رؤى مستقبلية في الإطار النظري للتدريس في قسم الإعلام كلية الآداب الجامعة الإسلامية

د. واثق عباس عبد الرزاق

أستاذ مادة الإخراج الصحفي

كلية الأعلام

What must be realized in prayer and the imposition permissible left in Nfelha

Dr. Mujahid Mahmoud Ismail

the Faculty of Islamic sciences Ramadi Anbar University

Abstract

The importance of searching through the idea of the comparison between the departments specialized in studying the media in a particular college (College of Arts / Islamic University) with match those sections in other faculties, the aim of that comparison is the sophistication of those sections and discuss ways to turn them into colleges in the future in accordance with the vision for the future include all about the advancement of those sections to reach the desired goal, namely, (changing needs of the new curriculum and the preparation of teaching staff is capable of new sections management and prepare all supplies by which the advancement of those sections in order to turn out in the future to colleges in itself.

ملخص البحث

خلاصة الدراسة علينا أن نتبع بعض الخطوات التي من شأنها أن ترتقي بدراسة الإعلام في العراق، لذا علينا أن نغير الكثير من مفاهيم دراسة الإعلام ونلحق بركب التطور ومواكبة كليات العالم الشبيهة بكلياتنا في العراق من أجل خلق جيل واع ومتطور يستطيع أن ينجز المهمة على أكمل وجه.

والهدف المستقبلي والغاية المستفادة من هذه الدراسة هو تحويل قسم الإعلام في كلية الآداب – الجامعة الإسلامية إلى كلية إعلام مستقلة بحالها ، كما حدث مع كلية الإعلام في جامعة بغداد عندما كانت قسم من أقسام كلية الآداب ، حيث تحول هذا القسم في عام (٢٠٠٢م) إلى كلية إعلام مستقلة بحالها . وكما بينا في ما مضى من البحث ، حيث تم شرح السبل والطرق التي تساعد على تحويل قسم الإعلام في كلية الآداب ــ الجامعة الإسلامية إلى كلية إعلام تابعة إلى الجامعة الإسلامية . ومن الله التوفيق والسداد وجعل الله هذا الجهد في سبيل تطوير وتغيير واقع الإعلام بشكل عام إلى واقع ومستقبل أفضل وأكثر إشراقاً ...

الفصل الأول

أولاً : أهمية البحث :

تأتي أهمية البحث من خلال فكرة المقارنة بين أقسام تختص بدراسة الإعلام في كلية معينة (كلية الآداب / الجامعة الإسلامية) مع نظير تلك الأقسام في كليات أخرى ، والهدف من تلك المقارنة هو الرقي بتلك الأقسام وبحث سبل تحويلها إلى كليات في المستقبل على وفق رؤية مستقبلية تشمل كل ما يتعلق بالنهوض بتلك الأقسام للوصول إلى الهدف المنشود ، ألا وهو (**تغيير ما يحتاج من مناهج جديدة**

وإعداد ملاك تدريسي قادر على إدارة الأقسام الجديدة وتحضير كل المستلزمات، التي يمكن من خلالها النهوض بواقع تلك الأقسام لكي تتحول في المستقبل إلى كليات قائمة بحد ذاتها) .

ثانياً : مشكلة البحث :

يُعدُّ الإحساس بالمشكلة وتحديدها نقطة البداية في البحوث العلمية ، وأهم خطوة فيها ، إذ تستند إليها الخطوات والإجراءات الأخرى ، والتشخيص السليم لمشكلة البحث القائم على الحقائق والمعلومات المتوفرة يسهم في تحديد أبعاد هذه المشكلة تحديداً دقيقاً ، وتحليلها وتفسيرها وصولاً إلى معرفة نتائجها [١] .

وعادةً ما يبدأ البحث بمشكلة وتساؤلات تجول في خاطر الباحث ، أما بسبب فضول لديه بشأن أمر معين لاستكشاف بعض الحقائق أو لزيادة المعرفة لديه أو لحل مشكلة معينة تواجه الباحث [٢]

وبهذا، فان البحث يبدأ ، عادةً ، بموقف غامض يواجه الباحث ، أو موقف مشكل ، أي موقف غير محدد أو غير محقق مع غموض المتغيرات المرتبطة به والمؤثرة فيه [٣]، فتحديد المشكلة هو تحديد الهدف والعرض: وفيها يحدد منهج البحث وإجراءاته وأدواته [٤].

ثم تدور عملية البحث في جوهرها بخصوص جمع ودراسة الحقائق والمعلومات، التي تسهم في إزالة ذلك الغموض أو الشك أو التساؤل الذي يحيط بالظاهرة أو القضية ، للوصول إلى تفسيرات علمية تتعلق بموضوع البحث ومشكلتها [٥].

يعد الإحساس بالمشكلة وتحديدها نقطة البداية في كتابة أي بحث علمي ، حيث تستند إليها الخطوات وإجراءات البحث الأخرى ، والتشخيص السليم لمشكلة البحث القائم على الحقائق والمعلومات المتوفرة يسهم في تحديد أبعادها بشكل دقيق ومن ثم تحليلها وتفسيرها وصولا إلى معرفة نتائجها [٦]، فتحديد المشكلة هو تحديد الهدف والغرض وفيها يحدد منهج البحث وإجراءاته وأدواته [٧]، ويمكن تجسد المشكلة في موقف يعتريه الشك ، أو قضية اختلفت فيها وجهات النظر أو مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها ودراسة الحقائق والمعلومات التي تسهم في إزالة الشك والغموض ، أو التساؤل التي تحيط بالقضية أو الموقف للوصول إلى تفسيرات علمية تضع موضوع الدراسة في الإطار السليم [٨].

ثالثاً : أهداف البحث :

يسعى الباحث من خلال الأساليب والأدوات البحثية المتاحة إليه إلى تحقيق جملة من الأهداف العلمية بموضوع بحثه ، ومنها في ما يخص موضوع بحثنا هذا:

١) دراسة تفصيلية لقسم الإعلام في كلية الآداب / الجامعة الإسلامية .
٢) دراسة أقسام مناظرة لقسم الإعلام في كليات أخرى .

٣) إعداد رؤية مستقبلية تتبنى تحويل قسم الإعلام في كلية الآداب / الجامعة الإسلامية إلى كلية قائمة بحد ذاتها خلال السنوات المقبلة .

٤) مناقشة المناهج الموجودة ، حالياً ، في تلك الأقسام والعمل على إدخال مناهج جديدة تواكب التطور الحاصل في عالم التكنولوجيا والمعلوماتية والعمل على الاستفادة من تلك التقنية بشكل واسع في الدراسة .

٥) تحضير السبل والملاك التدريسي اللازم لذلك .

رابعاً : منهج البحث :

المنهج : هو نسق من القواعد الواضحة والإجراءات ، التي يستند إليها البحث في سبيل الوصول إلى نتائج علمية [٩] .

من أجل الوصول إلى الأهداف التي يسعى البحث إلى تحقيقها ، فقد اختار الباحث المنهج المسحي في دراسة الظواهر المرتبطة بمشكلة البحث وجذورها وتطورها في محاولة لاكتشاف الظروف الموضوعية ، التي تبلور عنها الواقع الذي يحاول البحث تشخيصه وتقويمه، لأن المنهج المتبع على وفق معايير علمية يقدم صورة دقيقة عن الظاهرة ويساعد الباحث على تفسير النتائج الإحصائية وتحويلها إلى عبارات علمية دقيقة .

خامساً : مجالات البحث :

" إن تحديد الباحث مجالات بحثه يُعدُّ خطوة أخرى مكملة للمضي في عملية البحث على وفق خطوات متسقة ومتكاملة "[١٠] .

سادساً : عينة البحث :

العينة : هي فئة تمثل مجتمع البحث أو جمهور البحث ، أي مفردات الظاهرة جميعها، التي يدرسها الباحث أو الأفراد والأشخاص أو الأشياء جميعهم، الذين يكونون موضوع مشكلة البحث [١١] .

وتم استخدام العينة العشوائية السهلة كعينة للبحث للوصول إلى نتائج أكثر دقة وعلمية. فهي من أنواع العينات الاحتمالية ، وفيها يتاح لكل مفردة أو وحدة أو حالة في المجتمع الكلي فرصة متساوية للاختيار ضمن العينة [١٢].

وتُعدُّ من أكثر أنواع العينات استخداماً . ولاختيار العينة العشوائية يتم ترقيم وحدات المعاينة وتتم كتابة هذه الأرقام على كرات أو بطاقات متشابهة تماماً وتوضع في صندوق وتخلط جيداً ويسحب منها عدد من الوحدات المطلوبة من دون تمييز بين الأوراق وتتم إعادة كل بطاقة مسحوبة إلى الصندوق وذلك لضمان تكافؤ الفرص واحتمالية الظهور [١٣] .

والعينة في هذه الدراسة هي الطالب الذي يتخرج في الكلية المستقبلية (عند تحويل قسم الإعلام إلى كلية إعلام) .

سابعاً : إجراءات البحث :

للبحث العلمي اجراءات تساعد الباحث في بحثه وترتبط هذه الاجراءات بموضوع البحث والمنهج المستخدم في الدراسة ، من أجل الوصول إلى أهداف البحث ، فقد استخدم الباحث أكثر من أداة وطريقة للبحث وعلى النحو الأتي :

الملاحظة: تعد الملاحظة واحدة من أقدم وسائل جمع المعلومات ، حيث استخدمها الإنسان الأول في التعرف على الظواهر الطبيعية وغيرها من الظواهر ، ثم انتقل استخدامها إلى العلوم بشكل عام والى العلوم الاجتماعية والإنسانية بشكل خاص(١٤). وقد عمل الباحث إلى ملاحظة مجتمع البحث ، وهو قسم الإعلام في كلية الآداب والأقسام المناظرة في بقية الكليات وذلك بالتردد المنتظم إلى الأقسام خلال فترة البحث . وذلك لأن المعلومات ، التي تأتي عن طريق الملاحظة المنظمة والزيارات الميدانية المتكررة لتلك الأقسام وجمع المعلومات مباشرة من أرض الواقع ، تكون أكثر دقة ، وتستخدم في الدراسات الوصفية بجميع أنواعها (١٥).

ثامناً : صعوبات البحث :

لاقى الباحث صعوبات عدة في مدة انجاز بحثه يمكن إجمالها في الآتي :

١) صعوبة الحصول على المعلومات الخاصة بالأقسام المعنية بالبحث .
٢) طبيعة وهدف البحث ، وهو رؤية مستقبلية يحتم علينا الدخول في افتراضات من الممكن أن تتحقق أو لا يمكن تحقيقها في الوقت الحاضر في الأقل .
٣) قلة المصادر في مجال موضوع البحث .

الفصل الثاني
تعريف لفظة الإعلام

تعريف لفظة الإعلام :

الإعلام في الأصل اللغوي هو إحاطة الغير علماً بشيء ليدرك حقيقته ، وقد شاع تعريف الإعلام بالإخبار ، غير أن هناك فرقا بينهما ، فالإخبار لا يتجاوز تبليغ خبر معين في الوقت الذي يتجاوز فيه الإعلام ذلك ويضيف إلى معنى الإعلام معنى الإخبار أيضاً (١٦).

وكلمة الإعلام ليست حديثة في القاموس العربي، بل أن هناك العديد من المؤلفات العربية تحمل عناوينها كلمة الإعلام منها كتاب أبي الحسن العامري المسمى (الإعلام بمناقب الإسلام)(١٧).

وفي تعريف آخر :

الإعلام : إيصال الخبر مثلاً إلى شخصٍ أو طائفةٍ من النّاس ، سواءٌ أكان ذلك بالإعلان أم بالتّحديث من غير إعلانٍ ، وعلى هذا ، فهو يخالف الإعلان من هذه النّاحية ، ومن ناحيةٍ أخرى فإنّه لا يلزم من الإعلان الإعلام ، فقد يتمّ الإعلان ولا يتمّ الإعلام لسفرٍ أو حبسٍ أو نحو ذلك.

والقرآن الكريم مملوء بالأخبار والأنباء والقصص والتبشير والإنذار ، بل هو في مجموعه نبأ ما قبلنا وخبر ما بعدنا . وهو ما عبر عنه القرآن الكريم بقوله تعالى: ﴿ قُلْ هُوَ نَبَؤٌا عَظِيمٌ ﴿٦٧﴾ أَنتُمْ عَنْهُ مُعْرِضُونَ ﴿٦٨﴾ ﴾ [١٨].

وكما بدأت رحلة الإنسان بالأنباء :﴿ قَالَ يَٰٓـَٔادَمُ أَنۢبِئْهُم بِأَسْمَآئِهِمْ ﴾[١٩]. ستنتهي بالأنباء كذلك :﴿ يُنَبَّؤُا۟ ٱلْإِنسَٰنُ يَوْمَئِذٍۭ بِمَا قَدَّمَ وَأَخَّرَ ﴿١٣﴾ ﴾ [٢٠].

لقد تعددت التعريفات والمفاهيم الخاصة بالإعلام ، ودلت على جهود حثيثة للباحثين والمتخصصين في هذا الشأن لوضع تعريف جامع مانع له . وهي وان اختلف حسب الفلسفات الفكرية وميادين العلم والوظائف التي يؤديها، إلا أن هناك أصلاً أو سمة مشتركة لهذا المصطلح يرتبط بنقل المعلومات على وفق منظومة اتصالية في إطار المجتمع [٢١].

والإعلام كما يرى (اوتو جردت الالماني) ، أن : (الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه) [٢٢].

بينما يرى احد الباحثين أن الإعلام بمعناه السليم هو : (تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصحيحة ، والحقائق الثابتة التي تساعد الناس على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع ، أو مشكلة من المشكلات ، فإذا خلت هذه العملية الإعلامية من الصدق لم تصبح إعلاما بالمعنى الصحيح ، بل هي نوع آخر، كأن تكون تضليلا للجمهور أو مؤامرة سوداء ضد هذا الجمهور ونحو ذلك) [٢٣].

وسمة الإخبار الصادق هو ما يؤكده العديد من الباحثين في تعريفاتهم للإعلام . فالصدق والأمانة هي منهج الحصول على البيانات واستقائها من مصادرها ، وبغير ذلك فالإعلام يفقد أهم دعامة له. وهي دعامة الصدق[٢٤]. والمفروض أن الإعلام يقوم على الوضوح والصراحة[٢٥] ، كما (يؤكد خبراء وأساتذة الإعلام والاتصال بالجماهير أن الإعلام يقدم حقائق مجردة ، بعضها سار وبعضها غير سار ، فالإعلامي ليس له غرض معين في ما ينشره على الناس، اللهم إلا الإعلام في ذاته ..)[٢٦] .

ويقدم الأستاذ زين العابدين الركابي في بحثه (النظرية الإسلامية في الإعلام والعلاقات العامة)[٢٧] تعريفا يحدد فيه مسؤولية الإعلام تجاه الناس إذ يقول فيه (الإعلام إنما هو علم الاتصال والتحكم ، وهو بالتالي وسيلة التعبير والتوجيه والصعود بالناس إلى أعلى أو الهبوط بهم إلى القاع) وهو يشير في شرح هذا التعريف إلى أن بث المعلومات وتلقيها واستخدامها في تغيير مجرى التفكير ودفع الاتجاه النفسي إلى وجهة مقصودة ، أي حمل المستقبل على السلوك سلوكا مرغوبا فيه .

ويرى الباحث في هذا التعريف أيضا أن الإعلام غدا مسخراً لخدمة الدولة وسياستها الداخلية والخارجية ، وأهدافها ، وأن الإعلام فيها لم يعد وسيلة لتعليم الناس وتثقيفها وترفيههما .. كما هو معروف بين الباحثين والإعلاميين عندما يلجأون إلى اعتماد التحديد القديم لوظائف الإعلام والاتصال . إذ لم تعد هذه الوظائف هي مهمات الإعلام في اغلب الدول ، بل أصبح وسيلة أو أداة طيعة من أدوات تنفيذ السياسات الداخلية والخارجية بيد الحكومات ، وتظهر الصورة جلية في تسخير الإعلام لتنفيذ السياسة الداخلية في الدول، التي تسمى بدول العالم الثالث، أما تسخير الإعلام بأبشع استغلال فتظهر صورته في الوقت الراهن من الدول الاستعمارية والامبريالية والسياسات العنصرية التي تمارسها بعض القوى في العالم .

وقد وضع احدهم تعريفاً للإعلام بانه : (كل قول أو فعل قصد به حمل حقائق أو مشاعر أو عواطف أو أفكار أو تجارب قولية أو سلوكية شخصية أو جماعية إلى فرد أو جماعة أو جمهور بغية التأثير سواء أ كان الحمل مباشرا أم بواسطة وسيلة اصطلح على أنها وسيلة إعلام قديما أو حديثا) [٢٨] ، أو بمعنى آخر كما يقول سيد محمد ساداتي في كتابه مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم : (هو كل جهد فكري أو عملي يقوم به شخص أو مؤسسة أو جماعة بقصد حمل مضمون معين إلى طرف آخر بشكل مباشر أو غير مباشر عبر وسيلة إعلام بغية التأثير) [٢٩].

وهكذا يخلص دارسو الإعلام إلى تعريفات عدة اتفقوا فيها على أسس ومبادئ تتلخص في أن الإعلام لابد أن يعتمد على الحقائق المجردة مع الصدق والموضوعية في العرض والأمانة في استقاء المعلومات، وجمعها من مصادرها الأصلية فضلاً على التعبير بصدق عن الجمهور الذي يتوجه إليه، وإذا أراد الباحثون والدارسون محاولة وضع تعريف جديد ، فان محاولتهم لا تخرج عن كونها محاولة اجتهاد في مجال البحث العلمي [٣٠] .

وبذلك يرى الباحث أن الإعلام هو (عملية نقل الأفكار والمعلومات والحقائق والآراء بمختلف الوسائل والأساليب الاتصالية والإعلامية وبموضوعية لغرض تحقيق وظيفة توافق توجهات المرسل أو الجهة القائمة بالاتصال بغية التأثير في المتلقي) .

الفصل الثالث

دراسة تحليلية لقسم الإعلام في كلية الآداب / الجامعة الإسلامية على وفق رؤية مستقبلية لتحويله إلى كلية مستقلة قائمة بحد ذاتها .

المبحث الأول : التعريف بقسم الإعلام / كلية الآداب / الجامعة الإسلامية (مراحله ومناهجه التدريسية)

نبذة عن كلية الآداب ـ الجامعة الإسلامية :

افتتحت هذه الكلية في عام (١٩٨٩م) ، حيث بدأت مسيرتها التربوية والعلمية ، فشرعت الكلية في برامجها لإعداد متخصصين في مجالات اللغة العربية والتأريخ وعلوم القرآن الكريم والحديث والتفسير والعبادات والسيرة والتاريخ ، إضافة إلى دراسة مواد الإعلام والمعلوماتية والتخصصات السمعية والمرئية واستثمارها جميعاً لخدمة الدين الإسلامي .

تمنح هذه الكلية شهادة البكالوريوس وشهادة الماجستير للدراسات العليا وذلك منذ عام (١٩٩٣-١٩٩٤)م ، والدكتوراه أيضاً منذ عام (١٩٩٧، ١٩٩٨) م

وسوف نتطرق، وبالتفصيل، إلى قسم الإعلام الذي هو مدار بحثنا هذا ، حيث نتناول كل التفاصيل الدقيقة التي تخص القسم ، من مواد وعدد طلاب البالغ (٨٥٠) طالب ، ومناهج وساعات المحاضرات وعدد الأساتذة (٣٥) أستاذ ... الخ .

مناهج قسم الإعلام ـ كلية الآداب / الجامعة الإسلامية :

يعتبر قسم الإعلام من الأقسام المهمة في الجامعة الإسلامية ويهدف إلى الوصول بطلبة قسم الإعلام إلى المعرفة التامة العلمية والعملية بمجالات الإعلام كافة.

المناهج المعمول بها حاليا في قسم الإعلام – كلية الآداب

مناهج فرع الصحافة

المرحلة الأولى	المرحلة الثانية

المادة	الوحدات	المادة	الوحدات
علوم القران ومناهج المفسرين	٣	العقيدة الإسلامية وعلوم القرآن	٣
الحفظ والتجويد	٢	اللغة العربية	٢
اللغة العربية	٢	النصوص الانكليزية	٢
النصوص الانكليزي	٢	الديمقراطية	٢
حقوق الإنسان	٢	نظريات الاتصال	٢
وسائل الاتصال	٢	العلاقات العامة	٢
علم المعلومات والتوثيق الإعلامي	٢	فن التحرير الصحفي	٢
فن التحرير الصحفي	٢	الرأي العام واستطلاعات الجمهور	٢
فن التصوير الصحفي	٢	قانون الإعلام	٢
الحاسوب	٢	الحاسوب	٢
المجموع	٢١		٢١

المرحلة الثالثة		**المرحلة الرابعة**	
المادة	الوحدات	المادة	الوحدات
الفقه الإسلامي (عبادات)	٣	الثقافة الإسلامية	٢
أصول الدعوة	٢	اللغة العربية	٢
اللغة العربية	٢	النصوص الانكليزية	٢
النصوص الانكليزي	٢	تاريخ الصحافة	٢
إعلام عربي ودولي	٢	الإعلام والتنمية	٢

تقنيات الإعلام	٢	تقنيات الصحافة	٢
فن التحرير الصحفي	٢	التدريب العملي الصحفي	٢
فن الإخراج الصحفي	٢	إدارة المؤسسات الإعلامية	٢
فن الإعلان والترويج	٢	الحرب النفسية	٢
علوم سياسية	٢	بحث التخصص	٢
فقه السيرة النبوية	٢		
المجموع	٢٣	المجموع	٢٠

المناهج المعمول بها حاليا في قسم الإعلام – كلية الآداب

مناهج فروع الإذاعة

المرحلة الأولى		**المرحلة الثانية**	
المادة	الوحدات	المادة	الوحدات
علوم القران ومناهج المفسرين	٣	العقيدة الإسلامية وعلوم القرآن	٣
الحفظ والتجويد	٢	اللغة العربية	٢
اللغة العربية	٢	النصوص الانكليزية	٢
النصوص الانكليزي	٢	الديمقراطية	٢
حقوق الإنسان	٢	نظريات الاتصال	٢
وسائل الاتصال	٢	العلاقات العامة	٢
التحرير الإذاعي والتلفزيوني	٢	الإخراج الإذاعي والتلفزيوني	٢
تقنيات إذاعية وتلفزيونية	٢	الرأي العام واستطلاعات الجمهور	٢
فن التصوير الصحفي والتلفزيوني	٢	قانون الإعلام	٢
الحاسوب	٢	الحاسوب	٢

المجموع	٢١	المجموع	٢١

المرحلة الثالثة		المرحلة الرابعة	
المادة	الوحدات	المادة	الوحدات
الفقه الإسلامي عبادات	٣	الثقافة الإسلامية	٢
أصول الدعوة	٢	اللغة العربية	٢
اللغة العربية	٢	النصوص الانكليزية	٢
النصوص الانكليزي	٢	فن المونتاج الإذاعي والتلفزيوني	٢
السيناريو	٢	تقنيات الصحافة	٢
تاريخ الإذاعة والتلفزيون	٢	النص الإذاعي والتلفزيوني	٢
فن الإعلان والترويج	٢	فن الصوت والإلقاء	٢
الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني	٢	إدارة المؤسسات الإعلامية	٢
الإعلام الدولي	٢	الحرب النفسية	٢
علوم سياسية	٢	التدريب العملي الإذاعي والتلفزيوني	٢
فقه السيرة النبوية	٢	بحث التخصص	٢
المجموع	٢٣	المجموع	٢٠

أهداف القسم:

هناك عدة أهداف نسعى إلى تحقيقها في قسم الإعلام:

١- إشاعة ثقافة إعلامية صحيحة في أوساط المجتمع من خلال شرين الطلبة الذين يلتحقون بالقسم ، ومن خلال الدورات التي يقيمها القسم للراغبين من غير الطلبة.

٢- تأهيل كوادر إعلامية متخصصة ومسلحة بالمعرفة بشتى مناهج الاختصاصات الاتصالية والإعلامية المختلفة.

٣- رفد المؤسسات الإعلامية والصحفية ووسائل الإعلام المختلفة بالكفاءات الإعلامية المتخصصة في فنون التحرير والكتاب الصحفية وكذلك في مجال الفنون الإذاعية والتلفزيونية المختلفة على مستوى التحرير والكتابة والإعداد وكذلك في الجوانب الفنية والثقافية فضلا عن المتخصصين بمجال علم وفنون العلاقات العامة والإعلان والداعية.

٤- معالجة قضايا المجتمع العراق خصوصا والمجتمعات العربية عموما معالجة راشدة تقوم على الوعي والوسطية والاعتدال المزود بالمعارف النظرية اللازمة والمؤهلة لمخاطبة الرأي العام وتوجيهه بالاتجاه الذي يضمن ترشيد الوعي لديه ويجعله مشاركا فعالا تقرير مصير وصناعة مستقبله.

٥- إشاعة ثقافة الحوار والتعايش والتسامح بين العراقيين في وبين العرب والمسلمين وغيرهم من الأمم والثقافات في جانب آخر.

٦- تكريس قيم التعددية والتنوع واختلاف الآراء والإيمان بالحوار وسيلة لحل المشاكل وتجاوز الخلافات.

٧- نبذ ثقافة العنف والتحريض عليه وإشاعة ثقافة الكراهية والتعصب بين العراقيين.

٨- الانفتاح على المؤسسات والهيئات والمنظمات والشركات الحكومية والخاصة من اجل تأهيل العاملين في فروع العلاقات العامة فيها من خلال زجهم بدورات مكثفة وسريعة يقيمها القسم لهم مقابل أجور زهيدة لإعدادهم نظريا ومعرفيا بصورة صحيحة تجعلهم اقدر وأكثر كفاءة على ممارسة أدوارهم في مؤسساتهم [٣١].

إعداد الطلبة :

يوجد في القسم حاليا أكثر من ٨٥٠ طالبا في الدراستين الصباحية والمسائية وفي المراحل الدراسية الأربع حيث خرجنا بنهاية السنة الدراسية الحالية ٢٠٠٩/٢٠١٠ الدفعة الأولى من طلبة الدراسات الأولية ونأمل بافتتاح الدراسات العليا (الماجستير) في السنة الدراسية بعد المقبلة ٢٠١٠ – ٢٠١١.

هيكلية القسم:

القسم مؤلف من ثلاثة فروع هي : الصحافة ، الإذاعة والتلفزيون والعلاقات العامة ، ستتحول إلى أقسام بمجرد تحولها إلى كلية.

الكادر التدريسي :

يوجد في القسم أكثر من (٣٥) تدريسي بدرجات وألقاب علمية مختلفة من درجة الأستاذ ونزولاً إلى درجة المدرس المساعد.

انجازات القسم :

١- **جريدة الخبر:**يصدر القسم بصورة دورية منتظمة جريدة تدريبية يسهم في تحريرها وإعدادها طلبة وأساتذة القسم وتحمل اسم (الخبر) وتتابع أعدادها بالصدور بانتظام.

٢- **الأستوديو تحت الإنشاء:**يعمل حاليا في القسم أستوديو إذاعي وتلفزيوني متكامل وطبقا لمواصفات المعمول بها في أفضل محطات الإذاعة والتلفزيون في العراق وفقا للمتطلبات التقنية اللازمة من تغليف وتقطيع وعزل وسيطرة وتحكم.

٣- **التدريب العملي:**هنالك مادة في المرحلة الرابعة تسمى بالتدريب العملي وبحمد الله استطعنا خلال السنة الحالية أن نوفر فرصة لتدريب جميع طلبة المرحلة الرابعة ولكل الفروع وفي مؤسسات إعلامية رصينة وبواقع (٤) ساعات أسبوعياً طوال السنة، كما وفرنا فرص لتدريب أكثر من (١٧٠) طالب في العطلة الصيفية الماضية في مؤسسات ووسائل أعلام مختلفة واتفقنا مع نفس المؤسسات على توفير الفرصة لحوالي نفس العدد في العطلة الصيفية المقبلة.

٤- **الزيارات الميدانية:**نقوم بتوفير زيارات ميدانية إلى مراكز إعلامية ومؤسسات تدريب وتطوير إعلامي ومطابع وصحف ووسائل إعلام مختلفة لطلبة القسم وبواقع (٢) زيارة أثناء كل سنة دراسية.

٥- **البناية** [٣٢].هنالك بناية مخصصة للكلية في حال استحداثها من قبل رئاسة الجامعة وهي بناية جديدة بأعداد قاعات تربو على(٢٠) قاعة دراسية بالإضافة إلى غرف صغيرة تصلح للإدارة والأقسام العلمية والإدارية في الكلية بالإضافة إلى توفر الجوانب الخدمية المطلوبة في هذه البناية والملحقات الأخرى اللازمة.

وفيما يلي سوف أوضح مناهج مراحل تدريس كل مرحلة من مراحل الدراسة في قسم الإعلام / فرع الصحافة وللمراحل الأربعة ، مع شرح موجز لكل مادة وكما يلي :

المرحلة الأولى – قسم الإعلام / فرع الصحافة :

١) علوم القرآن ومناهج المفسرين :

مفرداته : مصطلح علوم القرآن والقرآن والوحي ومراحل نزول القرآن وتنجيم القرآن والتفسير والتأويل والمحكم والمتشابه وترتيب آيات القرآن وسوره وترجمة القرآن وآراء العلماء فيها .

٢) **الحفظ والتجويد** :مفرداته : التعريف بعلم التجويد وتأريخ التأليف فيه ومقدمة في القراءات السبع ومراتب التلاوة والاستعاذة والبسملة وأحكام النون الساكنة والتنوين والميم الساكنة ومخارج وصفات الحروف وحفظ جزء من القرآن وخمسين حديثا نبويا شريفاً .

٣) **اللغة العربية** :مفرداته : الكلام وما يتألف منه والمعرب والمبني من الأسماء والأفعال والنكرة والمعرفة والمبتدأ والخبر .

٤) **حقوق الإنسان .**

٥) **اللغة الإنكليزية** :مصطلحات إعلامية وصحفية ورموز وأسماء وكالات الأنباء وقطع صحفية وخبرية قصيرة ومترجمة .

٦) **وسائل الاتصال :**

أ) التعريف بوسائل الاتصال : المقروءة والمرئية والمسموعة ونشأتها وتطورها .

ب) بداية الاتصال ونشأته وتطوره .

ج) فنون الإتصال وأساليبه ونماذجه .

د) مستويات الإتصال .

هـ) أنواع الإتصال ومفاهيمه .

و) عناصر العلية الإتصالية .

٧) **علم المعلومات والتوثيق الإعلامي :**

أ) تعريف علم المعلومات.

ب) أنواع المعلومات .

ج) استيعاب المعلومات وقوانين تطور العلم .

ح) فعاليات الإعلام العلمي .

هـ) مشكلة المعلومات .

و) مراحل تطور المجالات الموضوعية لأي علم .

ز) الحدود الموضوعية لعلم المعلومات .

ح) دور المعلومات في خدمة البحث العلمي والمجتمع .
ط) الاتجاهات الحديثة في تقديم خدمات المعلومات .
ي) سمات تكنولوجيا المعلومات في الوقت الراهن .
ك) البنية التحتية للمعلومات .

٨) **فن التحرير الصحفي :**
أ) الخبر الصحفي وضوابطه ومصادره .
ب) فن كتابة الخبر الصحفي بأنواعه .
ج) المقال الصحفي وأنواعه ووظائفه وطرق كتابته وتحريره وأهميته .
د) التحقيق الصحفي وأنواعه ووظائفه وطرق كتابته وتحريره وأهميته .
هـ) المقابلات الصحفية بأنواعها الصحفية .
و) التدريب العلمي والمهني على الكتابة الصحفية للخبر وأنواعه للصحف الدورية .

٩) **فن التصوير الفوتوغرافي :**
أ) اختيار أحدث الكاميرات التلفزيونية والفوتوغرافية .
ب) استخدام أشرطة الأفلام التلفزيونية والفوتوغرافية .
ت) اختيار زوايا التصوير لإبراز الموضوع المطلوب .
ث) العدسات وأنواعها .
ج) تطبيق قواعد الإضاءة بالتصوير .
ح) استخدام التكبير والتصغير .
خ) أجهزة التحميض وطبع الأفلام الأسود والأبيض والملون .

١٠) **الحاسوب** :مفرداته : أساسيات الحاسوب ، المفاهيم الأساسية للحاسوب الشخصي نظام التشغيل (windows) مقدمة عن شبكة الإنترنت .

المرحلة الثانية ـ قسم الإعلام / فرع الصحافة :

١) **العقيدة الإسلامية** :مفرداتها : نبذة تأريخية عن علم أصول الدين وقواعد وأصول في العقيدة والتوحيد ومظاهر الإيمان وتوحيد الإلوهية والربوبية والنبوة والنبوات السابقة وخاتمة النبوات محمد ﷺ والإيمان وأركانه.

٢) **اللغة العربية** :مفرداتها : نواسخ الابتداء (إن وأخواتها ولا النافية للجنس وظن وأخواتها) والمرفوعات (الفاعل ، نائب الفاعل) والمنصوبات (المفاعيل ، الاستثناء، الحال ، التمييز) .

٣) **الديمقراطية .**

٤) **اللغة الإنكليزية** :مصطلحات إعلامية وصحفية ورموز وأسماء وكالات الأنباء وقطع صحفية وخبرية قصيرة ومترجمة .

٥) **نظريات الإتصال :**

أ) ماهية نظريات الإتصال وأهميتها .

ب) استعراض نظريات الاتصال الجماهيري .

ت) أهمية وسائل الاتصال الجماهيري .

ث) وظائف الاتصال الجماهيري .

ج) تأثير وسائل الإتصال الجماهيري في المجتمع .

٦) **الرأي العام :**

أ) تعريف الرأي العام .

ب) أهمية بحوث الجماهير والرأي العام للقائمين بالاتصال .

ت) دور وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام .

ث) دور الرأي العام وأثره في توظيف وسائل الإعلام .

ج) نظريات التأثير في الرأي العام .

٧) **فن التحرير الصحفي :**

أ) المقال وأهميته وأنواعه وطرق تحريره .

ب) التحقيق الصحفي وأنواعه وطرق كتابته وتحريره .

ت) المقابلات والمؤتمرات الصحفية .

ث) التدريب العلمي على كيفية الكتابة والتحرير الصحفي .

٨) **قانون الإعلام :**

أ) ماهية قانون الإعلام مع نبذة تأريخية عنه .

ب) قانون حرية النشر .

ت) ضوابط النشر من الناحية القانونية .

ث) ضوابط الشريعة الإسلامية في النشر .

٩) **العلاقات العامة :**

أ) التعريف بمفهوم العلاقات العامة وأهميتها .

ب) العلاقات العامة وعلاقتها بأنواع الاتصال الأخرى .

ت) أهداف العلاقات العامة وخصائصها .

ث) العلاقات العامة في الإسلام .

ج) أساليب العلاقات العامة وجمهورها .

١٠) **الحاسوب** :مفرداته:أساسيات برمجيات معالج النصوص (word) تنسيق النصوص، إعداد المستند ، الجداول والملفات الصورية .

المرحلة الثالثة ـ قسم الإعلام / فرع الصحافة :

١) الفقه الإسلامي (عبادات) : مقدمة عن مفهوم الفقه ، أحكام الطهارة ، كتاب الصلاة ، كتاب الصوم ، كتاب الزكاة ، كتاب الحج.

٢) **أصول الدعوة** : أنظمة الإسلام والنظام الأخلاقي والاجتماعي والاقتصادي ونظام الحكم والحسبة والجهاد والجريمة والعقاب و(الداعي عدته ، المدعو ماله وما عليه ، أساليب الدعوة ووسائلها) .

٣) **اللغة العربية** :حروف الجر ومعانيها والإضافة وأعمال المصدر واسم المصدر والمشتقات والتوابع .

٤) **اللغة الإنكليزية** : مصطلحات إعلامية وصحفية ، رموز وأسماء وكالات الأنباء وقطع صحفية وخبرية قصيرة ومترجمة .

٥) **إعلام عربي ودولي** : يتضمن :

أ) الإعلام العربي : الأنظمة الإعلامية في الوطن العربي ــ وسائل الإعلام في الدول العربية (إذاعات وصحافة وقنوات تلفزيونية ووكالات أنباء) .

ب) إعلام دول : الأنظمة الإعلامية في العالم ــ وسائل الإعلام الدولي ــ وكالات الأنباء العالمية ــ النظام الإعلامي الدولي الحالي .

٦) فن الإعلان والدعاية :

أ) تعريف الإعلان والدعاية مع نشأتها وتطورها .

ب) وسائل الإعلام وأنواعها وأهمية كل وسيلة .

ت) استخدام تكنولوجيا وسائل الإعلام ومعايير اختيار الوسيلة .
ث) أنواع الإعلان والدعاية .
ج) أهمية ووظائف الإعلان والدعاية في المجتمع .
ح) موقف الإسلام من الإعلان والدعاية كيفية تحديده بضوابط إسلامية .

٧) **تقنيات الإعلام:** بنوك المعلومات الالكترونية العربية والعالمية والبث الفضائي والمحطات الفضائية والبث الرقمي الذي يعرف بـــ (dot) والبث التناظري ومراكز المعلومات الصحفية الالكترونية والرقمية .

٨) **فن التحرير الصحفي :**
أ) المقال وأهميته وأنواع وطرق تحريره .
ب) التحقيق الصحفي وأنواعه وطرق كتابته وتحريره .
ت) المقابلات والمؤتمرات الصحفية .
ث) التدريب العلمي على كيفية الكتابة والتحرير .

٩) **علوم سياسية واجتماعية :** ماهية السياسة ومفهومها وأهمية السياسة ومفهومها وأهمية السياسة ووظائفها وعلاقة السياسة بالعلوم الأخرى وعلاقة الإعلام بالسياسة وتعريف علم الاجتماع ومفهومه .

١٠) **فن الإخراج الصحفي :**
أ) إخراج الصحيفة وأهميتها .
ب) سمات إخراج الصحيفة وميزاتها .
ت) الصحيفة الناجحة في الإخراج .

المرحلة الرابعة ـ قسم الإعلام / فرع الصحافة :

١) **الثقافة الإسلامية :** تتناول دراسة مفردات نشوء الثقافة الإسلامية وتطويرها والصفات التي يجب أن يتجلى بها كل مجال الثقافة .

٢) **اللغة العربية :** النعت والتوكيد وعطف البيان والبدل والنداء والندبة والاستغاثة والترخيم وأسماء الأفعال وأسماء الأصوات والممنوع من الصرف.

٣) **اللغة الإنكليزية :**مصطلحات إعلامية وصحفية ورموز وأسماء ووكالات الأنباء وقطع صحفية وخبرية قصيرة ومترجمة .

٤) **تاريخ الصحافة :**

أ) تاريخ ونشأة الصحافة في العالم الغربي .
ب) تاريخ ونشأة الصحافة في الوطن العربي .
ت) مراحل تطور الصحافة في العالم الغربي والوطن العربي .

٥) الإعلام والتنمية :

أ) تعريفات الإعلام التنموي والمفاهيم والنظريات المتعلقة به .
ب) دور وسائل الإعلام في تعزيز البنية الوطنية .
ت) دور الإنسان في التنمية وكيفية العمل على نجاحها .
ث) التنمية الوطنية في العراق ودور وسائل الإعلام في إنجاح العملية التنموية .

٦) الحرب النفسية :

أ) التعريف بالحرب النفسية .
ب) أهمية الحرب النفسية .
ت) أساليب الحرب النفسية .
ث) أهم الوسائل الإتصالية للحرب النفسية .
ج) الحرب النفسية في التأريخ الإسلامي .
ح) الحرب النفسية في العصر الحديث وتأثيرها في المجتمعات .
خ) الضوابط الإسلامية للحرب النفسية .

٧) تقنيات الصحافة :

أ) الإطار العام لصناعة الطباعة .
ب) دور الطباعة في حياة الشعوب .
ت) دور الطباعة وأثره في النشاط السياسي والاقتصادي .
ث) مفاهيم الطباعة (أنواعها وطرقها وتقسيماتها) .
ج) مدى تطور صناعة الطباعة ومجالات تقدمها وتطورها .
ح) الطباعة وما يخص القراء .
خ) الطباعة والموارد الطبيعية .
د) الطباعة وتلوث البيئة .
ذ) الطباعة ومعدلات ابتكار وتصنيع الماكينات والمستلزمات الطباعية .
ر) مصطلحات طباعية .

ز) النشر المكتبي الالكتروني .

٨) **التدريب العلمي الصحفي :** إجراء تدريبات عملية لطلبة قسم الإعلام والمعلوماتية في الصحف والإذاعات والفضائيات .

٩) **إدارة المؤسسات الإعلامية :**

أ) تحديد الأهداف العامة للمؤسسة الإعلامية .

ب) رسم السياسات للمؤسسة الإعلامية .

ت) كيفية وضع الخطة الستراتيجية للمؤسسة الإعلامية .

ث) التخطيط الإداري المرتبط بالأنشطة الإنتاجية المتعلقة بالمؤسسة الإعلامية .

ج) تحديد الاحتياجات الفنية والمالية والملاك البشري ودراستها ومعرفة علاقتهما بأهداف وطموحات عمل المؤسسة الإعلامية .

ح) فتح الدورات الإعلامية ذات التخصصات الفنية لتطوير الإنتاجات المختلفة .

خ) التعاون الإعلامي والفني مع المؤسسات ذات الاختصاص المماثل .

١٠) **بحث التخصص** :وهو بحث التخرج الذي يقدمه الطالب في المرحلة المنتهية بإعداد بحث خاص في المجالات الإعلامية والصحفية بإشراف أحد الأساتذة التدريسيين في القسم المختص .

المبحث الثاني
كيفية تطوير قسم الإعلام
(المشروع الأنموذجي المقترح)

مدخل إلى موضوع الدراسة :

هذا الجهد قُصِدَ به في الأساس التعرُّف على الذات وعلى الآخرين في إطار تدريس علوم الاتصال ، بما يعطي معالم طريق مستقبلية في موضوعه. وهو، على إيجازه الشديد وطيِّه لمراحل الموضوع، يصف أدوار التجربة المحلية في تدريس الإعلام ، مركّزاً على السلبيات التي صاحبت مسيرة هذا النوع من التدريس بما أخرجه من مقاصده الأساسية.

وبذا ، فالدراسة محاولة لإعادة الأمور إلى نصابها في تأسيس وافتتاح كليات للدراسات الإعلامية في قطرنا العراقي العزيز بما يغطي الحاجة المقبلة علينا والتغيرات الاجتماعية والاقتصادية في مجتمعنا اعتباراً مهماً لبلوغ النجاح بواقعية وتخطيط.

ولذلك ، فقد جعلتُ وحدة التحليل الأساسية هي "الخريج" الذي هو ناتج الكليات النهائي ، بينما اعتبرت "العملية التعليمية" إطاراً حول هذه الوحدة بما يمكن من أنْ نسميه "مجتمع الدراسة".

وقد شمل ذلك المناهج والأستاذ المنفذ لها وسبل التخطيط فيها ، والحاجات لدى الطالب الدارس، وتأهُّل الطالب لهذا المنهج عند قبوله ، إلى جانب مصادر الدراسات والمعلومات والوسائل التعليمية ، مع إعطاء التدريس التطبيقي مكانه المعتبر والمقدر في هذا التخصص.

فالدراسة بسبب إيجازها لم تستطع تقديم نماذج تفصيلية للتطبيق المباشر فاكتفت بوضع المؤشرات العامة والخطوط الأساسية، التي تقود إلى هذه النماذج، ونرجو أنْ تسهم في شيء ذي بال.

إنَّ التخطيط المستقبلي لمناهج التعليم والمقررات الدراسية الجامعية يقوم أول ما يقوم على مقابلة احتياجات المجتمع من القوى المنتجة في حقل التخصص المعين موضع التخطيط . وهو بهذا نشاط حديث نسبياً في الدول النامية والأقل نمواً ، ويرجع ضرورة هذا التخطيط المستقبلي بصفة خاصة إلى عوامل وضرورات منها:

أولاً: التغيِّرات السريعة في المجالين الاجتماعي والتقني، التي تولدت عن حاجة عاجلة لوظائف اكتسبت أهمية متزايدة لدى المستفيدين من الجمهور العام، وحاجة هذه الوظائف لمستويات متطورة باستمرار من الناحية المهارية.

ثانياً: تزايد التعقيد التكنولوجي والتطور الصناعي وخاصة في حقل الالكترونات مما اقتضى إعادة النظر في ما سبق من تخصصات مهنية ودراسية من زاوية للرؤية والتبصَر ، بما يحقق مزيداً من التأهيل التخصصي الأكثر دقة وخصوصية.

ثالثاً: اطّراد الاحتياج الوطني للملاكات المتخصصة سواء في مجال الاتصال أو غيره ، وبالتالي تضاعفت مسؤوليات الحكومات تجاه التعليم التقني والعلمي بشقيه "النظري والعملي" بقصد الاستخدام الراشد للموارد البشرية والموارد المالية أيضاً وخفض تكلفة الإنتاج وزيادة الاستثمار[٣٣].

هذه العوامل وغيرها قد هيأت من الظروف والاهتمامات للأجيال توظيف أعداد أكبر من القوى البشرية عالية التأهيل على المستوى الجامعي وما دونه أو فوقه مما أقنع الكثيرين من خبراء التخطيط في الدول النامية إلى الاتجاه لاستحداث أنظمة تعليمية تناسب واقعها الوطني ، ومستواها من استيعاب التقانة الحديثة في الكليات الجامعية ، ومن بينها ، بطبيعة الحال ، كليات الإعلام.

ولذلك، فإنَّ التخطيط المستقبلي صار لا مناص عنه بغرض العمل على وفق استبصار علمي ، واضح المعالم ومحدد للرؤية المستقبلية لكل الكليات الجامعية في هذه الدول عامة ولكليات وأقسام علوم الاتصال والإعلام فيها بصفة خاصة [٣٤].

والتخطيط المقبل في مجال التعليم الإعلامي والاتصالي ، نرى أنه لا بُدَّ أنْ يقوم على عناصر رئيسة تمثل الأهداف المحددة سلفاً في فلسفة تدريس علوم الاتصال والإعلام والدعوة في مجتمع معين ، لأنَّ وسائل التدريس والمعينات التعليمية والخطط الدراسية والمناهج، كلها أدوات لبلوغ هذه الأهداف المحددة سلفاً في فلسفتنا التعليمية ونظريتنا المنبثقة عنها. فإذا تجددت الفلسفة التعليمية وتطورت المعينات لا بُدَّ من تطور وتحديث المناهج والمقررات والمفردات والمواد التدريسية ومحتواها تبعاً لذلك التحديث.

فالغرض من هذا التطور هو إعادة النظر في المناهج بما يحقق الأهداف الكليّة والجزئيّة في القوى البشرية التي تؤهلها ، والاستخدام الأمثل لطاقات هذه القوى، وتوجيه إنتاجها ومواكبة استخدام الطاقة البدنية والذهنية لهذه القوى على وفق الثورة العلمية والتقنية ولمواءمة التخطيط البشري مع التخطيط التكنولوجي. كما أنَّ مواكبة مستحدثات تطور التنظيم الإداري لمؤسسات الاتصال والإعلام وتطور الملكيات في هذه المؤسسات على وفق الحاجة الجديدة للمجتمع ، وعلى وفق الأهداف المستجدة مع هذه الحاجات الموضوعية يحتم على الجميع أنْ يُقَاس البرنامج الزمني للتعليم والتأهيل قياساً يناسب التخصصات المتجددة العامة منها والجزئية ، وتَحْديد المقررات والمفردات على وفق إطارٍ موقوتٍ بدقة من حيث الساعات المعتمدة للتعليم بأنواعه ، من تلقين ومشاركة وابتكار وتأهيل وتطبيق وتدريب وزيارات وإنتاج تجريبي يقوم به الطلاب[٣٥].

ولهذه الأسباب وغيرها ، فإنَّ عدم المراجعة ــ بصفة دورية ــ لوضع رؤية مستقبلية مخطط لها في البرامج الدراسية ، وإحكام هذه المخططات العلمية والعملية على وفق الأهداف المرسومة ، أو تلك المتوقعة أو المتطورة ، يؤدي إلى اختلال ضار بين التعليم لعلم الاتصال

ومهنة الإعلام ومؤسساته. وهو أمر له خطورة بالغة ، لأنه يتسبب ، بشكل أساسي ، في عدم القدرة على التكيُّف بين النظام التعليمي في مجتمعاتنا وبين احتياجات المجتمع الفعلية الآنية والمنتظرة من هذا النظام. وإنْ حدث عدم التكيُّف هذا في أي مجتمع من المجتمعات ، فإنَّ ذلك لن يكون بلا ثمن يدفعه كل من المهني والمستخدَم والمخدِّم والأكاديمي ومتخذ القرار القومي على حد سواء. إلى جانب كوننا سنعيش في مجتمع يعتمد على قلة من الأفراد الأكفاء لمهنة الإعلام بمختلف حقول تخصصات هذه المهنة ، والكفاية المقصودة ، هنا ، هي القدرة على الأداء الفعلي على وفق المعايير العلمية في التطبيق المهني للوظائف التي يقوم بها القائم بالاتصال في كل الوسائل والوسائط والظروف.

الإطار النظري للدراسة :

أولاً : إنَّ القضية البحثية في هذه الدراسة هي:

كيف نتمكن من بناء مناهج ومقررات دراسية علمية بناءً يوافق المنطق العلمي ، والواقع العملي مع تلبية الحاجات المستقبلية في المجتمع العراقي للوصول إلى صياغة جديدة تقيم لنا (الكلية المستقبلية المستقلة بذاتها) ، التي تحقق النجاح المخطط له في إحداث التأثير المطلوب من إجراء عملية اتصالية على متلقين ، يحقِّق فيها طالب الإعلام أهدافه كاملة؟

ثانياً : الفرضية العلمية فيها تقوم على :

إنَّ تطوير مناهج الدراسة الجامعية في الإعلام وتحديد المقررات للكلية المستقبلية الانموذجية ، لا بُدَّ أنْ يغطي كل الأطراف التي تشارك في هذه العملية الاتصالية. وإنَّ ذلك لا يتم إلاَّ بتوفير كل الحاجات لطالب الإعلام المحقق لأهدافه في بقية الأطراف المشاركة معه في هذه العملية.

وهذه الحاجات هي معينات نظرية وعملية وأخرى علمية تطبيقية ، تشكل في مزيجها الواقعي عناصر حيوية في "مكونات العملية الاتصالية المتكاملة الأركان" بنائياً ووظيفياً ، في تكامل وتوازن.

ومفهوم طالب الإعلام الذي سنركِّز عليه باعتباره الخريج من هذه الأقسام والكليات يقوم على أنه الأداة لتحقيق الأهداف الإعلامية ، وهي أداة بشرية و، ربما، غيرها ، متمثلة في المؤسسات والوسائط والوسائل الإتصالية التي ينطلق منها القائم بالإتصال ويستخدمها. وهنا لا بُدَّ من النظر إلى الخريج المتخصص من خلال أدواته الاتصالية، التي أجادها وتمكن من

استخدامها ومن إدارتها أو توجيهها، أو توظيفها وتطويرها بما يناسب حاجة جمهور المستفيدين من هذه الأدوات والوسائل ، أو يرضي حاجتهم الاتصالية .

كما سنراعي في اقتراح بناء المنهج الدراسي معالجة من شأنها أنْ تحقق التكامل في البنية والوظيفة من حيث الوسائل التعليمية. ونتناول كيف تشرحها المفردات الدراسية والموضوعات التي تشكل جزيئات من هذه البنى في إطار منهجي متكامل الوظيفة من حيث تحقيق أهداف طلاب هذا العلم سواء في الدراسات الإعلامية أو في استيعاب التقانة الاتصالية الضرورية لتلك الدراسات، التي تتم في إطار بنائي تخصصي دقيق أو إطار وظيفي تكاملي على وفق القدرات التأهيلية عند الطلاب عند قبولهم في هذه الكليات والأقسام.

الدراسة البنائية الوظيفية تتم على وفق الشروط الآتية :

١ــ مراعاة أصالة مصادر الدراسة والبحث لعلوم الاتصال في مجالين:

أ) ثقافة وإطار المعرفة وتكوينها في ذهن القائم بالايصال والاتصال، وهو الخريج من هذه الدراسة.

ب) أصالة المحتوى الاتصالي في الرسالة الإعلامية ، ومطابقتها لظروف وحاجات المجتمع العراقي من مؤسسات ووسائل إعلامية وجمهور المتلقين.

٢ــ تجديد في التخطيط التخصصي للتعليم الإعلامي مع مراعاة الأطر العلمية المتفق عليها والمصطلح العلمي المتعارف بين علماء وخبراء الاتصال.

٣ــ استشراف المستقبل عند التخطيط بما يستوعب الحاجات الحقيقية المتطورة أو المنتظرة في سوق الاستخدام أو العمل.

٤ــ العمل على تثبيت قدرة التخصص العلمي على الاستقلال المنهجي والبحثي والمهني والحرفي كحقل دراسي مستقل ومتكامل بين أطرافه ، لا يستعير في أداء خريجيه مهماتهم المهنية من تخصصات أخرى بعيدة عن التخصص الإعلامي المحض.

ومنهج الدراسة المتبع هو :

❁ إجراء الملاحظة والوصف مع الفحص للبيانات الخاصة بالمقررات الدراسية على وفق معيار "التوازن والتكامل".

❁ التوازن من حيث الجرعات المعطاة للقائم بالايصال والاتصال "الخريج" واستيعابه للوظائف والمقاصد على مستويات ثلاثة:

المستوى الأول: تجويد أدائه.

المستوى الثاني: تحديد أهدافه من المحتوى الاتصالي .

المستوى الثالث: الوصول إلى تحديد المشكلات من خلال المقارنة بين التجارب .

❁ التكامل بين أجزاء موضوعات المقرر الدراسي الواحد بما يحقق هدف إعداد الطالب بحسبانه مهيمناً على أطراف العملية الاتصالية ومكوناتها ، مع التطور المنطقي ، واعتبار البعدين النظري والتطبيقي في التخصص متكاملين معاً(٣٦).

إذاً، سوف نتبع منهج "الملاحظة" باستخدام نسق "التوازن" والأنموذج "البنائي الوظيفي" في الاتصال عند المتخرج ومدى تحقق تجويد الأداء المهني ، ووضوح تصور الهدف في المحتوى الاتصالي عند القائم بالاتصال في إطار متكامل في "دراسة تنبؤية للاتجاهات" ، عند كل من المدرّس والدارس وفي المنهج بشقيه النظري والتطبيقي ، تكاملياً بما يحقق تحليلاً لاتجاهات المصادر المعرفية للمناهج، وطرائق التدريس المتبعة، ومواصفات هيئة التدريس وبيئة تنفيذ المنهج والمعينات والوسائل التعليمية ومستوى التلقي عند الدارسين وكيفية تجاوز عقبات التطور والخروج من المشكلات الماثلة الآن.

وعلى ذلك، فعند تنفيذ التحليل "البنائي والوظيفي" لابُدَّ من ملاحظة التوازن والتكامل في مناهج ومقررات الإعلام ولذلك سنعمد، من خلال مراحله، إلى توضيح معدل التغيّر المطلوب، واتجاهات هذا التغيّر، وأدواته لوضع رؤية مستقبلية تطورية بما يحقق تنبؤات علمية مبنية على الواقع وعلى معطياته مع الاحتياط للعوائق المتوقعة أمام تحقيقها.

وعليه، نرى أنَّه لا بُدَّ أيضاً من قياس المتغيرات المحيطة بدراسة الإعلام وكيفية تفاعل الدراسة مع هذه المتغيرات التي استجدت عالمياً ومحلياً ، ولا يتم هذا القياس إلا من خلال كشف "الروابط الجزئية" بين المتغيرات وموضوع هذه الدراسة . ولذلك لا بُدَّ من إجراء ملاحظات على مفردات المناهج والمقررات بصورة جزئية لأغراض التطور المستقبلي واستحداث مسارات جديدة للتعليم والتعلم في هذه المقررات لمقابلة المستجدات في البيئة العلمية للإعلام في القرن الحادي والعشرين ، والمتلقي الذي يستهدفه والوسائل التي يسخرها ، وكفاية وفاعلية هذه الوسائل ومواكبتها من العاملين في حقل التعليم العالي المتخصص عند تخريج المهنيين إليها (٣٧).

وتتم المعالجة بحسبان أنَّ الكليات الجامعية والأقسام مواقع لإنتاج القوى العاملة لا بد لها من الاهتمام بمستوى "الجدارة" في التعيين للوظائف الإعلامية حيث تقوم ببناء المقررات

الدراسية وتصميم المناهج ، باعتبار أن تحقيق الجدارة هو الطريق المتبع في معظم الدول في التوظيف عموماً على وفق نظم الجودة.

لأنَّ نظام الترقي للجدارة عند التعيين يضمن اختيار صفوة العناصر القادرة على القيام بأعباء الوظيفة المحددة. ولجان المعاينات في لجنة الاختيار للخدمة العامة يتبع أسلوباً قياسياً للجدارة عند المتقدمين لشغل الوظائف الإعلامية ولكن هذه اللجان تحصر موضوع "الجدارة" بين الأفراد المتنافسين على وظيفة ما، على أساس المفاضلة في القدرات في ما بينهم من دون أن تضع معياراً يحدد حاجز الكفاية.

هذا الأسلوب، مع عدالته، لا بد من تغييره إلى أسلوب معياري يسبق التنافس على الوظائف لدى لجان الاختيار والاستخدام ، وذلك بقيام جهة معتمدة مختصة تضع المعيار السابق، الذي يحدد من يدخل هذه المنافسة لشغل الوظائف ومَنْ لا يدخلها ، لأنَّ الوظائف ما هي إلاَّ أماكن إنتاج فيها مجموعة من الواجبات والمسؤوليات، وهذا هو النظام المطبق في أمريكا مثلاً [٣٨].

الفصل الرابع
كيفية النهوض بواقع قسم الإعلام (رؤية مستقبلية لتحويله إلى كلية متخصصة بالإعلام)

يجب أن لا نكتفي بمبادرة تغيير الخطة السابقة ، وإنما نتبعها بمبادرات مساندة قادرة على تمكين الدارسين من التعرف بشكل شمولي على طبيعة التخصص ، وآلية ممارسته ، وذلك انطلاقاً من نتائج المسح التي من المفروض أن تجريها الكلية على وضع الأقسام فيها ، مستفيدة في ذلك من استطلاع التجارب ونتائج الدراسات المتخصصة ، وبخاصة دراسة طرق تدريس الإعلام في الجامعات العربية والأمريكية ، والتوصيات التي توصلت إليها تلك الدراسة [٣٩].

تتمثل هذه المبادرات في مجموعة من البرامج والمشاريع التي نعمل على تنفيذها ونتمسك على عزمها كي نصل إلى "الارتقاء بالمستوى العلمي لقسم الإعلام وتخريج طلبة متخصصين من خلال تهيئة بيئة تعليمية ، متكاملة ، ومتفوقة ، تقود إلى تدريب وتأهيل وتخريج ، كفاءات متميزة قادرة على تلبية الاحتياجات الحالية للمجتمع ومكان العمل" [٤٠]، وذلك وذلك في سبيل " أن تصبح في مقدمة المؤسسات التعليمية المتخصصة في مجالاتها على

المستوى الداخلي والعربي والإسلامي"، وقد يكون هذا في طور التمني إلا أن الطموح واجب ولا تحده حدود[٤١].

وتتلخص أبرز هذه المبادرات في التالي:

أولاً : تطوير برنامج الدراسات العليا بقسم الإعلام (مستقبلاً) :

يجب أن لا يقتصر تطوير المناهج الدراسية على المرحلة الجامعية فحسب، فبعد الانتهاء من تحديد ملامح المناهج الدراسية لتلك المرحلة ، واعتماد مقرراتها وأقسامها ، يتم العمل على الإعداد والتقويم لمناهج الدراسات العليا وجعلها منسقة مع الهوية الجديدة لتدريس الإعلام ، والعمل على خطة جديدة يعتمد عليها مجلس الكلية ومجلس قسم الإعلام بحيث تحتوي على مجموعة من المتطلبات العصرية، إضافة إلى تحديد أربعة مسارات مختلفة يمكن أن يتخصص فيها الملتحقون بمنهج الدراسات العليا ، تشمل: الصحافة والنشر الالكتروني والإذاعة والتلفزيون والعلاقات العامة والاتصال التسويقي والإعلان، بل من المفروض أن لا يكتفي برنامج الدراسات العليا الجديد بتلك المسارات الأربعة فحسب، بل يتم تصميمه بشكل دقيق ليفتح باباً واسعاً للراغبين في دراسة أي مجال من مجالات الإعلام المتخصص: (الإعلام الإسلامي والإعلام الاقتصادي والإعلام التربوي والإعلام الأمني والإعلام السياسي...) ، بحيث يكلف من يرغب في دراسة أي من هذه المجالات بدراسة متطلبات أي من الأقسام المتخصصة ذات العلاقة، فيما يكتفى بدراسة متطلبات الكلية والقسم في داخل الكلية.

والقسم بهذا الإجراء يتيح الفرصة وبتوسع أكبر لغير حملة شهادة البكالوريوس في الإعلام للالتحاق ببرنامج الدراسات العليا بما يخدم مجالات تخصصاتهم إعلامياً في المستقبل ليشكلوا النواة الحقيقية والصحيحة للإعلام وأناس متخصصين بهذا المجال.

ثانياً : تدريس الإعلام للطالبات:

منذ إنشاء قسم الإعلام في الجامعة الإسلامية كانت الدراسة الأكاديمية في مجال الإعلام حكراً على الطلاب، ولم تحظ الطالبات خلال هذه الفترة بأية فرصة لدراسة الإعلام ، مما يؤدي إلى نقص في عدد الإعلاميات المؤهلات، خصوصاً، بعد أن اقتحمت المرأة هذا المجال بقوة. ولسد هذا النقص وتلبية احتياجات مجال العمل يجب فتح آفاق العمل الإعلامي الأكاديمي أمام المرأة من خلال إعلان الجامعة وتأهيلهن وفتح باب القبول للطالبات للدراسات الأولية ثم للدراسة العليا في الإعلام بتخصصاته المتنوعة.

ويخضع القبول في هذه المرحلة للشروط العامة للقبول في الدراسات العليا بالجامعة.

وسنرى الإقبال على التسجيل كبيراً ، مما يحتاج الى تشكيل لجنة من القسم لدراسة هذه الطلبات وإجراء المقابلات الشخصية مع صاحباتها ، وقبولهن وإعطاءهن برنامجاً مكثفاً لدراسة الإعلام داخل الجامعة.

وهذه المبادرة ستلقى ترحيباً واسعاً في أوساط المتخصصين والمهتمين بالشأن الإعلامي ، وسيظهر ذلك جلياً في ردود أفعال الكتاب ووسائل الإعلام بشكل عام وسنرى إشادات بهذه الخطوة الريادية. وتعد هذه مرحلة أولى لشروع الكلية قريباً في تدريس الإعلام للطالبات في المرحلة الجامعية ، حيث ينتظر أن تشكل الطالبات الخريجات في مرحلتي الماجستير والدكتوراه نواة عضوات هيئة تدريس لمرحلة البكالوريوس.

ثالثاً : إنشاء مركز الوسائط المتعددة للتدريب :

تقتضي المرحلة المقبلة إنشاء مركز الوسائط المتعددة للتدريب في الكلية لتوجه أقسام الكلية نحو تطوير خططها ومناهجها التعليمية ، يبدأ قسم الإعلام بتطبيق خطته، التي تعتمد في كثير من مقرراتها على توظيف التقنية الاتصالية ، ويتجه قسم الإعلام إلى تطوير خطته الدراسية لتتضمن عدداً من المقررات، التي تعتمد على توظيف تقنيات الاتصال.

ويتم توظيف هذا المركز لتنظيم دورات تدريبية في مجالات، الاتصال المختلفة للراغبين من داخل الجامعة أو خارجها.

ويجب أن يضم المركز في مرحلته الأولى أجهزة حواسيب كافية، تحتوي على أحدث البرامج المتخصصة في الإنتاج الإعلامي بأنواعه المطبوعة، والمرئية، والالكترونية، ويؤمل أن يؤهل هذا المركز المتدربين لأن يصبحوا قادرين على التعامل مع التقنية الحديثة وفقاً لما هو متبع في المؤسسات ذات العلاقة ، مع القدرة على أن يوفر للمهنيين في تلك الجهات التدريب المتقدم في مجالات احتياجها ، ويمكن أن يتألف المركز من أربع وحدات متخصصة موزعة على النحو الآتي:

١) تطبيقات الكومبيوتر:

تضم هذه الوحدة عشرين جهاز حاسب آلي، في الأقل مخصصة لتأهيل الطلاب في المستويات التمهيدية باستخدامات الحاسب الآلي من خلال تدريس مقررات أولية يتم من خلالها تدريبهم على استخدام حزمة "الأوفس" Microsoft Office وبخاصة برامج "وورد" Word و"بوربوينت" Power Point و"إكسل" Excel وغيرها.

كما يتم استخدام هذه الوحدة لتدريب المتخصصين في مجال النشر الالكتروني على تصميم المواقع الالكترونية من خلال برنامج "فرونت بيج" Front Page ، وتقديم العروض المرئية ، إضافة إلى تدريب الطلاب ، وبخاصة في الدراسات العليا "مستقبلا" على استخدم برنامج التحليل الإحصائي "SPSS".

٢) المونتاج "الإذاعي والتلفزيوني":

وتستخدم هذه الوحدة لتأهيل الطلاب وفقاً لأحدث الأساليب المتنوعة للإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، على وفق آخر ما توصلت إليه الصناعة التقنية المتبعة في أحدث المحطات الإذاعية والقنوات التلفزيونية ، بما في ذلك معالجة الأفلام والصور والأشرطة الصوتية والمرئية ، وكذلك استخدام الوسائط الالكترونية بأنواعها.

وتضم هذه الوحدة أجهزة حاسوب مزودة بالعديد من برامج الوسائط المتعددة مثل "فاينال كات برو" Final Cut Pro و"فاينال كت استوديو" Final Cut Studio و"أدوبي آفتر إفيكت" Adobe After Effect و"ثري ماكس" 3Max و"ادوبي بريمير" Adobe Premier وغيرها ، ولتقديم الدعم اللازم لهذه الوحدة على الوجه المطلوب ، ويتم تزويدها بكاميرات متنوعة للتصوير الفوتوغرافي والمتحرك "فيديو".

٣) الكرافكس والرسوم:

توضع في هذه الوحدة أجهزة كومبيوتر متطورة (ماكنتوش G5) ، يتم استخدامها لتدريب الطلاب على البرامج المتخصصة، مثل برنامج "ادوبي إن ديزاين" Adobe In-Design و"ادوبي فوتوشوب" Adobe Photo-Shop و"ادوبي اليستريتر" Adobe Illistratorو"اكروبات ريدر" Acrobat Reader، وتتخصص هذه الوحدة في تدريب الطلاب الدارسين على إخراج الصحف والمجلات وتصميم المطبوعات المختلفة كالكتيبات الإيضاحية والنشرات والملصقات والمطويات ، وغيرها.

٤) المشاريع المنفردة:

نؤسس في هذه الوحدة على أجهزة تمثل في أنواعها وخصائصها الأجهزة المستخدمة في وحدة تطبيقات الحاسوب ، ووحدة المونتاج الرقمي ، ووحدة الكرافكس والرسوم ، وذلك بغرض تدريب الأساتذة والمحاضرين والمعيدين بصورة دورية على التجهيزات والبرامج المتوفرة والمتجددة لاحقاً وتحرص الكلية على اقتنائه أولاً بأول ، كما تتم الاستفادة من هذه الوحدات في تمكين المتدربين من استثمارها في أوقات فراغهم لتنفيذ مشروعاتهم، خصوصاً،

في حال انشغال بقية الوحدات الأخرى ، كما توظف هذه الوحدة في إنجاز أنشطة أعضاء هيئة التدريس اللاصفية مثل البحوث العلمية ، والاستشارة العلمية والرحلات التدريبية وغيرها.

ونجعل الوحدة التدريبية تضم أجهزة عروض مرئية "بروجكتور" Projectors، إضافة إلى خوادم Servers مستقلة لكل وحدة ، وترتبط الأجهزة والوحدات مع بعضها بعضا بشبكة داخلية تمكن من تبادل المعلومات بينها على نحو ميسر ، ويتم من خلال هذه الخدمة ذات السعة الكبيرة في تخزينها حفظ مشاريع المتدربين، في حال الرغبة في ذلك ، بحيث تحظى بالخصوصية اللازمة لصاحبها ، ويتم استدعاؤها عند الحاجة ، وجميع هذه الأجهزة مرتبطة ببرنامج يتيح للأستاذ أو المدرب الدخول إلى أجهزة المتدرب وعرض مضمونها أمام الآخرين لمناقشته وتقويمه.

٥) إنشاء أستوديو إذاعي وتلفزيوني:

وفي إطار المشروعات التطويرية الضرورية في الكلية إنشاء أستوديو إذاعي وتلفزيوني عصري جديد وهو ما يتم تنفيذه ، يعد عنصراً مكملاً ومهماً لنشاط مركز الوسائط المتعددة للتدريب ، وباستكمال هذا المشروع تصبح الكلية من أكبر وأحدث مركز للتدريب الإعلامي الداخلي في العراق.

ويلبي هذا الأستوديو الاحتياجات التدريبية للكلية في حقل صناعة البرامج الإذاعية والتلفزيونية ، وذلك على وفق آخر ما توصلت إليه تقنية الإنتاج في هذا المجال ، ويتلقى المتدرب في هذا الاستوديو المتكامل ساعات تدريبه طول مدة دراسته ، بما يمكنه من الحصول على المعرفة العلمية والتطبيقية لفنون العمل التلفزيوني من إخراج ، وتقديم ، وتصوير ، ومونتاج ،إضافة إلى الإلمام بفنون الإضاءة والتشغيل.

لا تنحصر مهمات الاستوديو التلفزيوني الجديد في تقديم مهارات التدريب التلفزيوني للطلاب، بل يتجاوزه ليصل إلى الإنتاج البرامجي للجامعة تتيح للمتدرب والمستفيد التعامل مع الكاميرا في تصوير مواقع مختلفة وفي ظروف متباينة ، تساعد في إضافات جمالية متنوعة في عمليات التصوير.

ويتكون التجهيز الداخلي للاستوديو إضافة إلى شبكة الإضاءة ، نظام صوتي متكامل ، ترتبط جميعها بغرفة مراقبة مستقلة مجهزة بالشاشات وأجهزة التحكم بالكاميرات ، مما يتيح عمل البرامج التلفزيونية.

وتتيح تجهيزات الاستوديو الجديد خاصية التصوير التلفزيوني الافتراضي التي تمكن من الدمج بين ما يتم تصويره في الاستوديو وأية مادة تلفزيونية أخرى بصورة إبداعية ومثيرة، (فعلى سبيل المثال، يمكن إظهار الأشخاص، الذين يتم تصويرهم داخل الاستوديو وكأنهم يجولون في أماكن مختلفة من العالم).

ولتعزيز قدراته الفنية يستفيد الاستوديو من جميع وحدات مركز الوسائط المتعددة للتدريب وذلك في مجال عمل التصاميم والمؤثرات البصرية والصوتية، وعمل المونتاج Editing وحفظ المواد الفلمية. وبشكل عام، فإن التجهيزات المتكاملة في الاستوديو الإذاعي والتلفزيوني في قسمنا تجعله بيئة تدريب مثالية لجيل قادم من المتخصصين مزود بخبرات ومهارات العمل الإذاعي والتلفزيوني، وذلك بما يحاكي الأسلوب الاحترافي الرفيع في ميدان صناعة البرامج الإذاعية والتلفزيونية.

٦) إنشاء متحف وسائل الاتصال:

لتكامل العمل الإعلامي وتطويره يجب أن ندخل فكرة إنشاء متحف متخصص لوسائل الاتصال نتيجة للتغيِّرات التي تحصل في مجال التكنولوجيا لمقررات الخطة الدراسية، التي يحتوي بعضها على معلومات تاريخية ، أو تقادم معلومات يستفاد منها الطالب تعمل فكرة إيصال المعلومات نفسها من خلال هذا المتحف الذي يسلط الضوء على قصة تطور الاتصال ، بصفته يمثل زاداً ثقافياً مهماً للمتخصصين في الاتصال.

وتهدف الكلية من إنشاء هذا المتحف ، الذي يعد سبقاً علمياً وثقافياً على مستوى كليات القطر، إلى مساندة العملية التعليمية الإعلامية بأسلوب جذاب وفعال ، بحيث يسهم هذا المعلم في تفعيل التواصل الحسي المباشر بين الطلاب وما يوصف لهم نظريا من الوثائق والأجهزة والأدوات والمواد التي يجري ذكرها أثناء المحاضرات.

كما أنه يسهم في إثراء المعرفة وزيادة الثقافة التاريخية والعلمية للزوار في مجالات الإتصال المختلفة.

لتجسيد أبرز المحطات البارزة في تاريخ الإتصال وفقاً لتسلسلها الزمني، وذلك منذ ٥٠٠٠ سنة قبل الميلاد ، وذلك على جزءيين:

جزء يحتوي على رسوم وأشكال وصور تشرح مراحل تطور الاتصال البشري وفقاً لتسلسلها الزمني . وجزء يضم نماذج للكثير من وسائل الاتصال البشري، التي ظهرت

وتطورت عبر التاريخ ، ابتداء من الرسومات المنقوشة على الصخور إلى أجهزة وتقنيات الاتصال الحديثة.

ومن أبرز المقتنيات التي ينبغي توفيرها:

١) نسخ من الأعداد الأولى من الصحف العراقية والعربية ، وكذلك نسخ من الصحف والمجلات العالمية القديمة التي تتضمن مادة إعلامية عن العراق.

٢) نماذج من أجهزة الاتصال السلكية واللاسلكية مثل أجهزة البرق (التلغراف) والهاتف والراديو والحاكي (الفونوغراف) والسينما ، والتلفزيون وغيرها.

٣) أجهزة ومعدات تحكي تطور إعداد وإنتاج المواد المطبوعة مثل: أجهزة الصف والحروف الطباعية والآلات الكاتبة وأدوات الإخراج الصحفي وأجهزة التصوير الفوتوغرافي والحواسيب، وغيرها.

٧) توثيق الرسائل العلمية الكترونياً:

يعاني الباحثون في العراق ، خصوصاً ، والوطن العربي ، عموماً ، من صعوبة الحصول على نسخ من الرسائل العلمية الموجودة في معظم الجامعات والمؤسسات الأكاديمية التي تشترط على الباحث الحضور والاطلاع على الرسائل في مكتباتها من دون أن يحصل على نسخة منها إذ تخشى الجامعات فقدان هذه الرسائل أو تلفها ، وللتغلب على هذه الصعوبة نطلق مشروعاً يتيح للباحثين امتلاك نسخة خاصة من أية رسالة علمية من الرسائل المقدمة في الإعلام وذلك من خلال توثيق الرسائل العلمية الكترونياً وعمل نسخة الكترونية على أقراص ممغنطة (CD) للقراءة فقط غير قابلة للتعديل لضمان حقوق الباحثين.

ومن خلال هذا المشروع نحقق توثيق جميع الرسائل العلمية المقدمة في الإعلام منذ تدريسه حتى الوقت الحاضر ، ولتسهيل وصول الباحثين إلى هذه الرسائل ومعرفتهم بها يتم عرض قائمة بعناوينها على موقع الكلية على شبكة الانترنت ، وتقوم لجنة الدراسات بتزويد الباحثين بنسخة الكترونية بشكل مباشر أو من خلال البريد الالكتروني أو اليدوي ، ما يسهم في زيادة الطلب على بعض الرسائل العلمية داخل العراق وخارجه.

٨) تطوير وإدارة موقع القسم على شبكة الانترنت:

انطلاقاً من أهمية دور القسم في تقديم خبرتها ومشورتها لخدمة نشاط الجامعة الإعلامي ، يجب أن نعمل على استحداث وتطوير موقع لقسم الإعلام داخل شبكة الانترنت ، يأخذ القسم على عاتقه مهمة إدارته وتغذيته ، خصوصاً بعد أن استحدث قسم الإعلام الصحيفة،

التي من المفروض أن تكون على الموقع، وقبل البدء بتنفيذ هذا المشروع تقوم الكلية باستطلاع تجارب العديد من الجامعات العالمية والعربية والمحلية لوضع التصميم الملائم ، وتوفير المعلومات الضرورية له. علاوة على قائمة بالرسائل العلمية، التي تتم مناقشتها في الأقسام الاخرى.

وتتضمن الصفحة الأولى من الموقع معلومات تفصيلية عن أخبار الجامعة وأنشطتها ، يتم تحديثها بشكل يومي من إدارة الإعلام في الجامعة، التي من المؤمل أن تشرف عليها كلية الإعلام في المستقبل القريب. ولجذب أكبر عدد من الزوار لموقع الجامعة تعمل الكلية على توفير مجموعة من الخدمات الالكترونية أبرزها:

أ) موقع صحيفة الانترنت:

نعمل على إصدار صحيفة الجامعة الالكترونية، أو صحيفة القسم، بعد الإعداد الجيد وتكون شهرية بداية، ثم الصدور كل أسبوعين وبعدها تكون أسبوعية ونحرص على النوعية الجيدة والتجدد في الإخراج والتصميم والحروف الطباعية والصور المستخدمة ، إضافة إلى التطور الكبير في المضامين والأشكال الصحفية.

ويمكن أن تواكب الصحيفة الالكترونية ركب الصحافة الالكترونية الحالية، على الانترنت وتتيح لقرائها في أي مكان من العالم تصفحها والتفاعل مع محتوياتها الكترونياً.

ب) منتدى القسم أو الكلية الالكتروني:

تعمل الجامعة على تأسيس منتدى الكتروني رسمي يهدف إلى إتاحة الفرصة لطلاب وطالبات الجامعة ومسؤوليها ، ومنتسبيها كافة للتواصل مع بعضهم بعضا لما من شأنه تذليل جميع الصعاب والعقبات التي تواجههم، والارتقاء بمستوى الجامعة إلى الأفضل ، وقد يتوج هذا المنتدى بمشاركة رئاسة الجامعة ، وبتوجيهه لجميع الكليات والعمادات والإدارات بتعيين ممثلين لهم في منتدياتهم التي يضمها المنتدى ، وذلك للإجابة على أي استفسار أو شكوى يطرحها رواده.

وبمرور الوقت يصبح المنتدى منبراً حضارياً ويلاقي من أعضائه إقبالاً كبيراً وأتاح الفرصة للحوار البناء والمناقشة بشأن مختلف القضايا ذات العلاقة بالتعليم الجامعي ، واعتقد انه سيثمر عن معالجة الكثير من الإشكالات في وقت قصير ، مما يخفف من مراجعات الطلاب لمكاتب المسؤولين ويسهم في اختصار الطريق إلى الجهات صاحبة الشأن، ويقلل كذلك من

انتشار الشائعات ومن الشكاوى على مواقع الانترنت الأخرى ، ويسهم في ظل سرعة توفير المعلومات المطلوبة ، وإيضاح موقف الجامعة تجاه ما يطرحه المشاركون في المنتدى.

ت) الملف الصحفي الالكتروني اليومي (التوثيق الإعلامي):

ولمواكبة التحول الكبير الذي يشهده مجال التوثيق الإعلامي من الطريقة التقليدية إلى البدائل الالكترونية ، يمكن التوثيق الكترونيا مع طريقة التوثيق الورقي اليومي لما يرد في الصحف المحلية عن الجامعة من أخبار واردة وكل ما له علاقة بالتعليم العالي ، أن أسلوب التوثيق الالكتروني يمكن أن يعوض عن الورقي ويصبح الملف متاحاً، أولاً بأول، على صفحات الموقع ، وغدا في المستقبل يمكن أن يتصفحه الجميع أينما كانوا.

رابعاً : برامج التدريب بقسم الإعلام :

يجب علينا أن نقوم بإعداد برنامج التدريب التعاوني مع المؤسسات الإعلامية لنحصل على أنموذج مميز للجهود التي تبذلها المؤسسات الأكاديمية للتواصل مع الجهات والمؤسسات، التي تمثل مجال عمل محتملة لخريجيها ، مما يتيح لهذه الجهات التعرف على إمكانيات الكلية في مجال توفير التخصصات، التي يتطلبها المجال الإعلامي ، واختيار الموظف المناسب من خلال تعاملها مع الطلبة أثناء فترة التدريب وانتقاء الأفضل منهم.

كما يمنح هذا البرنامج الطلاب فرصة للتدريب الفعلي واكتساب الخبرة العملية ، مما يساعدهم على معرفة قدراتهم وإمكاناتهم ، ومواطن الضعف لديهم من خلال المواجهة الفعلية للحياة العملية وعبر عملية التقويم التي يقوم بها المشرف على التدريب وجهة التدريب معاً ، الأمر الذي يتيح لهم إمكانية الحصول على وظيفة مستديمة وبراتب مجز نظراً لصلاحية الطالب للعمل الفوري بعد التخرج ، وذلك بحكم معرفة الجهة الموظفة بقدراته وإمكاناته ، ولحصوله على خبرة مبدئية بمجال العمل.

ويستمر برنامج التدريب التعاوني ، الذي يتم على وفق اتفاق محدد بين الكلية وجهة التدريب ، فترة زمنية لا تقل عن شهرين يعمل الطالب فيها أكثر من (٢٨٠) ساعة تدريبية بمعدل (٥) ساعات يومياً ، ويمنح مكافأة رمزية تدفعه الى الالتزام بالبرنامج التدريبي وتكون عاملا مشجعاً للمؤسسة الإعلامية في أن تتابعه باهتمام.

ونلاحظ تجاوباً من المؤسسات الإعلامية العاملة في مجال الإذاعة والتلفزيون والصحافة والعلاقات العامة ، وزيادة الفرص التدريبية المتاحة للطلبة الذين يحق لهم الالتحاق بالبرنامج.

ولعل من أبرز مؤشرات نجاح هذا البرنامج ازدياد عدد المؤسسات التي تبديه في أن تكون ضمن قائمة الجهات المتعاونة ، إضافة إلى رغبة المؤسسات، المسهمة، في تفعيل الزيارات الأولى.

١) برنامج تدريب المدربين:

لكي تؤتي الخطوات التطويرية في مجال التقنية ثمارها ، نحتاج إلى برنامج خاص نطلق عليه (تدريب المدربين)، ويهدف هذا البرنامج إلى تدريب أعضاء هيئة التدريس والمحاضرين والمعيدين في القسم كافة والإفادة من الخبرات التي تمتلكها الكلية ، وكيفية توظيفهم في مجالات التخصص ، لاكتساب الحصيلة المعرفية، والمهارات التطبيقية من خلال دورات متخصصة

ويمكن إضافة البرامج المهمة للدورات :

أ) برامج التصميم العامة وتشمل برامج (Adobe): Adobe Photoshop, Adobe Illustrator وبرامج (Corel DRAW) .

ب) برامج الإنتاج التلفزيوني ، وتشمل برنامج الاستوديو الافتراضي: ULTRA 2 وبرامج التصميم (الكرافيكس) التلفزيوني: 3D Max, Adobe Premier . Maya 3D وبرامج تشغيل وحدات الاستوديو التلفزيوني الالكترونية (الإضاءة والمؤثرات المرئية والصوتية) : برامج مالتي تراك : Similitude برامج ون تراك: Wave Lab وبرامج المونتاج: Adobe final cut pro, Adobe After Effect, EDIUS Pro .

ث) برامج الإخراج الصحفي وتشمل برنامج (إن دزاين).

د) برامج النشر الالكتروني وتشمل فرونت بيج Front Page ودريم ويفر Dream Waver وبرامج الفلاش برامج السوش.

الخاتمة

شهد قسم الإعلام في كلية الآداب ــ الجامعة الإسلامية تطويراً وتغييرا طفيفاً في مقرراته ، وفي توفير الإمكانيات المساندة لتدريس الإعلام ، ونحن نأمل أن يحدث نقلة نوعية في تدريس هذا التخصص الذي تطور بشكل مذهل خلال العقد الماضي بما يستوجب مواكبته، وبما يسهم في تأهيل كفاءات إعلامية تلبي الاحتياجات الحالية للمجتمع والعمل المهني.

ونتمنى في التغيير استحداث أقسام مستقلة للاتصال التسويقي والإعلان إضافة إلى الاهتمام بالنشر الالكتروني في قسم الصحافة.

كما يمكن أن يتضمن التغيير استحداث قسم العلاقات العامة في قسم مستقل، وتدريس مقررات جديدة في هذه الأقسام تراعي الاحتياجات الفعلية لطبيعة التخصص ، ولم يكن قسم الإذاعة والتلفزيون مستثنى من التغيير الذي من المفترض أن تشهده الخطة الجديدة فيه، بل يهتم القسم بتدريس مقررات تركز على ترسيخ الفهم والتطبيق الدقيق لميدان الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني ، وذلك على نحو مقررات التصوير والإضاءة والتحقيق الإذاعي والتلفزيوني والبرامج المتخصصة.

ولأن تدريس الإعلام لا يمكن أن يتم بمعزل عن توفير الإمكانات الضرورية لتعلمه على النحو المأمول، فيجب أن ينفذ العديد من المشاريع والبرامج ذات العلاقة التي من شأنها أن تسهم في تخريج ملاكات إعلامية مدربة ، وفي تدريب بعضهم على رأس العمل ، حيث يتم إنشاء مركز الوسائط للتدريب يتألف من مجموعة وحدات متخصصة تلبي جميع احتياجات الإنتاج الإعلامي ، وإنشاء استوديو تلفزيوني يضاهي الاستوديوهات الحديثة المتوفرة لدى القنوات التلفزيونية.

ويتم تأسيس متحف تعليمي خاص عن تاريخ الاتصال منذ فترة ما قبل التاريخ وحتى وقتنا الحاضر، ويقدم القسم على خطوة هي الأولى من نوعها حينما يفتتح قسما لتدريس الإعلام للطالبات في المرحلة المقبلة، تمهيداً لبدء برنامج مرحلة الدراسات العليا.

والهدف المستقبلي والغاية المستفادة من هذه الدراسة هو تحويل قسم الإعلام في كلية الآداب – الجامعة الإسلامية إلى كلية إعلام مستقلة بحالها ، كما حدث مع كلية الإعلام في جامعة بغداد عندما كانت قسم من أقسام كلية الآداب ، حيث تحول هذا القسم في عام (٢٠٠٢م) إلى كلية إعلام مستقلة بحالها . وكما بينا في ما مضى من البحث ، حيث تم شرح السبل والطرق التي تساعد على تحويل قسم الإعلام في كلية الآداب ــ الجامعة الإسلامية إلى كلية إعلام تابعة إلى الجامعة الإسلامية . ومن الله التوفيق والسداد وجعل الله هذا الجهد في سبيل تطوير وتغيير واقع الإعلام بشكل عام إلى واقع ومستقبل أفضل وأكثر إشراقاً ...

وخلاصة الدراسة علينا أن نتبع بعض الخطوات التي من شأنها أن ترتقي بدراسة الإعلام في العراق، لذا علينا أن نغير الكثير من مفاهيم دراسة الإعلام ونلحق بركب التطور ومواكبة كليات

العالم الشبيهة بكلياتنا في العراق من أجل خلق جيل واع ومتطور يستطيع أن ينجز المهمة على أكمل وجه.

خطوات تنفيذ الرؤية المستقبلية لتدريس الإعلام في العراق:

لكي تلحق أقسام الإعلام بركب التغيِّر الذي طرأ على الساحة الإعلامية المهنية ، تقدم هذه الدراسة مجموعة من الاقتراحات التي تشكل الخطوط العريضة لمستقبل تدريس الإعلام ، من أبرز تلك الاقتراحات ما يلي:

١) هناك حاجة ماسة إلى إعادة النظر في العديد من مقررات الإعلام في الأقسام المتخصصة في الإعلام ، سواء من خلال حذف بعضها تماماً، وتنقيح مفردات بعضها الآخر بما يوائم العصر، ومن أمثلة المواد التي يحتاج الأمر إضافتها مقرر (أساليب التوثيق الالكتروني) الذي يعكس التطور الذي شهده حقل الإعلام ومستجدات التخصص.

٢) لابد من الاهتمام بشكل واسع بمقررات الانترنت والنشر الالكتروني ، وربما، آن الأوان لأن يخصص قسم مستقل عن النشر الالكتروني بشكل عام، أو أن تبدأ تسمية الأقسام بما يضمن حصول النشر الالكتروني على المكانة التي يستحقها في تخصص الإعلام.

٣) هناك حاجة إلى الاهتمام بالاتصال التسويقي والإعلان في الجامعات الإعلامية وقسمنا خاصة ، ففي الوقت الذي خصصت له الجامعات الأخرى شعبة أو قسماً مستقلاً اقتصر الأمر في جامعتنا على مجرد تدريس مقررات تأسيسية.

٤) أهمية تعليم الطلاب وأسلوب استخدام التقنية الرقمية في مجال العمل الإعلامي ، ومن ذلك على سبيل المثال: توظيف الانترنت، في عملية الحصول على معلومات يعتد بها ، وكذلك توظيف (Spread Sheet Database Manager-) (دراسات البيانات) في عملية تحليل المعلومات، وكذلك التعرف على تقنية المعلومات المكتوبة والصور المتحركة وكيف يتم بناء مواقع الكترونية ، وكيف يتم التقاط ومنتجة الصوت والصورة الكترونياً.

٥) لا بد أن يتم استيعاب تقنية الاتصال الحديثة في مجال الإعلام في جميع مواد التخصص الأخرى، لتشير بصورة عميقة إلى التلاحق الذي حدث بين وسائل الإعلام ، وعلاوة على تعليم الطلاب عملياً كيفية التعامل مع الشبكة الجديدة لوسائل الإعلام ، فإن من الأهمية بمكان أن تعاد صياغة المواد الأخرى، بما يؤكد تأثيرها في جميع نواحي التخصص ، فعلى سبيل المثال، لابد من التعرف على التغييرات الخطيرة التي أحدثتها تقنية الاتصال الحديثة على التنظيمات

القانونية الإعلامية سواء في مجال القذف والتشهير، أو في مجال حقوق الطبع ، والخصوصية الفردية.

٦) هناك حاجة في المستويات الأولى إلى مادة أساسية تتناول: وسائل الإعلام الرقمية والتفاعلية ، يكون الهدف منها تكوين الأساس المعرفي للطلاب بشأن هذا النوع من وسائل الإعلام، وتمكينهم تطبيقياً من ممارسة مهمة إنتاج نماذج مختلفة لما يتم استخدامه عبر هذا النوع من الوسائل.

٧) يحتاج قسم الإعلام في الجامعة إلى تكثيف المواد المتخصصة في إعداد التقارير العامة والخاصة، وكذلك المواد المعنية بالتحرير والكتابة الصحفية والإذاعية والكتابة المتخصصة في العلاقات العامة.

٨) هناك حاجة إلى مادة تركز على مصادر المعلومات، توضح كيفية جمعها، وتحليلها وتقويمها ويمكن أن يكون من ضمن مفرداتها وفقاً لما ورد في إحدى المواد المشابهة التي يتم تدريسها في جامعة أوريجن[٤٢]: فن المقابلة، استخدام المكتبة الورقية والالكترونية، بحيث يتعلم الطلاب الأسلوب الأمثل لجمع المعلومات وتحليلها، بل تحديد الرسائل الاتصالية، التي يرغبون في إيصالها من تلك المعلومات.

٩) في ظل الحاجة الملحة للتصميم الالكتروني بخاصة في حقلي الإعلان والعلاقات العامة ، أصبح من الضروري التعريف بمادة متخصصة في تصميم الصفحات الالكترونية ، وذلك لغرض تعليم الطلاب تصميم صفحات الكترونية وأساليب العرض المتحركة (Power point)، ويفترض أن يقدم الطلاب ضمن متطلبات المادة مشاريع تبرهن على معرفتهم بما درسوه ، وتقدم على أقراص ممغنطة أو على شبكة المعلومات مباشرة. وتعد هذه المادة في حال تنفيذها من المواد المرشحة لتدريسها في كلية الإعلام وأقسامها.

١٠) تطوير الخطة التعليمية لأي من أقسام الإعلام ينبغي أن لا يتم بمعزل عن التشاور مع المهنيين الذين يمارسون العمل في وسائل الإعلام المختلفة بمن في ذلك العاملون في أقسام الإعلام في الوزارات ، ومنظمات المجتمع المدني ، والجمعيات العلمية والمهنية ، بل ان من الأهمية بمكان الاستعانة ببعض هؤلاء المهنيين في تدريس بعض المواد أو تقديم مواد تدريبية وعملية للطلاب.

١١) لابد من وجود لجنة دائمة مهمتها النظر، باستمرار، في ما ينبغي تنقيحه وتطويره ، كما لابد من أن تكون لها صلاحية آنية في إدخال مواد أو مفردات تغطي تقنيات الإعلام كحل سريع من دون الانتظار لوجود خطة شاملة.

١٢) لابد من وجود منهج لتدريب أعضاء هيئة التدريس للتعرف على ما هو جديد في مجال الإعلام ، وإرسالهم للمشاركة في المؤتمرات والندوات، فلابد من إلزامهم بذلك، وبخاصة أولئك الذين يدرسون مواد ذات علاقة بالتقنية، على حضور دورات تدريبية متخصصة.

١٣) هناك حاجة إلى زيادة الجرعات التدريبية للطلاب بما يمكنهم من معرفة حقيقة العمل في المؤسسات المتخصصة، ويمكن تحقيق هذا الهدف من خلال إيجاد برامج تدريبية بالتعاون مع الجهات الإعلامية المهنية، وتكثيف الاهتمام بالتطبيق في المواد النظرية المتعلقة بالجوانب المهنية، وذلك على نحو مقررات الإنتاج والتوثيق ، ونحوها.

١٤) أهمية الربط بين الأساتذة في تدريس مادة واحدة تحتاج إلى خبراتهم مجتمعة ، مثال ذلك قيام أستاذ مادة التحرير الصحفي لمرحلة معينة، وأستاذ تقنيات الصحافة بتدريس مادة التحرير لأكثر من وسيلة إعلامية ، هذا الإجراء ليس القصد منه تقديم معلومات شاملة للطلاب على أهميته فحسب، وإنما أيضاً استفادة الأساتذة من خبرات بعضهم لبعض ، وذلك على نحو ما هو معمول به في العديد من الجامعات في الخارج، اي جمع أكثر من تخصص في آن واحد.

١٥) كما نوصي بأهمية التنسيق بين أقسام الإعلام في البلد بما يسهم في تكاملها في توفير التخصصات المختلفة والدقيقة ، ليس في مجال الإعلام فحسب ، وإنما في مجال الاتصال بشكل عام، ويأتي العمل على تحقيق هذا التكامل بصورة ملحة بين الأقسام، التي يوجد فيها تشابه كبير ، وتحديداً الإعلام في جامعتنا وكلية الإعلام وممكن إضافة قسم الإعلام في جامعة تكريت أو جامعة الانبار أو حتى الإعلام في جامعات كردستان.

١٦) نوصي بضرورة الاهتمام بقسمي الإعلام وذلك بتوفير الإمكانات التقنية الحديثة في مجال الاتصال، ومن ذلك إنشاء وحدات متقدمة للتدريب مجهزة بأحدث ما يستخدم في ميدان العمل الإعلامي المهني من حاسبات وبرامج متخصصة ، كما ندعو إلى إنشاء استوديو إذاعي وتلفزيوني عصري، يحاكي ما هو متوفر لدى قنوات البث الإذاعي والتلفزيوني الحالية وهو تحت الإنشاء في الوقت الحاضر.

١٧) لابد من إعادة النظر في سياسة قسم الإعلام في الجامعة ، والعمل على تحويله إلى كلية بفتح أقسام جديدة يتم التدريس فيها ، بشكل مكثف، في تلك المرحلة، لكي تكون مراحل

الدراسة العليا المستقبلية متسمة بالتركيز على البحوث والمواد النظرية والعملية ، الأمر الـذي يؤدي بالحاصلين على الشهادات العليا في ظل السياسة الحالية إلى التركيز على المقررات التي درسوها بشكل أكبر.

١٨) في ظل النمو المتزايد لمشاركة المرأة في النشاط الإعلامي ، يفترض أن تبادر الكلية إلى فتح قسم نسائي يسهم في تأهيل الطالبات في المجال الإعلامي ، وتزودهن بالمعرفـة اللازمـة بأساليب ممارسة المهنة.

هوامش البحث

(١) محمد الصاوي مبارك : البحث العلمي ــ أسسه وطريقة كتابته ، (القاهرة ، المكتبة الأكاديمية ، ١٩٩٢): ص ١٩-٢٠.

(٢) د. أحمد حسين الرفاعي : مناهج البحث العلمي ــ تطبيقات إدارية واقتصادية ، (عمّان ــ دار وائل للنشر والتوزيع ، الطبعة الخامسة ، ٢٠٠٧) : ص ٦١-٦٢.

(٣) د. سمير محمد حسين : دراسات في مناهج البحث العلمي ــ بحوث الإعلام ، الطبعة الثالثة ، القاهرة ، عالم الكتب، ١٩٩٩ : ص ٧٥.

(٤) وجيه محجوب : البحث العلمي ومناهجه ، (بغداد ، دار الكتب للطباعة، ٢٠٠٢): ٦٣.

(٥) حسين عبد الحميد احمد:دراسة في مناهج العلوم ، ط٤، (الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، ١٩٨٩) : ص ٣٦.

(٦) محمد الصاوي : البحث العلمي ، ، المكتبة الأكاديمية ، القاهرة ، ١٩٩٢م : ص٢٠.

(٧) وجيه محجوب : البحث العلمي ومناهجه ، دار الكتب للطباعة والنشر ، بغداد ، : ص٦٣ .

(٨) محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم الكتب٢٠٠٠م : ص٦٩ .

(٩) د. حميد جاعد : أساسيات البحث المنهجي ، ٢٠٠٤): ص ٥٨.

(١٠) د. هادي الهيتي :أسس وقواعد البحث العلمي ، دراسة(بغداد ، ١٩٨٣) : ص٢٤.

(١١) د. رجاء وحيد دويدري ، مصدر سابق: ص ٣٠٥.

(١٢) د. راسم محمد الجمال : مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية ، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ،١٩٩٩) : ص ١٢٠.

(١٣) د. أحمد حسين الرفاعي ، مصدر سابق :ص ١٤٦-١٤٧.

(١٤) د.ربحي مصطفى عليان، د.عثمان محمد غنيم : مناهج ، مصدر سابق : ص١١٢.

(١٥) المصدر نفسه: ص١١٤.

(١٦) محمد العربي : الخطاب ، مجلة الفيصل نقلا عن د. سيد محمد ساداتي الشنقيطي : مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم ، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع ، الرياض ، ط١ ، ١٤٠٦هـ ـ ١٩٨٦م : ص١٣ .

(١٧) منصور مصطفى السحلي : الوسطية في الإعلام ، ط٢ ،- ١٩٩٣ م : ص١٨١ .

(١٨) سورة ص : الآيتان (٦٧-٦٨) .

(١٩) سورة البقرة : الآية (٣٣) .

(٢٠) سورة القيامة : الآية (١٣) .

(٢١) د. سيد محمد ساداتي ، المصدر السابق : ص١٤ . وانظر : د. عبد العزيز شرف ، المدخل إلى وسائل الإعلام، ط١، ١٤٠٠هـ - ١٩٨٠م ، دار الكتاب المصري ودار الكتاب اللبناني : ص٧١. وانظر:د. محمود محمد سفر ، الإعلام موقف، ط١، دار تهامة، ١٤٠٢هـ-١٩٨٢م: ص٢١. وانظر: د. فخري جاسم سلمان وآخرون ، العلاقات العامة ، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ، العراق ، ١٩٨١: ص٢٢٥ - ٢٢٦ .

(٢٢) هذا التعريف يحظى باحترام من قبل الدارسين الإعلاميين حسب رأي د. سيد محمد ساداتي الشنقيطي المثبت في كتابه أعلاه وهو موجود في معظم كتب الإعلام منسوبا إلى صاحبه . انظر: د. إبراهيم إمام : الإعلام والاتصال بالجماهير ، ط٢ ، ١٩٧٥م : ص١١.

(٢٣) د.عبد اللطيف حمزة : الإعلام في صدر الإسلام ، دار الفكر العربي ، ط٢ ، ١٩٧٨ : ص١٠٥ - ١٠٦.

(٢٤) د. محيي الدين عبد الحليم : الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية ، مكتبة الخانجي بالقاهرة ودار الرفاعي بالرياض ، ط٢ ، ١٤٠٤ هـ - ١٩٨٤م : ص١٨ .

(٢٥) د. إبراهيم إمام ، المصدر السابق : ص١٢ .

(٢٦) د. محيي الدين عبد الحليم ، المصدر السابق : ص١٨ .

(٢٧) الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية ، النظرية والتطبيق، المصدر السابق : ص٢٩٥

(٢٨) د. سيد محمد ساداتي ، المصدر السابق : ص١٨ .

(٢٩) المصدر نفسه : ص١٨ .

(٣٠) د. سيد محمد ساداتي ، المصدر السابق : ص١٧-١٨ . وانظر : د. محيي الدين عبد الحليم ، المصدر السابق : ص١٩-٢١ .

(٣١) د. سعد خميس الحديثي ــ رئيس قسم الإعلام والمعلوماتية .

(٣٢) د. سعد خميس الحديثي ــ رئيس قسم الإعلام والمعلوماتية .

(٣٤) سليمان عبد التواب الزين: ورقة: "مؤشرات لتأصيل التخطيط الإعلامي"، قدمت لمؤتمر (نحو إعلام رسالي) بقاعة الصداقة بالخرطوم ، ١٩٩٢م.

(٣٥) الوسائل التعليمية ، إصدار كلية التربية ــ ص ٣.

(٣٦) الوسائل التعليمية ، مصدر سابق : ص ٣٤-٣٥.

(٣٧) انظر: أ. د. علي الطاهر شرف الدين: تأصيل العلوم الطبيعية بين مستلزمات النهضة وتحديات العولمة ، مقال بمجلة التعليم العالي ، العدد الثالث ، ٢٠٠٤م : ص ٧-٨.

(٣٨) د. إبراهيم عبد العزيز شيما: العملية الإدارية ، الدار الجامعية ، بيروتص ٣٢٦-٣٢٧.

(٣٩) الحيزان ، محمـــد عبد العزيز: تدريس الإعلام في الجامعات السعودية والأمريكية .

(٤٠) مهمة كلية الدعوة والإعلام ، موقع الكلية على شبكة الإنترنت: http://www.imamu.edu.sa/comm/0.htm

(٤١) رؤية كلية الدعوة والإعلام ، موقع الكلية على شبكة الإنترنت: http://www.imamu.edu.sa/comm/0.htm

(٤٢) http://jcomm.uoregon.edu/prospective/coursesites/j202.doc

المصادر والمراجع

المصادر والمراجع العربية :

١) د. محيي عبد الحليم : الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية ، النظرية والتطبيق – مكتبة الخانجي بالقاهرة ، ودار الرفاعي بالرياض ، ط٢ ١٤٠٤هـــ ١٩٨٤م.

٢) د. علي الطاهر شرف الدين: تأصيل العلوم الطبيعية بين مستلزمات النهضة وتحديات العولمة ، مقال بمجلة التعليم العالي ، العدد الثالث ، ٢٠٠٤م .

٣) حسين سمير: استخدام مدخل ضمان جودة التعليم والاعتماد الأكاديمي لمواجهة التحديات ، التي تواجه التعليم الإعلامي الحكومي في الجامعات العربية والخليجية .

٤) حسين عبد الحميد أحمد : العلم والبحث العلمي ــ دراسة في مناهج العلوم، ط٤، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، ١٩٨٩ .
٥) الحمود ، عبد الله وفهد العسكر: مدى تلبية مخرجات قسم الإعلام في دراسة مسحية لآراء قياديي العمل الإعلامي بشأن تأهيل المتخرجين في القسم، مجلة جامعة الإمام ، العدد الرابع والأربعون ، شوال ١٤٢٤هـ.
٦) الحيزان ، محمـــد عبد العزيز: تدريس الإعلام في الجامعات السعودية والأمريكية.
٧) د. إبراهيم إمام : الإعلام والاتصال بالجماهير ، مكتبة الانجلو المصرية ، ط٢.
٨) د. إبراهيم عبد العزيز شيما: العملية الإدارية ، الدار الجامعية ، بيروت.
٩) د. أحمد حسين الرفاعي : مناهج البحث العلمي ــ تطبيقات إدارية واقتصادية ، (عمّان ــ دار وائل للنشر والتوزيع ، الطبعة الخامسة ، ٢٠٠٧) .
١٠)د. اسعد علي : الصحافة والإعلام النافع ، ط١ ، دار السؤال للطباعة والنشر ، دمشق ، ١٤٠١هـ – ١٩٨١م.
١١)د. حميد جاعد : أساسيات البحث المنهجي ، (بغداد ، شركة الحضارة للطباعة والنشر، ٢٠٠٤).
١٢)د. راسم محمد الجمال : مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية ، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ،١٩٩٩) .
١٣)د. سمير محمد حسين : دراسات في مناهج البحث العلمي ــ بحوث الإعلام ، الطبعة الثالثة ، القاهرة ، عالم الكتب، ١٩٩٩ .
١٤)د. سيد محمد ساداتي الشنقيطي : مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، الرياض ، ط١ ، ١٤٠٦هـ ــ ١٩٨٦م.
١٥)د. عبد العزيز شرف : المدخل إلى وسائل الإعلام، ط١، ١٤٠٠هـ – ١٩٨٠م، دار الكتاب المصري ودار الكتاب اللبناني .
١٦)د. فخري جاسم سلمان وآخرون : العلاقات العامة ، العراق ، ١٩٨١.
١٧)د. محمود محمد سفر : الإعلام موقف، ط١، دار تهامة ، ١٤٠٢هـ–١٩٨٢م.
١٨)د. محيي الدين عبد الحليم : الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية ، مكتبة الخانجي بالقاهرة ودار الرفاعي بالرياض ، ط٢ ، ١٤٠٤ هـ – ١٩٨٤م
١٩)د. هادي الهيتي : أسس وقواعد البحث العلمي ، دراسة مطبوعة بالرونيو (بغداد ،

٢٠)د.ربحي مصطفى عليان، د.عثمان محمد غنيم : مناهج وأساليب البحث العلمي .
٢١)د.عبد اللطيف حمزة : الإعلام في صدر الإسلام ، دار الفكر العربي ، ط٢ ، ١٩٧٨
٢٢)رؤية كلية الدعوة والإعلام : موقع الكلية على شبكة الإنترنت: http://www.imamu.edu.sa/comm/0.htm .
٢٣)سليمان عبد التواب الزين: ورقة: "مؤشرات لتأصيل التخطيط الإعلامي"، قدمت لمؤتمر (نحو إعلام رسالي) بقاعة الصداقة بالخرطوم ، ١٩٩٢م.
٢٤)كولد ستين ، هارولد: حلقة الوصل بين التعليم والعمل ، ديسمبر ١٩٦٧م، مج ٢٣-
٢٥)محمد الصاوي مبارك : البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته ، القاهرة ، المكتبة الأكاديمية ، ١٩٩٢م.
٢٦)محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم الكتب ، القاهرة ،
٢٧)منصور مصطفى السحلي : الوسطية في الإعلام ، ط٢ ، ١٤١٣هـ - ١٩٩٣ م .
٢٨)مهمة كلية الدعوة والإعلام : موقع الكلية على شبكة الإنترنت: http://www.imamu.edu.sa/comm/0.htm
٢٩)وجيه محجوب : البحث العلمي ومناهجه(دار الكتب للطباعة والنشر ، ٢٠٠٢م).
٣٠)الوسائل التعليمية : إصدار كلية التربية ــ جامعة الإسكندرية ، قسم المناهج وطرق التدريس والوسائل التعليمية ، (٨٥ــ١٩٨٦م) .

المصادر والمراجع الأجنبية :

1) http://jcomm.uoregon.edu/prospective/coursesites/j202.dc
2) Murray, Michael D. The Basic Course in Mass Communications. In Michael D. Marray and Anthony J. Ferri (ed.). Teaching Mass Communication: Guide to Better Instruction, New York. USA: . Praeger 1992.