال:

يرجع تعدد مفهوم الاتصال إلى أن عملية الاتصال لا ترتبط بميدان واحد من ميادين الحياة بل تدخل في جميع ميادين الحياة.

اشتقت كلمة اتصال في اللغة العربية من فعل "وصل"، و يعني بذلك بلغ الشيء و انتهى إليه.

وفي اللغتين الإنجليزية والفرنسية، ترجع كلمة (اتصال) Communication / La Communication إلى الكلمة اللاتينية Communis بمعنى اشترك.

يعرف الاتصال عموماً على أنه عملية ديناميكية بين المرسل و المستقبل، تكون بطريقة لفظية أو غير لفظية من أجل نقل محتوى رسالة معينة، من أجل تحقيق غاية أو أهداف معينة.⁵

ب- تعريف الفاعلية:

الفاعلية أو ما تسمى الفعالية Effectiveness هي المقدرة على تحصيل النتيجة المطلوبة والمبتغاة والمتوقعة.⁶

تعريف فاعلية الاتصال:

يقصد بفاعلية الاتصال، قدرتها على تحقيق التأثير المطلوب، أي تبادل البيانات و المعلومات بالطريقة السليمة، و وصول الرسالة من المرسل إلى المرسل إليه بالصيغة الصحيحة.⁷

2- المفاهيم الأساسية للاتصال:

اختلفت و تعددت الدراسات حول موضوع عمليات الاتصال الإنساني، حيث لخصت الدراسات إلى وجود خمس مفاهيم أساسية للاتصال و هي كالتالي:

أ. الاتصال عملية دلالية: أي أنها تعتمد على الرموز و على قواعد الاستخدام، و تختلف تلك الرموز من مجتمع إلى آخر.

ب. الاتصال عملية عصبية: بحيث يتم تسجيل الرموز و المعان في الذاكرة الخاصة بالأفراد.

⁵ حقبة انجاز الاتصال التعليمي، كلية التربية، قسم التربية الخاصة، جدة، 2019.

⁶ "Effectiveness | Define Effectiveness at Dictionary.com." Dictionary.com, LLC, تم الاطلاع عليه

يوم: 2023-04-01، الساعة: 23:65 <https://www.dictionary.com/browse/effectiveness>

⁷ بن خالد حمزة، فاعلية الاتصالات الإدارية وفق مبادئ العلاقات الإنسانية و انعكاساتها على كفاءة الأداء لدى العاملين في المؤسسات الرياضية، أطروحة دكتوراه، معهد التربية البدنية و الرياضية، جامعة الجزائر 3، 2020، ص 65.

- ج. الاتصال عملية نفسية: المعان و الرموز المستخدمة في الاتصال تلعب دورا أساسيا في إدراك العالم الخارجي, و طريقة الاستجابة له.
- د. الاتصال عملية ثقافية: المعان و الأفكار المستخدمة في التواصل لها تفسيرات مختلفة من مجتمع الى آخر يتم الاتفاق عليها بين أفراد المجتمع.
- هـ. الاتصال عملية اجتماعية: فهو الوسيلة الأساسية للتواصل بين أفراد المجتمع ككل.⁸

3-العوامل المؤثرة في فعالية الاتصال:

يعتمد سير النشاط داخل أي مؤسسة أو منظمة على مدى توفر و توفير المعلومات, و يعتمد توفرها على كفاءة و فعالية الاتصال.

و من العوامل المؤثرة في سير الإدارة نذكر:

عوامل تنظيمية: تتعلق بخطوط السلطة, و درجة المركزية و اللامركزية, و بصفة عامة طبيعة التنظيم.

عوامل فنية: و تتعلق بمحتوى الرسالة, و مدى وضوحها, و صعوبة فهم مصطلحاتها و تنظيمها.

و من أجل الحصول على الكفاءة و الفعالية في الاتصال يجب:

❖ يجب أن يكون محتوى الرسالة ثري و بكميات يسمح للمرسل إليه من فهمها و استيعابها.

❖ تكييف المعلومات حسب المرسل.

❖ وضوح الرسالة و خلوها من التأويلات لكي لا يتم فهمها بالخطأ.⁹

4-مهارات فاعلية الاتصال:

من مهارات فاعلية الاتصال نذكر:

1- مهارة الإنصات.

2- مهارة الحديث.

3- مهارة الحوار مع الآخرين.

4- مهارة الإقناع.

5- مهارة الملاحظة.

6- مهارة القراءة.

7- مهارة الكتابة.

⁸ أمين عبد الله محمد اليزيدي, علي أحمد اليزيدي الجاوري, أسس الاتصال الفعال عند الجاحظ. حوليات الآداب و العلوم الاجتماعية, الحولية السابعة و الثلاثون, السودان, 2017, ص ص 35, 36.

⁹ سهيل فهد سلامة, نظم الاتصالات في المنظمات, مجلة الإدارة العامة, الرياض, العدد 46, 1985, ص 140.

و المهارات المذكورة أعلاه تعتبر من أهم مهارات فاعلية الاتصال، و التالي شرح بسيط لكل مهارة على حدة:¹⁰

1- مهارة الإنصات:

الإنصات لغوياً بمعنى ترك الكلام من أجل الاستماع وتفهم كلام المتحدث، أما الإنصات في مجال الاتصال فهو إعمال كامل للعقل و ذلك لمعالجة الرسالة المستقبلية ذهنياً بالتفسير والترجمة الموضوعية كمرحلة أولية يتلوها مرحلة التقييم والربط بينهما و بين غيرها من الموضوعات والأحداث وبناء على نتيجة هذه المعالجات تتم الاستجابة للمؤثر المتمثل في الرسالة وبذلك يتحقق الهدف من الاتصال.



شكل 01: نموذج الإنصات الجيد¹¹

2- مهارة الحديث:

الحديث أو التحدث مع الآخرين عملية يمارسها الإنسان منذ الصغر في أشكال وصور مختلفة ولذلك فإن التحدث فن يمكن تعلمه.

¹⁰ مدحت محمد أبو النصر، مهارات الاتصال الفعال مع الآخرين، المجموعة العربية للتدريب و النشر، مصر، 2009، ص 149

¹¹ مدحت محمد أبو النصر، مرجع سبق ذكره، ص 150-151-152-153-154.

و الاتصال الناجح والفعال مع الآخرين، يحتاج منا إلى لباقة في الحديث، واللباقة في مخاطبة الناس تحتاج إلى صفات نذكر منها:

- وضوح الفكرة لدى المتحدث.
- اختيار وسيلة الاتصال المناسبة (مثل المكالمة الهاتفية أو إرسال خطاب أو فاكس أو عقد مقابلة أو اجتماع).
- البساطة في الحديث.
- الاختصار في الكلام.¹²

3- مهارة الحوار مع الآخرين:

ان اختلاف الأفراد من حيث الأفكار و المعتقدات, يبعث على بداية حوارات مختلفة, وهذا بدوره قد يؤدي إلى ظهور اختلاف في الرأي أو تناقض في الفكر أو تعارض في الاتجاه أو نشوء صراع فيما بينهم.

➤ و من أسس و آداب الحوار نذكر:

- ❖ فهم الموضوع بعمق للحوار.
- ❖ احترام رأي الآخرين و الرأي الصائب.
- ❖ عدم التحيز و الموضوعية و عدم إدخال المشاعر أثناء الحوار.¹³

4- مهارة الإقناع:

يعرف الإقناع على أنه محاولة ترغيب عن طريق العقل بالإضافة الى المنطق و التجربة. و يعتبر الإقناع من الأساليب المهمة لمهارات فعالية الاتصال.

➤ و من أجل أقناع الآخرين, من الأفضل مراعاة العبارات التالية:

- ❖ الصدق من أفضل الطرق للإقناع.
- ❖ التعرف على شخصية و نمط شخصية الطرف الآخر للحوار.
- ❖ الإنصات الجيد للطرف الآخر.
- ❖ التوجه بالحجج بشكل منطقي و مرتب و مثير للاهتمام.¹⁴

5- مهارة الملاحظة:

أيضا تسمى المراقبة أو المشاهدة, و هي نشاط عقلي للمدركات الحسية. و تعتبر الملاحظة من المهارات اللازمة التي يجب تعلمها بدقة من أجل التواصل الفعال مع الآخرين.

ان الغرض الأساسي من الملاحظة هو تدوين كل السلوكيات السلبية أو الايجابية, بالإضافة الى الحركات و الإيماءات و المشاعر.

¹² مدحت محمد أبو النصر, مرجع سبق ذكره, ص ص195-160.

¹³ مدحت محمد أبو النصر, مرجع سبق ذكره, ص ص166-167.

¹⁴ مدحت محمد أبو النصر, مرجع سبق ذكره, ص ص168-169.

➤ من النقاط الهامة التي يجب إتباعها عند تدوين الملاحظة هي:

- ✍ الدقة.
- ✍ الموضوعية.
- ✍ الجمل القصيرة.
- ✍ الجمل الواضحة.
- ✍ السرعة.
- ✍ عدم التفسير.¹⁵

6- مهارة القراءة:

القراءة هي لغة منطوقة، و تعتبر من أهم وسائل الاتصال التي يستخدمها الإنسان من أجل التواصل فيما بينهم.

يجب توفر و اكتساب مهارة القراءة لدى المرسل أو المستقبل لكل أنواع لاتصالات المكتوبة، كيفما كان شكلها، تقريراً، خطاباً، مذكرة، فاكس، أو بريد الكتروني.

➤ أنواع القراءة:

باعتبار أن القراءة هي طريق المعرفة، و التي بدورها يتحقق الفهم، فهي نوعان:

✓ القراءة المتعمقة و القراءة السريعة.

✓ القراءة الأفقية و القراءة الرأسية.¹⁶

7- مهارة الكتابة:

بتعدد أساليب التواصل الفعال بين أفراد البشر، و مهارة الكتابة تستخدم في غالب الأحيان حينما يتعذر التخاطب مع الجهة الأخرى، أو بعد اتصال مباشر شفهي لتأكيداها، أو ما تم الاتفاق عليه بين أطراف الاتصال.

➤ معوقات الاتصال المكتوب:

يقصد بالمعوقات الاتصالية، كل ما يؤثر سلباً في فهم الرسالة الاتصالية وفقاً لغرضها¹⁷، و هناك معوقات تقلل من فعالية تحقيق الاتصال المكتوب لأهدافه، نذكر منها:

✍ الأخطاء اللغوية.

✍ تضليل الحقائق.

✍ استخدام العاطفة في عرض الآراء و الأفكار.¹⁸

¹⁵ مدحت محمد أبو النصر، مرجع سبق ذكره، ص ص 170-171.

¹⁶ مدحت محمد أبو النصر، مرجع سبق ذكره، ص ص 171-172.

¹⁷ أمين عبد الله محمد اليزيدي، علي أحمد اليزيدي الجاوري، مرجع سبق ذكره، ص 65.

¹⁸ مدحت محمد أبو النصر، مرجع سبق ذكره، ص ص 173-174-175.

5- معوقات الاتصال الفعال:

يقصد بمعوقات الاتصال الفعال, كل المؤثرات السلبية التي تمنع أو تقلل من فاعلية عملية الاتصال, و من التواصل ما بين المرسل و المستقبل.

تختلف و تتعدد تقسيمات المعوقات من باحث لأخر, كل حسب وجهة نظره و تفسيراته, و من بين هذه التقسيمات نذكر:

٤٥ تقسيم حجازي:

معوقات شخصية: بحث أن لكل فرد ميولات و رغبات مختلفة عن الأخر, بالإضافة الى المعاني و الدلالات التي يضيفونها على الكلمات.

معوقات الرسالة: يكون تأثير الغرض من الرسالة, على استيعاب المتلقي, و فهم المرسل للمتلقي.

معوقات بيئية: ان توفر كل العوامل المساعدة للبيئة الاتصالية, و خلوها من العوامل المشتتة, فستكون بيئة صالحة للاتصال.¹⁹

¹⁹ صلاح يوسف الأشقر, مدى فاعلية الاتصال في إدارة الأزمات بوزارة الداخلية و الأمن الوطني, رسالة ماجستير, كلية التجارة, قسم إدارة الأعمال, الجامعة الإسلامية, 2012, ص16.

الفصل الثالث:

النوادي الطلابية و تأثيرها على

الطالب

- 1- مفهوم النوادي الطلابية.
- 2- كيفية إنشاء النوادي الطلابية
- 3- أنواع النوادي الطلابية و الأنشطة التي تقام به.
- 4- ايجابيات النوادي الطلابية بالنسبة للطلبة

- مفهوم النوادي الطلابية:

تعرف النوادي الطلابية على أنها نوادي بيداغوجية غير ربحية، يجتمع في الطلبة في مختلف التخصصات الأكاديمية و السنوات الدراسية، من أجل القيام بأنشطة علمية، أو ثقافية، رياضية، و تكون تحت إشراف مصلحة النشاطات الخاصة بكل كلية في الجامعة.²⁰

هو منبر بيداغوجي يشارك فيه الطالب بكل رغبته و اختياره، من أجل المشاركة في خطط و برامج مبنية على أسس علمية دراسية، تهدف هذه البرامج الى تنمية شخصية و معارف و خبرات الطالب الجامعي.²¹

2- كيفية إنشاء النوادي الطلابية:

ينشئ النادي الطلابي على مستوى الجامعات، لغرض علمي، أو ثقافي، أو رياضي. و يكون من طرف الطلبة الذين يتابعون تعليماً أكاديمياً في مختلف المستويات العلمية و التخصصات.

يتم في البداية تقديم ملف يتضمن:

- طلب خطي يوضح فيه نوع النادي المراد إنشائه، بالإضافة الى البرنامج السنوي الذي سيتبع.
- قائمة تتضمن أسماء الطلبة المؤسسين.
- تعهد شرطي موقع من طرف الأعضاء المؤسسين، بعدم القيام بأي أنشطة مخالفة للنظام الداخلي للمؤسسة، بالإضافة الى بعض النقاط الهامة.

يتم اعتماد النوادي الطلابية من خلال مقرر اعتماد من طرف مدير الجامعة.

بعد أن يتم اعتماد النادي من طرف الجامعة، فسيكون على أعضائه المشاركة في إحياء كافة النشاطات و المناسبات الوطنية التي يتضمنها برنامج مديرية النشاطات الفرعية للنشاطات بكل جامعة على تراب الوطن.

و يتحصل كل نادي على ختم يحمل تسمية النادي، بالإضافة الى توقيع رئيسه.²²

3- أنواع النوادي الطلابية و الأنشطة التي تقام بها:

هناك 05 أنواع للنوادي الطلابية، و هي:

²⁰ نصر الدين رامول، دور النوادي العلمية في تهيئة طالب وأستاذ العلوم الإسلامية خلال المرحلة الجامعية، مجلة الشريعة و الدراسات الإسلامية، المجلد 13، العدد 2 جويلية 2022،

²¹ أسماء حسن عمران حسن، الأندية الطلابية كآلية لبناء قدرات الشباب الجامعي، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 11، جامعة الفيوم، ص 412.

²² مقترح القانون الأساسي للنوادي العلمية و الثقافية و الرياضية و الترفيهية و البيئية بجامعة محمد خيضر بسكرة.

- نوادي اعلامية.
- نوادي ثقافية.
- نوادي رياضية.
- نوادي ترفيهية.

و تنشط ضمن خمس 05 ميادين و هي كالتالي:

1-الميدان العلمي:

و تكون النشاطات في النوادي العلمية ضمن التكوين العلمي للطالب, و غايتها رفع و تحسين و توسيع أفاق و خبرات و مستوى الطالب الجامعي العلمي.

ان الأنشطة العلمية المقامة في النوادي العلمية, و التي يكون الطالب هو المتحكم التام فيها, تساعد الطالب على تحقيق مشروعه الشخصي و تثبيت تحصيله العلمي.

2-الميدان الثقافي:

يتم القيام بالحملات التحسيسية و التوعوية, سواء داخل أو خارج الحرم الجامعي, و التي تهدف أساسا الى تنمية حس المواطنة و الوعي الاجتماعي لدى الطالب الجامعي الذي يعتبر مواطن الغد, و من بين هاته الخرجات:

- ★ حملات التشجير في المدينة أو داخل الحرم الجامعي.
- ★ حملات التنظيف.
- ★ عمليات التحسيس بالمحافظة على الفضائات البيداغوجية.
- ★ القيام بزيارات الى دور العجزة, الطفولة المسعفة.²³
- ★ زيارة المستشفيات في المناسبات و الأعياد الدينية و الوطنية.
- ★ مساعدة الفئات المعوزة, و ذوي الاحتياجات الخاصة.

3-الميدان الرياضي:

تماشيا و مقولة العقل السليم في الجسم السليم, وفرت الجامعة الجزائرية للطلبة المتنفس الحقيقي لهم, فالنوادي الرياضية هي المجال الخصب الذي يعبر من خلاله الطلبة عن قدراتهم الفكرية و الجسمية بكل أريحية.

²³ مقترح القانون الأساسي للنوادي العلمية و الثقافية و الرياضية و الترفيهية و البيئية بجامعة محمد خيضر بسكرة.

و من هذا المنطلق يحظى هذا الجانب بكثير من الإهتمام، من قبل الجامعة من توفير كل المستلزمات المناسبة، أو من قبل الطلبة الذي ينضمون لمختلف الرياضات الجماعية أو الفردية، كرة القدم، كرة السلة، كرة اليد، الشطرنج، ألعاب القوى... الخ.

بالإضافة الى المسابقات المحلية و الوطنية التي تقام عبر كامل ربوع الوطن، كل هذا في مصلحة الطالب الذي يكسب مهارة جديدة، أو تنمية موهبة، إقامة صداقات و علاقات، ترسيخ قيم التعاون المثمر بين الطلبة، و الاطلاع على كل ما هو جديد في هذا المجال.

4-الميدان الترفيهي:

بما أن أغلبية الطلبة الجزائريين متحصلون على شهادة الماستر من الجامعات الجزائرية، و نضالهم للوصول الى هاته الشهادة الرفيعة المستوى كان عبر جهد و دراسة و عمل دءوب.

العمل الدائم و المفرط، يجهد الطالب و يشعره بالملل و الضجر، و هذان الأخيران كفيلا بخفض مستوى الوعي و الإدراك الفكري للدروس و المحاضرات و المكتسبات العلمية، هنا يظهر دور النوادي الترفيهية، من أجل أخذ قسط من الراحة، و مواصلة المشوار الدراسي البيداغوجي بنجاح.

و من بين الأنشطة التي تقام في الميدان الترفيهي نذكر:

- اكتشاف التراث الوطني و العالمي.
- معرفة الفضاءات الثقافية و الحضرية عبر مختلف ربوع الوطن.²⁴
- زيارة العروض المسرحية.
- زيارة المتاحف و المناطق الأثرية.
- تنظيم رحلات ترفيهية و ثقافية من أجل تنمية السياحة.
- إقامة معارض الطلبة الخاصة بالرسم، التصوير، التصميم... الخ.

5-الميدان البيئي:

غاية الجامعة الجزائرية الحفاظ على البيئة و العمل على غرس الثقافة بيئية الصحيحة لدى الطالب و الأسرة الجامعة ككل.

تسعى النوادي البيئية الى تشجيع المبادرات الفردية و الجماعية من أجل نشر الحس بالبيئة، و روح المسؤولية، و العمل على إطلاق حملات تحسيسية في الوسط الجامعي و المجتمعي للنظافة البيئية، كالوقاية من التصحر، و توزيع منشورات و مطبوعات توعوية حول هذا الموضوع.²⁵

²⁴ مقترح القانون الأساسي للنوادي العلمية و الثقافية و الرياضية و الترفيهية و البيئية بجامعة محمد خيضر بسكرة.

²⁵ مقترح القانون الأساسي للنوادي العلمية و الثقافية و الرياضية و الترفيهية و البيئية بجامعة محمد خيضر بسكرة.

4- ايجابيات النوادي الطلابية بالنسبة للطلبة:

قد يتضح أن الانضمام إلى منظمة طلابية أو نادٍ هو أكثر تجربة مجزية في حياتك المهنية الجامعية. هناك نوادي لكل نوع من الطلاب الجامعيين ، من حيث النوادي العلمية، أو النوادي الرياضية، أو الثقافية، و من هاته الايجابيات نذكر:

- تكوين صداقات .
- لها تأثير ايجابي على احترام الذات و الرضا عن الحياة و العمل.
- لها دور رئيسي في اكتشاف و صقل مواهب الطلبة.
- التواصل من أجل مستقبل مهني.
- خلق جو المنافسة و العمل الدعوب.
- تنمية شخصية الطالب الجامعي.
- إيجاد فرص لخدمة المجتمع.
- توسيع نظرتك للعالم من خلال مقابلة زملائك الطلاب من كل الخلفيات الاجتماعية والاقتصادية والعرقية.

تدعم السيرة الذاتية لأنها تُظهر لأصحاب العمل المحتملين أنك استعدت بالكامل من خبرتك الجامعية.²⁶

²⁶ ستيف وايت, Guide to College Clubs & Organizations, تم الاطلاع عليه يوم: 2023/04/04, <https://study.com/resources/student-clubs-and-organizations>.

الفصل الرابع:

الاتصال الفعال و علاقته بخلق

الابداع

- 1- تعريف الابداع.
- 2- أنواع الابداع
- 3- أهمية الابداع
- 4- عناصر الابداع
- 5- العوامل التي تؤثر على الابداع
- 6- مقومات الابداع داخل الجامعة
- 7- فعالية الاتصال و أثره على الابداع

1-تعريف الابداع:

على الرغم من كثرة تداول مصطلح الإبداع في العقد الأخير من القرن العشرين، باعتباره أحد الخصائص المهمة التي تؤثر في حاضر المنظمات الإنتاجية والخدمية المعاصرة ومستقبلها، إلا أنه تعددت وتباينت مفاهيم الإبداع؛ نظراً لاختلاف الكتاب والباحثين الذين قاموا بالتحديد والاستخدام والسياق المطبق، وأيضاً لاستخدام مفهوم الإبداع بوصفه مرادفاً لبعض المفاهيم كالابتكار، والموهبة، والذكاء لذلك ليس من السهل الإجماع على مفهوم واحد يحدد العناصر المهمة للإبداع.²⁷

عرف "Thompson" الابداع على أنه: توليد قبول و تطبيق الجديد من الأفكار , العمليات , المنتجات, أو الخدمات.²⁸

● يتفق الكثيرون على عنصرين يجب مراعاتهما من أجل أن يكون هناك إبداع: الحداثة والأهمية.²⁹

2-أنواع الابداع:

تتعدد مجالات و مواضيع الابداع, فمن الابداع في مجال الصناعة النفايات, أو الملابس, و غيرها, الى الابداع في المجال المواصلات, و الصحة و غيرها.

و من أنواع الابداع ما يلي:

للإبداع التعبيري:

و يقصد بالإبداع التعبيري, أن يبرز شخصية الفرد المبدع, أي التطوير و الابداع في الفكرة بغض النظر عن نوعيتها و جودتها, و نجدها مثلاً في قصص الأطفال التعبيرية.³⁰

للإبداع الابتكاري:

و هو الابداع الذي يحصل فيه صاحبه على البراءة, بحيث يستخدم ببراءة المواد لاستخدامات جديدة لها, و بمواصفات تحددها مؤسسة معينة.

للإبداع الإنتاجي:

و يقصد به إخراج منتج بكل جودة عالية, و متفرد في نوعيته.

للإبداع التجديدي:

²⁷ حسني محمود عبد الغني محمد, واقع إدارة الابداع لدى مديري المدارس بالحلقة الأولى من التعليم الأساسي في مصر, مستخلص بحث من رسالة ماجستير التربية, مصر, 2018, ص357-358.

²⁸ نعيمة بوكثوم, دور القيادة في تغيير المنظمات من خلال الابداع التنظيمي, أطروحة دكتوراه, كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسير, جامعة الجزائر 03, 2016, ص77.

²⁹ Amabile, 1983; Beghetto, 2005; Capron Puozzo, 2016; Csikszentmihalyi, 2006; Lubart et al. 2015; Richards, 2010; Runco et Jaeger, 2012; Sternberg et Kaufman, 2010.

³⁰ لبوز الياس, دور الابداع الاداري في تحقيق التطوير التنظيمي, أطروحة دكتوراه, كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية, جامعة بسكرة, 2016, ص55.

و هو إدخال أفكار و قوانين و ابتكارات جديدة في فكرة سابقة ثابتة.

و هناك أنواع أخرى من الابداع, ألا و هي:

تقسيم Damanpour, فقد قام بتقسيم الابداع الى نوعين:

إبداع فني: و حسب مجال أبحاثه, فقد عرف الابداع الفني على أنه خدمة جديدة, أو منتج أو سلع جديدة

إبداع إداري: و ربطه بالهيكل التنظيمي للمؤسسة, والعملية الإدارية لها.

أيضا قسم Mard & Simon الابداع الى نوعين, إبداع مبرمج, و إبداع غير مبرمج. كذلك تقسيم Mansfield الذي أكد على نوعين للإبداع, إبداع العملية, و إبداع المنتج.³¹

3- أهمية الابداع:

تظهر أهمية الإبداع فيما يلي:

- ✍ استنباط الأفكار الجديدة لدى الفرد.
- ✍ المدير المبدع هو المدير الذي يصل لحل مشكلاته بطريقة أصلية.
- ✍ يعتبر مهارة يومية, و يمكن تطويرها من خلال التدريب و التعلم.
- ✍ يسهم في تحقيق الذات الإبداعية وتطوير الإنتاجات الإبداعية, والإسهام في تنمية المواهب و إدراك العالم بطريقه أفضل.
- ✍ يضيف متعة باكتشاف الأشياء.
- ✍ يساعد في الانفتاح على الأفكار الجديدة.
- ✍ يحفز على الميل إلى التعاون مع الآخرين لاكتشاف الأفكار.
- ✍ يسهم في تطوير أساليب التعلم وأنماطه لتصبح أكثر فاعلية.
- ✍ يسهم في مساعدة الأفراد على تلبية ميولهم ومواهبهم وتنميتها.
- ✍ يسهم في تطوير قدرة الفرد على التعامل مع التحديات و المواقف الحياتية بطريقة أكثر إبداعية.³²

4- عناصر الابداع :

• الطلاقة

هي قدرة الفرد على إنتاج أفكار و السرعة في توليدها .

³¹ رانيا قدي أحمد مرجان, مقومات الابداع لدى طلبة الجامعة, مجلة كلية التربية, العدد 10, مصر, 2011, ص733.

³² أسامة خيرى, إدارة الابداع و الابتكار, دار الراية للنشر و التوزيع, 2012, ص ص 45- 46.

حيث يرى "جيلفورد" أن الطلاقة تحتوي الطلاقة اللفظية وهي سهولة التعبير عن الأفكار , و الفكرية من خلال إنتاج الحلول , و الترابطية القدرة على ربط العلاقات المكونة للظواهر لمعرفة الخلل و الحلول الموافقة له .

• المرونة

هو القدرة على توليد أفكار غير مألوفة والنظر إلى الأشياء من زوايا متعددة.

• الأصالة

هي أكثر الخصائص ارتباطا بالإبداع، وهو قدرة الفرد على الإتيان بأفكار جديدة ونادرة وغير متكررة سابقا

• الحساسية للمشكلات

وهو من العناصر المهمة من عناصر الإبداع، وذلك من خلال توظيف القدرات العقلية للفرد، من أجل الوصول إلى حلول مبدعة ، و أن اكتشاف المعضلة هو الخطوة الأولى في عملية البحث عن حل لها .

• قبول المخاطرة

وهو تبني الفرد أساليب و أفكار جديدة والبحث عن حلول لها، كما يتحمل المخاطر التي أقدم عليها ، ويتحمل المسؤولية كاملة .³³

5-العوامل التي تؤثر على الابداع:

هنالك أربع عوامل مهمة تؤثر على الابداع الا و هي:

٤٥ عوامل معرفية: أي أن يكون الفرد قادرا على تحديد المشكلة, و يكون مرنا في حلها بالإضافة

الى أن يكون لديه تفكير متشعب أي تفكيره خارج الصندوق.

٤٥ عوامل بيئية:من بينها تجنب الأحكام المبكرة, حق الوقوع في الخطأ, إيجاد الحرية النفسية للفرد

أي الخروج من منطقة الراحة الروتينية.

٤٥ عوامل حسية: تأثير العوامل الايجابية بشكل كبير على آلية حل المشاكل بشكل ايجابي و سلس,

عكسها العوامل السلبية التي تحول دون ذلك.

٤٥ عوامل ذاتية: أن يكون الفرد متسامحا مع غموض الفكرة, و مفتحا على الفكرة, وجود تحفيز,

بالإضافة الى روح المخاطرة.³⁴

³³ حمزة بعلي , محمد بنية و آخرون , أثر عمليات الاتصال التنظيمي على ابداع العاملين في مؤسسات التعليم العالي , دراسة عينة على جامعات الجزائر , كجلة التنمية و الاستشراف للبحوث و الدراسات , المجلد 04, العدد 07 , ديسمبر 2019 , الجزائر . ص 107

بالإضافة الى هاته العوامل نذكر:

- ← الذكاء .
- ← الدافعية.
- ← التنوع.
- ← المكافأة.
- ← مطالعة سير المبدعين.
- ← المناخ الاجتماعي.
- ← المثابرة في العمل.
- ← الخيال الإبداعي.³⁵

6- مقومات الابداع داخل الجامعة :

هنالك العديد من المقومات التي هي أساس الابداع لدى الطالب الجامعي, و من هذه المقومات نذكر:

✓ الانتماء الى المؤسسة الجامعي:

اي شعور الطالب الجامعي بانتمائه الى جامعته التي يدرس بها, و يأتي هذا الشعور اذا توافق شعور الابداع لدى الطالب من أجل تحقيق أهدافه, و اللحاق بكل متطلباته البيداغوجية, و الاستفادة من التكوين الجامعي على أكمل وجه, مع ما تطرحه الجامعة التي يدرس بها.

و يكون خلق هذا الشعور من خلال رغبة الطالب في التجديد و الابداع, و توفير و اعطاء المؤسسة الفرص الجيدة السانحة لهم بتحقيق توافق فيها بينهما, أي الطالب و متطلباتها.

✓ العمل بروح الفريق:

و يقصد بروح الفريق تعاون طلبة الجامعة فيما بينهم, بالإضافة الى تفاهم مؤسسة الجامعة مع الطلبة. ان مساهمة الطلبة و هيئة التدريس على التكاتف فيما بينهم من أجل الرقي بمصلحة الجامعة, و يتيح أيضا للطلبة على تفجير مواهبهم, و إبداعاتهم, و السعي الى تبادل الخبرات.

بالإضافة الى إتاحة الفرصة للجميع من أجل المشاركة في الرأي و إبداءه, من أجل أفضل الحلول المبدعة.

✓ حل المشكلات بأسلوب إبداعي:

³⁴ Lubart, T., Mouchiroud, C., Tordjman, S. et Zenasni, F. (2015). Psychologie de la créativité (2e éd.). Armand Colin. (Ouvrage original publié en 2003).

³⁵ حسني محمود عبد الغني محمد, مرجع سبق ذكره, ص ص 366-367-368-369.

و هو التفكير خارج المربع, و بقصد به إتاحة الفرصة للطلاب الجامعي من أجل إيجاد أنجع الحلول للمشكلات بطريقة فريدة, و ذلك من خلال ربط الأحداث و الأفكار التي لا تكون متصلة أصلا ببعض, و من أكثر من مصدر, و عدم إتباع القوانين الروتينية التي تحد من الفكر الإبداعي.

✓ التنظيم اللامركزي:³⁶

توفير جو الابداع للطلاب الجماعي, و الديمقراطية و اللامركزية التي تحث و تساعد على المرونة و الاستقلالية في الأفكار الإبداعية.

لذلك يجب أن يكون هناك تفاعل بين أفراد المؤسسة, و على الجامعة خاصة بناء تنظيم لا مركزي من أجل كسر الروتين و دفع روح المبادأة و الابداع لدى كل المؤسسة.

✓ الحوافز:

كل المنظمات أو المؤسسات التي لقت نجاعة في إبداع أفرادها كانت تعتمد أسلوب التحفيز, المادي أو المعنوي.

و الحوافز آلية جيدة تستخدمها الجامعة للطلاب من أجل الأداء بروح عالية و ايجابية, بالإضافة الى أنه يؤدي الى إشباع متطلباتهم, و خلق روح الابداع لهم.

و تختلف الحوافز المادية عن الحوافز المعنوية, فيقصد بالحوافز المادية الهدايا و المكافآت المادية المختلفة, أما الحوافز المعنوية فهي عبارات التشجيع, و التحبيذ, و التأييد اللفظي, و قد أثبتت الدراسات أن الحوافز المعنوية لها تأثير ايجابي أكثر من الحوافز المادية.

✓ خلق الثقة داخل المؤسسة:

إذا لم تكن هناك ثقة بين أفراد المؤسسة فسيخلق جو من الخوف من العقاب في حالة الفشل, فوجود الثقة داخل المؤسسة الجامعية يرفع من المعنويات لدى أفرادها, و يشجعهم على الابداع, و طرح الأفكار الجديدة, و بروز روح التعاون بينهم.

✓ الإنصات الجيد لأفكار الطالب و أقواله:

- إظهار الاحترام, و عدم التقليل من قيمة الطالب الجامعي, و التعامل معه كما يجب أن يكون, و خاصة من قبل هيئة التدريس.

-التشجيع و الإيمان بقدرات الطالب الجامعي و بما سيقدمه.

³⁶ رانيا قدرى أحمد مرجان, مرجع سبق ذكره, ص ص 748- 749- 750.

-تفادي النقد اللاذع, لكي لا يفقد الثقة بنفسه.³⁷

7- فعالية الاتصال و أثره على الابداع:

الاتصال الفعال بين الأفراد في المؤسسات هو سبب تقدمها , ولكي ترقى المؤسسات لابد من عنصر الابداع , فالتفاعل بين أفراد المؤسسة مبني على الاتصال الفعال الذي يخلق جوا للإبداع, وبذلك فهما متكاملان , ومن أثر الاتصال الفعال على الابداع نذكر :

٤٥ أثر الاتصال النازل على الإبداع:

الاتصال النازل وهو انتقال المعلومات من أعلى المستوى الهرمي إلى أدناه , لذا يجب على المدير أن يكون ملما بكامل المعلومات الخاصة بالعاملين هذا حتى يستطيع الرد على تساؤلاتهم , فالمدير الناجح هو الذي يمتلك في شخصيته الحساسية بالمشكلات من خلال التنبؤ بالمخاطر قبل حدوثها من أجل وضع إجراءات مناسبة ووضع حلول مناسبة في الوقت المناسب , ويجب عليه التحلي بقبول المخاطرة في حل المشكلات وذلك باتخاذ قرارات حاسمة في القضايا التي يواجهها , من خلال الاجتماعات , اللقاءات وجها لوجه , والمكالمات الهاتفية والمذكرات المكتوبة والتوجيهات , الملصقات والمطبوعات والتقارير السنوية...الخ , فهذا المستوى من الاتصال له دور فعال في تطوير عنصر الابداع لدى المدير.

38

٤٦ أثر الاتصال الصاعد على الإبداع :

وهو الاتصال من المستوى الأدنى الى الأعلى , ويتضمن المعلومات التي تستدعي التدخل لحل المشكلات التي تعترض التنفيذ، فالإبداع لا يحدث بشكل عفوي، وتنميته يحقق التفوق للمنظمات , من خلال العمل على التنمية والتجديد المستمر لاستراتيجيات وأساليب العمل بالمؤسسة , و بالتالي ارتفاع مستويات الرضا و الولاء والانتماء لدى العاملين وتهيئة الفرص للإبداع والابتكار في ظل المناخ التنظيمي المشجع على ذلك .

٤٧ أثر الاتصال الأفقي على الابداع :

³⁷ رانيا قدرى أحمد مرجان, مرجع سبق ذكره, ص ص 748-749-750-751.

³⁸ حمزة بعلي , محمد بنية و آخرون , مرجع سبق ذكره , ص 108

الاتصال الأفقي هو الاتصال الذي يكون بين الوحدات التنظيمية المتكافئة في التدرج الهرمي بالمؤسسة , فهو يحقق التنسيق الجيد بين هاته الوحدات ، ويظهر من خلال المرونة في تبادل وجهات النظر وطرح ومناقشة الأفكار بين الأفراد فيما بينهم , وبالتالي قبول آراء الآخرين و تحقيق الفعالية، و بالتالي الاتفاق في الرأي الراشد . 39

الإطار الميداني

الفصل الرابع:

عرض و تحليل نتائج الدراسة الميدانية

- 1- عرض و تحليل النتائج
- 2- مناقشة و تفسير النتائج

عرض و تحليل نتائج الدراسة الميدانية:

بناء على التسلسل المنهجي سننتقل تدريجيا من الجانب النظري إلى الجانب الميداني , و سوف نتعرف في هذا الفصل من الدراسة على المنهج المتبع في هذه الدراسة بالإضافة إلى الأدوات المستخدمة والمتمثل في الاستبيان.

٤٥ أولا : تفرغ البيانات في الجداول البسيطة

انطلاقا من التساؤل الذي عملت هذه الدراسة على الإجابة عليه والمتمثل في فاعلية الاتصال في النوادي الطلابية و علاقتها بتتمية الابداع , دراسة حالة على النادي الاعلامي , تم تصميم استبيان و توزيعه على عينة الدراسة البالغ عددهم (42) , وبعد استرجاعها و فحصها لم يستبعد أي منها نظرا لتحقيقها شروط الإجابة الصحيحة , و من ثم تفرغها و تحليلها .

جدول رقم (1): يوضح إجمالي عينة الدراسة

العينة	الاستمارات الموزعة	نسبة التوزيع الى حجم العينة	الاستمارات المستردة	نسبة الاسترداد الى حجم العينة
أعضاء النادي الاعلامي	42	% 100	42	% 100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة استجابة عينة الدراسة بلغت 100% , وهذا يعود الى استلام جميع الطلبة الى اختيار العينات قصدا و التأكد من جميع الطلبة الإجابة لجميع الأسئلة .

خصائص العينة:

فيما يلي عرض لخصائص عينة الدراسة طبقاً للمتغيرات الديموغرافية :

جدول رقم (2) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس :

الجنس	العدد	النسبة المئوية %
الأنتى	25	%59.53
الذكر	17	%40.47
المجموع	42	%100

يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية للإناث هي الأعلى، حيث بلغت النسبة المئوية للإناث (59.53%) باعتبار ان الإناث أكثر رغبة في الانضمام للنادي الطلابية مقارنة بالذكور التي تبلغ نسبتهم المئوية (40.47 %).

جدول رقم (3): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي:

نتطرق فيما يلي الى خصائص مبحوثي عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي، و النتائج الموضحة في الجدول

المستوى الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
ليسانس	31	% 73.81
ماستر	11	% 26.19

يشير الجدول أعلاه الى توزيع مفردات عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي ، ويشاهد بصورة جلية من خلال استعراض التكرارات لجميع مفردات عينة الدراسة تمركزها حول المستوى الدراسي (ليسانس) ، حيث بلغت نسبة مفردات عينة الدراسة في تلك الفئة %73.81 كأكبر نسبة مئوية، بينما العينة (26.19%) كانوا في المستوى الدراسي (ماستر).

المحور الأول: الاتصال و فاعليته :

جدول رقم (4): نظام فعال للاتصال و مفتوح بين كافة أفراد النادي الاعلامي، و الجامعة

الإجابات	النسبة المئوية
نعم	% 54.76
لا	% 33.33

كانت إجابات العينة كالتالي:

نسبة %54.76، كانت إجاباتها ب (نعم)، أي أنه يتوفر نظام فعال للاتصال و مفتوح بين كافة أفراد النادي الاعلامي، و الجامعة، و نسبة مقدره ب33.33% اجابتها كانت ب (لا) ، أي انه لا يتوفر ذلك.

جدول رقم (5): توظيف واستخدام الاتصال الالكتروني من أجل تقليص الوقت والجهد في النادي الاعلامي

الإجابات	النسبة المئوية
----------	----------------

نعم	% 100
لا	% 00

كانت النسبة كاملة مقدرة ب 100% , تأكد توظيف الاتصال الالكتروني من أجل تقليص الجهد و الوقت, و من الوسائل المستخدمة لذلك: مواقع التواصل الاجتماعي, الفيسبوك, الأنستغرام, الوات ساب, التيليجرام, البريد الالكتروني.

جدول رقم (6): الاتصال بين أعضاء النادي الاعلامي داخل أو خارج أوقات النشاطات لتبادل الأفكار من أجل أداء أفضل للنادي

الإجابات	النسبة المئوية
نعم	% 100
لا	% 00

كانت النسبة كاملة مقدرة ب 100% , بحيث أن النادي يعتمد على التواصل داخل و خارج أوقات النشاطات من أجل تبادل الأفكار, و من أجل أداء أفضل للنادي, و في شرحهم لذلك, كانت إجابات بعض أفراد العينة كالتالي:

- يوجد اتصال وذلك لتعزيز الثقة بينهم وتبادل الأفكار خاصة في النشاطات الثقافية المراد انجازها.
- وذلك لتمتية الأفكار وتبادلها وتحليلها والأخذ بالأفكار الجيدة والعمل بها.
- عبر المسنجر عبر مجموعة خاصة بالنادي والتي يتم فيها طرح مواضيع و أفكار و مقترحات.
- يتم عن طريق اجتماع منظم من طرف رئيسة النادي أو نوابه عبر الفيسبوك أو داخل مقر النادي.
- وذلك بفتح مجموعات مسنجر لإدراج أفكارنا ومناقشتها لنتوصل الى أفضل النتائج.
- طرح الأفكار النادي خارج أوقات النشاط عبر وسائل التواصل الاجتماعي .
- مثلا التعرف على بعض المفاهيم خاصة في مجال الاعلام وشرحها تبادل كل ما هو جديد في الساحة الاعلامية ومناقشته أخبار ،معلومات رياضية ..
- عادة ما نتناقش في أمور كيفية تسيير النادي و النشاطات و أيضا الأمور الشخصية كالاتصال في انجاز البحوث
- التحاور حول البرامج المقدمة أو التطوير فيها ومنح أفكار جديدة .

- من خلال التواصل اي شخص يطرح فكرة داخل مجموعة مسنجر أو واتساب نقوم بمناقشتها بالتفصيل .
- بالتحضير للنشاطات التي ستقام مستقبلا و تقييم النشاطات القديمة و إعداد البرنامج.

جدول رقم (7) : فاعلية الإتصال مرتبطة بالأداء الداخلي لطلبة النادي الاعلامي

الإجابات	النسبة المئوية
نعم	85.70 %
لا	14.30 %

قدرت نسبة العينة التي أجابت بنعم 85.70 %، يعني أن فاعلية الاتصال مرتبطة بالأداء الداخلي لطلبة النادي الاعلامي، فيما أجاب 14.30 % من أفراد العينة بأنه لا يرتبط الأداء الداخلي لطلبة النادي الاعلامي بفاعلية لاتصال.

جدول رقم (8) : استخدام النادي الاعلامي عوامل فاعلية الإتصال لاستقطاب الطلاب

الإجابات	النسبة المئوية
نعم	100 %
لا	00 %

يستخدم النادي الاعلامي عوامل فاعلية الاتصال لاستقطاب الطلاب، و ذلك من خلال إجابات العينة المقدره ب 100% بالإيجاب، و من هذه العوامل تم ذكر:

- ✓ تتمثل في وضع مسابقات مثلا أو رحلات ويتم ذلك بالتسجيل عبر البريد الالكتروني وهكذا.
- ✓ من خلال مصداقية الأخبار والأحداث التي يزود بها الجمهور ويعمل على استقطاب أكبر عدد ممكن من الجمهور.
- ✓ عرض أهم الميزات التي سيحضون بها عند الانخراط في النادي.
- ✓ عن طريق عرض عمل النادي ونشاطاته.
- ✓ وذلك بنشر فعاليات النادي ونشاطاته في صفحاته الرسمية.
- ✓ مثل التعريف بالنادي ونشاطاته من خلاص. صفحاته عبر مواقع التواصل الاجتماعي .
- ✓ مشاركة الطلاب في عدة دولارات تدريبية.
- ✓ من خلال نشر معظم النشاطات التي يقوم بها النادي على مواقع التواصل الإجتماعي مما يؤدي إلى زيادة رغبة الطلاب في الانضمام إليه.

✓ من خلال النشاطات داخل الجامعة والأبواب المفتوحة.

جدول رقم (9): يوضح اعتبار النادي الاعلامي جزءا من إحياء مشاريع تنمية الرأس مال البشري في المؤسسات الجامعية ؟

الإجابات	النسبة المئوية
نعم	76.19 %
لا	23.81 %

من خلال بيانات الجدول أعلاه, فان 76.19% من أفراد العينة اعتبروا أن النادي الاعلامي يعتبر جزءا من إحياء مشاريع تنمية الرأس مال البشري في المؤسسات الجامعية, فيما نفت ذلك نسبة مقدرة ب 23.81% من العينة.

جدول رقم (10): يوضح فاعلية الإتصال مرهونة بفاعلية الإتصال الإداري لمديرية النشاطات الجامعية ؟

الإجابات	النسبة المئوية
نعم	76.19 %
لا	23.81 %

فاعلية الاتصال مرهونة بفاعلية الاتصال الاداري لمديرية النشاطات الجامعية حسب إجابة أفراد العينة المقدرة ب 76.19%, أما 23.81% من أفراد العينة لم وافقوا على أن فاعلية الاتصال مرهونة بفاعلية الاتصال الاداري لمديرية النشاطات الجامعية.

جدول رقم (11): يوضح تجلي فاعلية الإتصال ضمن النادي الاعلامي في الأداء الطلابي الكفاء لتسيير مختلف النشاطات و اتخاذ القرارات الفعالة وهذا بالاستشارات مع صناع القرار

الإجابات	النسبة المئوية
نعم	95.24 %
لا	4.76 %

من خلال البيانات الواردة و المتعلقة فاعلية الإتصال ضمن النادي الاعلامي في الأداء الطلابي الكفاء لتسيير مختلف النشاطات و اتخاذ القرارات الفعالة وهذا بالاستشارات مع صناع القرار ,يتضح لنا أن نسبة

كبيرة من المبحوثين أجابت بنعم, و قدرت النسبة بـ95.24%, و نسبة ضئيلة جدا مقدرة بـ4.76% أجابت ب لا.

المحور الثاني: النوادي الطلابية و تأثيرها على الطالب

جدول رقم (12): يوضح اهتمام الطلاب بالانضمام فعليا للنادي الاعلامي

الإجابات	النسبة المئوية
نعم	92.86%
لا	7.14%

اعتبر 92.86% من أفراد العينة, بأن الطلبة مهتمون بالانضمام للنوادي الطلابية و ذلك راجع الى:

- لمعرفة مهاراتهم وزيادة خبراتهم في كل المجالات المعروضة في النوادي الطلابية
 - لكي يتعلموا خبرة ذلك النادي ويأخذونها كتجربة في الحياة
 - وذلك بحثا عن مكان يخفف حدة الدراسة و تغيير للروتين
 - بسبب ضغوطات الدراسة والبحث عن التفوق
 - المشاركة في النشاطات و كل طالب يحب أن يترك بصمة له في الجامعة
 - للإبداع و إخراج مهارات الطلبة
 - تغيير الجو و ممارسة المهام بالتطبيق
 - لتطوير قدراتهم وإبراز مواهبهم
 - في الفترة الأخيرة أصبح جميع الطلاب يدركون القيمة العلمية لنوادي خاصة في الجانب التطبيقي وهذا ما يدفعهم للانضمام
 - للتجربة الشخصية في ميدان التخصص ، لإبراز مواهبهم و ميولاتهم ، لترفيه عن أنفسهم .
 - لتنمية مهارتهم و صقل مواهبهم وإعطاء لمستهم الخاصة والاندماج مع طلبة
 - لتحسين قدراتهم وتطويرها
 - من اجل اكتساب الخبرة والمهارة
- فيما اعتبرت نسبة 7.14%, بأن الطلبة غير مهتمين بالانضمام للنوادي الطلابية, بسبب اعتبارها مضيعة للوقت حسب رأي الأغلبية منهم.

جدول رقم (13): يوضح رئيس النادي الاعلامي يقوم باستخدام أساليب الجذب لاستقطاب الطلبة

الإجابات	النسبة المئوية
نعم	95.23%

لا	4.76%
----	-------

اعتبر أغلبية العينة و المقدره ب95.23% بأن رئيس النادي الاعلامي يقوم باستخدام أساليب الجذب من أجل استقطاب الطلبة, و ذلك من خلال:

- بتقديم حجج تبرهن سبب انضمامهم للنادي كزيادة قدرات الطالب وتنمية مهاراته.
 - ذلك من خلال مصداقيتهم في تعريف بالنادي ومجالاتها لاستقطاب أكبر عدد من الطلاب.
 - طريق نشر النشاطات و الأعمال التي يقوم بها النادي.
 - الحث على أهداف النادي و أهم أعماله طيلة السنة.
 - باستعمال أساليب الإقناع المتاحة.
 - عن طريق الشرح المفصل و الإشهار.
 - إنشاء دورات تهم الطالب.
 - من خلال أساليب الاتصال و المعاملة الجيدة.
 - عبر إعداد الدورات التكوينية و الخرجات التثقيفية ونشر معظم النشاطات والفعاليات التي يقوم بها النادي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
 - إعطاء الفرص.
 - و ذلك من خلال الأبواب المفتوحة للنادي الطلابية، نشر كل ما يخص الأنشطة التي تقوم بها النوادي على وسائل التواصل الاجتماعي.
 - من خلال طرح أفكار تخدم النادي والطالب معا.
 - و ذلك بتعريفهم على ما يمكنهم الحصول عليه في النادي و ما يكمن للنادي إضافته لهم.
 - يقوم بنشر خطط العمل والبرنامج المسطر للعمل وبعض الأعمال المنجزة سابقا.
- و النسبة المتبقية و المقدره ب 4.76% لم ترى ذلك.

جدول رقم (14) : يوضح تناسب التوزيع الزمني لدراسة الطالب مع برنامج نشاطات النادي الاعلامي.

الإجابات	النسبة المئوية
نعم	38.10%
لا	61.90%

اعتبر 38.10% من أفراد العينة بأن التوزيع الزمني لدراسة الطالب مع برنامج نشاطات النادي الاعلامي, و ذلك من خلال:

- حيث يتم ممارسة نشاطات النوادي الطلابية في فراغات التوزيع الدراسي وحتى وإن كان ذلك النشاط لا يتناسب مع توزيع الدراسة هناك مبرر للغياب لكي لا بتعرق الطالب ويوجد مشكل
- وذلك عن طريق جمع رئيس النادي التوزيع الزمني لكل الأعضاء وإيجاب وقت فراغ مشترك بينهم وجعلها يوم اجتماع لأعضاء النادي
- يتم صناعة البرنامج المقرر لنشاطات النادي من طرف رئيسة النادي و ذلك بمراعاة البرنامج الدراسي للأعضاء. و بالاضافة الى تسيير الشؤون الإدارية و التبوير على غيابه في ظروف الحصص التعويضية
- يمكن للطالب أن يوفق بين توقيت دراسته وتوقيت استراحته، فيمكنه استغلال أوقات الفراغ في نشاطات
- وذلك بتوزيع الطلبة أعضاء النادي للمشاركة في النشاطات الموجودة على حسب توزيعهم الزمني و نسبة مقدرة ب 61.90%, اعتبرت بأن التوزيع الزمني للدراسة لا يتناسب مع نشاطات النادي الاعلامي, و ذلك لأن:
- يتنافى التوزيع الزمني مع برنامج النشاطات.
- بعض النشاطات تكون في وقت دراسة الطالب.
- أحيانا كثيرة تتزامن نشاطات الجامعة والكلية مع برنامج للدراسي للطالب وهنا يتحتم عليه الاختيار بين حضور دروس أو الانضمام إلى نشاطه في النادي.
- هناك ضغط كبير في التوزيع الزمني وغالبا ما يتغيب الطالب من حصص لأجل القيام بنشاطاته لأن معظم النشاطات في أوقات الدراسة.
- عدم توافق الوقت , أي دائما إما يغيب الطالب عن الدراسة أو عدم حضورهم الى النشاط.
- لأنه هناك نشاطات تقام في الجامعة مثل المناسبات تكون في وقت الدراسة.
- لا يتناسب خاصة مع الضغط في البرنامج الدراسي.
- قد تكون وقت الدراسة خاصة الأعمال الموجهة.

جدول رقم (15) : يوضح توفير النادي الاعلامي جميع الوسائل و التقنيات اللازمة لتطبيق أنشطته على أرض الواقع

الإجابات	النسبة المئوية
نعم	7.14%
لا	92.86%

اعتبر أغلبية أعضاء النادي الاعلامي بأن النادي لا يتوفر على جميع الوسائل و التقنيات اللازمة لتطبيق أنشطته على أرض الواقع, و بلغت نسبتهم 92.86%.

- و من الوسائل الغير متوفرة حسب إجابات العينة, هي كالتالي:
- غياب أستوديو مجهز بكل تقنيات والوسائل الخاصة بالإعلام.
- غياب التمويل المالي.
- أجهزة إلكترونية تساعد في التصميم و الكتابة و المونتاج و أيضا أجهزة التصوير.
- غياب الحاسوب ومعدات التقديم كالميكروفون والكاميرات ملابس خاصة بالأنشطة وغيرها الكثير.
- غياب ورشات العمل ووسائل العمل.
- غياب أو نقص حاد في معدات التصوير.
- استوديوهات السمعى البصرى ،ميكروفونات احترافية ،إضاءة ... وغيرها .
- المعدات الخاصة بالتخصص كالكاميرا و الميكروفون و الحواسيب و الأستوديو و غيره.
- غياب المعدات يعيق العمل.
- يجب توفير وسائل الإعلام التي تستخدم في السمعى البصرى الكاميرا / الميكروفون/ أستوديو للتسجيل.

جدول رقم (16) : يوضح تأثير النادي الاعلامي على الطالب بالسلب أو الإيجاب.

الإجابات	النسبة المئوية
الإيجاب	97.62%
السلب	2.38%

بلغت نسبة العينة الذين يعتبرون بأن النادي الاعلامي قد أثر عليهم بالإيجاب 97.62% , و ذلك من خلال:

- تؤثر عليه بالإيجاب لأنها تبعده عن ضغط الدراسة بالترفيه والتطبيق على ارض الواقع.
- لأنه يأخذ خبرة من خلال ذلك انضمامه للنادي.
- تغييرها للروتين الطالب.
- لأنها تعلمه العمل الجماعي وتنظيم الوقت بين الدراسة والأنشطة التي يقوم بها.
- تنمية أفكاره اكتشاف مواهبه و تطويرها.
- زيادة ثقته بنفسه اكتساب مهارات جديدة اكتشاف ذاته ومواهبه تطوير مهارات التواصل الاجتماعي.
- تحفيز على الممارسة العملية.
- اكتساب المعلومات التعرف على أناس أكثر خبرة في المجال.

- مساعدة ومكاملة للتخصص الذي يدرسه الطالب، فهي تساعد في إثراء الرصيد المعرفي والثقافي للطالب.
- لأنها تسمح له بإبراز مواهبه والإبداع وخلق جو المنافسة بينه وبين زملاءه الطلبة.
- تمنح فرصة للطالب لإبراز مواهبه.
- تطوير المهارات الفردية و الجماعية.
- فالنادي هو الذي يظهر مواهب الطالب ويساعده حتى على تنميتها فأحيانا لا يعرف بأن لديه مواهب الى غاية دخوله في النادي ليكتشفها.
- و نسبة 2.38%، اعتبرت أن النادي الاعلامي قد أثر عليهم بالسلب، و ذلك من خلال
- اذا استغله الطالب في الغياب و عدم حضور الحصص.

جدول رقم (17) : يوضح تقدم إيجابي في شخصيتك كطالب بعد التحاقك بالنادي الاعلامي

الإجابات	النسبة المئوية
الإيجاب	97.62%
السلب	2.38%

- اعتبر أغلبية العينة و المقدره نسبتها ب97.62% بأنهم لاحظوا تقدم ايجابي في شخصيتهم كطلاب بعد التحاقهم بالنادي، و ذلك من خلال:
- من خلال تعلمي لتقنيات التصوير وأساليب التحرير الاعلامي.
 - الولوج و كسب خبرة في المجال الاعلامي.
 - وذلك باكتسابي لمختلف الخبرات بفضل الدورات العلمية داخل النادي.
 - طورت من قدراتي و استغللتها أحسن استغلال.
 - أصبحت أكثر ليونة واكتشفت مواهب عديدة و طورت من ذاتي.
 - أصبحت أدرك أن التطبيق مهم جداً خاصة في مجال الاعلام.
 - اكتشافي لموهبة الرسم و التمثيل و التصوير.
 - أصبحت أدرك الكثير من الأمور في مجال الاعلام والصحافة. ولقد تعلمت الكثير من الأساسيات، مثل التحرير الصحفي والتعليق الصوتي والتصوير الفوتوغرافي.
 - أصبحت أمارس هواياتي.
 - كسب خبرة و تجربة.
 - أيضا تصبح لك مكانة في المجتمع الطلابي و الاداري بصفتك طالب متميز في هذا النادي.
 - مثلا أنا اكتشفت موهبتي في التحرير من خلال حضوري للنشاطات وكتابتي لتقارير التغطيات.

- تحمل بعض المسؤوليات و اكتساب الثقة في النفس.
- فيما اعتبرت نسبة 2.38% بأنه أثر عليهم بالسلب, من خلال:
- لأن معظم أعضاء النادي لديهم مستوى واحد معي.

جدول رقم (18) : يوضح تساهم الأنشطة الطلابية في اكتشاف ميولات الطلبة واتجاهاتهم.

الإجابات	النسبة المئوية
نعم	%100
لا	% 00

اعتبرت كل العينة و بنسبة مقدرة ب 100% بأن النادي الاعلامي ساهمت أنشطته في اكتشاف ميولات الطلبة و اتجاهاتهم.

جدول رقم (19) : يوضح ممارسة أنشطتك الطلابية داخل كليتك فقط.

الإجابات	النسبة المئوية
نعم	%7.14
لا	% 92.86

فضل أغلبية أعضاء العينة ممارسة أنشطتهم الطلابية خارج الكلية, بنسبة قدرت ب 92.86%, و ذلك بسبب:

- وذلك لتعرف الجمهور وطلاب الكليات الأخرى.
- للاكتشاف أكثر و التنقف عن مجالات أخرى.
- فبعض الأنشطة تحتاج الى التجارب الاجتماعية خارج الجامعة.
- الاختلاط مع نوادي الجامعة ككل يكسب الطالب مهارات جديدة تجعله يندفع نحو السير الحسن في أدائه الأكاديمي وزيادة ثقته بنفسه تجعله يكسب معارف جديدة مع الطلبة والأساتذة والعمال.
- لكي تكتسب خبرة أكثر.
- يساهم في زيادة المعارف ويعطي مساحة أوسع للإبداع.
- أن المشاركة خارج الكلية تبرز شخصيتك و مواهبك لجميع الفئات من الجمهور و كسب الجمهور و التعرف على أماكن جديدة.
- أريد أن أمارس النشاطات الطلابية في جميع كليات الجامعة، أريد أن أكتشف و أتعرف على جميع الكليات.
- من أجل تبادل الأفكار ووجهات النظر.

- لكي تطور من مهاراتك يجب التحرك ومخالطة نوادي أخرى لتختلف الآراء ويزداد رصيدك المعرفي والعلمي والثقافي.
- في حين أن نسبة 7.14% من أفراد العينة فظلوا الأنشطة داخل الكلية, بسبب:
- بسبب القرب من مكان الدراسة.

جدول رقم (20): يوضح تأثير الأنشطة الطلابية على الدراسة.

الإجابات	النسبة المئوية
نعم	47.62%
لا	52.38%

اعتبرت نسبة من العينة و مقدرة ب 47.62%, بأن الأنشطة الطلابية تؤثر على الدراسة من خلال:

- التوقيت.
- تأثير ايجابيا على خبرات الطلاب التي اكتسبها.
- أصبح الطالب يستطيع التوفيق بين العمل و الدراسة..
- الغياب المتكررة تؤثر في العلامات الدراسية للطلاب
- يتحسن التحصيل الدراسي للطلاب.
- لأن توقيت النشاطات لا تتناسب مع البرنامج الدراسي وبالتالي الغياب المتكرر للطلاب عن الحصص الدراسية .
- تعلم الطالب إكمال مهامه المختلفة من نشاط و دراسة و التعامل مع الضغط بطريقة ذكية
- يمكنه التميز بين بقية طلبة فوجه لأنه يطبق العمل الاعلامي في النادي.
- فيما اعتبرت نسبة 52.38% من أفراد العينة بأن النشاطات لا تؤثر على الدراسة أبدا, و ذلك لأن:
- تقسيم المهام حيث كل طالب يشارك في وقت فراغه.
- يستطيع الطالب التوفيق بين النشاط و الدراسة بسبب تقاسم المهام بين الطلبة و التالي تجنب الغياب.
- حصول الطالب على نقاط ضعيفة اذا أكثر الغياب عن دروسه.

جدول رقم (21): يوضح النادي الاعلامي يمكن الطالب من كسب خبرة عملية تمكنه من الولوج لعالم الشغل.

الإجابات	النسبة المئوية
نعم	85.72%
لا	14.28%

من خلال إجابات العينة, اعتبرت نسبة 85.72%, بأن النادي الاعلامي يمكن الطالب من كسب خبرة عملية تمكنه من الولوج لعالم الشغل, فيما كانت النسبة الضئيلة و المقدرة بـ 14.28 % بأنه لا يكسب أي خبرة للولوج لعالم الشغل.

جدول رقم (22) : يوضح توجه الجامعة طلبة النادي الاعلامي لجهات خارج الإطار الجامعي من أجل توظيفهم.

الإجابات	النسبة المئوية
نعم	7.14%
لا	92.86%

نفت أغلبية العينة بأن الجامعة لا توجه طلبة النادي الاعلامي خصوصا و النوادي الطلابية عموما لجهات خارج الإطار الجامعي من أجل توظيفهم, و ذلك بنسبة قدرت بـ 92.86%, فيما أكدت نسبة 7.14% أن الجامعة توجه طلبة النادي الاعلامي للتوظيف.

المحور الثالث: الاتصال الفعال و علاقته بخلق الابداع:

جدول رقم (23) : يوضح تقدم الجامعة حوافز مادية أو معنوية للطلبة المشاركين في النوادي

الإجابات	النسبة المئوية
نعم	80.69%
لا	19.04%

من خلال نتائج الجدول أعلاه, فان نسبة 80.69%, يؤكدون بأن الجامعة تقدم حوافز مادية أو معنوية للطلبة المشاركين في النوادي, فيما أقرت نسبة 19.04% بأن الجامعة لا تقدم أي حوافز مادية كانت أو معنوية للطلبة المشاركين في النوادي.

جدول رقم (24) : يوضح المساهمة في وضع حلول بطريقة إبداعية للمشكلات في النادي الاعلامي

الإجابات	النسبة المئوية
نعم	85.72%
لا	14.28%

- يساهم 85.72% من مجموع عينة الدراسة في إيجاد حلول بطريقة إبداعية للمشكلات في النادي الاعلامي, و ذلك من خلال:
- من خلال تعرف على العراقيل أو المشاكل التي تواجه أعضاء النادي بوضع خطط بديلة لسيرورة النادي والنشاطات.
- وذلك بسبب أنني اكتسبت خبرات وتجارب ميدانية.
- اقتراح رأيي و وجهة نظري.
- بأخذ آراء من أعضاء النادي دون تهميش عضو من آخر.
- الاطلاع وفهم المشكلات جيدا يساهم في إيجاد حلول أكثر نجاعة.
- يتعاون أعضاء النادي لحل أي مشكلة بطريقة حضارية و منتظمة.
- التشجيع بمحاولة شكر الطلبة أصحاب الأفكار و محاولة نقد أفكارهم نقد ايجابي و محاولة تطبيقها على ارض الواقع.
- فيما كانت نسبة 14.28 % من العينة, لا يشاركون في إيجاد الحلول بطريقة إبداعية.

جدول رقم (25) : يوضح تشجيع مسؤول النادي الاعلامي على تبني الأفكار الإبداعية الغير واردة من قبل.

الإجابات	النسبة المئوية
نعم	90.48%
لا	9.52%

- يشجع مسؤول النادي الاعلامي على تبني الأفكار الإبداعية الغير واردة من قبل, هذا ما أكده أغلبية العينة و ذلك بنسبة 90.48%, و ذلك عن طريق:
- مناقشة أفكار أعضاء النادي وتبني الأفكار الجيدة والأخذ بها.
- طريق تشجيعهم للأفكار الإبداعية .
- وذلك عند مشاركة الأفكار بين مجموعة طلبة مبدعين في المجال الذي ناقشه وذلك يولد لنا أفكار أكثر إبداعية يتم تبنيها من بعضنا البعض.
- مسؤولي النوادي يتبنون الأفكار التي يرونها أنهم تتركهم في المراتب الأولى في صورة.
- من أجل تطوير النادي وعدم تكرار النشاطات السابقة.
- غالبا ما تكون الأفكار الإبداعية الجديدة أكثر نجاحا في نشاطات النادي لذلك يوافق مسؤول النادي على هذه الأفكار .
- فيما نفت نسبة 9.52%, أي تشجيع لمسئول النادي الاعلامي على تبني الأفكار الإبداعية.

جدول رقم (26): يوضح طريقة الإتصال في النادي الاعلامي مساعدة على خلق جو الابداع.

الإجابات	النسبة المئوية
نعم	95.24%
لا	4.76%

اعتبرت نسبة عالية من العينة بأن طريقة الاتصال في النادي الاعلامي مساعدة على خلق جو الابداع, و بلغت نسبتها 95.24%, و تم شرح ذلك في الأتي:

- لكي تتعرف على طرق وأفكار لم تعرفها من قبل تتعرف عليها من خلال الابداع.
 - وذلك لتوفر الجو الملائم و ثقافة الإتصال.
 - وذلك عند مشاركة الأفكار بين مجموعة طلبة مبدعين في المجال الذي تناقشه وذلك يولد لنا أفكار أكثر إبداعية تتبنوها من بعضنا البعض.
 - في الاجتماعات التي يقوم بها أعضاء النادي و كل طالب يقوم بطرح أفكاره.
 - روح الجماعة والمشاركة تساهم في الإبداع من خلال المناقشة وهذا من اجل التصويب في حالة للخطأ.
 - بالتحاور والأخذ والرد في الأفكار.
 - يشجع النادي على الأفكار الإبداعية والمميزة ويرفض التقليد.
 - بالمشاركة في الأفكار بين أعضاء النادي يظهر أفكار جديدة إبداعية.
- فيما اعتبرت نسبة ضئيلة جدا مقدرة ب 4.76% بأن طريقة الاتصال في النادي الاعلامي غير مساعدة على خلق جو للإبداع, لأن:
- قلة الاجتماعات لا تخلق جو إبداعي.

جدول رقم (27): يوضح مواكبة الطالب العضو في النادي الاعلامي إبداعه مع مجريات الحياة اليومية

الإجابات	النسبة المئوية
نعم	78.57%
لا	21.43%

ان إبداع الطالب العضو في النادي الاعلامي لا يتعارض مع مجريات حياته اليومية, هذا ما أقرته نسبة 78.57% من عينة الدراسة, أما نسبة 21.43% من عينة الدراسة أكدت غير ذلك, و ذلك بسبب العوائق التالية:

- نقص العتاد.
- عدم توفر الإمكانيات.
- لان الحياة اليومية عكس ميولات وإبداع الطالب.

جدول رقم (28) : يوضح قيام الطالب العضو في النادي الاعلامي بإتيان بأفكار جديدة و مغايرة عن زملاءه وغير مألوفة

الإجابات	النسبة المئوية
نعم	88.09%
لا	11.91%

يقدم أغلبية أعضاء النادي الاعلامي, أي عينة الدراسة أفكار جديدة و مغايرة و غير مألوفة من أجل روح الابداع, و بلغت النسبة 88.09%, أما نسبة 11.91 % فلم تعتبر نفسها مبدعة في الأفكار.

جدول رقم (29): يوضح قيام الجامعة بالتكفل بالطلاب المبدعين وتشجيعهم.

الإجابات	النسبة المئوية
نعم	95.24%
لا	4.76%

أقرت جل العينة, حيث بلغت نسبتها 95.24% بأن الجامعة تتكفل بالطلاب المبدعين و تشجعهم, وذلك من خلال:

- تكريمهم وتحفيزهم بهدايا أو برحلات مجانية لتشجيعهم على الابداع.
- عن طريق تقديم هدايا و شهادات تكريماً للطالب.
- وذلك عندما يقوم الطالب هو في حد ذاته بالتشهير بنفسه في الشيء الذي أبدعه فتقوم الجامعة بمساعدته مثل طلبة أصحاب المواهب في التعليق الصوتي يتم استدعائهم في الملتقيات الوطنية لتنشيطها .
- تنظيم المسابقات و الخرجات العلمية.
- بمنح الفرص بالمشاركة في المسابقات الجامعية.
- يكون التشجيع بمحاولة توفير المعدات اللازمة من اجل تطوير الطالب و تسهيل الإجراءات من اجل المشاركة في المحافل و المسابقات الوطنية.
- من خلال منحهم التشجيع والدعم من اجل إبراز مواهبهم.

أما من نسبة 4.76 %، فقد نفت ذلك.

جدول رقم (30) يوضح إمكانية تحمل مسؤولية نشاط ما في النادي الاعلامي.

النسبة المئوية	الإجابات
97.62%	نعم
2.38 %	لا

يمكن لنسبة 97.62% من العينة تحمل مسؤولية نشاط ما في النادي الاعلامي، فيما أقرت نسبة 2.38% بأنهم لا يستطيعون ذلك، و ذلك من خلال:

- اقتراح حلول لتلك المشاكل التي تعرقه.
- عن طريق التنسيق بين الطلبة داخل النادي و تكليف كل شخص بمهمة معينة.
- مع زملائي أعضاء النادي الإعلامي نقوم بالتنظيم سويا.
- التعود على النشاطات والمشاركة فيها علمنا تحمل المسؤولية.
- من خلال التسيير الحسن لوظيفة كل عضو في النادي.
- يعني أتحمل المسؤولية و أوافق على تحملها اذا كنت قادرة عليها و اذا كان لا أتجنبها من الأول (حسب قول أحد الأفراد) .

جدول رقم (31) : يوضح القدرة على التفكير في الحلول بديلة عند الوقوع في مشكلة ما

النسبة المئوية	الإجابات
50%	نعم
50%	لا

تناصفت إجابات العينة في قدرتهم على إيجاد حلول بديلة عند الوقوع في مشكلة ما، فقد بلغت نسبة 50% لكلا الاقتراحين.

جدول رقم (32) : يوضح تجنب التقليد الأعمى والروتين في القيام بالنشاطات في النادي الاعلامي.

النسبة المئوية	الإجابات
99%	نعم
1%	لا

أشار أغلبية العينة الا أنهم يتجنبون التقليد الأعمى و الروتين في القيام بنشاطاتهم في النادي الاعلامي, حيث بغت نسبة 99% منهم من يرون بأن الروتين قاتل للإبداع, و أن التقليد وليد الفشل. فيما كان لنسبة 1% رأي آخر, باعتبارهم لا يتجنبون التقليد الأعمى و الروتين أثناء قيامهم بالنشاطات في النادي الاعلامي.

العوائق التي تخص العملية الاتصالية و التي تؤثر على تفعيل الابداع في النادي الاعلام.

- عدم أخذ آراء و أفكار بعض الطلبة بعين الاعتبار.
- الحواجز الفردية من لغة أو اختلافات الشخصية أو اختلافات إدراكية أو الخوف من الرفض .
- عدم توفر الإمكانيات المادية .
- الاحتراق النفسي و عدم التوازن في تقسيم المهام و بالتالي تراجع مستوى الفاعلية و الأداء و الابداع داخل النادي .
- الخجل.
- عدم تلقي التحفيز الذي يزيد من معنويات الطالب للأفضل
- ضعف مهارات التواصل لدى الطالب .

٤٥ ثانياً: مناقشة و تفسير نتائج الدراسة

من خلال دراستنا التي تم انجازها والمعونة ب: فاعلية الاتصال في النوادي الطلابية و علاقتها بتنمية الابداع - دراسة حالة على النادي الاعلامي, و في ضوء نتائج الدراسة الميدانية مع حالات الدراسة

توصلنا إلى الإجابة على تساؤلات الدراسة و المتمثلة في:

- هل تظهر فاعلية الإتصال في النادي الاعلامي ؟
 - هل يؤثر النادي الاعلامي على الطالب الجامعي؟
 - ما هو الدور الذي يلعبه الاتصال الفعال في خلق الإبداع داخل النادي الاعلامي ؟
- ← و كانت الإجابة على التساؤل الأول, بأنه نعم تظهر فاعلية الاتصال في النادي الاعلامي , و ذلك من خلال إجابات المحور الأول من الاستمارة, فقد اعتبر نسبة 54.76% من العينة أن النادي الاعلامي يتوفر على نظام فعال للاتصال و مفتوح بين كافة أفراد النادي الاعلامي, و الجامعة, و تظهر فاعلية الاتصال في أن النادي يعتمد على التواصل داخل و خارج أوقات

- النشاطات من أجل تبادل الأفكار, و من أجل أداء أفضل للنادي, و يستخدم عوامل فاعلية الاتصال لاستقطاب الطلاب, و ذلك من خلال هذه العوامل:
- ✓ تتمثل في وضع مسابقات مثلا أو رحلات ويتم ذلك بالتسجيل عبر البريد الالكتروني وهكذا.
 - ✓ من خلال مصداقية الأخبار والأحداث التي يزود بها الجمهور ويعمل على استقطاب أكبر عدد ممكن من الجمهور.
 - ✓ عرض أهم الميزات التي سيحضون بها عند الانخراط في النادي.
 - ✓ عن طريق عرض عمل النادي ونشاطاته.
- ← أما بالنسبة للتساؤل الفرعي الثاني, فيتأثر الطالب بالنادي الطلابية عموما, و النادي الاعلامي خصوصا بالسلب و الإيجاب, فمن خلال تحليل بيانات الاستمارة تبين أن:
- 97.62% نسبة من أفراد العينة, يعتبرون بأن النادي الاعلامي قد أثر عليهم بالإيجاب, و ذلك في تنمية شخصيتهم, و إعدادهم لسوق العمل, بالإضافة الى:
- تؤثر عليه بالإيجاب لأنها تبعده عن ضغط الدراسة بالترفيه والتطبيق على ارض الواقع.
 - تغييرها لروتين الطالب.
 - لأنها تعلمه العمل الجماعي وتنظيم الوقت بين الدراسة والأنشطة التي يقوم بها.
 - تنمية أفكاره, اكتشاف مواهبه و تطويرها.
- و بالنسبة للذين يعتبرون بان الانضمام للنادي الطلابية تعود عليهم بالسلب, لأنهم يعتبرون أن الانضمام إليها مضيعة للوقت, و تساعد الطلبة في اعتبار نشاطات النادي ذريعة لعدم حضور الحصص الدراسية.
- ← أما بالنسبة للتساؤل الفرعي الثالث, الذي يبحث في الدور الذي يلعبه الاتصال الفعال في خلق الإبداع داخل النادي الاعلامي, فقد اعتبر بأن الاتصال الفعال في النادي الاعلامي له دور فعال في خلق الإبداع, فحينما يكون هناك الحساسية بالمشكلات من خلال التنبؤ بالمخاطر قبل حدوثها من أجل وضع إجراءات مناسبة ووضع حلول مناسبة في الوقت المناسب, ويجب عليهم داخل النادي التحلي بقبول المخاطرة في حل المشكلات وذلك باتخاذ قرارات حاسمة في القضايا التي يواجهونها, من خلال الاجتماعات, اللقاءات وجها لوجه, والمكالمات الهاتفية والمذكرات المكتوبة والتوجيهات, بالإضافة الى العمل على التنمية والتجديد المستمر لاستراتيجيات وأساليب العمل بالنادي, و بالتالي ارتفاع مستويات الرضا و الولاء وتهيئة الفرص للإبداع والابتكار في ظل المناخ التنظيمي المشجع على ذلك.

النتائج النهائية:

ان اعتمادنا في دراستنا الحالية على منهج دراسة حالة, بالاضافة الى الاستبيان المبني من أجل الدراسة, ساعدنا في الوصول الى إجابة تساؤل الدراسة المتمثل في:

كيف تساهم فاعلية الاتصال في تنمية الابداع للنادي الاعلامي؟

خلصت الدراسة الى أن العامل المهم بين الابداع و النوادي الطلابية هو الاتصال الفعال, فهذا الأخير يلعب دورا أساسيا في الربط بينهما, أي تبادل البيانات و المعلومات بالطريقة السليمة, و وصول الرسالة من المرسل الى المرسل إليه بالصيغة الصحيحة, و حددت أهداف الدراسة كآتي:

- 1/ محاولة معرفة الطرق التي تظهر بها فاعلية الإتصال في النادي الاعلامي .
 - 2/ معرفة مدى تأثير النادي الاعلامي على الطالب الجامعي.
 - 3/ معرفة وفهم الدور الذي يلعبه الاتصال الفعال في خلق الإبداع داخل النادي الاعلامي .
- ان هناك العديد من الطرق التي تظهر بها فاعلية الاتصال في النادي الاعلامي , فالتواصل الجيد بين أعضاء النادي, و التشاور و التفاهم, و إبداء الرأي في كل معضلة, بالاضافة الى التشارك في حل المشكلات بطرق إبداعية و خلاقية و غير متناولة من قبل, تساعد على اندماج أكثر للنادي و رقيه. بالاضافة الى احترام التسلسل الهرمي لسلطة النادي, دون أن ننسى أن شخصية المسؤولين يجب ان تكون منفتحة على الأفكار الإبداعية, و التغيير, و بعيدة كل البعد عن كل ما هو روتيني و ممل. و كون النوادي الطلابية منتشرة و بقوة في الآونة الأخيرة, وجد أيضا أن لها تأثير كبير على الطالب الجامعي و بصفة كبيرة و جليلة بطريقة ايجابية, و من هاته الايجابيات نذكر:
- لها تأثير ايجابي على احترام الذات و الرضا عن الحياة و العمل.
 - لها دور رئيسي في اكتشاف و صقل مواهب الطلبة.
 - التواصل من أجل مستقبل مهني.
 - خلق جو المنافسة و العمل الدءوب.
 - تنمية شخصية الطالب الجامعي.

من خلال دراستنا وجدنا بأن النوادي الطلابية بعددها و اختلافها لا تستقطب الطلبة الا اذا كانت تتميز بالإبداع, فعند تحقيق نقطة الاتصال الفعال في النوادي الطلابية, لا بد و أن يخلق الجو المناسب للإبداع, فرغبة الطالب في التجديد و الابداع, و توفير و اعطاء المؤسسة الفرص الجيدة السانحة لهم يتحقق توافق فيها بينهما, و هذا ما يخلق له شعور الانتماء للمؤسسة التي يكون بها.

خاتمة

يعتبر الاتصال همزة الوصل داخل أي مؤسسة حيث يربط بين فروعها و أفرادها لذا يعد المحرك الرئيسي لنشاطها, و الاتصال الفعال أو كما يطلق عليه فعالية الاتصال دور هام في كل منظمة, فجل المنظمات الناجحة و التي بدورها تعتبر مثالا رائدا لمثيلاتها مبنية على أسس صحيحة للاتصال وذلك من خلال لا التقريط أو المبالغة فيه أو إعتبار الإتصال غاية في حد ذاته. و لكون النوادي الطلابية أوجدت لنفسها مكانة في الساحة الجامعية, دفعت بعجلة التغيير للجامعة ككل, و للطلاب بالأخص. فما نراه في النوادي الطلابية من صنع طلاب تلك الجامعة لا غير, فعالم النوادي الطلابية يمهد الطريق لمنتسبيها لعالم الشغل بجدده و لعبه, و هذا ما تم عرضه من نتائج استمارة دراستنا من الايجابيات الجمة التي تطرق إليها أفراد العينة بعد انضمامهم للنادي الاعلامي . و نتيجة لتزايد طموحات الطالب الجامعي, و كل عضو في النوادي الطلابية ككل, النادي الاعلامي خصوصا, و تعدد حاجاته و تنوعها, أصبح لا بد من بروز عنصر الابداع, الذي أصبح من السمات و الصفات المهمة لأي مجموعة ناجحة. من خلال دراستنا, تم التوصل الى أن فعالية الاتصال لا بد و أن تكون في النوادي الطلابية, لأنها هي أساس الابداع.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

المراجع العربية:

1. أسامة خيري, إدارة الابداع و الابتكار, دار الريبة للنشر و التوزيع, 2012.
2. أسماء حسن عمران حسن, الأندية الطلابية كآلية لبناء قدرات الشباب الجامعي, مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية, العدد 11, جامعة الفيوم.
3. أمين عبد الله محمد اليزيدي, علي أحمد اليزيدي الجاوري, أسس الاتصال الفعال عند الجاحظ. حوليات الآداب و العلوم الاجتماعية, الحولية السابعة و الثلاثون, السودان, 2017.
4. بن خالد حمزة, فاعلية الاتصالات الإدارية وفق مبادئ العلاقات الإنسانية و انعكاساتها على كفاءة الأداء لدى العاملين في المؤسسات الرياضية, أطروحة دكتوراه, معهد التربية البدنية و الرياضية, جامعة الجزائر 3, 2020.
5. حسني محمود عبد الغني محمد, واقع إدارة الابداع لدى مديري المدارس بالحلقة الأولى من التعليم الأساسي في مصر, مستخلص بحث من رسالة ماجستير التربية, مصر, 2018.
6. حقيبة انجاز الاتصال التعليمي, كلية التربية, قسم التربية الخاصة, جدة, 2019.
7. حمزة بعلي , محمد بنية و آخرون , أثر عمليات الاتصال التنظيمي على ابداع العاملين في مؤسسات التعليم العالي , دراسة عينة على جامعات الجزائر , كجلة التنمية و الاستشراق للبحوث و الدراسات , المجلد 04, العدد 07 , ديسمبر 2019 , الجزائر .
8. رانيا قدرى أحمد مرجان, مقومات الابداع لدى طلبة الجامعة, مجلة كلية التربية, العدد 10, مصر, 2011.
9. سهيل فهد سلامة, نظم الاتصالات في المنظمات, مجلة الإدارة العامة, الرياض, العدد 46, 1985.
10. صلاح يوسف الأشقر, مدى فاعلية الاتصال في إدارة الأزمات بوزارة الداخلية و الأمن الوطني, رسالة ماجستير, كلية التجارة, قسم إدارة الأعمال, الجامعة الإسلامية, 2012.
11. عبيدي إيمان, الاذاعة المحلية و الوعي الصحي لدى الشباب الجامعي, مذكرة ماستر, كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية, جامعة أم البواقي, 2014.

12. لبوز الياس, دور الابداع الاداري في تحقيق التطوير التنظيمي, أطروحة دكتوراه, كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية, جامعة بسكرة, 2016.

13. مدحت محمد أبو النصر, مهارات الاتصال الفعال مع الآخرين, المجموعة العربية للتدريب و النشر, مصر, 2009.

14. مقترح القانون الأساسي للنوادي العلمية و الثقافية و الرياضية و الترفيهية و البيئية بجامعة محمد خيضر بسكرة.

15. نصر الدين رامول, دور النوادي العلمية في تهيئة طالب وأستاذ العلوم الإسلامية خلال المرحلة الجامعية, مجلة الشريعة و الدراسات الإسلامية, المجلد 13, العدد 2 جويلية 2022.

16. نعيمة بوكثوم, دور القيادة في تغيير المنظمات من خلال الابداع التنظيمي, أطروحة دكتوراه, كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير, جامعة الجزائر 03, 2016.

المراجع الأجنبية:

17. ستيف وايت, Guide to College Clubs & Organizations, تم الاطلاع عليه يوم: 04/2023/
<https://study.com/resources/student-clubs-and-organizations>

18. Amabile, 1983; Beghetto, 2005; Capron Puozzo, 2016; Csikszentmihalyi, 2006; Lubart et al. 2015; Richards, 2010; Runco et Jaeger, 2012; Sternberg et Kaufman, 2010.

19. Dictionary.com, LLC. "Effectiveness | Define Effectiveness at Dictionary.com." 23:65 على الساعة: 2023-04-01, تم الاطلاع عليه يوم:
<https://www.dictionary.com/browse/effectiveness>

20. Lubart, T., Mouchiroud, C., Tordjman, S. et Zenasni, F. (2015). Psychologie de la créativité (2e éd.). Armand Colin. (Ouvrage original publié en 2003).

الملاحق

ملحق رقم 01:

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية - قسم العلوم الإنسانية-.

تخصص: اتصال و علاقات عامة.

استمارة بحث حول:

فاعلية الاتصال في النوادي الطلابية و علاقتها بتنمية الابداع
- دراسة حالة على النادي الاعلامي -

إشراف الأستاذة:

د* حفيظي نهلة

إعداد الطلبة:

-بريطل خنساء

-بن عبد الحفيظ أيوب

ملاحظة :

في إطار إجراء دراسة حول فاعلية الاتصال في النوادي الطلابية و علاقتها بتنمية الابداع , نرجو منكم المساعدة بالإجابة على أسئلة الاستمارة التالية, تتكون الاستمارة من مجموعة من العبارات، الرجاء منكم الإجابة عنها بكل موضوعية ودقة، و ذلك بوضع إشارة (X) في الخانة المناسبة.

السنة الجامعية: 2023/2022

البيانات الشخصية:

الجنس: أنثى ذكر

المستوى: ماستر ليسانس

التخصص الدراسي :

المحور الأول : الاتصال و فاعليته:

(1) هل يتوفر نظام فعال للاتصال و مفتوح بين كافة أفراد النادي الاعلامي، و الجامعة ؟

نعم لا

(2) هل يتم توظيف واستخدام الاتصال الالكتروني من أجل تقليص الوقت والجهد في النادي

الاعلامي؟

نعم لا

- و ما هي الوسائل المستخدمة؟

(3) هل يوجد اتصال بين أعضاء النادي الاعلامي داخل أو خارج أوقات النشاطات لتبادل الأفكار

من أجل أداء أفضل للنادي؟

نعم لا

- كيف ذلك؟

(4) فاعلية الإتصال مرتبطة بالأداء الداخلي لطلبة النادي الاعلامي ؟

نعم لا

(5) هل يستخدم النادي الإعلامي عوامل فاعلية الإتصال لاستقطاب الطلاب ؟

نعم لا

- كيف ذلك؟

6) هل يمكن اعتبار النادي الاعلامي جزءا من إحياء مشاريع تنمية الرأس مال البشري في المؤسسات الجامعية ؟

نعم لا

7) هل فاعلية الإتصال مرهونة بفاعلية الإتصال الإداري لمديرية النشاطات الجامعية ؟

نعم لا

8) تتجلى فاعلية الإتصال ضمن النادي الاعلامي في الأداء الطلابي الكفاء لتسيير مختلف النشاطات و اتخاذ القرارات الفعالة وهذا بالاستشارات مع صناع القرار ؟

نعم لا

المحور الثاني: النوادي الطلابية و تأثيرها على الطالب:

9) هل يهتم الطلاب بالانضمام فعليا للنادي الاعلامي ؟

نعم لا

- لماذا؟

10) هل يقوم رئيس النادي الاعلامي بإستخدام أساليب الجذب لاستقطاب الطلبة ؟

نعم لا

- كيف ذلك؟

11) هل يتناسب التوزيع الزمني لدراسة الطالب مع برنامج نشاطات النادي الاعلامي ؟

نعم لا

- اشرح ذلك؟

12) هل يوفر النوادي الاعلامي جميع الوسائل و التقنيات اللازمة لتطبيق أنشطته على أرض

الواقع ؟

نعم لا

- اذا كانت الإجابة ب لا فما هي الوسائل التي ترى بأنها غير متوفرة؟

13) هل يؤثر النادي الاعلامي على الطالب بالسلب أو الإيجاب ؟

بالإيجاب بالسلب

- لماذا؟

(14) هل لاحظت تقدم إيجابي في شخصيتك كطالب بعد التحاقك بالنادي الاعلامي؟

نعم لا

- كيف ذلك؟

(15) هل تساهم الأنشطة الطلابية في اكتشاف ميولات الطلبة واتجاهاتهم؟

نعم لا

(16) هل تفضل ممارسة أنشطتك الطلابية داخل كليتك فقط؟

نعم لا

- لماذا؟

(17) هل تؤثر الأنشطة الطلابية على الدراسة؟

نعم لا

- كيف ذلك؟

(18) هل النادي الاعلامي يمكن الطالب من كسب خبرة عملية تمكنه من الولوج لعالم الشغل؟

نعم لا

(19) هل توجه الجامعة طلبة النادي الاعلامي لجهات خارج الإطار الجامعي من أجل

توظيفهم؟

نعم لا

المحور الثالث: الاتصال الفعال و علاقته بخلق الابداع:

(20) هل تقدم الجامعة حوافز مادية أو معنوية للطلبة المشاركين في النوادي؟

نعم لا

(21) هل تساهم في وضع حلول بطريقة إبداعية للمشكلات في النادي الاعلامي؟

نعم لا

- كيف ذلك؟

(22) هل يشجع مسؤول النادي الاعلامي على تبني الأفكار الإبداعية الغير واردة من قبل؟

نعم لا

- اشرح ذلك؟

(23) هل تعتبر طريقة الإتصال في النادي الاعلامي مساعدة على خلق جو الابداع؟

نعم لا

- لماذا؟

(24) هل يواكب الطالب العضو في النادي الاعلامي إبداعه مع مجريات الحياة اليومية؟

نعم لا

- ما العائق في ذلك؟

(25) هل يقوم الطالب العضو في النادي الاعلامي بإتيان بأفكار جديدة و مغايرة عن زملاءه

وغير مألوفة؟

نعم لا

(26) هل تقوم الجامعة بالتكفل بالطلاب المبدعين وتشجعهم؟

نعم لا

- كيف؟

(27) هل يمكنك أن تتحمل مسؤولية نشاط ما في النادي الاعلامي ؟

نعم لا

- وضح ذلك؟

(28) هل لديك القدرة على التفكير في الحلول بديلة عند الوقوع في مشكلة ما ؟

نعم لا

(29) هل تتجنب التقليد الأعمى والروتين في القيام بالنشاطات في النادي الاعلامي ؟

نعم لا

- لماذا؟

(30) في رأيك ماهي العوائق التي تخص العملية الاتصالية و التي تؤثر على تفعيل الابداع في النادي الاعلامي ؟

-

-

