

**دور القائم بالإتصال في تعزيز التربية
الإعلامية لدى طلبة الجامعات العراقية
(دراسة مسحية)**

**The role of the communicator in pro-
moting media education Among Iraqi
university students
A Survey Study**

م.د. خضير عباس ضاري

Dr.khudher Abaas Dhari

كلية السلام الجامعة - قسم الإعلام
khudherabaas55@gmail.com

م.م. خالد جمال إسماعيل

Khaled Jamal Ismail

الجامعة التكنولوجية
قسم الإعلام والاتصال الحكومي
khalid_abassi@yahoo.com

المستخلص

جاء هذا البحث ليسلط الضوء على دور القائم بالاتصال في تعزيز التربية الاعلامية لدى طلبة الجامعات العراقية.

و تمثلت مشكلة البحث في التساؤل الرئيسي (ما دور القائم بالاتصال في إيصال مفهوم التربية الاعلامية) وتفرعت منه مجموعة أسئلة فرعية تغطي جوانب البحث، ويهدف البحث إلى رصد دور القائم بالاتصال في تغطية مفهوم وأهمية وتعزيز التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات والنتائج المترتبة عليها.

ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تقوم على إكتشاف الظاهرة ووصفها ومعرفة العلاقة بين متغيراتها، واعتمد الباحثان على المنهج المسحي باستخدام أداة الإستبانة والمقابلة العلمية على عينة محددة عددها ١٥٠ مبحوث.

وقسم البحث إلى اطار منهجي واطار نظري واطار ميداني (عملي).
وتوصل الباحثان الى النتائج التالية :

١. القائم بالاتصال يستخدم الوسائل الرقمية لتوصيل مادة التربية الإعلامية .
٢. المبحوثون لديهم القدرة على نشر محتوى اعلامي .
٣. المبحوثون يستطيعون التمييز بين الخبر الكاذب والصادق .
٤. القائم بالاتصال يساهم في تحقيق معايير ومفهوم التربية الاعلامية للطلبة .



Abstract

This research came to shed light on the role of the communicator in promoting media education among Iraqi university students.

The research problem is represented in the main question (what is the role of the communicator in communicating the concept of media education) and a group of sub-questions branched out from it covering aspects of the research.

This research is one of the descriptive researches that is based on discovering the phenomenon, describing it and finding out the relationship between its variables.

The research was divided into a theoretical framework and a field (practical) framework.

The two researchers reached the following results:

-١) The communicator uses digital means to deliver media education.

-٢) The respondents have the ability to publish media content.

-٣) Respondents can distinguish between true and false news.

-٤) The communicator contributes to achieving the standards and concept of media education for students.

المبحث الاول: (الإطار المنهجي)

أولاً / أهمية البحث :

ان السلوك المهني كثيراً ما يرتبط بالاداء الاعلامي للقائم بالاتصال، لاسيما انه يعمل وسط جداً مهم محسوب على الشباب الذين هم اساس المجتمع، والذي يدفعه الى البحث عن مهارات احترافية ترتبط بتوجيه الطلبة بالتربية الاعلامية، وتأتي أهمية البحث عبر ابراز الوعي الاعلامي للطلبة ولما يمثلون من اعداد كبيرة في الدراسة الجامعية في مرحلة البناء العقائدي والبدني والعقلي والفكري وتكوين التصورات والآراء ومتابعتهم لوسائل الاعلام وبالاخص ما ينتشر على الانترنت، بعد ان أصبح المواطن صحفي ويكتب ما يشاء والغزو الثقافي والاجتماعي والعلمي وكل مناحي الحياة، ولان الطلبة (الشباب) يؤدون دورا كبيرا مؤثرا في بناء البلد وتطوير المجتمع والارتقاء به نحو مصاف الدول المتقدمة، وانهم يتميزون بالنشاط والحركة والتفاعل وبالاخص هم اصبحوا مواطنين رقمين عبر الفضاء الالكتروني ويتطلب العمل معهم مرتبة متقدمة وبالاخص في مجال التربية الاعلامية، والمساهمة في بنائهم فكرا لبناء الوطن وعدم الانجرار والانجراف نحو سلبيات مواقع تواصل الاجتماعي وكل ما ينشر على الانترنت .

من هنا تأتي أهمية البحث وان ملامح الحياة التي يعيشها الطلبة تغيرت بشكل جوهري ولاسيما مع تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة، ومنها ثورة المعلومات والاتصال الرقمي والانترنت في ظل عصر الرقمنة.

ثانياً / مشكلة البحث:

تعد خطوة اختيار مشكلة البحث العلمي من الخطوات البحثية المهمة من مراحل البحث العلمي ومن منهجيته المهمة والتي تكون اكثر صعوبة وغالبا ما يجد الباحث نفسه امام مشكلات ينبغي دراستها .



دور القائم بالاتصال في تعزيز التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات العراقية

وتعرف مشكلة البحث (انها ظاهرة تحتاج تفسيراً او قضية تم الاختلاف فيها وتباينت وجهات النظر بشأنها وتقتضي اجراء عملية في جوهرها)^(١)، وتتخلص مشكلة بحثنا في عدم وجود مفهوم واضح لدى الطلبة عن التربية الاعلامية وما هو دور القائم بالاتصال بذلك وتمثل بالتساؤلات الآتية :-

١. ما طبيعة ما يقدمه القائم بالاتصال للطلبة عن طريق دوره في تقديم المعلومة ؟
٢. ما حجم المهام التي يقوم بها القائم بالاتصال والتي يرغب في ايصالها الى الطلبة؟
٣. ما العوامل المساعدة في انجاز مهمة القائم بالاتصال في توعية الطلبة بالتربية الاعلامية ؟

٤. ما مدى تقبل الطلبة لمفهوم التربية الاعلامية ؟
٥. ما هي التربية الاعلامية ومدى ايصالها للطلبة من قبل من قبل القائم بالاتصال في المؤسسة ؟

٦. ما مدى تأثير الطلبة بما يطرحه القائم بالاتصال في ايصال مفهوم التربية الإعلامية ؟
٧. ما النتائج المترتبة في تعزيز التربية الاعلامية ؟

ثالثاً / أهداف البحث:

شكل البحث او دراسة هدف حتى تكون ذات قيمة علمية وأن من اهداف البحث العلمي تنظيم المعرفة الحالية، وربط هذه المعرفة بالنظريات القائمة بالاتصال والتوثيق العلمي، ويرمي البحث الى الوقوف على دور القائم بالاتصال في المؤسسات التعليمية بتعزيز التربية الاعلامية لدى الطلبة والتي تغطي جوانب المشكلة وكما يأتي:^(٢)

(١) حميد حامد الدليمي، اساسيات البحث العلمي، بغداد - شركة الخضر للطباعة والنشر، ٢٠٠٤، ص ١٦.

(٢) خضير عباس ضاري، دور الاعلام الالكتروني بتعزيز الاغتراب السياسي في المجتمع العراقي، جامعة

م.م. خالد جمال إسماعيل - م.د. خضير عباس ضاري

١. طبيعة ما يقدمه القائم بالاتصال للطلبة عن طريق دوره في تقديم المعلومة .

٢. حجم المهمات التي يرغب القائم بالاتصال بإيصال المعلومة .

٣. العوامل التي ساعدت القائم بالاتصال في انجاز مهمته .

٤. مفهوم التربية الاعلامية ومدى ايصالها للقائم بالاتصال .

٥. المساهمة في تقبل الطلبة لمفهوم التربية الاعلامية .

٦. امكانية التأثير على الطلبة من فهم المعلومة .

٧. القدرة على تعزيز التربية الاعلامية للطلبة والنتائج المرتبة عليها .

رابعاً / منهج البحث ونوعه :

هذا البحث من البحوث الوصفية التي تتعدى تقديم المعلومات وانما استخلاص الدلالات وفقاً لأهداف البحث وذلك عن طريق الوصف والتحليل لإستبانة البحث الخاصة، وحيث ان واقع الاحداث والظواهر والآراء وتحليلها بهدف الوصول الى استنتاجات مفيدة لتصحيح هذا الواقع او تحديثه وتطويره فهما للحاضر، ويستهدف توجيه المستقبل والتحكم به من حيث الفهم والتحكم^(١)، واقتضت مشكلة البحث اعتماد المنهج المسحي العلمي، (والذي يهدف الى تسجيل وصفي للحقائق بإتباع المنهج العلمي، اي انها تعرض موضوعاً ما بطريقة موضوعية دقيقة^(٢))، وان المنهج المتبع الذي يقوم على وصف ظاهرة من الظواهر قضية للوصول الى اسبابها والعوامل التي تتحكم فيها واستخلاص النتائج لتعميمها وذلك من اجل تجميع البيانات وتنظيمها

بغداد، كلية الاعلام، ٢٠٢١، ص ٤-٥ .

(١) سمير محمد حسن، بحوث الاعلام، الاسس والمبادئ، القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٩، ص ١٤٣ .

(٢) فريد محمد صالح، دور الصحافة في تعزيز الامن الاقتصادي، رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة بغداد، 2004، ص 8 .



دور القائم بالاتصال في تعزيز التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات العراقية وتحليلها^(١) .

خامساً / حدود البحث ومجالاته :

شملت حدود ومجالات البحث ثلاث مجالات أساسية هي :

١. المجال البشري: اختار الباحثان الجامعة التكنولوجية وكلية السلام الجامعة مجالاً للبحث وقد بلغ عدد المبحوثين ١٥٠ مبحوث من الطلبة ومن كلا الجنسين في قسمي هندسة المعماري وهندسة المواد من الجامعة التكنولوجية وقسمي الإعلام واللغة الإنكليزية من كلية السلام الجامعة .

٢. المجال المكاني: كان مكان البحث محافظة بغداد / الجامعة التكنولوجية وكلية السلام الجامعة .

٣. المجال الزمني: استغرق اجراء البحث المدة من ١ / ٣ / ٢٠٢٣ لغاية ٣٠ / ٤ / ٢٠٢٣، اثناء توزيع الاستبانة على المبحوثين واسترجاعها وتحليل البيانات واستخلاص النتائج منها .

سادساً / عينة البحث :

اختار الباحثان محافظة بغداد (الجامعة التكنولوجية) بالإضافة إلى (كلية السلام الجامعة) لتوزيع الإستبانة على الطلبة وحيث العينة العشوائية وزعت (٥٠) إستمارة في الجامعة التكنولوجية و (١٠٠) استمارة في كلية السلام الجامعة، وبلغ عدد المسترجع (١٤٥) وأستبعدت (٥) لوجود اخطاء فيها .

(١) صفاء فوزي، دور وسائل الاتصال في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصدري نحو الانتخابات الرئاسية الامريكية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، القاهرة، جامعة القاهرة، العدد ٢، لسنة ٢٠٠٨، ص ٨٠ .

م.م. خالد جمال إسماعيل - م.د. خضير عباس ضاري

سابعاً / أدوات البحث :

استخدم الباحثان أداتين من ادوات البحث وهما الاستبانة والمقابلة العلمية .
وإن الاستبانة (اداة لجمع البيانات، والتي اشتملت على مجموعة من الأسئلة التي
تعكس اهداف البحث^(١)) .

والتي تركز على الجوانب الرئيسية لمشكلة البحث للوصول إلى الحلول والنتائج على
ضوء اجابة المبحوثين، وتستخدم استمارة الاستبانة عادة لمعرفة اتجاهات الاشخاص
ومشاعرهم ودوافعهم وسلوكهم، كي تفيدنا للحصول على احصائيات تصور الواقع
الحالي وترشدنا لوضع خطط للمستقبل والواقع المعاشي^(٢) .

كذلك تم استخدام المقابلة العلمية كأداة للبحث في ضوء ما جرى جمعه من معلومات
وبيانات عبر الاستبانة سواء عن طريق الباحثان او المساهمين بتوزيع الاستبانة بعد ان
تم توضيح الغرض من الاسئلة وكيفية الاجابة الصحيحة عليها، وكانت المقابلة مع
اشخاص في اقسام الاعلام والاتصال الحكومي للحصول على معلومات تهم البحث
من قبل الباحثان، علماً بأنه تم تحليل الاستبانة من قبل الخبراء ومن الإختصاصات
المعنية .

ثامناً / دراسات سابقة :

١- دراسة صباح أنور محمد ٢٠١٧: استخدام العلاقات العامة الرقمية في عمل
الجامعات العراقية :

(١) كامل حسون القيم، منهج واساليب البحث العلمي في الدراسات الانسانية، (بيروت: دار
البيان لنشر والتوزيع، ٢٠١٢) ص ١٦٦ - ١٦٨ .

(٢) حسن عماد مكية، اخلاقيات الاعلام، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٤، ص ١٦٧) .



دور القائم بالاتصال في تعزيز التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات العراقية

استهدفت الدراسة معرفة العلاقات العامة الرقمية في اكساب العاملين على المعلومات اللازمة من البيئة المحيطة بهم وطبيعة العلاقات العامة والاعمال المرتبطة بها، واكساب المهارات التنفيذية الخاصة، ويهدف الى ما الاستخدامات الإشباعية المتحققة وآليات تطبيق العلاقات العامة في الاتصال التفاعلي في الجامعات العراقية، واستخدام الباحث المنهج المسحي، والعينة كانت ٣٢ مبحوث وتوصلت على ما يأتي :

١. من اوليات اهداف العلاقات العامة (القائم بالاتصالات) الإطلاع على آخر المستجدات العلمية في الجامعات .

٢. ليس هناك رؤية واضحة في استراتيجيات الاتصال للعلاقات العامة .

٣. وجود صعوبات ومعوقات يعاني منها العاملين في العلاقات العامة (القائم بالاتصال) .

٢- دراسة علياء قاسم ٢٠٢٠: القائم بالاتصال في الصحافة الجامعية والعوامل المؤثرة في عمله :

استخدمت الباحثة المنهج المسحي لمعرفة تصور علمي دقيق بشأن واقع القائم بالاتصال في الصحافة الجامعية والعوامل التي تؤثر على عمله، ومعرفة المعوقات التي تواجه عمله، كذلك بيان مستوى الرضا الوظيفي لدى القائم بالاتصال ورؤيته في تطوير عمله من خلال المنهج المسحي على عدد من المبحوثين وهم مدراء الاقسام الإدارية للعلاقات العامة والاعلام في الجامعات العراقية التي تصدر صحفاً والبالغ عددهم (٢٢) من مجموع الجامعات العراقية والبالغ عددها (٣٥) جامعة، وتوصلت الباحثة الى :

١. تعدد المهام التي يقوم بها القائم بالاتصال في صحيفته ما بين الكتابة والتحرير ومصدر للمعلومات، مما يعني تعدد الادوار المنسوبة اليه مما يعكس على انتاجيته.

م.م. خالد جمال إسماعيل - م.د. خضير عباس ضاري
٢. لا يمتلك القائم بالاتصال الحرية من تصميم شكل الصحيفة ومضمونها، وذلك لوجود عوامل تؤثر فيه من أبرزها الإدارة العليا للمؤسسة والجمهور المستهدف وتكاليف إنتاج الصحيفة .

المبحث الثاني: (الإطار النظري)

١ - التربية الإعلامية :

أولاً / لمحة تاريخية :

أصبح الاعلام اليوم بكل اشكالة وانواعه من ضروريات الحياة المعاصرة الرقمية، ولا يخلو بيت او مجتمع من وسائل اعلام معينة، واصبح للإعلام والاتصال وظائف متعددة سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية وتربوية، فأصبحت التربية عن طريق الاعلام والاتصال احد انماط التربية الحديثة والتي لا بد منها، وتكون في الوقت الحالي على الخطاب الجمعي وترتكز على تعزيز بعض القيم الايجابية وتقويتها، وكذلك تعديل القيم السلبية او تغييرها نحو الافضل والاحسن لحياة المجتمعات ولكل الفئات، ما وكبح مخاطر التواصل الاجتماعي عن طريق الفلتر الذاتية - الرقيب الذاتي - والتربية والتعليم من خلال (التربية الاعلامية) وكذلك تشريع القوانين غير المفيدة للحرية والوصول إلى المعلومة بشفافية لكل مواطن بذلك وبالأخص السلطة الرابعة السلطة الذاتية المتمثلة بالصحافة والاذاعة والتلفزيون والقنوات الفضائية والانترنت بكل تنوعاته ومفاصله التي اصبحت لاغني عنها وتوقفها يشل الحركة بصورة كلية .

ولا بد لنا من التطرق إلى النبذة التاريخية للتربية الاعلامية، فالتطور الذي حصل بتكنولوجيا الاتصال خلال السنوات الاخيرة من القرن الماضي (العشرين)، و مطلع القرن الحادي والعشرين وتطور وسائل الاعلام من خلال القائم بالاتصال بخطوات



دور القائم بالاتصال في تعزيز التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات العراقية
سريعة وفاعلة بغية التوصل الى المستقبل ومشاركته في مختلف الانشطة التربوية الثقافية
والتعليمية حصّة منها، والانفتاح على القائم بالاتصال عن طريق مؤسسته الاتصالية
وبالاخص الاعلام الرقمي، وتنفيذ البرامج بما يخدم حركة الوعي الفكري والتحليل
النقدي لدى الطلبة الجامعيين .

ولم يكون الاهتمام بالتربية الاعلامية ودراساتها امراً حديثاً انما هو ضمن توجهات
اليونسكو، حيث دعت لتدريسه منذ عام ١٩٨٢م^(١)، وساهمت بإعطاء تعريف للتربية
الاعلامية وقد عرفتها من خلال مؤتمر فينيا ١٩٩٩م بأنها: ((التعامل مع جميع وسائل
الاعلام والاتصال من صور متحركة وثابتة وكلمات ورسوم التي تقدمها تقنيات
المعلومات والاتصال المختلفة، وتمكين الافراد من فهم الرسائل الاعلامية ونتاجها
واختيار الوسائل المناسبة للتعبير عن رسائلهم المناسبة))^(٢)

وقد تعرف التربية الاعلامية للشباب عن طريق مؤتمر للتربية الإعلامية عام ٢٠٠١م
((التعرف على مصادر المحتوى الإعلامي وأهدافه السياسية والاجتماعية والتجارية
والسياق الذي يراد منه التحليل النقدي للمواد الاعلامية، وإنتاج هذه المواد وتفسير
الرسائل الاعلامية ونقيم محتواها)) .

وقد ظهر مفهوم التربية الاعلامية في العالم اواخر عام ١٩٦٠م، حيث ركز الخبراء
على امكانية استخدام ادوات الاتصال ووسائل الاعلام لتحقيق منافع تربوية وتعليمية

(١) اليونسكو، التربية الاعلامية والمعلوماتية، الموقع الإلكتروني :

www.uhesco.org/new/ar/ommon/mon/communi

١٤ / ١٠ / ٢٠١٨، ص ٣- ١٤

(٢) فاضل محمد البدراني، التربية الاعلامية الرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي، بحث منشور في مجلة المستقبل

العربي، العدد / ٤٥٢



دور القائم بالإنصال في تعزيز التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات العراقية

أما عربياً فأن دولة لبنان تقوم بتدريس الطلاب بمادة التربية الاعلامية ضمن مادة التربية الوطنية والتنشئة الإجتماعية والإعلام والرأي العام .

وفي السعودية قامت وزارة التربية والتعليم بأخذ زمام المبادرة ونشر مفهوم التربية الإعلامية وقد إحتضنت المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية عام ٢٠٠٧ م .

ثانياً / مفهوم التربية الاعلامية: (الاسس والمبادئ والاهداف)

١. تختص التربية الاعلامية في التعامل مع كل وسائل الاعلام الاتصالي وتشتمل: الكلمات، الرسوم، المطبوعات، والصوت، والصور الساكنة والمتحركة التي يتم تقديمها عن طريق اي نوع من انواع التقنيات من البرامج الهادفة حيث يتم ربطها بالماضي ووقائعه والمستقبل المنشود لها .

٢. تساهم التربية الاعلامية في المحافظة على القيم والمعتقدات المجتمعية الاصلية، والمحافظة على العادات الايجابية والتي يتم توارثها وتناقلها ما بين افراد المجتمع .

٣. تعزيز المفاهيم المتعلقة بالرسالة الانسانية والمحافظة على الحضارات بين الامم والشعوب .

٤. تعزيز التكامل والدور الحاصل بين الاعلاميين والتربويين مع وجود توافق ونظرة ايجابية في ترسيخ القيم التربوية، واستفادة المجتمع والافراد منها .

٥. مراقبة المؤسسات التربوية والتعليمية المختلفة على اعتبار ان الاعلام هو المسؤول والداعم للمؤسسات ذات الاتصال المباشر .

٦. تحقيق التواصل الايجابي مع عناصر التعامل الرئيسية للعمل الاعلامي ويتمثل بالمستقبل والرسالة وخلو التواصل من السلبيات التي بدورها تفقد القيمة والاهمية الجوهرية للتربية الإعلامية .

٧. نقل التجارب الايجابية للأفراد والمجتمعات .

م.م. خالد جمال إسماعيل - م.د. خضير عباس ضاري

٨. التواصل مع صناع القرار فيما يتعلق بالقضايا التربوية والتعليمية في البلد .

٩. كبح مخاطر التواصل الاجتماعي مع الاستفادة العلمية والتربوية وغيرها .

ثالثاً / ابعاد التربية الاعلامية :^(١)

في ضوء عجز النظم التربوية والتعليمية عند مواجهة التحديات التي افرزتها تقنية المعلومات والاتصال والتحول من مجتمع صناعي الى مجتمع معلوماتي، شكلت التحديات المعلوماتية بأبعادها المختلفة تحدياً حقيقياً لأصلاح الانظمة التعليمية والتربوية، وبعد الاتجاه لعالم التقنية أو الموجهة بواسطة التقنية ومن ابعاد التربية لاعلامية ما يأتي:

أ. بُعد تسخير التقنية في الاصلاح ائلتربوي والتعليمي وان التغيير حصل اساسا في التقنية فقط، وأما الفكر فلا زال كما كان قديماً، وينبغي توفير بيئة تستخدم التقنية لتعليم هادف يشجع الطلاب على بناء المعرفة والحوار والمناقشة .

ب. بُعد إعداد اساتذة للتربية الاعلامية وإعداد الاستاذ ليس في استخدام الحواسيب والشبكات، وانما يوظف التركيز على حل مشاكل العالم الواقعي والافتراضي والاستعداد لدمج المهارات .

ج. بُعد مهارة الثقافة المعلوماتية، ان المهارة المطلوبة لعصر المعرفة تتجاوز المهارات الاساسية لإستخدام التقنية، ورغم اهميتها فهي ليست كافية لتوفير نماذج تساعد الطلاب على تطبيق المعرفة ونقلها، وإن ثقافة المعلومات تهتم بتدريس وتعليم كافة اشكال ومصادر المعلومات لماذا ومتى وكيف يستخدم كل الادوات ويفكر بطريقة نافذة في المعلومات التي يوفرها .

(١) اسماعيل العيسى دور التربية الاعلامية والثقافة المعلوماتية، مصدر سابق، ص ٢٥٣



دور القائم بالاتصال في تعزيز التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات العراقية

رابعاً / أهمية التربية الإعلامية: ^(١)

أ. ان الهدف الاساس من التربية الاعلامية هو لحماية افراد الاسرة والطلاب من الافلام المرعبة والخلاعية وغيرها من المحتوى الهابط .

ب. التمكين ومحاولة اكتساب المعارف والمهارات في تحليل المحتوى المطلوب سواء من الأفلام والاعخبار الطائفية والعنصرية .

ج. ان تقيم رابطاً ما بين الجامعة والعائلة خاصة في عصر التنمية الاعلامية .

د. ان التربية الاعلامية هي التعلم ومن ثم الممارسة التطبيقية لأن التعلم ليس كافياً .

هـ. فهم وممارسة وتطبيق الوسائل التكنولوجية .

ولغرض تلبية حاجات التربية الإعلامية فيجب أن تجيب على الأسئلة التالية: ^(٢)

أولاً / ما هي النصوص الاعلامية والادوات التي نحتاجها ؟

ثانياً / ما الذي يحتاجه الناس لمعرفته والقيام به خلال استخدام النصوص والرقميات

الاعلامية ؟

ثالثاً / ما هو المحتوى والموارد التي تلبي حاجتنا للمعلومات ؟

رابعاً / ما هي البرامج والخدمات التي اثبتت فعاليتها ؟

خامساً / كيف يمكن للمؤسسات ان تتغير وتتكيف لتلبية الحاجات الحالية

والمستقبلية ؟

خامساً / مهارات التربية والإعلام :

١. إن التفاعلية التي يميز وسائل الاعلام والتقنيات المعلومات الحديثة، أن تركز التربية

(١) فاضل محمد البدراني، التربية الإعلامية الرقمية، مصدر سابق .

(٢) بدر بن عبدالله، مدخل دمج تقنية المعلومات مع تعليم التربية الإعلامية، بحث مقدم إلى المؤتمر الأول للتربية الإعلامية في الرياض، 2007



دور القائم بالاتصال في تعزيز التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات العراقية

ب. التعايش مع التغير الاجتماعي والثقافي التكنولوجي التي أملت التطورات السريعة في الافكار والقيم والتقنيات .

ج. التعايش مع الآخرين وفهم القضايا المحلية والاقليمية والدولية .

د. تنمية المهارات والمساعدة في تنشئتهم إجتماعياً وعلمياً .

هـ. التخلص من كثير من المشكلات النفسية، وفهم الحقوق والواجبات .

و. تفسير الامور واستيعابها وإملاك المهارات .

٤. اسس التربية الإعلامية :

للتربية الإعلامية الصحيحة اسس منها ما يأتي :^(١)

أ. ترسيخ أهمية الامة وتأصيلها وذلك عبر استخدام مجموعة - التواصل الشبكي -

التنقل بين المجتمعات الافتراضية - الإطلاع على وجهات نظر متعددة .^(٢)

٢- القائم بالاتصال في العلاقات العامة و الإعلام الجامعي :

نجد ان القائم بالاتصال يقوم بدوره في تحقيق اهداف المؤسسة وسياساتها بمستوى من الاقناع و الرضا من دون التعمق في دوافع و الأسباب في الدوافع أو الأسباب الكامنة وراء تحديد الاهداف والسياسات^١، ولاسيما ان الرضا الوظيفي ينحصر بمدى الاشباع الذي يحققه العمل او الوظيفة لحاجات الفرد المادية والمعنوية، ولاسيما ان الرضا الوظيفي ينحصر بمدى الإشباع الذي يحققه العمل او الوظيفة لحاجات الفرد

(١) لبنى مهدي، اسس التربية الإعلامية، الموقع :

﴿﴾ م.م. خالد جمال إسماعيل - م.د. خضير عباس ضاري
المادية والمعنوية، ذلك انه يولد مشاعرا وجدانية ايجابية لدى الفرد تجاه عمله او بعض جوانبه، مثل الرضا عن الراتب او المزايا المادية او صيغة العمل ومحتواه مثل الشعور بالإنجاز والتقدير^(١).

ويرتبط الرضا عند القائم بالاتصال بنوعين من العوامل هي^(٢):

النوع الأول: الدافعية التي تخلق الرضا، لانها تلبي حاجاتهم، تشمل الادراك الذي يتيح له إعلان تجاه كل فرد للحصول على ما يستحقه من مدح، وإشراكه في تحمل المسؤولية، ومنحه الحرية، والصلاحيات للعمل والإنجاز، فضلاً عن طبيعة الوظيفة نفسها والتقدم في مجال العمل.

اما النوع الثاني: عوامل التهيئة او العوامل البنائية التي تشمل سياسة المؤسسة، والرواتب، والعلاقات الشخصية، وظروف العمل ومكانته في المجتمع، اذ ان هذه المجموعة من العوامل تقلل الرضا لدى القائم بالاتصال.

مفهوم القائم بالاتصال :

لقد تفوقت الباحثون في المدارس الإعلامية من التوصل إلى مفهوم موحد للقائم بالاتصال، فقد عرفته نجوى فوال على انه: ((أي فرد او فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد لآخر عبر الوسيلة الإعلامية، أو له علاقة بتسيير او مراقبة نشر الرسائل الى الجمهور عبر الوسائل الإعلامية^(٣).

(١) سلام أحمد عبدة، الرضا الوظيفي لدى أخصائي الإعلام التربوي وعلاقته بالأداء المهني، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الأعلام، ٢٠١١، ص ١٣٣.

(٢) عادل فهمي البيومي، محددات الرضا الوظيفي للعاملين في القنوات الفضائية المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٢، ص ٢٤٤.

(٣) (نجوى فوال، القائمون بالاتصال، المركز القومي للبحوث الاجتماعية، القاهرة، ١٩٩٢، ص ٥)



دور القائم بالاتصال في تعزيز التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات العراقية

وعرفه محمد عبد الحميد على انه: ((الشخص الذي يبدأ عملية الإتصال بإرسال الفكرة او الرأي او المعلومات من خلال الرسالة التي يقوم بإعدادها، وقد يكون هذا الشخص هو مصدر الفكرة او الرأي او المعلومات وقد لا يكون مصدرها، وقد يكون المصدر فرداً آخر كما يظهر واضحاً في حركة عملية الإتصال من خلال المؤسسات الإعلامية التي يقوم افرادها بالاتصال بالمصدر للحصول على المعلومات او الاخبار حتي يقوم بصياغتها او إعدادها للنشر او الإذاعة وإرسالها مرة أخرى الى جمهور المتلقين^(١).

أهمية القائم بالاتصال في العلاقات العامة الجامعية :

ان أهمية القائم بالاتصال في العلاقات العامة في الوسط الجامعي تأتي من أهمية الدور الذي يقوم به كونه مصدر رسالة الاتصالية والتي من خلالها يكون العلاقات سواء كانت داخلية مخاطباً جمهور الطلبة وبناء علاقات مع الأقسام وكليات الجامعة ذاتها، او تكوين علاقات خارجية مع باقي المؤسسات الحكومية باعتباره الجهة الإعلامية الناطقة بإسم الجامعة ككل، وإن ما يجعل القائم بالاتصال مؤثراً في جمهوره عوامل عدة هي^(٢):

١ . المصداقية: وتأتي من الخبرة وزيادة الثقة، إذ تُفسر الخبرة بمدرجات المتلقي عن معرفة القائم بالاتصال بمضمونه، وهذا ينبع من التدريب، والتجربة، والذكاء، والانجاز المهني، والمركز الاجتماعي، فيما يشير عنصر الثقة إلى إدراك المتلقي للقائم بالاتصال، بانه يشارك في الاتصال بشكل موضوعي من دون تحيز .

٢ . الجاذبية: ويشار إلى أنها التشابه، والتماثل، والحب، والمودة، والتي تنعكس إيجابياً على الأداء .

(١) (محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط١، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٧، ص٩١)

(٢) (عبد الحميد، ٢٠١٢، ص ١٥٨ - ١٦١)

م.م. خالد جمال إسماعيل - م.د. خضير عباس ضاري
٣. قوة المصدر: ويمكن إدراكه عن طريق سيطرة القائم بالاتصال وقدرته على ضبط الأمور .

العوامل التي تؤثر على عمل القائم بالاتصال^(١):

١. معايير المجتمع، وقيمه، وتقاليده .
٢. معايير ذاتية: وتشمل عوامل التنشئة الاجتماعية، والتعليم، والاتجاهات، والانتماءات، والجماعات المرجعية .
٣. معايير الجمهور: إذ أن نوع الجمهور الذي يخاطبه القائم بالاتصال له تأثير كبير على طريقة إختيار المحتوى وتنظيمه .
٤. معايير مهنية: وتشمل سياسة الوسيلة الإعلامية، ومصادر الأخبار، وعلاقات العمل وضغوطه .

المهام ووظائف القائم بالاتصال:

إن من أهم المهام والوظائف التي يقوم بها القائم بالاتصال في قسم العلاقات العامة والاعلام في الجامعات العراقية هي:

١. نشر كافة الأخبار والأنشطة العلمية والفعاليات الثقافية على مواقع الويب ومواقع التواصل الاجتماعي للتعريف بالدور التي تقوم بها الجامعة لخدمة المجتمع .
٢. إدارة الإتصال الداخلي من خلال العمل على تكوين علاقات وطيدة بين الطلبة وهذا ما يسمى (بالإتصال الأفقي)، وكذلك بين الطلبة والإدارة العليا المسؤولة عن العمل وهذا ما يسمى (بالإتصال العمودي).

٣. يقوم بإعداد وتصوير الأخبار الصحفية، المطويات، المنشورات، بيانات الصحفية،

(١) (عماد حسن مكاي، نظريات الاعلام، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص



دور القائم بالاتصال في تعزيز التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات العراقية

وجميع المطبوعات والتربية الإعلامية في الوقت الحاضر لأهميتها على مستوى الطلبة .

٤. إقامة علاقات مع مسؤولي ومدراء العلاقات العامة والإعلام في باقي الجامعات الأخرى .

٥. يلعب دور الوساطة بين الجامعة ومختلف وسائل الإعلام الأخرى، كونه يعتبر ممثل الجامعة لدى وسائل الإعلام الخارجي .

سمات وخصائص القائم بالاتصال :

تؤثر الخصائص والسمات للقائم بالاتصال مثل النوع والسن والتعليم والانتماءات الفكرية والعقائدية واتجاهاته وقيمه ومعتقداته بل وإحساسه بذاته وثقته في نفسه وتقديره لذاته، على التغطية الإخبارية إلى جانب خبراته المهنية والتي تشكل في إجمالها رؤيته للقضايا^(١) .

ويؤكد الباحثون في علوم الاتصال أن هناك جملة من الصفات التي ينبغي على القائم بالاتصال أن يتصف بها، حتى يكون أبلغ تأثيراً، وأقوى إقناعاً، ويمكن حصر أهم هذه السمات في العناصر التالية^(٢):

١. أن يكون موضع ثقة الشخص الذي توجه إليها الرسالة، وأن يتسم بالاحترام والصدق والشفافية، وبالتالي فإنه سيكون مقنع للجمهور .

٢. أن يكون متخصصاً في موضوعه ومادته بعلمه وتجاربه وثقافته، فقد كشفت البحوث أن مقدار التغير في الرأي إلى الوجهة التي يسعى إليها المرسل يزداد إذا كان

(١) د. ساهرة نصر، الدولة وحروب الجيل الخامس - تشكيل الوعي والتصدي لها، القاهرة، الدار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٢١م .

(٢) د. طلعت حكيم، علم النفس الإعلامي - رؤى معاصرة ودراسات تطبيقية، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ط١، ٢٠١٨م .



دور القائم بالاتصال في تعزيز التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات العراقية

٥. معرفة السياسة الإعلامية لمؤسسته، ويتم ذلك بعدة طرق منها:

أ. القراءة المستمرة لجريدة المؤسسة .

ب. المشاركة في الدورات والمحاضرات التي تقيمها المؤسسة .

ج. عن طريق الاحتكاك مع زملائه ذوي الخبرة في المؤسسة .

د. عن طريق توجيهات رئيس التحرير .

هـ. عن طريق الخبرة .

المبحث الثالث: (الإطار الميداني)

أولاً: التحليل الاحصائي لأسئلة الإستبانة الديمغرافية وأسئلة المعلومات

جدول (١)

يمثل التوزيع التكراري حسب النوع الاجتماعي

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	المتغير
الاولى	٥٢٪	٧٥	أنثى
الثانية	٤٨٪	٧٠	ذكر
	١٠٠٪	١٤٥	المجموع

يشير الجدول (١) للتوزيع التكراري للمبحوثين حسب النوع الاجتماعي :

ان الاناث بالمرتبه الاولى بتكرار قدره ٧٥ مرة وبنسبة ٥٢ ٪، المرتبة الثانية للذكور

بتكرار ٧٠ مرة وبنسبة مئوية ٤٨ ٪ وهذا شيء منطقي حسب رؤية الباحثان وتكاد

تكون النسبة متقاربة .

جدول (٢)

التوزيع التكراري للمبحوثين حسب الفئة العمرية جاءت الفئة العمرية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	الملاحظات
21 - 23 سنة	٦٧	٤٨٪	الاولى	
27 فما فوق	٣٥	٢٤٪	الثانية	
18 - 20 سنة	٣٠	٢٠٪	الثالثة	
24 - 26 سنة	١٣	٨٪	الرابعة	
المجموع	١٤٥	١٠٠٪		

يشير الجدول (٢) التوزيع التكراري للمبحوثين حسب الفئة العمرية :

جاءت الفئة العمرية ٢١-٢٣ سنة بالمرتبة الاولى بتكرار ٦٧ مرة وبنسبة ٤٨ ٪، فيما حلت بالمرتبة الثانية الفئة ٢٧ سنة فما فوق بتكرار ٣٥ مرة وبنسبة ٢٤ ٪، والمرتبة الثالثة الفئة من ١٨-٢٠ سنة بتكرار ٣٠ مرة وبنسبة ٢٠ ٪، أما المرتبة الرابعة لفئة ٢٤-٢٦ سنة بتكرار ١٣ مرة وبنسبة ٨ ٪ وبعد تقريب النسب للفئات انقذ الذكر .

جدول (٣)

يمثل التوزيع التكراري للحالة الاجتماعية للمبحوثين

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
اعزب	٩٨	٦٧٪	الاولى
متزوج	٤٣	٣١٪	الثانية
مطلق	٤	٢٪	الثالثة
المجموع	١٤٥	١٠٠٪	



دور القائم بالاتصال في تعزيز التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات العراقية

يظهر الجدول (٣) التوزيع التكراري للحالة الاجتماعية :

حيث حل بالمرتبة الاولى العزاب بتكرار ٩٨ مرة وبنسبة ٦٧ ٪، والفئة الثانية فئة المتزوج بتكرار ٤٣ مرة وبنسبة ٣١ ٪، والمرتبة الثالثة مطلق بتكرار ٤ مرات وبنسبة ٢ ٪.

جدول (٤)

التوزيع التكراري للمستوى المعاشي للمبحوثين

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	الملاحظات
جيد	٧٠	٤٨ ٪	الاولى	
متوسط	٤٧	٣٣ ٪	الثانية	
ضعيف	١٥	١٠ ٪	الثالثة	
جيد جدا	١٣	٩ ٪	الرابعة	
المجموع	١٤٥	١٠٠ ٪		

يظهر الجدول (٤) التوزيع التكراري للمستوى المعاشي للمبحوثين:

فالمرتبة الاولى كانت للمستوى الجيد بتكرار ٧٠ مرة وبنسبة ٤٨ ٪، والفئة الثانية فئة متوسط بتكرار ٤٧ مرة وبنسبة ٣٣ ٪، والمرتبة الثالثة بتكرار ١٥ مرة وبنسبة ١٠ ٪، والمرتبة الرابعة فئة جيد جداً بتكرار ١٣ مرة وبنسبة ٩ ٪.

جدول (٥)

التوزيع التكراري للمرحلة الدراسية للمبحوثين

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	الملاحظات
المرحلة الثالثة	٥٤	٣٧٪	الاولى	
المرحلة الاولى	٤٠	٢٨٪	الثانية	
المرحلة الثانية	٢٨	١٩٪	الثالثة	
المرحلة الرابعة	٢٣	١٦٪	الرابعة	
المجموع	١٤٥	١٠٠٪		

يظهر الجدول (٥) التوزيع التكراري للمرحلة الدراسية للمبحوثين:

حيث جاءت بالمرتبة الاولى طلبة المرحلة الثالثة بتكرار ٥٤ مرة ونسبة ٣٧٪، وفي حين المرتبة الثانية لطلبة المرحلة الاولى بتكرار ٤٠ مرة ونسبة ٢٨٪، والمرتبة الثالثة لطلبة المرحلة الثانية بتكرار ٢٨ مرة ونسبة ١٩٪، والمرتبة الرابعة لطلبة المرحلة الرابعة بتكرار ٢٣ مرة ونسبة ١٦٪.

ثانياً: محور الأسئلة

جدول (١)

يبيّن طريقة متابعة المبحوثين للبحث الفضائي

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
الموبايل	١١٢	٧٧٪	الاولى
التلفزيون	٢٢	١٥٪	الثانية
مواقع الاخبار	١١	٨٪	الثالثة
المجموع	١٤٥	١٠٠٪	



دور القائم بالاتصال في تعزيز التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات العراقية

يظهر الجدول (١) الوسيلة التي عن طريقها يتابعها المبحوثين:

حيث حلت بالمرتبة الاولى الموبايل بتكرار ١١٢ مرة وبنسبة ٧٧ ٪، والمرتبة الثانية جاء التلفزيون بتكرار ٢٢ مرة وبنسبة ١٥ ٪، والمرتبة الثالثة للمواقع الاخبارية بتكرار ١١ مرة وبنسبة ٨ ٪، ويرى الباحثان ان الاعلام الجديد وعبر وسائله المتعددة اخذ الصدارة في الوقت الحاضر .

جدول (٢)

الوقت الذي يتعرض له المبحوثين للوسيلة الاعلامية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	الملاحظات
ساعتان فأكثر	٤٤	٣١ ٪	الاولى	
اقل من نصف ساعة	٤٢	٢٩ ٪	الثانية	
ساعة - اقل من ساعتين	٣١	٢١ ٪	الثالثة	
نصف ساعة - اقل من ساعة	٢٨	١٩ ٪	الرابعة	
المجموع	١٤٥	١٠٠ ٪		

يظهر الجدول (٢) ان الوقت الذي يتعرض له المبحوثين للوسيلة الاعلامية:

جاء في المرتبة الاولى ساعتان فأكثر بتكرار ٤٤ مرة وبنسبة ٣١ ٪، والمرتبة الثانية اقل من نصف ساعة بتكرار ٤٢ مرة وبنسبة ٢٩ ٪، والمرتبة الثالثة من ساعة الى اقل من ساعتين بتكرار ٣١ مرة وبنسبة ٢١ ٪، والمرتبة الرابعة نصف ساعة الى اقل من ساعة بتكرار ٢٨ مرة وبنسبة ١٩ ٪ .

جدول (٣)

يبين عدد أيام التعرض للإنترنت

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	الملاحظات
٥ - ٧ أيام	١١٠	٧٦٪	الاولى	
٣ - ٤ أيام	٢٢	١٥٪	الثانية	
١ - ٢ أيام	١٣	٩٪	الثالثة	
المجموع	١٤٥	١٠٠٪		

يشير الجدول (٣) ان المبحوثين يتعرضون الى الوسائل الاعلامية:

حيث جاءت بالمرتبة الاولى من ٥ - ٧ أيام في الاسبوع بتكرار ١١٠ مرة وبنسبة ٧٦٪، والمرتبة الثانية من ٣ - ٤ أيام بتكرار ٢٢ مرة وبنسبة ١٥٪، والمرتبة الثالثة من ١ - ٢ يوم بنسبة ٩٪، ويرى الباحثان ان المبحوثين اصحاب المرتبة الاولى يجب ان يكون دراسة حالة هل هي ادمان ام شيء اخر ومعرفة كيفية طريقة ووقت الاستخدام .



جدول (٤)

يبين تعزيز القائم بالاتصال في الجامعة في زيادة الوعي السياسي للطلبة

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	الملاحظات
الى حد ما	٧٤	٥١ %	الاولى	
موافق	٥٠	٣٤ %	الثانية	
لا اوافق	٢١	١٥ %	الثالثة	
المجموع	١٤٥	١٠٠ %		

يظهر الجدول (٤) ان القائم بالاتصال يقوم بزيادة وعي الطلبة الحاضر إلى حد ما : حيث احتلت المرتبة الاولى بتكرار ٧٤ مرة ونسبة ٥١ % وهذا مؤشر جيد لزيادة الوعي ودور القائم بالاتصال وتفاعل الطلبة معه، في حين المرتبة الثانية الى موافق بتكرار ٥٠ مرة ونسبة ٣٤ %، والمرتبة الثالثة لا اوافق على ان القائم بالاتصال يعزز الوعي لدى الطلبة بتكرار ٢١ مرة ونسبة ١٥ % وهذه نسبة قليلة جدا .

جدول (٥)

يبين ان القائم بالاتصال يظهر معنى التربية الاعلامية للطلبة

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	الملاحظات
الى حد ما	٦٨	٤٧ %	الاولى	
موافق	٥٩	٤١ %	الثانية	
لا اوافق	١٨	١٨ %	الثالثة	
المجموع	١٤٥	١٠٠ %		

م.م. خالد جمال إسماعيل - م.د. خضير عباس ضاري

يظهر الجدول (٥) ان التوزيع التكرار للعملية الاتصالية للقائم بالاتصال في اظهار مفهوم التربية الاعلامية الى حد ما حصلت على المرتبة الاولى بتكرار ٦٨ مرة وبنسبة ٤٧ ٪. وهذا يعني ان الطلبة لديهم تصور فيما يخص الاطلاع على محتوى الاعلام الجيد والابتعاد عن المبحوث الهابط عن طريق القائم بالاتصال والتفاعل معه، والمرتبة الثانية موافق بتكرار بتكرار ٥٩ مرة وبنسبة ٤١ ٪، والمرتبة الثالثة لا اوافق بتكرار ١٨ مرة وبنسبة ١٢ ٪، ونظراً لوجود وسائل الاتصال عبر الانترنت واصبح المواطن صحفي ولا وجود رقابة يتطلب الامر من القائم بالاتصال مع الطلبة لتوجيههم لأختيار القناة والمادة الاعلامية المناسبة .

جدول (٦)

يبين التوزيع التكراري مدى التفاعل بين القائم بالاتصال والطلبة

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	الملاحظات
موافق	٦٦	٤٦ ٪	الاولى	
الى حد ما	٦١	٤٢ ٪	الثانية	
لا اوافق	١٨	١٢ ٪	الثالثة	
المجموع	١٤٥	١٠٠ ٪		

يظهر الجدول (٦) مدى تفاعل القائم بالاتصال مع الطلبة :

حيث حلت بالمرتبة الاولى موافق هناك تفاعل بين الاثنين بتكرار ٦٦ مرة وبنسبة ٤٧ ٪. وهذا التفاعل يكون في صالح الطلبة حتماً، والمرتبة الثانية الى حد ما بتكرار ٦١ مرة وبنسبة ٤٢ ٪، والمرتبة الثالثة لا اوافق بتكرار ١٨ مرة وبنسبة ١٢ ٪ .



دور القائم بالاتصال في تعزيز التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات العراقية

جدول (٧)

يبين استخدام القائم بالاتصال لوسائل الاتصال الرقمية
في إيصال مفهوم التربية الاعلامية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	الملاحظات
الى حد ما	٦٩	٤٨ ٪	الاولى	
اوافق	٦٠	٤١ ٪	الثانية	
لا اوافق	١٦	١١ ٪	الثالثة	
المجموع	١٤٥	١٠٠ ٪		

يظهر الجدول (٧) بين القائم بالاتصال يستخدم وسائل الاتصال الحديثة من موبايل وحاسبات وباقي وسائل الاتصال في إيصال مفهوم التربية الاعلامية التي يكون الطلبة بأمس الحاجة لها في العملية التربوية والتعليمية، وجاءت بالمرتبة الاولى الى حد ما بتكرار ٦٩ مرة وبنسبة ٤٨ ٪، والمرتبة الثانية موافق بتكرار ٦٠ مرة وبنسبة ٤١ ٪، والمرتبة الثالثة لا اوافق بتكرار ١٦ مرة وبنسبة ١١ ٪.

جدول رقم (٨)

يبين التوزيع التكراري لتبادل وجهات النظر والحداد والنقاش

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	الملاحظات
اوافق	٨٥	٥٨ ٪	الاولى	
الى حد ما	٤٢	٢٩ ٪	الثانية	
لا اوافق	١٨	١٣ ٪	الثالثة	
المجموع	١٤٥	١٠٠ ٪		

م.م. خالد جمال إسماعيل - م.د. خضير عباس ضاري

يشير الجدول (٨) إلى تبادل وجهات النظر والحوار والنقاش في القضايا التربوية حيث حلت بالمرتبة الاولى اوافق بتكرار ٨٥ مرة وبنسبة ٥٨ ٪، والمرتبة الثانية الى حد ما بتكرار ٤٢ مرة وبنسبة ٢٩ ٪، والمرتبة الثالثة لا اوافق بتكرار ١٨ مرة وبنسبة ١٣ ٪ .

جدول (٩)

يبين التوزيع التكراري مدى مشاركة القائم بالاتصال في الحوارات الاعلامية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	الملاحظات
اوافق	٦٧	٤٦ ٪	الاولى	
الى حد ما	٥٩	٤١ ٪	الثانية	
لا اوافق	١٩	١٣ ٪	الثالثة	
المجموع	١٤٥	١٠٠ ٪		

يظهر الجدول (٩) مشاركة القائم بالاتصال في الحوارات الاعلامية مع الطلبة، حيث المرتبة الاولى اوافق بتكرار ٦٧ مرة وبنسبة ٤٦ ٪، والمرتبة الثانية الى حد ما ٥٩ بتكرار مرة وبنسبة ٤١ ٪، والمرتبة الثالثة لا اوافق بتكرار ١٩ مرة وبنسبة ١٣ ٪، وهذا مؤشر جيد للإطلاع على الايجابيات لغرض التأكيد عليها والسلبيات لغرض معالجتها وتصب حتماً في مصلحة القائم بالاتصال والطلبة .



جدول (١٠)

يبين التوزيع التكراري بتواصل القائم بالاتصال مع الطلبة
على مواقع الجامعة والصفحات

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	الملاحظات
اوافق	٧٢	٥٠٪	الاولى	
الى حد ما	٤٨	٣٣٪	الثانية	
لا اوافق	٢٥	١٧٪	الثالثة	
المجموع	١٤٥	١٠٠٪		

يشير الجدول (١٠) أن القائم بالاتصال يتواصل مع الطلبة وكذلك الطلبة يتواصلون مع القائم بالاتصال عن طريق على مواقع الجامعات والصفحات الخاصة بهم، حيث حصلت اوافق على المرتبة الاولى بتكرار ٧٢ مرة وبنسبة ٥٠ ٪، والمرتبة الثانية الى حد ما للطلبة بتكرار ٤٨ مرة وبنسبة ٣٣ ٪، والمرتبة الثالثة لا اوافق ليس هناك تواصل بين الطرفين بتكرار ٢٥ مرة وبنسبة ١٧ ٪.

جدول (١١)

يبين مدى تواصل القائم بالاتصال في تحقيق معايير ومفهوم التربية الاعلامية لدى الطلبة

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	الملاحظات
اوافق	٦٤	٤٤٪	الاولى	
الى حد ما	٦٢	٤٣٪	الثانية	
لا اوافق	١٩	١٣٪	الثالثة	
المجموع		١٠٠٪		

م.م. خالد جمال إسماعيل - م.د. خضير عباس ضاري

يظهر الجدول (١١) إسهام القائم بالاتصال في تحقيق معايير ومفهوم التربية الاعلامية للطلبة، وكانت المرتبة الاولى الى حد ما بتكرار ٦٤ مرة وبنسبة ٤٤ ٪، والمرتبة الثانية اوافق بتكرار ٦٢ مرة وبنسبة ٤٣ ٪، والمرتبة الثالثة لا اوافق بتكرار ١٩ مرة وبنسبة ١٣ ٪، حيث تشير النسبة بأن القائم بالاتصال يحقق معايير ومفهوم التربية للطلبة من خلال التواصل الرقمي .

جدول (١٢)

يبين الاستفادة من الدورات والورش التي يقيمها القائم بالاتصال بخصوص

المعلوماتية والتربية الاعلامية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	الملاحظات
اوافق	٥٨	٤٠ ٪	الاولى	
الى حد ما	٥٧	٣٩ ٪	الثانية	
لا اوافق	٣٠	٢١ ٪	الثالثة	
المجموع	١٤٥	١٠٠ ٪		

يشير الجدول (١٢) إستفادة الطلبة من الندوات والورش التي يقيمها القائم بالاتصال بخصوص المعلوماتية والتربية الاعلامية، حيث المرتبة الاولى اوافق بتكرار ٥٨ مرة وبنسبة ٤٠ ٪، والمرتبة الثانية الى حد ما بتكرار ٥٧ مرة وبنسبة ٣٩ ٪، والمرتبة الثالثة لا اوافق بتكرار ٣٠ مرة وبنسبة ٢١ ٪، وهذا مؤشر جيد للقائم بالاتصال في ايصال المعلومة إلى الطلبة وبالأخص المعلوماتية والتربية الاعلامية في الجامعات والكليات الحكومية والاهلية .



دور القائم بالاتصال في تعزيز التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات العراقية

جدول (١٣)

يبين التوزيع التكراري لإسهام القائم بالاتصال
لإيصال مادة التربية الاعلامية والمعلوماتية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	الملاحظات
اوافق	٦٩	٤٨ ٪	الاولى	
الى حد ما	٥٦	٣٩ ٪	الثانية	
لا اوافق	٢٠	١٣ ٪	الثالثة	
المجموع	١٤٥	١٠٠ ٪		

يظهر الجدول (١٣) إسهام القائم بالاتصال في إيصال مادة التربية الاعلامية والمعلوماتية، حيث جاءت بالمرتبة الاولى اوافق بتكرار ٦٩ مرة وبنسبة ٤٨ ٪، والمرتبة الثانية بتكرار ٥٦ مرة وبنسبة ٣٩ ٪، والمرتبة الثالثة لا اوافق بتكرار ٢٠ مرة وبنسبة ١٣ ٪، وهذا السؤال تأكيد لمصادقية المبحوث في الاجابة على الأسئلة وكان مطابق للسؤال ١٢.

جدول (١٤)

يبين التوزيع التكراري للتفريق بين الخبر الصحيح من الكاذب

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	الملاحظات
اوافق	٧٠	٤٨ ٪	الاولى	
الى حد ما	٤٧	٣٢ ٪	الثانية	
لا اوافق	٢٨	٢٠ ٪	الثالثة	
المجموع	١٤٥	١٠٠ ٪		

م.م. خالد جمال إسماعيل - م.د. خضير عباس ضاري

يظهر الجدول (١٤) التفريق بين الخبر الصحيح من الكاذب عن طريق القائم بالاتصال لايصاله مادة التربية الاعلامية والمعلوماتية، حيث حصلت اوافق على المرتبة الاولى بتكرار ٧٠ مرة وبنسبة ٤٨ ٪، والمرتبة الثانية بتكرار ٤٧ مرة وبنسبة ٣٢ ٪، والمرتبة الثالثة لا اوافق بتكرار ٢٨ مرة وبنسبة ٢٠ ٪، وهذا إن دل على شيء فإنه يظهر بأن القائم بالاتصال أظهر للطلبة أهمية مادة التربية الاعلامية بتوجيه الطلبة لحالة صحية جيدة لمعرفة الاخبار الصحيحة .

جدول (١٥)

يبين التوزيع التكراري التربية الاعلامية تجعل الطلبة لا يتنمرون على الآخرين

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	الملاحظات
اوافق	٦٤	٤٤ ٪	الاولى	
الى حد ما	٤٥	٣١ ٪	الثانية	
لا اوافق	٣٦	٢٥ ٪	الثالثة	
المجموع	١٤٥	١٠٠ ٪		

يظهر الجدول (١٥) أن الطلبة لا يتنمرون على الآخرين، حيث كانت بالمرتبة الاولى اوافق بتكرار ٦٤ مرة وبنسبة ٤٤ ٪، والمرتبة الثانية لا اوافق بتكرار ٤٥ مرة وبنسبة ٣١ ٪، والمرتبة الثالثة الى حد ما بتكرار ٣٦ مرة وبنسبة ٢٥ ٪ .



جدول (١٦)

يبين التوزيع التكراري إسهام التربية الاعلامية بعدم نشر خطاب الكراهية واحترام الرأي والرأي الآخر والقضايا الاجتماعية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	الملاحظات
اوافق	٦٣	٤٤ ٪	الاولى	
الى حد ما	٥٠	٣٤ ٪	الثانية	
لا اوافق	٣٢	٢٢ ٪	الثالثة	
المجموع	١٤٥	١٠٠ ٪		

يظهر الجدول (١٦) أن التربية الاعلامية تسهم بعدم نشر أو الإطلاع على الخطاب الإعلامي الخاص بالكراهية واحترام الرأي والرأي الآخر ومناقشته للقضايا الاجتماعية، حيث جاءت بالمرتبة الاولى اوافق بتكرار ٦٣ مرة وبنسبة ٤٤ ٪، والمرتبة الثانية الى حد ما بتكرار ٥٠ مرة وبنسبة ٣٤ ٪، والمرتبة الثالثة لا اوافق بتكرار ٣٢ مرة وبنسبة ٢٢ ٪.

جدول (١٧)

يبين التوزيع التكراري لإنتاج محتوى على مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	الملاحظات
اوافق	٦٦	٤٦ ٪	الاولى	
لا اوافق	٤٥	٣١ ٪	الثانية	
الى حد ما	٣٤	٢٣ ٪	الثالثة	
المجموع	١٤٥	١٠٠ ٪		

م.م. خالد جمال إسماعيل - د.م. خضير عباس ضاري

يظهر الجدول (١٧) لإنتاج المحتوى الإعلامي للطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت بالمرتبة الاولى اوافق بتكرار ٦٦ مرة وبنسبة ٤٦ ٪. وهذا مؤشر أن المواطن الصحفي أصبحت حقيقية واقعية وبدأ يأخذ الدور بشكل واضح في الاعلام الإلكتروني ويتفاعل جيداً مع الاخرين على كافة الصفحات والمواقع، والمرتبة الثانية لا اوافق بتكرار ٤٥ مرة وبنسبة ٣١ ٪، والمرتبة الثالثة الى حد ما بتكرار ٣٤ مرة وبنسبة ٢٣ ٪.

جدول (١٨)

يبين التوزيع التكراري لاتاحة التفاعل في التربية الاعلامية مع الطلبة

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	الملاحظات
اوافق	٧٢	٥٠ ٪	الاولى	
الى حد ما	٥٣	٣٦ ٪	الثانية	
لا اوافق	٢٠	١٤ ٪	الثالثة	
المجموع	١٤٥	١٠٠ ٪		

يظهر الجدول (١٨) أن القائم بالاتصال يتيح للطلبة التفاعل مع الطلبة في التربية الاعلامية، وجاء بالمرتبة الاولى اوافق بتكرار ٧٢ مرة وبنسبة ٥٠ ٪، والمرتبة الثانية الى حد ما بتكرار ٥٣ مرة وبنسبة ٣٦ ٪، والمرتبة الثالثة لا اوافق بتكرار ٢٠ مرة وبنسبة ١٤ ٪. وهذا السؤال للتأكيد على صدق إجابة المبحوث لأن هنالك سؤال بنفس المعنى والاجابة متقاربة جداً.



النتائج والتوصيات

اولاً: النتائج:

- ١- يتعرض المبحوثين الى مواقع التواصل الاجتماعي اي الموبايل حيث يستخدم اكثر من بقية وسائل الاتصال بنسبة ٧٧ ٪، والوقت الذي يقضونه كان أكثر من ساعتين في طيلة ايام الاسبوع لأغلب المبحوثين .
- ٢- يسهم القائم بالاتصال في زيادة الوعي السياسي حيث كان المبحوثين يؤيدون ذلك بنسبة ٥١ ٪ الى حد ما وموافق ٣٤ ٪ .
- ٣ - ان القائم بالاتصال يستخدم الوسائل الرقمية لتوصيل مادة التربية الاعلامية الى حد ما بنسبة ٤٨ ٪، ووافق نسبة ٤١ ٪، والقائم بالاتصال يتبادل وجهات النظر والحوار والنقاش مع الطلبة بنسبة ٥٨ ٪، ويشارك بالحوارات بنسبة ٤٦ ٪ .
- ٤- يتواصل الطلبة مع القائم بالاتصال عن طريق مواقع الجامعة وصفحاتها بنسبة ٥٠ ٪ .
- ٥- ان القائم بالاتصال يسهم في تحقيق معايير ومفهوم التربية الاعلامية للطلبة الى حد ما بنسبة ٤٤ ٪، وموافق بنسبة ٤٣ ٪، وعن طريق الاستفادة من الورش والندوات بنسبة ٤٠ ٪ .
- ٦- اصبح الطلبة باستطاعتهم التميز بين الخبر الكاذب والخبر الصحيح للمحتوى الاعلامي بنسبة ٤٨ ٪، وعدم التنمر على الآخرين بنسبة ٤٤ ٪، وعدم الاسهام في نشر الكراهية واحترام الرأي والرأي الآخر بنسبة ٤٤ ٪ .
- ٧- ان المبحوثين لديهم القدرة في المساهمة بنشر محتوى اعلامي على مواقع التواصل الاجتماعي، واصبح مفهوم المواطن الصحفي الهاوي يأخذ دورة في هذا المجال .

م.م. خالد جمال إسماعيل - م.د. خضير عباس ضاري

ثانياً: التوصيات :

١. ان مفهوم التربية الاعلامية تبينه منظمة اليونسكو منذ عام ١٩٩٩م، وقد حققت نتائجه في بعض الدول العالمية، اما في الوطن العربية فكانت الاردن ولبنان والسعودية في اخر مؤتمراتها عام ٢٠٠٦م في المملكة العربية السعودية وقد ادخلت المادة للتدريس في الجامعات والمدارس وتوصي الى ان تكون مادة التربية الاعلامية مادة اساسية في المرحلة الأولى في الجامعات ومرحلة الرابع الاعدادي في المدارس الثانوية .
٢. يوصي الباحثان بتهيئة اساتذة متخصصين (القائم بالإتصال) في هذا المجال بعد فتح دورات وورش عمل تبناها وزارتي التربية والتعليم العالي والبحث العلمي .
٣. إعتاد مادة التربية الإعلامية مادة أساسية في مناهج وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ووزارة التربية .
٤. قيام هيئة الإعلام والإتصال بالتنسيق مع الفضائيات والإذاعات بإعداد برامج خاصة بمادة التربية الإعلامية .



المصادر والمراجع

- اسماعيل العيسى، دور التربية الإعلامية والثقافة المعلوماتية في اصلاح المنظومة التعليمية، (كتاب pdf، ٢٠١٦، المركز الجامعي بالوادي، ص ٢٤١-٢٤٥
- اسماعيل العيسى دور التربية الاعلامية والثقافة المعلوماتية، مصدر سابق، ص ٢٥٣
- اليونسكو، التربية الاعلامية والمعلوماتية، الموقع الإلكتروني :
- بدر بن عبدالله، مدخل دمج تقنية المعلومات مع تعليم التربية الإعلامية، بحث مقدم إلى المؤتمر الأول للتربية الإعلامية في الرياض، ٢٠٠٧
- تقرير المنظمة الدولية للتربية الاعلامية، الموقع الالكتروني :
- حسن عماد مكية، اخلاقيات الاعلام، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٤، ص ١٦٧).
- حميد حامد الدليمي، اساسيات البحث العلمي، بغداد - شركة الخضر للطباعة والنشر، ٢٠٠٤، ص ١٦ .
- خضير عباس ضاري، دور الاعلام الالكتروني بتعزيز الاغتراب السياسي في المجتمع العراقي، جامعة بغداد، كلية الاعلام، ٢٠٢١، ص ٤-٥ .
- د. ساهرة نصر، الدولة وحروب الجيل الخامس - تشكيل الوعي والتصدي لها، القاهرة، الدار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٢١ م.
- د. طلعت حكيم، علم النفس الإعلامي - رؤى معاصرة ودراسات تطبيقية، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ط١، ٢٠١٨ م.
- سلام أحمد عبدة، الرضا الوظيفي لدى أخصائي الإعلام التربوي وعلاقته بالأداء المهني، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الأعلام، ٢٠١١،

م.م. خالد جمال إسماعيل - م.د. خضير عباس ضاري
ص ١٣٣ .

- سمير محمد حسن، بحوث الاعلام، الاسس والمبادئ، القاهرة: عالم الكتب،
١٩٧٩، ص ١٤٣ .

- صفاء فوزي، دور وسائل الاتصال في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور
المصدري نحو الانتخابات الرئاسية الامريكية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام،
القاهرة، جامعة القاهرة، العدد ٢، لسنة ٢٠٠٨، ص ٨٠ .

- عادل فهمي البيومي، محددات الرضا الوظيفي للعاملين في القنوات الفضائية
المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٢،
ص ٢٤٤ .

- عبد الحميد، ٢٠١٢، ص ١٥٨ - ١٦١

- عماد حسن مكاوي، نظريات الاعلام، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع،
٢٠٠٩، ص ٧٨-٨٣

- فاضل محمد البدراني، التربية الاعلامي الرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي، بحث
منشور في مجلة المستقبل العربي، العدد / ٤٥٢

- فاضل محمد البدراني، التربية الإعلامية الرقمية، مصدر سابق .

- فريد محمد صالح، دور الصحافة في تعزيز الامن الاقتصادي، رسالة ماجستير،
كلية الاعلام، جامعة بغداد، ٢٠٠٤، ص ٨ .

- فهد عبد الرحمن الشمري، التربية الاعلامية وكيفية التعامل مع الاعلام (السعودية،
المؤلف، ٢٠١٠، ص ٢٠-٢١)

- كامل حسون القيم، مناهج واساليب البحث العلمي في الدراسات الانسانية،
(بيروت: دار البيان لنشر والتوزيع، ٢٠١٢) ص ١٦٦ - ١٦٨ .



دور القائم بالاتصال في تعزيز التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات العراقية

- لبنى مهدي، اسس التربية الإعلامية، الموقع :

- محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط ١، القاهرة، عالم الكتب،

١٩٩٧، ص ٩١

- محمد عبد الحميد، التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي، القاهرة: عالم

الكتب، ٢٠١٢، ص ٥١ .

- نجوى قوال، القائمون بالاتصال، المركز القومي للبحوث الاجتماعية، القاهرة،

١٩٩٢، ص ٥

١٤ - ٣ / ٢٠١٨ / ١٠ / ١

٢٠٢١ / ١٠ / ١١

٢٠٢٠ / ٩ / ٣

www.mad003.com

www.saudimediaeducation.org/sme

www.uhesco.org/new/ar/ommon/mon/communi

sulaiman78.wordpress.com مدونه سليمان الغري /

