



ISSN: 2663-8118 (Online) | ISSN: 2074-9554 (Print)

Journal of Al-Frahedis Arts

Available Online: <http://www.jaa.tu.edu.iq>

Tikrit University
J.F.A
Journal of Al-Frahedis Arts
College of Arts

**Professor.Dr. Mowaffaq
Abdul-Aziz Al-Hisnawi ***

E-Mail: pdmh2005@stu.edu.iq

Mobile: 07812289147

**Lecturer.Dr. Intisar
Abbas Ibrahim ¹**

E-Mail: dr.antesar@yahoo.com

Mobile: 07902416241

Division of Psychological Counseling and
Educational Guidance *
Technical Institute of Nasiriyah
Southern Technical University
Dhi-Qar / Al-Nasiriyah
Iraq

Department of Media and Public Relations ¹
Presidency University
Al-Nahrain University
Baghdad / Al-Karkh
Iraq

Keywords:

- Effectiveness
- Media
- University Media
- University
- View Point

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 10 /09/2019
Accepted: 22 /10/2019
Available Online: 24/11/2019

The Activity of the University Media in University Establishments

A B S T R A C T

The aim of research is doing the applied study to the known the effectiveness of the university media in the university's foundations.

The sample consists of the (95) university teachers and the (147) students in the Iraqi universities from the friend's group of the researcher in Facebook.

The scale of the effectiveness of the university media in the universities foundations was building which has the validity and reliability.

The researcher is applied the scale of the effectiveness of the university media in the university's foundations to the university teachers and the students and analysis their answers.

The research results are the explain the university teachers and students' attitudes toward the university media and appear that they were positive to it.

The researches doing some of the recommend and suggest some another similar researches in the same field.

© 2019 J.F.A, College of Arts | Tikrit University

* Corresponding Author: Professor.Dr. Mowaffaq Abdul-Aziz Al-Hisnawi | Division of Psychological Counseling and Educational Guidance / Technical Institute of Nasiriyah / Southern Technical University | Dhi-Qar – Al-Nasiriyah / Iraq | E-Mail: pdmh2005@stu.edu.iq / Mobile: 07812289147

فاعلية الاعلام الجامعي في المؤسسات الجامعية - دراسة تطبيقية

الملخص

يعد الاعلام الجامعي من بين العناصر المهمة في المؤسسات الجامعية لدوره الكبير تزويد الاساتذة والطلبة بأخر الاخبار والمستجدات على الصعيد الجامعي والمحلي والعالمي وقدرته على تغيير افكارهم واراءهم وتوجيهها بالشكل الصحيح الذي يجعل منهم مواطنين صالحين وفاعلين في المجتمع.

وبذلك فهو يعمل على تزويد التدريسيين والطلبة بمختلف المعلومات التي قد يحتاجونها بغية تسهيل العملية التعليمية في المؤسسات الجامعية ومن الممكن ان يكون عاملا مساعدا للطلبة في النجاح والتفوق فيما لو أحسن استخدامه للأهداف المخططة له بكفاءة. وبذلك يعد أحد العناصر المهمة في تحقيق متطلبات الجودة الشاملة فيها وتزداد أهمية الاعلام الجامعي لان الجامعة تقع في قمة السلم التعليمي وتعد من أهم مؤسساته المعنية بخدمة المجتمع وتطوره لانها ذات تأثير كبير في الحياة الاجتماعية والعلمية والثقافية فيه. فهي نقطة الاتصال الرئيسة في المجتمع مع ما يحدث في العالم من مستجدات وتطورات.

لذا ينبغي ان يكون الاعلام الجامعي متطورا من خلال استخدامه آخر المستجدات الحديثة في مجال الاعلام والاتصالات لكي يكون فاعلا ومؤثرا بدرجة تتناسب مع اهمية الدور المناط به في الحياة الاجتماعية وبناء وتطوير المجتمع والارتقاء به نحو الافضل. ويهدف هذا البحث الى اجراء دراسة تطبيقية لمعرفة فاعلية الاعلام الجامعي في المؤسسات الجامعية من وجهة نظر كل من التدريسيين والطلبة.

ولتحقيق هذا الهدف قام الباحثان بأعداد استمارة استبيان تهدف الى معرفة فاعلية الاعلام الجامعي في المؤسسات الجامعية من وجهة نظر كل من التدريسيين والطلبة وهي مكونة من عدد من الفقرات على مقياس ليكرت الخماسي ومستوفية لشروط الصدق والثبات اللذين تم استخراجهما بالأساليب الاحصائية المعروفة لغرض التعرف على وجهات نظر كل من التدريسيين والطلبة حول فاعلية الاعلام الجامعي في المؤسسات الجامعية. واختيرت عينة عشوائية مكونة من (95) تدريسيا وتدرسية و (147) طالبا وطالبة من عدة جامعات في العراق خلال العام الدراسي (2018 - 2019) من اصداقاء أحد الباحثين في برنامج الفيس بوك عبر شبكة الانترنت لغرض ارسال الاستمارة لهم الكترونيا من اجل الاجابة على فقراتها.

وتم تحليل النتائج باستخدام الاساليب الاحصائية المناسبة من خلال البرنامج الاحصائي (SPSS). ولو حظ وجود تفاوت في وجهات نظر كل من التدريسيين والطلبة حول بعض فقرات الاستمارة وتشابه في البعض الاخر. واتفق معظم افراد العينة على اهمية وفاعلية الاعلام الجامعي في المؤسسات الجامعية وانه بحاجة الى مزيد من التطور وتنوع الادوار واستخدام التقنيات الاعلامية الحديثة.

وبذلك أستنتج البحث اهمية وفاعلية الاعلام الجامعي في المؤسسات الجامعية من وجهات نظر كل من التدريسيين والطلبة وحاجته الى مزيد من التطور وتنوع الادوار واستخدام التقنيات الاعلامية الحديثة. وأوصى الى اصحاب القرار بوضع الخطط الاستراتيجية اللازمة والمدرسة لتطوير وتنفيذ الاعلام الجامعي. كما أقتراح اجراء بحوث مكمله له في هذا المجال.

ا.د. موفق عبد العزيز الحسناوي *
البريد الالكتروني: pdmh2005@stu.edu.iq
رقم الجوال: 07812289147

م.د. انتصار عباس ابراهيم¹
البريد الالكتروني: dr.antesar@yahoo.com
رقم الجوال: 07902416241

وحدة الارشاد النفسي والتوجيه التربوي *
المعهد التقني في الناصرية
الجامعة التقنية الجنوبية
ذي قار / الناصرية
العراق

قسم الاعلام والعلاقات العامة¹
رئاسة الجامعة
جامعة النهرين
بغداد / الكرخ
العراق

الكلمات المفتاحية:

- الفاعلية
- الاعلام
- الاعلام الجامعي
- الجامعة
- وجهات النظر

معلومات البحث

تاريخ البحث:

10/09/2019 الاستلام:
22/10/2019 القبول:
24/11/2019 التوفر على الانترنت:

المبحث الاول: مشكلة البحث وأهميته:

أولاً: مشكلة البحث:

يعد الاعلام الجامعي ذو اهمية كبيرة في المؤسسات الجامعية. وتأتي هذه الاهمية من فاعلية الدور الكبير لهذه المؤسسات في المجتمع كونها تقع في قمة السلم التعليمي فيه وأهم المؤسسات المساهمة في قيادته وتطويره بما تقوم به من دور مهم في اعداد وتدريب الخريجين في مختلف التخصصات الفاعلة في سوق العمل والانتاج وكذلك في اجراء البحوث العلمية الهادفة الى تطوير المجتمع وتحقيق التنمية الشاملة فيه في مختلف المجالات.

وقد أدت التطورات الحديثة في مجال الاتصال والمعلوماتية والتقنيات الاعلامية على ايجاد تحديات كبيرة تواجه المؤسسات الاعلامية بصورة عامة ومنها الاعلام الجامعي بصورة خاصة لان معظم المستفيدين من الاعلام الجامعي هم من فئة الشباب ذات التأثير الكبير في الحياة الاجتماعية في الحاضر والمستقبل. اضافة الى كونهم سريعو التأثير بالإعلام والتفاعل معه والاستجابة لما يطرح فيه.

وعليه لابد ان يكون الاعلام الجامعي في مستوى هذه التحديات الكبيرة وان يكون مواجهها لها ومتفاعلا معها بصورة ايجابية وقادرا على توجيه التدريسيين والطلبة وكل العاملين في المؤسسات الجامعية وفق الاهداف التي يهدف الى تحقيقها ويعمل على التقليل من الاثار السلبية لوسائل الاعلام المغرضة والدعايات السلبية التي تقوم ببثها لتهديم البناء القيمي في المجتمع. اضافة الى ان الاعلام الجامعي ينبغي ان يكون لها دور فاعل في تبليغ التدريسيين والطلبة بمستجدات العمل في المؤسسة الجامعية والاعلان عن نشاطاتها المختلفة وتوثيقها وتنمية الوعي الثقافي واطلاعهم على اخر التطورات الحاصلة في المجتمع والمؤسسات الجامعية الأخرى.

لذلك يأتي هذا البحث في هذا المجال من اجل التعرف على فاعلية الاعلام الجامعي من وجهة نظر كل من التدريسيين والطلبة وهم الجهة الرئيسة المستفيدة منه من اجل الحصول على المعلومات المطلوبة للخروج بنتائج نستطيع من خلالها تحديد كل من الجوانب الايجابية والسلبية في الاعلام الجامعي والتوصية بتعزيز الجوانب الايجابية وتطويرها ومعالجة الجوانب السلبية وتلافيها من اجل الوصول الى تحقيق اعلام جامعي كفوء وفاعل في المؤسسات الجامعية.

ثانياً: أهمية البحث:

يمثل الاعلام عنصراً فاعلاً في الحياة الاجتماعية لأنه هو القادر على نقل وترويج الافكار والثقافات وتشكيل الوعي الاجتماعي واحداث التغيير في الآراء والاتجاهات لدى الافراد وخاصة الطلبة والشباب من خلال اشتراكه بالتعاون مع الاسرة والمؤسسات التعليمية اضافة الى دوره الكبير في تحقيق عملية التبادل الثقافي بين الشعوب والمساهمة في ايجاد الروابط المشتركة بين عناصر الحضارة البشرية والمساهمة في تطويرها.

وتتعلق أهمية الإعلام الجامعي في المؤسسات الجامعية من وظيفته ودوره الكبير في تفعيل وتطوير مجالات العمل الأكاديمي والإداري في الجامعات من خلال الاستفادة من تقنياته

الحديثة لتحقيق رصانة التعليم العالي والبحث العلمي في المؤسسات الجامعية ويجعلها عنصراً مؤثراً وفاعلاً في المجتمع المحلي والدولي.

وبسبب التطور الكبير في تقنيات الاتصالات والمعلوماتية وخاصة شبكة الانترنت والفنوت الفضائية فإن هذا أدى الى ان يكون التدريسيين والطلبة والمنتسبين في المؤسسات الجامعية يتميزون بالنشاط والفعالية في الاتصال وتلقي المعلومات ويمتلكون الخلفية الثقافية الواسعة عن المعلومات التي يتناولها الاعلام الجامعي. وهذا دعا المسؤولين عليه الى التفكير بوسائل وتقنيات جديدة لتفعيل الاعلام الجامعي وجعله مؤثراً وفاعلاً في الفئات التي يبيت من اجلها من العاملين في المؤسسات الجامعية.

وتكمن اهمية هذا البحث في محاولة معرفة فاعلية الاعلام الجامعي من خلال تحديد الجوانب الايجابية والجوانب السلبية فيه ومعرفة مدى مساهمته لمسيرة التطور الكبير الحاصل في الاتصالات ونظم المعلومات والاستفادة منها في تطوير الاعلام الجامعي في مؤسساتنا الجامعية من خلال الاطلاع على وجهات نظر كل من التدريسيين والطلبة حول هذا الموضوع ومحاولة الخروج بنتائج وتوصيات من الممكن وضعها امام انظار المسؤولين والاعلاميين في المؤسسات الجامعية لغرض الافادة منها والعمل على تطوير العمل الاعلامي في المؤسسات الجامعية.

ثالثاً: أهداف البحث:

يهدف البحث الى اجراء دراسة تطبيقية لمعرفة فاعلية الاعلام الجامعي في المؤسسات الجامعية من وجهة نظر كل من:

أ- التدريسيين.

ب- الطلبة.

رابعاً: حدود البحث:

يتحدد البحث بما يأتي:

1- الحدود المكانية: عدد من الجامعات في جمهورية العراق.

2- الحدود الزمانية: العام الدراسي (2018 – 2019).

3- الحدود البشرية: عدد من التدريسيين والطلبة الجامعيين في عدد من الجامعات العراقية من اصدقاء احد الباحثين على شبكة الفيس بوك.

خامساً: أسئلة البحث:

حاول البحث الاجابة على الاسئلة الاتية:

أ- ماهي وجهات نظر التدريسيين في الجامعات العراقية نحو فاعلية الاعلام الجامعي في المؤسسات الجامعية؟

ب- ماهي وجهات نظر الطلبة في الجامعات العراقية نحو فاعلية الاعلام الجامعي في المؤسسات الجامعية؟

سادساً: تحديد المصطلحات:

1- الاعلام (Media):

تعريف (سمير) في (العبد 1993):

هو عبارة عن كافة اوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد افراد المجتمع بالحقائق والايخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الامور بطريقة موضوعية وبدون تحريف بما يؤدي الى خلق اكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والادراك والاحاطة الشاملة لدى افراد المجتمع للمادة الاعلامية بكافة الحقائق والمعلومات والموضوعية الصحيحة وبما يسهم في تنوير الرأي الصائب لديهم في الوقائع والمواضيع والمشكلات المطروحة. (العبد، 1993، 165).

2- الاعلام الجامعي (University's Media):

تعريف (الموسوي وآخرون 2012):

هو عبارة عن مؤسسة علاقات عامة ويهتم بتعزيز صورة ورصانة التعليم الجامعي. وهو حلقة الوصل بين قطاع التعليم العالي والبحث في تشكيلاته الادارية والجامعية والمعاهد والمراكز البحثية المختلفة وبين محيطه الوطني والدولي ويعرف ببرامجه وخطته وقراراته وتوفير المعلومات المتعلقة بمشاريعه واستراتيجياته للاطلاع عليها والانتفاع منها وبث تلك النشاطات عبر قنواتها الاعلامية المختلفة واساليب علاقات عامة اتصالية متنوعة. (الموسوي وآخرون، 2012، 54-55).

المبحث الثاني: خلفية نظرية ودراسات سابقة:

أولاً: خلفية نظرية:

يشكل الاعلام عنصراً فاعلاً في الحياة الاجتماعية لما له من دور كبير في التأثير على الافراد في المجتمع من مختلف الفئات العمرية. وترداد قوة هذا التأثير بين صفوف الطلبة والشباب كونهم الفئة الفاعلة في المجتمع والتي تتميز بسهولة تغيير اتجاهاتها وافكارها في ضوء قوة ووسائل الدعاية والاعلان وفاعليتها.

ويبين (إبراهيم) الى ان وسائل الاعلام والاتصالات لها دور كبير على مختلف المستويات النظرية والتطبيقية وعلى نطلق الفكر والمعرفة الانسانية. وان الاهتمام بها هو دليل على اهميتها الكبيرة في التوجيه والتأثير في حياة ابناء المجتمع. (إبراهيم، 1985، 11).

ويبين (حلس) الى ان فئة الشباب في البلدان العربية تعد من اكثر فئات المجتمع تأثراً بالغزو الثقافي وافرازات الحضارة الغربية نتيجة للانفجار المعرفي الكبير وتطور تقنيات الاعلام الحديثة مثل القنوات الفضائية وشبكة الانترنت وغيرها. حيث بدأت هذه التقنيات تشكل متغيراً اجتماعياً وثقافياً مهماً في حياة فئة الشباب لأنها أصبحت المصدر الرئيس لحصولهم على المعلومات المختلفة. وبذلك فهي عبارة عن احد المصادر المهنية في تشكيل الوعي الاجتماعي بين ابناء المجتمع. (حلس، 2003، 177).

ويشير (نجم) الى ان الاعلام يشمل جميع وسائل الاتصال بمختلف انواعها والتي تساهم في تزويد الانسان بالمعلومات والحقائق. فهو عبارة عن قوة مؤثرة تؤدي الى حركة الحياة الاجتماعية بصورة تفاعلية متأثرة ومؤثرة فيها. لان الاتصال هو عبارة عن عملية اجتماعية تجري في بيئة معينة ويكون هناك عملية تفاعل متبادلة بين الاتصال والمجتمع. (نجم، 1996، 153).

ويشير (محمود وآخرون) الى ان الإعلام مكانة متميزة في الوقت الحاضر انطلاقاً من طبيعة وظائفه وأدواره وتأثيره الكبير على الانسان والمجتمع. حيث يقوم الإعلام بدور كبير في تنشئة الأفراد لان تأثيره يصل إلى شرائح واسعة ومتنوعة من المجتمع. ومما زاد من اهمية الاعلام هو تداخل وظائفه مع وظائف المؤسسات المختلفة في المجتمع ومن بينها المؤسسات الجامعية. وفي ضوء ذلك ينبغي على هذه المؤسسات أن تدرك أهمية الإعلام الجامعي وتعمل على الاستفادة منه في برامجها التربوية المختلفة الهادفة الى تنمية معلومات الطلبة وبناء شخصياتهم المتكاملة. (محمود وآخرون، 2017، 2).

ويبين (James) الى ان الاعلام له مكانة مهمة في المجتمع لأنه يدخل في جميع مجالات الحياة ويستحوذ على جزء كبير من الوقت بالنسبة لمعظم افراد المجتمع ولكنه يختلف من مجتمع لآخر. وبسبب قدرة الاعلام على تقديم معلومات كثيرة ومتنوعة فقد أصبح الكثير من افراد المجتمع مشغولين في تأثيراته في مختلف القضايا الاجتماعية. (James, 1977, p.12).

ويبين (الرفاعي) ان الاعلام يساعد في تنوير الانسان عن المعلومات والحقائق والارقام والاحصاءات وغير ذلك. وهو ليس مجرد اعطاء معلومات ومعارف وانما هو عملية تغيير اتجاهات وافكار الاشخاص للعمل في اتجاه معين لتحقيق الاهداف المرجوة والقادرة على تغيير وتطوير المجتمع نحو الأفضل. (الرفاعي، 2011، 689).

والمؤسسات الجامعية بحاجة الى الاعلام الجامعي من اجل تنفيذ خططها ومشاريعها وفلسفتها والاتصال بالعاملين فيها وطلبتها والاطلاع على الاخبار والمستجدات والتواصل مع المؤسسات الاخرى وبيان نشاطاتها المختلفة في مختلف المجالات. وعليه اصبح الإعلام الجامعي يشكل عنصراً أساسياً ومؤثراً في المؤسسات الجامعية. حيث أثبت نجاحه وفاعليته في تعزيز العملية التعليمية وتفعيل نشاطات الجامعة المختلفة وبيانها للآخرين والتوعية والتثقيف بمختلف انواعه.

ويذكر (موسى وناصر) الى ان للإعلام تأثير كبير في عصر ثورة الاتصالات والمعلوماتية من ال ممكن ان يكون تأثيراً ايجابياً لصالح الإنسان وبناء شخصيته وتطويره إذا أحسن توظيف التقنيات الإعلامية بشكل صحيح وهادف ومخطط له وبالعكس من ذلك فقد يكون التأثير سلبياً إذا لم يحسن توظيفه بصورة جيدة. وهناك نوع من التكامل الاجتماعي بين الاعلام والثقافة حيث تلعب وسائل الإعلام دوراً كبيراً في تشكيل ثقافة الإنسان. وهناك عدة مقترحات من الممكن ان تجعل الاعلام فاعلاً بين اوساط الطلبة والشباب والمجتمع بشكل عام ومنها:

- تعزيز قدرات الشباب وتنمية مهاراتهم الفكرية والاجتماعية.

- مناقشة إشكاليات الشباب بشكل بناء وخاصة في ظل التطورات المتسارعة من أجل الوصول إلى وضع خطط استراتيجية لحل مشكلاتهم الاجتماعية والدراسية.
- التركيز على مفاهيم المواطنة والانتماء والهوية والحقوق والواجبات الاجتماعية.
- وضع ضوابط على وسائل الإعلام لتفادي الثقافات المؤثرة سلبياً على الثقافة المجتمعية بين الطلبة والشباب. (موسى وناصر، 2010، 170).
- ويؤكد (العامري) في (فؤاد 2015) ان هناك عدد من الاهداف والواجبات للإعلام الجامعي ومنها ما يأتي:

- 1- ترسيخ تقاليد العمل الاعلامي المتطور في المؤسسات الجامعية.
- 2- تطوير الاساليب والادوات وتنويع الوسائل والمصادر.
- 3- محاكاة التطور الحاصل في تقنيات الاعلام لتكون متوافقة معها في الجودة والاداء.
- 4- اعتماد اخبار وفق صياغات تعبيرية مقنعة لتسليط الضوء على الحالات الابداعية وحث الآخرين على الاقتداء بها.
- 5- بيان إستراتيجية الجامعة وفلسفتها وأهدافها وتعريف الآخرين بها وبيان الصورة الايجابية لها.
- 6- تشجيع التدريسيين والباحثين والطلبة على الكتابة والنشر في مختلف التقنيات الإعلامية.
- 7- الترويج والدعاية للمشاريع الاعلامية الهادفة الى خدمة المؤسسة الجامعية والمجتمع.
- 8- العمل على تفعيل النشاطات المختلفة ذات المردود الاقتصادي للمؤسسة الجامعية لغرض تحقيق التمويل الذاتي لها.
- 9- تبادل الخبرات والتعاون مع المؤسسات الجامعية والاعلامية الاخرى لتحقيق المنفعة المتبادلة.
- 10- استقطاب الاساتذة والباحثين ذات الشهرة الواسعة لغرض النشر في وسائل الاعلام الجامعية لتحقيق التواصل وتبادل المعرفة مع مؤسساتهم التي يعملون فيها.
- 11- اقامة الدورات التدريبية الاعلامية والصحفية للمهتمين بالعمل الاعلامي.
- 12- تغطية النشاطات التي تقوم بها مختلف تشكيلات المؤسسة الجامعية.
- 13- تغطية نشاطات المسؤولين في المؤسسة الجامعية وعقد المؤتمرات وتنظيم اللقاءات الصحفية بمستوياتها.
- 14- متابعة الشكاوى والمقترحات التي تنشر في وسائل الاعلام والتي تهم المؤسسة الجامعية وبراها للمسؤولين في الجامعة لغرض العمل على معالجتها بالتنسيق مع الجهات ذات العلاقة.

15- تسهيل عمل الاشخاص العاملين في المؤسسات الاعلامية الاخرى في عقد اللقاءات الصحفية مع المسؤولين في المؤسسة الجامعية واقامة النشاطات الاعلامية المختلفة فيها. (فؤاد، 2015، 501).

ويبين (حنوش) الى ان الاعلام لا ينشأ من فراغ وينبغي ان يعمل ضمن الإطار العام المرسوم له وفي ضوء الاهداف التي يعمل على تحقيقها. وهو يتأثر ويؤثر في المجتمع الذي ينتمي إليه وبما يحمله هذا المجتمع من قيم وأفكار واتجاهات والتي تساهم مجتمعة في تحديد شكل الاعلام ومضمونه الخطابي لكي يصل الى ابناء المجتمع ويؤثر فيهم. (حنوش، 1995، 49).

ويشير (Rother) الى انه قد يحدث نوع من التنافس بين النظامين التعليمي والإعلامي في المؤسسات الجامعية قد ينتج عنه تناقض في عقول الطلبة وطرائق تفكيرهم حيث ان النظام التعليمي يركز على القيم الموجودة في المناهج الدراسية وعلى التنافس في التحصيل والإنجاز والتفوق بينما يركز النظام الإعلامي على الاتصال الجماهيري الذي يهتم بالجديد دون التركيز على تخصص بعينه وهو ما قد يؤدي أدى إلى ظهور التناقض بين هذين النظامين في المؤسسة الجامعية. (Rother, 2012, 2).

وقد أصبح من الضروري أن تهتم المؤسسات الجامعية بالجوانب المجتمعية المحيطة بالطلّاب وأن تتضمن مناهجها الدراسية مختلف أنواع النشاطات المحيطة بالطلّاب سواء كانت في البيت او المدرسة او المجتمع. وكذلك الاهتمام بقياس مدى تأثير وسائل الإعلام وتقنياتها المختلفة في شخصيته وقدرته على فهم الرسالة الإعلامية التي يتعرض لها بطريقة واعية وناقدة. (محمود واخرون، 2017، 2).

ثانياً: دراسات سابقة:

• دراسة عبدالحكيم عام (2003) في (موسى وناصر 2010):

اجريت هذه الدراسة في اليمن وهدفت الى التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل الاعلام في تكوين الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين اليمنيين ومعرفة علاقة المعرفة السياسية بالإدراك السياسي والسلوك السياسي باستخدام المنهج الوصفي. وتوصلت الدراسة الى ان المثقف الجامعي يهتم بمتابعة القضايا السياسية محليا وعربيا ودوليا من خلال التقنيات الاعلامية. (موسى وناصر، 2010، 138).

• دراسة موسى وناصر عام (2010):

اجريت هذه الدراسة في جامعة الازهر في غزة في فلسطين. وهدفت الى معرفة دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني من خلال تطبيق استمارة استبيان على عينة البحث. وتوصلت الدراسة الى تحديد الدور الذي تقوم به وسائل الاعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني. وخرجت ببعض التوصيات التي من الممكن ان تجعلها اكثر فاعلية وتأثيرا. (موسى وناصر، 2010، 136).

• دراسة عظيم (واخرون) عام (2011):

اجريت هذه الدراسة في جامعة بابل في العراق. وهدفت الى اجراء دراسة ميدانية عن الاعلام الجامعي في العراق لمعرفة خصائص العاملين والنشر الصحفي والرضا المهني في جامعات بغداد وبابل والكوفة. وقد توصلت الدراسة الى تحديد العدد من الجوانب الايجابية والسلبية في المجالات التي شملتها الدراسة. واوصت بوضع الاجراءات والخطط المناسبة لتطوير الاعلام الجامعي وزيادة فاعليته في الجامعات الثلاث. (عظيم واخرون، 2011، 825).

• دراسة فؤاد عام (2015):

اجريت هذه الدراسة في جامعة السليمانية في العراق. وهدفت الى اجراء دراسة مسحية للتعرف على عادات عدد من اساتذة جامعة السليمانية في التعرض للقنوات الاعلامية الجامعية وكذلك وجهات نظرهم حول دور الاعلام الجامعي في ترويج المعرفة العلمية في جامعات اقليم كردستان العراق. وتوصلت الدراسة الى ان هناك ضعف واضح في دور الاعلام الجامعي وان دوره محدودا في ترويج المعرفة العلمية في جامعات اقليم كردستان العراق. (فؤاد، 2015، 493).

المبحث الثالث: إجراءات البحث:

قام الباحثان بالإجراءات الآتية للتوصل الى نتائج البحث:

1- مجتمع البحث:

حدد مجتمع البحث بعدد من التدريسيين والطلبة في الجامعات العراقية خلال العام الدراسي (2018 – 2019).

2- عينة البحث:

اختيرت عينة قصدية من الراغبين بالإجابة على مقياس فاعلية الاعلام الجامعي مكونة من (95) تدريسيا وتدرسية و (147) طالبا وطالبة في عدد من الجامعات العراقية من اصدقاء أحد الباحثين على شبكة التواصل الاجتماعي (الفيس بوك).

3- إعداد أداة البحث (مقياس فاعلية الاعلام الجامعي):

قام الباحثان بأعداد مقياس فاعلية الاعلام الجامعي. وهو مكون من عدد من الفقرات يهدف الى معرفة فاعلية الاعلام الجامعي في المؤسسات الجامعية. وتم أتباع الخطوات المتعارف عليها في هذا المجال. ووضعت فيه تعليمات الاجابة عليه وتم عرضه على عدد من المختصين وبالا اعتماد على معادلة كوبر (Cooper) لحساب درجة الاتفاق ونسبة (80%).

أ- استخراج صدق المقياس: تم اجراء التحليل الاحصائي لمقياس فاعلية الاعلام الجامعي بتطبيقه على عينة استطلاعية من غير عينة البحث مكونة من (45) تدريسيا وتدرسية و (78) طالبا وطالبة. واستخرجت معاملات التمييز ودرجة اتساق الفقرات مع درجة المقياس الكلية باستخدام الطرائق الاحصائية المناسبة. فتبين ان جميع الفقرات مميزة ومتسقة فيما بينها وبين فقرات المقياس الكلية وبذلك عدت المقياس صادقا (Validity).

ب- استخراج ثبات المقياس: تم استخدام طريقة اعادة التطبيق على نفس العينة الاستطلاعية بعد مرور اسبوعين على التطبيق الاول للمقياس من اجل استخراج الثبات له. وتم حساب معامل الثبات باستخدام معامل ارتباط بيرسون فكان (0,84) وتم حساب معامل ثبات معادلة كرونباخ - الفا فكان (0,87) وأصبح المقياس ثابتاً (Ratability) وصالحاً للتطبيق على عينة البحث في صورته النهائية.

4- خطوات تطبيق البحث:

أولاً: تحديد اسماء العينة من التدريسيين والطلبة من اصدقاء أحد الباحثين على شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك الذين سوف يطبق عليهم مقياس فاعلية الاعلام الجامعي.
ثانياً: تطبيق مقياس فاعلية الاعلام الجامعي على عينة البحث من التدريسيين.
ثالثاً: تطبيق مقياس فاعلية الاعلام الجامعي على عينة البحث من الطلبة.
رابعاً: تحليل نتائج اجابات التدريسيين على فقرات مقياس فاعلية الاعلام الجامعي.
خامساً: تحليل نتائج اجابات الطلبة على فقرات مقياس فاعلية الاعلام الجامعي.
سادساً: تحديد مدى فاعلية الاعلام الجامعي في المؤسسات الجامعية كما يراها كل من التدريسيين والطلبة في ضوء تحليل نتائج المقياس.

5- الوسائل الاحصائية:

استخدم الباحثان البرنامج الاحصائي (SPSS) لاستخراج الصدق والثبات لمقياس فاعلية الاعلام الجامعي وتحليل نتائج البحث.

المبحث الرابع: نتائج البحث:

أولاً: عرض النتائج:

من ملاحظة جدول رقم (1) نجد ان:

1- جميع فقرات المقياس:

حصلت جميع فقرات مقياس فاعلية الاعلام الجامعي على نسبة مئوية (78,8 %) عند التدريسيين ونسبة مئوية (68,7 %) عند الطلبة. اي ان جميع الفقرات قد تحققت بدرجة جيدة عند التدريسيين ودرجة متوسطة عند الطلبة.

2 - تفاصيل الفقرات:

أ- التدريسيين:

حصلت الفقرة رقم (15) (تعريف ابناء المجتمع بمختلف النشاطات والفعاليات التي تقوم بها المؤسسة الجامعية) على اعلى نسبة مئوية (95%). وحصلت الفقرة رقم (13) (اطلاع التدريسيين والطلبة على مختلف النشاطات والفعاليات التي تقوم بها المؤسسة الجامعية) على ثاني اعلى نسبة مئوية (93%) بينما حصلت الفقرة رقم (3) (توجيه الطلبة الى قراءة المصادر العلمية ذات العلاقة بتخصصاتهم الدراسية) على اقل نسبة مئوية (43%) وتأتي قبلها الفقرة رقم (4)

(اطلاع التدريسيين والطلبة على اخر التطورات في مجال تخصصاتهم الدراسية) بنسبة مئوية (48%). وتراوحت الفقرات الاخرى بين هذه النسب المئوية.

ب- الطلبة:

حصلت الفقرة رقم (15) ايضاً (تعريف ابناء المجتمع بمختلف النشاطات والفعاليات التي تقوم بها المؤسسة الجامعية) على اعلى نسبة مئوية (93%). وحصلت الفقرة رقم (13) ايضاً (اطلاع التدريسيين والطلبة على مختلف النشاطات والفعاليات التي تقوم بها المؤسسة الجامعية) على ثاني اعلى نسبة مئوية (91%) بينما حصلت الفقرة رقم (4) (اطلاع التدريسيين والطلبة على اخر التطورات في مجال تخصصاتهم الدراسية) على اقل نسبة مئوية (41%) وتأتي قبلها الفقرة رقم (8) (مساعدة الطلبة في التعرف عن قدراتهم العقلية وإمكانياتهم العلمية والدراسية) بنسبة مئوية (41%). وتراوحت الفقرات الاخرى بين هذه النسب المئوية.

جدول رقم (1) نتائج اجابات التدريسيين والطلبة على مقياس فاعلية الاعلام الجامعي

ت	الفقرات	التدريسيين	الطلبة
1	تزويد الطلبة بمعلومات علمية عن تخصصاتهم الدراسية	64%	58%
2	اطلاع التدريسيين والطلبة على التعليمات والقوانين الجامعية	82%	75%
3	توجيه الطلبة الى قراءة المصادر العلمية ذات العلاقة بتخصصاتهم الدراسية	43%	53%
4	اطلاع التدريسيين والطلبة على اخر التطورات في مجال تخصصاتهم الدراسية	48%	41%
5	تشجيع الطلبة على زيارة وحدات الارشاد النفسي والتوجيه التربوي في المؤسسة الجامعية لحل المشكلات التي تواجههم	76%	68%
6	زيادة دافعية ورغبة الطلبة نحو الدراسة والتعلم	77%	68%
7	زيادة حب التدريسيين والطلبة لمؤسساتهم التي يعملون فيها	81%	74%
8	مساعدة الطلبة في التعرف على قدراتهم العقلية وإمكانياتهم العلمية والدراسية	53%	42%
9	تعزيز الثقة بالنفس لدى الطلبة	60%	64%
10	مساعدة الطلبة في كيفية استغلال طاقاتهم وقدراتهم بصورة ايجابية	57%	46%
11	تعريف الطلبة بفرص العمل المتاحة لهم بعد التخرج وكل حسب تخصصه الدراسي	71%	65%
12	تعريف الطلبة بأهمية تخصصاتهم الدراسية في المستقبل	69%	55%

13	اطلاع التدريسيين والطلبة على مختلف النشاطات والفعاليات التي تقوم بها المؤسسة الجامعية	%93	%91
14	توضيح المكانة الاجتماعية والمهنية للطلاب الخريج في المجتمع وكل حسب تخصصه الدراسي	%62	%51
15	تعريف ابناء المجتمع بمختلف النشاطات والفعاليات التي تقوم بها المؤسسة الجامعية	%95	%93
16	تزويد التدريسيين والطلبة بالمعلومات الكافية حول النظام التعليمي الخاص بالمؤسسة الجامعية	%83	%74
17	تعريف التدريسيين والطلبة بمختلف انواع المصادر الإعلامية العاملة في المؤسسة الجامعية	%89	%75
18	حث التدريسيين والطلبة على التواصل مع المصادر الإعلامية في المؤسسة الجامعية والاستفادة من خدماتها	%83	%72
19	توجيه الطلبة نحو الرضا والقناعة بالتخصص الذي يدرسون فيه وبيان اهميته لهم	%63	%48
20	حث الطلبة على الدراسة والمثابرة من اجل التفوق الدراسي	%84	%76
21	كفاءة وتخصص العاملين في وحدات الاعلام الجامعي	%88	%81
22	بيان رؤية ورسالة واهداف المؤسسة الجامعة للتدريسيين والطلبة	%91	%85
23	المساهمة في إشباع حاجات ورغبات الطلبة من خلال المعلومات المقدمة لهم	%74	%57
24	المساهمة في زيادة رغبة الطلبة بدراسة تخصصاتهم	%79	%68
25	استخدام التقنيات الاعلامية الالكترونية الحديثة ضمن عمل وحدات الاعلام الجامعي	%86	%83
26	قناعة التدريسيين والطلبة باهمية الدور الذي يؤديه الاعلام الجامعي في المؤسسة الجامعية وخارجها	%89	%78
27	سهولة متابعة التدريسيين والطلبة لنشاطات الاعلام الجامعي والتفاعل معها	%92	%89
28	قدرة الطلبة على استيعاب المعلومات التي يحصلون عليها من مصادر الإعلام الجامعي بسهولة	%87	%82

29	تشجيع الطلبة على النجاح وإزالة الخوف عندهم من الرسوب في الامتحانات	%90	%85
30	المساهمة في تقليل حالات التسرب وترك الدراسة عند الطلبة	%72	%64
جميع الفقرات		%78,8	%68,7

ثانياً: مناقشة النتائج:

من خلال ملاحظة نتائج البحث بالنسبة للتدريسيين والطلبة يلاحظ بان معظم فقرات مقياس فاعلية الاعلام الجامعي تحققت بدرجات متفاوتة ولكن جميع فقرات المقياس تحققت بدرجة جيدة. وكذلك نجد ان هناك شبه اتفاق تقريبا بين كل من التدريسيين والطلبة على اهمية الاعلام الجامعي في المؤسسات الجامعية وضرورة العمل على تفعيله وتطوير اساليب العمل فيه بما يجعله مواكبات للتطورات العلمية والتقنية في مجال التقنيات الاعلامية والاتصالات والمعلوماتية من اجل اوصول رسالته الى المتلقين.

وهناك تأكيد على ضرورة تحديث وتغيير فلسفة ورؤية ورسالة واهداف وحدات الاعلام الجامعي في ضوء هذه المستجدات في العالم لتكون مواكبة لمتطلبات القرن الحادي والعشرين. وتشير نتائج البحث الى وجود نوع من الرضا النسبي لدى التدريسيين والطلبة عن عمل وحدات الاعلام الجامعي في المؤسسات الجامعية مع عدم اغفال حاجتها المستمرة للتحديث وتطوير اساليب العمل والخدمات التي تقدمها للتدريسيين والطلبة وابناء المجتمع وبصورة دورية ووفق خطط منظمة وهادفة ودقيقة.

ان الاعلام الجامعي يحتاج الى اشخاص متخصصين وذو شخصيات ايجابية ومؤثرة لكي يستطيعوا التفاعل مع الآخرين والتأثير بهم وايصال رسالتهم الاعلامية بكل دقة وصدق وشفافية من اجل ان تعم الفائدة بدرجة أكبر في المؤسسات الجامعية والمجتمع.

ثالثاً: الاستنتاجات:

- 1- تحقق مجموع فقرات مقياس فاعلية الاعلام الجامعي بدرجة جيدة عند التدريسيين.
- 2- تحقق مجموع فقرات مقياس فاعلية الاعلام الجامعي بدرجة متوسطة عند الطلبة.
- 3- اتفاق كل من التدريسيين والطلبة على فاعلية الاعلام الجامعي في تعريف ابناء المجتمع بمختلف النشاطات التي تقوم بها المؤسسات الجامعية.
- 4- اتفاق كل من التدريسيين والطلبة على فاعلية الاعلام الجامعي في اطلاع كل من التدريسيين والطلبة بمختلف النشاطات التي تقوم بها المؤسسات الجامعية.
- 5- اتفاق كل من التدريسيين والطلبة على ضرورة تفعيل وتطوير الاعلام الجامعي وتحديث اساليبه وتقنيات اصاله للآخرين بما يمكنه من مواكبة التطورات التقنية والفلسفية الجديدة.

رابعاً: التوصيات:

- 1- الاهتمام بوحدات الاعلام الجامعي وتفعيلها في المؤسسات الجامعية.

- 2- ادخال التقنيات الاعلامية الحديثة في الاعلام الجامعي مما يمكنه من مواكبة التطورات العالمية في مجال الاعلام وتقنياته.
- 3- اعادة النظر في فلسفة ورؤية ورسالة واهداف الاعلام الجامعي في ضوء التطور الكبير في تقنيات الاعلام والاتصالات والمعلوماتية.
- 4- تعيين المختصين بالإعلام وتقنياته للعمل في وحدات الاعلام الجامعي.
- 5- اقامة دورات تدريبية وتطويرية للعاملين في وحدات الاعلام الجامعي في المؤسسات الاعلامية الكبيرة داخل وخارج البلد.
- 6- حث التدريسيين والطلبة على الاستفادة الفاعلة من الخدمات التي تقدمها وحدات الاعلام الجامعي.

خامساً: المقترحات:

- استكمالا لهذا البحث ونتائجه ومن اجل تعميم الفائدة العلمية يقترح الباحثان اجراء بحوث تطبيقية مكملة له ومنها:
- 1- فاعلية الاعلام الجامعي في تنمية قيم المواطنة الصالحة والتسامح لدى طلبة المرحلة الجامعية.
 - 2- تصميم برنامج تدريبي الكتروني للعاملين في وحدات الاعلام الجامعي ومعرفة أثره في تطوير اساليب العمل فيها.
 - 3- دراسة تطبيقية لمعرفة وجهات نظر كل من التدريسيين والطلبة نحو استخدام التقنيات الاعلامية الحديثة في المؤسسات الجامعية.

Resources

- 1-** IBRAHIM ADAM (1985) MEDIA AND MASS COMMUNICATION, SECOND EDITION, ANGLO EGYPTIAN LIBRARY, CARIO.
- 2-** AL-RIFAEI, MOHAMMED KHALIL (2011), MEDIA ROLE IN DEGITAL ERA IN ARAB FAMILY VALUES FORMING, ANALAIZING STUDY, DAMASCUS UNIVERSITY MAGAZINE, VOLUME 27, FIRST AND SECOND EDITION, DAMASCUS UNIVERSITY, SYRIA.
- 3-** AL-ABID, ATIF ALI (1993) COMMUNICATION AND PUBLIC OPINION, CAIRO, AL-FIKER AL-ARABI HOUSE.
- 4-** AL-MOSAWY (AND OTHERS) (2012), MEDIA AND UNIVERSITY MARKETTING, REACHING SOCITY STRATEGY, UNIVERSITY HOUSE FOR PRINTING AND PUPULATION, BAGHDAD, IRAQ.
- 5-** HALLAS MUSA (2003) AN INTRODUCE TO SOCIOLOGY, AL-MANAR PRINTS AND LIBRARY, PALSTINE.
- 6-** ADHEEM KAMIL (AND OTHERS) (2011) UNIVERSITY MEDIA IN IRAQ, FIELD STUDY ABOUT WORKERS IN PROFESSIONAL PUPULATION JOURNALISM CHARACTERS, ARTS COLLEGE MAGAZINE, 99 EDITION, UNIVERSITY OF BABYLON, IRAQ.
- 7-** FOUAD ALI AHMED (2015) UNIVERSITY MEDIA ROLE IN FLOURISHING SCIENTIFIC KNOWLEDGE IN KURDISTAN REGON UNIVERSITIES, KOFARI ZANQUE RABA REEN, VOLUME 2, 3 EDITIONS, IRAQ.
- 8-** MAHMOOD ABD AL-ATTI (AND OTHERS) (2017) MEDIA EDUCATION AWARENESS DEVELOPING IN SIGHT OF ACADEMIC STANDARDS, BANHA UNIVERSTY, EGYPT, (A STUDY DERIVED FROM A PH.D. THYSES).
- 9-** MUSA ABD AL-RAHEEM AND NASSIR ALI (2010) MEDIA FACILATIES ROLE IN SOCIAL AWARENESS FORMING AMONG PALISTINIAN YOUTH, A FIELD STUDY ON A SAMPLE OF ARTS COLLEGE STUDENTS IN AL-AZHAR UNIVERSITY, AL-AZHAR UNIVERSITY IN GAZA MAGAZINE, HUMANITARIAN SCENCES SERIES, VOLUME 12, SECOND EDITION, PALESTINE.
- 10-** NAJM TAHA (1996) KNOWLEDGE SOCIOLOGY SCIENCE, FIRST EDITION, UNIVERSITY PRINTINGS HOUSE, EGYPT.
- 11-** JAMES HALLOREN (1977). MASS MEDIA EFFECT: A SOCIOLOGICAL APPROACH, THE AUDIENCE UNIT.7, THE OPEN UNIVERSITY, MILTON KEYNES.
- 12-** ROTHER, L. (2012). MEDIA LITERACY AND AT-RISK STUDENTS: A CANADIAN PERSPECTIVE. TELEMEDIUM, THE JOURNAL OF MEDIA LITERACY, 48 (2).

المصادر

- 1- ابراهيم امام (1985) الاعلام والاتصال بال جماهير ، ط2 ، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة.
- 2- الرفاعي ، محمد خليل (2011) . دور الاعلام في العصر الرقمي في تشكيل القيم الاسرية العربية دراسة تحليلية , مجلة جامعة دمشق , مجلد 27 , عدد 1 و 2 , جامعة دمشق , سوريا.
- 3- العبد , عاطف علي (1993) . الاتصال والرأي العام , القاهرة , دار الفكر العربي.
- 4- الموسوي (واخرون) (2012). الاعلام والتسويق الجامعي استراتيجية الوصول الى المجتمع، الدار الجامعية للطباعة والنشر، بغداد، العراق.
- 5- جلس موسى (2003). مدخل الى علم الاجتماع، مكتبة ومطبعة دار المنار، فلسطين.
- 6- عظيم كامل (واخرون) (2011). الاعلام الجامعي في العراق دراسة ميدانية خصائص العاملين النشر الصحفي الرضا المهني، مجلة كلية الآداب، عدد 99 , جامعة بابل، العراق.
- 7- فؤاد علي احمد (2015). دور الاعلام الجامعي في ترويج المعرفة العلمية في جامعات اقليم كردستان، كوفاري زانكوي رابه رين، مجلد 2 , عدد 3 , العراق.
- 8- محمود عبد العاطي (واخرون) (2017). تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية، جامعة بنها , مصر (بحث مستل من اطروحة دكتوراه).
- 9- موسى عبدالرحيم وناصر علي (2010). دور وسائل الإعلام فى تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني دراسة ميدانية على عينه من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر , مجلة جامعة الأزهر بغزة ، سلسلة العلوم الإنسانية , المجلد 12 ، العدد 2، فلسطين.
- 10- نجم طه (1996). علم اجتماع المعرفة، ط 1، دار المطبعة الجامعية، مصر.
- 11- James Halloren (1977). Mass media effect: A sociological approach, The Audience Unit.7, The open university, Milton Keynes.
- 12- Rother, L. (2012). Media Literacy and At-Risk Students: A Canadian Perspective.Telemedium, The Journal of Media Literacy; 48 (2).