




"THE COMMUNICATOR AND THE FACTORS INFLUENCING HIS JOB IN UNIVERSITY PRESS"

   Iraq Academic Scientific Journals	The Ministry of Higher Education and Scientific Research center	Vol (12) Issue (48) Year (2020) Pages (91 - 110)
ISSN: 2617-9318 (Online) ISSN: 1995-8005 (Print)	Lecturer.. Alyaa Qasim Thamer^o <i>E-mail: Aliaamm8382@yahoo.com</i> <i>Mobile: 00964 7736370019</i>	
Article history: Received: 18 /03/2020 Accepted: 02 /05/2020		

THE COMMUNICATOR AND THE FACTORS INFLUENCING HIS JOB IN UNIVERSITY PRESS

A survey study of the managers of administrative departments of public relations and media at Iraqi Universities

The research problem lies in the lack of accurate scientific perceptions concerning the reality of the communicator and the factors influencing his job. The research is aimed at introducing the communicator in the university press, clarifying the obstacles facing him and uncovering his level of his job satisfaction and his visions of developing his work.

The researcher adopted the survey method in the collection, analysis, and interpretation of the data using a questionnaire.

A set of results and conclusions has been reached, most importantly are:

- ▶ The communicator performs a multiple missions including writing, editing, and collecting information, in spite of job description is assigned to him by the newspaper. In turn, this is reflected negatively on his productivity taking into account performing missions outside of his basic job in media, besides performing academic missions as for those holding post-graduate degrees.
- ▶ The communicator does not have the freedom to determine the design and content of his newspaper due to several factors from which are (senior management of the foundation), (targeted audience), and (costs of the newspaper production).
- ▶ The success of the communicator can be achieved by continuous administrative support to his communicative skills which reflect his persuasive abilities, and it is the credibility derived from his expertise and self-confidence that can makes him influence his audience.
- ▶ Poor attention given by senior management to the newspaper and scarcity of material and moral incentives have mostly affected the job of the communicator negatively combined with the presence of obstacles topped by insufficient specialized staff and scarcity of training and development especially outside of the country.
- ▶ A decline in job satisfaction and audience satisfaction has been found due to the communicator needs being unmet, and scarcity of material and moral incentives.

Keywords:

- Communicator
- University press
- Universities
- communicative skills
- Influencing factors
- Influencing factors

Available Online: <http://abaa.uobaghdad.edu.iq/>

م. علياء قاسم ثامر*

المستخلص

القائم بالاتصال في الصحافة الجامعية والعوامل المؤثرة في عمله

" دراسة مسحية لمديري الأقسام الإدارية للعلاقات العامة والاعلام في الجامعات العراقية "

تكمن مشكلة البحث في عدم وجود تصور علمي دقيق بشأن واقع القائم بالاتصال في الصحافة الجامعية والعوامل المؤثرة في عمله، ويرمي البحث إلى التعريف بالقائم بالاتصال في الصحافة الجامعية، وتوضيح العوامل التي تؤثر في عمله، والمعوقات التي تواجهه، فضلاً عن بيان مستوى الرضا الوظيفي لديه، ورؤيته لتطوير عمله. واستعانت الباحثة بالمنهج المسحي في جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها، باعتماد أداة الاستبانة. وخلص البحث إلى جملة من النتائج والاستنتاجات أهمها:

- ▶ تعدد المهام التي يقوم بها القائم بالاتصال في صحيفته ما بين الكتابة، والتحرير، ومصدر للمعلومات على الرغم من وجود توصيف وظيفي له في صحيفته، مما يعني تعدد الأدوار المنسوبة إليه، مما ينعكس على إنتاجيته، لاسيما في ظل تكليفه بمهام خارج عمله الاعلامي إلى جانب عمله الأكاديمي لاسيما حملة الشهادات العليا.
- ▶ لا يمتلك القائم بالاتصال الحرية التي تمكنه من تصميم شكل صحيفته ومضمونها، وذلك لوجود عوامل تؤثر فيه، أبرزها (الإدارة العليا للمؤسسة) و(الجمهور المستهدف)، و(تكاليف إنتاج الصحيفة).
- ▶ ان الدعم الإداري المتواصل هو الذي يسهم في إنجاح عمل القائم بالاتصال على حساب مهاراته الاتصالية التي تعكس قدراته الإقناعية، وان المصادقية هي التي تجعله مؤثراً في جمهوره، وهذا يتأتى من خبرته وثقته بنفسه.
- ▶ ان ضعف اهتمام الإدارة العليا للمؤسسة بالمطبوع، وقلة الحوافز المادية والمعنوية، هي أبرز العوامل التي تؤثر سلباً في عمل القائم بالاتصال والمهام المنوطة به، في ظل وجود معوقات، يتقدمها عدم توافر الملاك المتخصص، وقلة التدريب والتطوير لاسيما خارج العراق.
- ▶ انخفاض مستوى الشعور بالرضا الوظيفي والرضا عن المطبوع، ويعود ذلك إلى عدم تلبية حاجات القائم بالاتصال في عمله، فضلاً عن قلة الحوافز المادية والمعنوية التي من شأنها ان تقلل من مستوى الرضا لديهم.

الكلمات المفتاحية:

القائم بالاتصال

الصحافة الجامعية

المهارات الاتصالية

العوامل المؤثرة

الجامعات

Available Online: <http://abaa.uobaghdad.edu.iq/>

*المدرس : علياء قاسم ثامر ، وزارة التعليم العالي، الدائرة القانونية...

القائم بالاتصال في الصحافة الجامعية والعوامل المؤثرة في عمله

المقدمة Introduction

لا يخفى على الاختصاصيين، ان عملية الاتصال لا سيما الجماهيري منه، لا تقوم إلا بتوافر عناصرها الأربعة التي يأتي في مقدمتها المرسل (القائم بالاتصال) وما يضطلع به من خصوصية، ذلك انه يمثل نواة العملية الاتصالية، فهو الذي يبادر في إعداد رسالته، واختيار الأداة المناسبة لها للوصول إلى جمهوره.

فالبحت الحالي يعنى بدراسة القائم بالاتصال في إحدى أهم الوسائل الاتصالية وعرقتها وهي الصحافة، لا سيما الصحافة الجامعية، والتي تحظى هي الأخرى بالاهتمام، ذلك انها تتوجه إلى المجتمع الجامعي. لذا عملت الباحثة على اخضاع هذا الموضوع للبحث عبر محاور ثلاثة، اختص الأول بالإطار المنهجي للبحث، وتضمن الثاني الإطار النظري ضمن جانبين تناول الأول القائم بالاتصال (أهميته.. مهاراته.. مهماته)، وتناول الثاني الصحافة الجامعية (تعريفها .. سماتها .. وظائفها)، فيما عُني المحور الثالث بالإطار الميداني للبحث.

أولاً: الإطار المنهجي للبحث Methodological Framework

أولاً: مشكلة البحث The research problem

يتجلى الموقف المشكل في الإبهام الذي يدور حول القائم بالاتصال في الصحافة الجامعية في العراق، من حيث سماته الشخصية وخصائصه المهنية التي تنعكس بدورها على أدائه والأهداف التي ترمي إليها الصحيفة الجامعية والعوامل المؤثرة في عمله، لا سيما وان قدرات القائم بالاتصال ومؤهلته هي التي تحدد مصير عملية الاتصال برمتها.

ومن هنا ظهرت الحاجة إلى ضرورة إجراء دراسة علمية بشأن القائم بالاتصال في الصحافة الجامعية التي تصدرها الأقسام الإدارية للعلاقات العامة والاعلام في الجامعات، للاستدلال إلى معارف علمية تخدم المعنيين بالبحث، ويمكن صياغة المشكلة في التساؤل الآتي:

ما واقع القائم بالاتصال في الصحافة الجامعية ؟ وما العوامل المؤثرة في عمله؟

ثانياً: أهمية البحث The research importance

تتأسس الأهمية العلمية للبحث والعملية، من الآتي:

► يعنى البحث بدراسة متغير بشري يعد من أهم العوامل اللازمة لإنجاح العمل الصحفي، وهو القائم بالاتصال في الصحافة الجامعية التي تصدرها الاقسام الإدارية للعلاقات العامة والاعلام في الجامعات

العراقية كافة، وهي فئة لم تحظ باهتمام الدراسات والبحوث التي ركزت معظمها على القائم بالاتصال في وسائل الاعلام.

▶ تتاوله أحد أنواع الصحف المتخصصة التي تتوجه إلى جمهور نوعي، وهي الصحافة الجامعية، لاسيما وان الاهتمام تزايد بها، وتوسعت الجامعات في إصدارها، لما تضطلع به من دور في تحقيق أهدافها المجتمعية.

▶ يلفت انتباه المسؤولين إلى الدور الذي يضطلع به القائم بالاتصال في تحقيق أهداف صحافة جامعاته، عبر تقديم تصورات ممنهجة عن طبيعة عمله وما يستلزم، لإنجاحه.

▶ امكانية مساهمة البحث في تكوين قاعدة معرفية وصفية بشأن القائم بالاتصال في المؤسسات الجامعية، في ظل شمول الجامعات العراقية كافة بالبحث.

ثالثاً: أهداف البحث The research Aims

- ▶ التعريف بالقائم بالاتصال في الصحافة الجامعية.
- ▶ توضيح العوامل التي تؤثر في عمل القائم بالاتصال، ومدى توافر الإمكانيات اللازمة له.
- ▶ اظهار دوافع ممارسة القائم بالاتصال لعمله، والمعوقات التي تواجهه.
- ▶ بيان مستوى الرضا الوظيفي لدى القائم بالاتصال في الصحافة الجامعية.
- ▶ التعرف على رؤية القائم بالاتصال في الصحافة الجامعية، لتطوير عمله.

1- نوع البحث ومنهجه Research Type and its Methodology

يندرج هذا البحث ضمن البحوث الوصفية، التي تساعدنا في الحصول على حقائق دقيقة عن الظروف القائمة أو تنشيط علاقات مهمة بين الظواهر الراهنة وتفسر معنى البيانات، وتمد الباحث بمعلومات عملية وسريعة الفائدة، يمكن ان تُبنى عليها أعلى مستويات الفهم (القليبي، ٢٠١٥، صفحة ٥٥). واستعمل المنهج المسحي وصفاً في جمع البيانات، وتحليلها، وتفسيرها، لأنه الأنسب في الحصول على أكبر قدر من المعلومات على وفق معطيات البحث.

رابعاً: أدوات البحث Research Tools

إن أكثر الادوات تناسباً مع أهداف البحث في الحصول على المعلومات التي يتطلبها، هو اعتماد الاستبانة التي صُممت بأسلوب بسيط وسهل، يُمكننا من الحصول على آراء القائمين بالاتصال ورؤياهم ازاء عملهم، عبر اسئلة مغلقة وأخرى مفتوحة، فضلاً عن اعتماد أداة الملاحظة غير المقننة التي سبقت اعداد الاستبانة، للاطلاع الأولي على عمل القائم بالاتصال في الصحافة الجامعية.

خامساً: مجالات البحث Research Limitations

- ▶ **المجال البشري The human Field** : ويتمثل بمديري الأقسام الادارية للعلاقات العامة والاعلام في رؤاسات الجامعات الحكومية العراقية كافة، التي تصدر صحفاً فقط، والبالغ عددها (٢٢) جامعة من مجموع (٣٥) جامعة، مما يعني أن عدد القائمين بالاتصال الخاضعين للبحث (٢٢) مجوئاً، مع مراعاة ان أغلب الجامعات التي استُحدثت بعد عام ٢٠٠٩م لا تصدر صحفاً جامعية؛ لعدم توافر التخصيصات المالية والملاكات المتخصصة.
- ▶ **المجال المكاني The Place Field**: الجامعات العراقية كافة، والبالغ عددها (٣٥) جامعة (موقع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي الالكتروني، ٢٠١٩).
- ▶ **المجال الزمني The Time Field** : اقتضى استكمال الجانب الميداني للبحث ثلاثة أشهر للمدة من ١/١-١٤/٤/٢٠١٩.

خامساً: الصدق والثبات Reliability and Validity

- ▶ **الصدق**: استندت الباحثة إلى الصدق المنطقي أو صدق المحتوى في التأكد من ان ما تتطوي عليه الاستبانة، جاء على النحو الذي يتوافق مع مشكلة البحث وأهدافه.
- ▶ **الثبات**: وتمثل بطريقة الاختبار - وإعادة الاختبار، إذ جرى الاختبار على (٣٠%) من افراد العينة والبالغ عددهم (٧) أفراد بالتقريب، وبإعادة الاختبار بعد (١٤) يوماً على الاختبار الأول، ومقارنة النتائج على وفق معادلة ثبات الاستقرار وإعادة الاختبار، تبين ان درجة ثبات الاستبانة هو (٨٥,٧)، وهي درجة ذات دلالة احصائية عالية.

سادساً: الدراسات السابقة Previous Studies

لم تتوافر للباحثة بحوث ودراسات سابقة تعنى بالقائم بالاتصال والصحافة الجامعية الخاصة بأقسام العلاقات والاعلام في الجامعات، وانما انطوت على دراسات عنيت بالقائم بالاتصال في الوسائل الاتصالية الجماهيرية، والقائم بالاتصال في العلاقات العامة، وبحوث ودراسات عنيت بالصحافة الجامعية، منها تحليلية ركزت على تحليل مضمونها والجوانب الاخراجية لها، ومنها ميدانية عنيت بنظريات الاستقبال والاعتماد على الصحف الجامعية، فضلاً عن دراسات أخرى جمعت بين الجانبين التحليلي والميداني.

وأفادت الباحثة من جميع محاور الدراسات المذكورة في بلورة مشكلة البحث وصياغتها، وبناء الإطار النظري، وإعداد الاستبانة للوصول إلى نتائج دقيقة، ومنها دراسة خالد ابراهيم عبد العزيز (العزيز، ٢٠١٨) التي رمت إلى معرفة مصادر ضغوط العمل المؤثرة على القائم بالاتصال في العلاقات

العامّة بالمؤسسات الحكومية، وأُعدت المنهج المسحي لمسح آراء عينة من القائمين بالاتصال عن طريق أداة الاستبانة، وخلصت نتائج الدراسة إلى ان القائم بالاتصال يعاني من ضغوط في العمل تؤثر في ادائه الوظيفي بمستوى متوسط، ومنها عدم مشاركته في صنع القرار، والصراع داخل المؤسسة، وغياب الدعم على النحو الذي يولد القلق والاحباط. ودراسة محمد بن علي السويد (السويد، ٢٠٠٩)، التي رمت إلى بيان الأطر المعرفية للصحافة الجامعية وتوصيف جوانبها التحريرية والفنية والادارية، باعتماد المنهج المسحي، واعتمدت أداة استمارة تحليل المحتوى والاستبانة لعينة قوامها (٤٠) متخصصاً ومسؤولاً، وخلصت الدراسة إلى ضعف إمكانية الصحف الجامعية الناجم عن دوريتها المتباعدة، وضيق النطاق الجغرافي لتوزيعها، فضلاً عن قلة التمويل، وانخفاض مستوى التدريب وأجهزته.

ثانياً: القائم بالاتصال والصحافة الجامعية (مقاربة دلالية)

القائم بالاتصال (أهميته .. مهاراته .. مهماته)

تأتي أهمية الحديث عن القائم في الاتصال في الصحافة الجامعية، انطلاقاً من أهميته التي يضطلع بها، فهو مصدر الرسالة الاتصالية، الذي تقع على عاتقه صياغة المضامين الاعلامية الموجهة إلى جمهوره، بما تتطوي عليها من قضايا وموضوعات، تُعنى بالمجتمع الجامعي، في ظل وجود محددات تؤثر في نتاجه.

مما يفسر دأب الباحثين على اخضاع القائم بالاتصال في وسائل الاعلام المختلفة إلى البحث والدراسة، لتنتج تراكماً معرفياً من التعريفات والتعميمات المتنوعة، التي من شأنها خلق قاعدة معلوماتية أساسية للدراسات اللاحقة.

إذ استُعين بتعريف باترسون الذي يتسم بالعمومية والشمول، في محاولة للخروج من الكم المتنوع للتعريفات، والذي ينص على ان القائم بالاتصال هو " كل من يسهم في صنع القرار داخل وسائل الاعلام بشكل مباشر أو غير مباشر " (إبراهيم، ٢٠٠٠، صفحة ٨٢)، مما يعني ان احساس الفرد بذاته الذي ينعكس على ثقته بنفسه وتقديراته، هي التي تقوده إلى المشاركة في صنع القرار والتعبير عنه (عبدالحמיד، ٢٠١٢، صفحة ١٥٧). وهذا ما يجعل القائم بالاتصال مؤثراً في جمهوره، لا سيما بتوافر عوامل عدة هي (عبدالحמיד، ٢٠١٢، الصفحات ١٥٨-١٦١):

▶ **المصدقية:** 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، بأنه يشارك في الاتصال بشكل موضوعي من دون تحيز.

▶ **الجاذبية:** ويشار إلى انها التشابه، والتماثل، والحب، والمودة، والتي تنعكس ايجابياً على الأداء.

► **قوة المصدر:** ويمكن ادراكها عن طريق سيطرة القائم بالاتصال وقدرته على ضبط الأمور .

وهذا يصدق على القائم بالاتصال في الصحافة المتخصصة، التي تفرض ان يتمتع بوعي وإدراك لطبيعة عملية الاتصال، لتحديد أهدافه ورغبات جمهوره، مع ثقافة واسعة في المجالات المختلفة، مصحوبة بالموهبة والاستعداد، فضلاً عن توافر الوعي بجوانب الموضوع الذي يتناوله، والالتزام بمنظومة قيمة تتناسب وطبيعة المجتمع الذي تصدر عنه الصحيفة؛ لتحقيق معالجة صحفية متخصصة تنبثق عن التسطيح (شفيق، ٢٠١٠، صفحة ٢٣٦).

فكلما كان القائم بالاتصال متمكناً من مهاراته الاتصالية، ومدركاً لأبعاد موضوع رسالته، وواعياً بطبيعة دوره، انعكس ايجابياً على قدراته الإقناعية (شفيق، ٢٠١٠، صفحة ٢٣٤).

إذ إن القائم بالاتصال الذي يُكلف بالكتابة أو تقديم موضوع معين، يتوجب عليه ان يعتقد بصدق ما يقوله والقناعة بما يطرحه، وإلا يصبح من الصعب نقل الرسالة بفاعلية، الأمر الذي يؤثر سلباً في الرسالة والمتلقي (الحديدي و اللبان، ٢٠٠٩، صفحة ٥٠)، مما يدعو إلى أهمية التكامل بين المهارات الاتصالية والسمات الخاصة للقائم بالاتصال؛ لتحقيق التأثير والفاعلية المطلوبة، بما يطرح من مضامين تعنى بالتطورات التكنولوجية الراهنة في مجال الاعلام والاتصالات (شفيق، ٢٠١٠، الصفحات ٢٣٤-٢٣٥) . وركزت المدرسة الامريكية في دراستها للقائم بالاتصال على المدخل الوظيفي الذي يشترط الحمية التكنولوجية، لتطوير قيم القائم بالاتصال ودوره ومهارته، فضلاً عن تنشيط المهارات والخبرات المكتسبة وتحديثها عبر الدراسة والتدريب (إبراهيم، ٢٠٠٠، صفحة ١٩٢)، على الرغم من اختلاف الدارسين بشأن حصول القائم بالاتصال على شهادة تتفق وطبيعة الاختصاص الذي يعمل فيه (شفيق، ٢٠١٠، صفحة ٢٤٩). ويخضع القائم بالاتصال إلى أربعة عوامل أساسية تؤثر في عمله، وهي على النحو الآتي (مكاوي، ٢٠٠٩، الصفحات ٧٨-٨٣):

- معايير المجتمع، وقيمه، وتقاليده.
- معايير ذاتية، وتشمل عوامل التنشئة الاجتماعية، والتعليم، والاتجاهات، والانتماءات، والجماعات المرجعية.
- معايير الجمهور، إذ ان نوع الجمهور الذي يخاطبه القائم بالاتصال له تأثير كبير على طريقة اختيار المحتوى وتنظيمه.
- معايير مهنية، وتشمل سياسة الوسيلة الاعلامية، ومصادر الاخبار، وعلاقات العمل وضغوطه.

وعلى نحوٍ عام، ترتفع قيمة الانتماء للمؤسسة، بارتفاع المكاسب المتحققة للقائم بالاتصال والتي يمكن ان تتبلور بالسلطة والنفوذ (عبدالحמיד، ٢٠١٢، صفحة ٥٢).

ف نجد ان القائم بالاتصال يقوم بدوره في تحقيق أهداف المؤسسة وسياستها بمستوى من الاقناع والرضا من دون التعمق في الدوافع أو الأسباب الكامنة وراء تحديد الأهداف والسياسات (عبدالحמיד، ٢٠١٢، صفحة ٥١)، لاسيما وان الرضا الوظيفي ينحصر بمدى الاشباع الذي يحققه العمل أو الوظيفة لحاجات الفرد المادية والمعنوية، ذلك انه يولد مشاعراً وجدانية ايجابية لدى الفرد تجاه عمله أو بعض جوانبه، مثل الرضا عن الراتب أو المزايا المادية أو صيغة العمل ومحتواه مثل الشعور بالإنجاز والتقدير (عبد، ٢٠١١، صفحة ١٣٣).

ويرتبط الرضا عند القائم بالاتصال بنوعين من العوامل هي (البيومي، ٢٠٠٢، صفحة ٢٤٤): أولها الدافعية التي تخلق الرضا، لأنها تلبي حاجاتهم، وتشمل الادراك الذي يتيح له اعلان نجاحه لكل فرد للحصول على ما يستحقه من مدح، وإشراكه في تحمل المسؤولية، ومنحه الحرية، والصلاحيات للعمل والانجاز، فضلاً عن طبيعة الوظيفة نفسها والتقدم في مجال العمل، وثانيها عوامل التهيئة أو العوامل البنائية التي تشمل سياسة المؤسسة، والرواتب، والعلاقات الشخصية، وظروف العمل ومكانته في المجتمع، إذ ان هذه المجموعة من العوامل تقلل الرضا لدى القائم بالاتصال.

الصحافة الجامعية (تعريفها .. سماتها .. وظائفها)

أضح قدر من التباين بشأن المدلول الذي تشير إليه مفردة الصحافة الجامعية؛ لوجود تعددية في المفاهيم التي يمكن أن تتطوي تحت هذا المسمى، لكن جميعها تشكل أدوات اتصالية داخل الجامعة، تُمارس العمل الصحفي ضمن مطبوعها الذي يكون جريدة أو مجلة، تتوجه إلى جمهورها المتمثل بالطلبة والاساتذة.

وتسعى الصحف الجامعية لتحقيق أهداف مجتمعية تتشارك فيما بينها، لكنها تختلف من حيث جهة إصدارها أو القائمين عليها، مما يؤدي إلى غلبة هدف على الآخر، ويتجلى ذلك في مضمونها الذي يكاد ينحسر في الموضوعات والقضايا الجامعية، وقضايا المجتمع في أحيان أخرى. مما يدعو إلى تصنيف الصحافة الجامعية على وفق ما جاء به الباحثون العرب الذين اخضعوا هذا الموضوع للبحث، كل منهم على وفق أهدافه، لذا صُنفت الصحافة الجامعية على النحو الآتي:

- ▶ أولاً: الصحف التي تصدر عن الطلبة في الجامعات.
- ▶ ثانياً: الصحف التي تصدر عن الاقسام العلمية للإعلام في الجامعات.
- ▶ ثالثاً: الصحف التي تصدر عن الاقسام الادارية للعلاقات العامة والاعلام، وهي ما يعنى بها بحثنا.

إذ أوردت الباحثة صباح بهنام عبد الكريم سنة ١٩٧٩ تعريفاً للصحافة الجامعية، والذي أصبح مرجعاً لمعظم الدراسات اللاحقة، إذ وصفتها بأنها " كل مطبوع يصدر عن المجتمع الطلابي تحت اسم واحد، وبصفة دورية في عددٍ كافٍ من النسخ، لنشره داخل المجتمع الجامعي أو خارجه،

ويحقق الاعلام، والتعليم، ونشر الرأي، والتثقيف، والتوجيه، وتنظيم الهيئة الاجتماعية الطلابية والتسليية، فضلا عن اقتصار جمهورها على طلبة الجامعات والمعاهد العليا فقط، ذلك أنها شكلت من أشكال الصحافة الطلابية" (عبدالكريم، ١٩٧٩، صفحة ١٥). فيما قدمت ليلى عبد المجيد سنة ١٩٩٧، تعريفاً أوسع للصحافة الجامعية، من حيث وظيفتها والقطاعات الموجهة إليها، إذ اوضحت انها " صحافة تتوجه إلى المجتمع الجامعي الذي يمثل الطلاب القطاع الأكبر منه، غير انها تهتم بالقطاعات الأخرى أيضاً التي تنتمي للمجتمع الجامعي وهم الاساتذة والعاملون بالجامعات، وتسعى إلى التركيز على العلاقات التفاعلية بين أعضاء هذا المجتمع من جهة، وبينهم وبين المجتمع الخارجي من جهة أخرى (عبدالمجيد، ١٩٩٧، صفحة ١٨١)".

ويلاحظ ان الدراسات اللاحقة لم تخرج عن هذا النطاق من التعريفات، إذ عُيّنت بالصحف التي تصدر عن الطلاب في الجامعات، والصحف التي تصدرها الاقسام العلمية وكليات الاعلام، لغرض التدريب والتأهيل الطلابي نحو الإعداد للمهنة.

لذلك اتخذت الباحثة تعريفاً اجرائياً للبحث، ذلك انه يُعنى بالصحف الصادرة عن الأقسام الادارية للعلاقات العامة والاعلام في الجامعات والذي ينظر إلى الصحافة الجامعية بأنها " مطبوع دوري تصدره الاقسام الإدارية للعلاقات العامة والاعلام في الجامعات، بهدف الترويج إلى فعاليات الجامعة ونشاطاتها عبر فنونها الصحفية المختلفة، ونشر المعرفة، فضلاً عن إشاعة روح البحث العلمي بين جمهورها الجامعي دون تحقيق غايات ربحية، وتخضع في تحريرها إلى القائمين على إدارة المؤسسة".

- وبصورة عامة، تتسم الصحف الجامعية بما يأتي (عوض الله و آخرون، ٢٠٠٣، الصفحات ٤٠-٤١):
- ▶ اهتمامها بالأخبار، والآراء، والموضوعات الجامعية، وما يتصل بها من نشاطات، واحداث، وقضايا عامة، تُعنى باهتمامات فئات المجتمع الموجهة إليه ومصالحه.
 - ▶ لا تحتاج إلى اساليب الإثارة المتبعة في أنواع الصحافة الاخرى، ذلك انها تتوجه إلى جمهور متجانس ومقارب في مستوياته الثقافية والعلمية والفكرية، مما ينعكس على مضمونها، واسلوب تحريرها واخراجها.
 - ▶ تمثل امتداداً لرسالة الجامعة، إذ انها تعمل على تقديم نموذج مختلف، ينطوي على الالتزام بقواعد المهنة واخلاقياتها في انتقاء المادة التحريرية، وحسن صياغتها، واخراجها.
 - ▶ انها صحف محدودة في امكاناتها، بحكم طبيعة دوريتها، وقلة مواردها، ونطاق توزيعها المحدود.
 - ▶ انها صحافة تصدر عن مؤسسات علمية، تتولى رعايتها والاشراف عليها، مما يعني انها بعيدة عن عالم النشر الذي يستهدف الربح (عبدالمجيد، ١٩٩٧، صفحة ١٨٢).
 - ▶ انها ذات سمات شكلية خاصة؛ لأسباب تتعلق بطبيعة الصحيفة الجامعية.

- ▶ فيما لا تخرج الوظائف التي تقع على عاتق الصحافة الجامعية عن الوظائف العامة للصحافة المتمثلة بثلاث وظائف هي (عوض الله وآخرون، ٢٠٠٣، صفحة ٤٧):
 - ▶ أولاً: الوظيفة التربوية: وتروم الصحافة عن طريقها، الى تحقيق أهداف التربية ووظائفها عبر التنقيف والتنشئة الاجتماعية.
 - ▶ ثانياً: الوظيفة التعليمية: وتعد نشاطاً تربوياً منظماً خارج النظام الشكلي القائم للتعليم ضمن نشاط أوسع لخدمة المجتمع الجامعي، فهي تسعى لاكساب افراد المجتمع الطلابي الخبرات والممارسات الايجابية.
 - ▶ ثالثاً: الوظيفة الاعلامية: وتتمثل بالإخبار، والتفسير، والتسلية، والترفيه، والاعلان.
- وفي ضوء ذلك، فإن مهمة الإشراف على التحرير في الصحيفة الجامعية ليست صعبة، ذلك ان جمهورها محدد، ويسهل المعرفة بخصائصهم، واحتياجاتهم.

ثالثاً: الإطار الميداني للبحث

عرض بيانات الجداول وتفسيرها

أسهمت الحاجة إلى تكوين قاعدة معرفية عن القائم بالاتصال في الصحافة الجامعية، في الاستناد إلى إحدى الأدوات البحثية وهي (الاستبانة) التي من شأنها تقديم وصف لخصائصه، وطبيعة عمله، وإبراز مشكلاته، والمعوقات التي يتعرض لها.

إذ صُممت الاستبانة على النحو الذي يحقق كفاية ما يحتاجه البحث من معلومات، واختُبر صدقها، وطُبقت على عينة البحث التي اختيرت بناءً على توافر السمات والخصائص المرتبطة بأهداف البحث، لاستخلاص النتائج عبر الإجابة عن اسئلة الاستبانة، ثم التعامل الاحصائي مع البيانات عبر الترميز، والتصنيف، والتبويب، يليها تحليل البيانات وتفسيرها على وفق النسق الآتي:

أولاً: السمات الشخصية للقائمين بالاتصال

جدول (١) النوع الاجتماعي للقائمين بالاتصال

ت	النوع الاجتماعي	تكرار	المجموع
١	ذكر	٢٠	%٩٠,٩
٢	انثى	٢	%٩,٩٠
	المجموع	٢٢	%١٠٠

يُظهر الجدول (١)، ان أغلب القائمين بالاتصال في الصحافة الجامعية هم الذكور بواقع (٩٠,٩%)، تليهم الاناث بواقع (٩,٩٠%)، ويعود هذا التفوق إلى عمدية القيادات الجامعية في إيلاء هذه المسؤولية إلى الذكور؛ لما تتطلبه من تغطية نشاطات رئيس الجامعة، التي قد تستمر لما بعد الدوام الرسمي،

فضلاً عن مرافقته إلى خارج الجامعة أو المحافظة في بعض الاحيان، لحضور المحافل الثقافية والعلمية وغيرها، أو يعود إلى قلة الملاكات النسائية في هذا المجال.

جدول (٢) الفئات العمرية للقائمين بالاتصال

ت	الفئات العمرية	تكرار	المجموع %
١-	٢٥-١٥	١	٤,٥٤%
٢-	٣٥-٢٦	٦	٢٧,٢٧%
٣-	٤٥-٣٦	٨	٣٦,٣٦%
٤-	٥٥-٤٦	٥	٢٢,٢٧%
٥-	٦٥-٥٦	٢	٩,٠٩%
	المجموع	٢٢	١٠٠%

يبين الجدول (٢)، ان القائمين بالاتصال الذين تتراوح اعمارهم من (٣٦-٤٥) كانوا الأغلب بواقع (٣٦,٣٦%)، تليها الفئة العمرية (٢٦-٣٥) بواقع (٢٧,٢٧%)، ثم الفئة (٤٦-٥٥) بواقع (٢٢,٢٧%)، وجاءت الفئة العمرية (٥٦-٦٥) قبل الأخيرة بواقع (٩,٠٩%)، فيما جاءت الفئة (١٥-٢٥) أخيرة بواقع (٤,٥٤%).

جدول (٣) التحصيل الدراسي للقائمين بالاتصال

ت	التحصيل الدراسي	تكرار	المجموع %
١-	دكتوراه	٧	٣١,٨%
٢-	ماجستير	٨	٣٦,٣٦%
٣-	دبلوم عالي	١	٤,٥٤%
٤-	بكالوريوس	٦	٢٧,٢٧%
	المجموع	٢٢	١٠٠%

سجل الجدول (٣)، تفاوتاً في التحصيل الدراسي للقائمين بالاتصال في الصحف الجامعية، إذ تصدرت فئة الحاصلين على شهادة الماجستير بواقع (٣٦,٣٦%)، يليهم حملة شهادة الدكتوراه بواقع (٣١,٨%)، ثم حملة شهادة البكالوريوس بواقع (٢٧,٢٧%)، فيما جاء حملة شهادة الدبلوم العالي آخراً بواقع (٤,٥٤%)، ويشير ذلك إلى ارتفاع المستوى العلمي للقائمين بالاتصال في الصحافة الجامعية.

جدول (٤) الاختصاص العلمي للقائمين بالاتصال

ت	الاختصاص	تكرار	المجموع %
١-	الاعلام	١٠	٤٥,٤٥%
٢-	غير الاعلام	١٢	٥٤,٥٤%
	المجموع	٢٢	١٠٠%

يبين الجدول (٤)، ان أكثر من نصف القائمين بالاتصال في الصحافة الجامعية، لا يمتلكون شهادة جامعية في مجال الاعلام بواقع (٤٥,٤٥%) شملت اختصاصاتهم (الفنون الجميلة، والزراعة، والتاريخ، واللغة العربية، وعلم النفس) وغيرها، وجاء الاختصاصيون في مجال الاعلام بواقع (٥٤,٥٤%). وتشير النتائج إلى عدم حرص القيادات الجامعية على اختيار الشخص المناسب الذي يجمع بين الخبرة والاختصاص، ذلك ان الجمع بينهما يشكل ركيزة أساسية في تطوير العمل.

جدول (٥) سنوات الخبرة للقائمين بالاتصال

ت	سنوات الخبرة	تكرار	المجموع %
-١	٥-١	٣	١٣,٦٣%
-٢	١٠-٦	٢	٩,٠٩%
-٣	١٥-١١	٦	٢٧,٢٧%
-٤	٢٠-١٦	٤	١٨,١٨%
-٥	٢٥-٢١	٢	٩,٠٩%
-٦	٣٥-٢٦	٣	١٣,٦٣%
-٧	٤٥-٣٦	٢	٩,٠٩%
	المجموع	٢٢	١٠٠%

يشير الجدول (٦)، إلى تفاوت القائمين بالاتصال في الصحف الجامعية بالخبرة التي يتمتعون بها في مجال عملهم، إذ تشير البيانات إلى ان أغلبهم يمتلكون خبرة تمتد من (١١-١٥) سنة بواقع (٢٧,٢٧%)، ثم الذين تمتد خبرتهم من (١٦-٢٠) سنة بواقع (١٨,١٨%)، فيما جاء الذين يمتلكون خبرة من (١-٥) و(٢٦-٣٥) سنة بواقع (١٣,٦٣%)، في حين جاءت الفئات (٥-١٠)، و(٢١-٢٥)، و(٣٦-٤٥) سنة أخيرة بواقع (٩,٠٩%).

ثانياً: السمات الثقافية للقائمين بالاتصال

جدول (٦) إجادة القائم بالاتصال للغات أخرى

ت	اللغات الاخرى	تكرار	المجموع %
١	يجيد	٦	٢٩,٢٧%
٢	لا يجيد	١٦	٧٢,٧٢%
	المجموع	٢٢	١٠٠%

يُظهر الجدول (٦)، ان اغلب القائمين بالاتصال لا يجيدون لغات أخرى بواقع (٧٢,٧٢%)، فيما بلغت نسبة الذين يجيدون (٢٩,٢٧%)، مما ينعكس على مستوى القائم بالاتصال الذي يفترض ان يجيد احدى اللغات الحية، لا سيما وان الذين سجلوا إجادتهم للغات أخرى غير العربية، انحسرت باللغات الخاصة بقوميات البلد.

جدول (٧) انتماء القائم بالاتصال لأحزاب أو منظمات مجتمع مدني

ت	الانتماء	تكرار	المجموع %
-١	ينتمي	١٢	٥٤,٥٤%
-٢	لا ينتمي	١٠	٤٥,٤٥%
	المجموع	٢٢	١٠٠%

يوضح الجدول (٧)، ان القائمين بالاتصال الذين ينتمون إلى احزاب ومنظمات مجتمع مدني بلغوا (٥٤,٥٤%)، فيما كان الذين لا ينتمون (٤٥,٤٥%). وتتقاطع هذه النتيجة مع ما ترمي إليه المؤسسة التعليمية في العراق، بالابتعاد عن التحزبات والنأي بالجامعات عن النشاطات الحزبية التي من شأنها ان تجعل القائم بالاتصال يعمل على وفق ميول تحيده عن أهدافه، مع مراعاة ان الباحثة عمدت إلى دمج منظمات المجتمع المدني في السؤال حتى لا ينفوا انتماءاتهم الحزبية.

جدول (٨) المجالات التي يهتم بها القائم بالاتصال

ت	المجالات	تكرار	المجموع %
١-	سياسي	٨	٣٦,٣٦%
٢-	ثقافي	٨	٣٦,٣٦%
٣-	اعلامي	٥	٢٢,٧٢%
٤-	علمي	١	٤,٥٤%
	المجموع	٢٢	١٠٠%

يبين الجدول (٨)، غلبة المجال السياسي والثقافي على المجالات الأخرى التي يهتم بها القائم بالاتصال في الصحافة الجامعية بواقع (٣٦,٣٦%)، ثم المجال الاعلامي بواقع (٢٢,٧٢%)، يليه المجال العلمي آخرًا بواقع (٤,٥٤%). ويُلاحظ ضآلة الاهتمام بالمجال العلمي، وهذا يؤشر الى قصور في الإلمام بالمعارف العلمية التي يتطلبها القائم بالاتصال لعمله، ذلك انه جزء من الاعلام العلمي الذي يسعى لنشر العلوم والمعارف داخل الجامعة.

جدول (٩) الوسائل الاتصالية الأكثر متابعة من القائمين بالاتصال

ت	الوسائل الاتصالية	تكرار	المجموع %
١-	مواقع التواصل الاجتماعي	١٥	٦٨,١٨%
٢-	فضائيات	٤	١٨,١٨%
٣-	صحف	١	٤,٥٤%
٤-	مواقع الكترونية	١	٤,٥٤%
٥-	اذاعات	١	٤,٥٤%
	المجموع	٢٢	١٠٠%

يبين الجدول (٩)، ان أكثر الوسائل الاتصالية التي يتابعها القائمون بالاتصال هي مواقع التواصل الاجتماعي بواقع (٦٨,١٨%)، ثم فضائيات بواقع (١٨,١٨%)، فيما جاءت الفئات صحف ومواقع الكترونية واذاعات أخيرة بواقع (٤,٥٤%) لكل واحدة منها.

جدول (١٠) متابعة القائم بالاتصال لصحف الجامعات الأخرى

ت	متابعة صحف الجامعات الأخرى	تكرار	المجموع %
١-	نعم	٢٢	١٠٠%
٢-	لا	٠	٠%
	المجموع	٢٢	١٠٠%

اظهر الجدول (١٠)، أن جميع القائمين بالاتصال في الصحف الجامعية يتابعون الصحف الصادرة عن الجامعات الأخرى بواقع (١٠٠%)، مما يشير إلى حرص القائم بالاتصال على معرفة ما يتناوله اقرانه في صحفهم؛ لتلافي التكرار من جهة، وتحقيق التفرد أو المحاكاة من جهة أخرى، مما يعزز روح المنافسة في العمل.

جدول (١١) طبيعة اهتمامات القائم بالاتصال في الصحف الجامعية الأخرى

ت	الاهتمامات	تكرار	المجموع %
١-	المضامين	١٣	٥٩,٠٩%
٢-	تحرير المادة الصحفية	٥	٢٢,٧٢%
٣-	التصميم	٢	٩,٠٩%
٤-	العناوين	٢	٩,٠٩%
	المجموع	٢٢	١٠٠%

يشير الجدول (١١) إلى تصدر المضامين في الصحف الجامعية الأخرى، لاهتمامات القائم بالاتصال بواقع (٥٩,٠٩%)، يليها تحرير المادة الصحفية بواقع (٢٢,٧٢%)، ومن ثم التصميم والعناوين أخيرة وعلى نحوٍ متساوٍ بواقع (٩,٠٩%).

ثالثاً: الخصائص المهنية للقائمين بالاتصال وآليات العمل

جدول (١٢) التوصيف الوظيفي للقائم بالاتصال في صحيفته الجامعية

ت	التوصيف الوظيفي	تكرار	المجموع %
١-	سكرتير تحرير	٨	٣٦,٣٦%
٢-	رئيس التحرير	٦	٢٧,٢٧%
٣-	مدير التحرير	٦	٢٧,٢٧%
٤-	محرر	٢	٩,٠٩%
	المجموع	٢٢	١٠٠%

يبين الجدول (١٢)، ان أغلب القائمين بالاتصال في الصحافة الجامعية يندرج توصيفهم الوظيفي تحت صفة سكرتير تحرير بواقع (٣٦,٣٦%)، يليها صفة رئيس تحرير ومدير تحرير على نحوٍ متساوٍ بواقع (٢٧,٢٧%)، فيما جاءت صفة محرر أخيرة بواقع (٩,٠٩%).

جدول (١٣) طبيعة عمل القائم بالاتصال في صحيفته الجامعية

ت	طبيعة العمل	تكرار	المجموع %
١-	أكثر من عمل	١٦	٧٢,٧٢%
٢-	تحرير الأخبار	٢	٩,٠٩%
٣-	حراسة البوابة	٢	٩,٠٩%
٤-	مصدر للمعلومات	٢	٩,٠٩%
	المجموع	٢٢	١٠٠%

يوضح الجدول (١٣)، ان (٧٢,٧٢%) من القائمين بالاتصال، يمارسون غير عمل في صحفهم الجامعية، اما الذين يعملون بصفة تحرير الأخبار، وحراسة البوابة، ومصدر للمعلومات، كانوا على نحوٍ متساوٍ بواقع (٩,٠٩%) لكل واحد منهم.

وطبقاً لما جاء، فأن هناك مسؤولية كبيرة تقع على القائم بالاتصال في الصحافة الجامعية تتعدى توصيفه الوظيفي، ويتأتى ذلك من النقص الحاصل في الملاك المتخصص أو تحقيقاً لأهدافه على وفق رؤياه، فضلاً عن امكانية احتكار القائم بالاتصال للعمل، لإبراز دوره على حساب الآخرين.

جدول (١٤) سبب التحاق القائم بالاتصال بعمله

ت	اسباب الالتحاق بالعمل	تكرار	المجموع %
١-	الرغبة الشخصية	١٠	٤٥,٤٥%
٢-	المؤهل	٨	٣٦,٣٦%
٣-	الامتيازات	٣	١٣,٦٣%
٤-	العامل إداري	١	٤,٥٤%
	المجموع	٢٢	١٠٠%

تؤكد بيانات الجدول (١٤)، ان أغلب القائمين بالاتصال التحقوا بعملهم بناءً على رغبتهم الشخصية بواقع (٤٥,٤٥%)، تلاه المؤهل بواقع (٣٦,٣٦%)، ثم الامتيازات بواقع (١٣,٦٣%)، والعامل الإداري أخيراً بواقع (٤,٥٤%).

وتجدر الإشارة إلى أنه على الرغم من أهمية الرغبة الشخصية في أي عمل، إلا أنها غير كافية لإنجاح العمل في الصحف الجامعية والإبداع فيه، لاسيما في ظل النقص الحاصل في الخبرة والاختصاص، ومحدودية الإمكانيات المتاحة.

جدول (١٥) هدف القائم بالاتصال في الصحافة الجامعية

ت	الاهداف	تكرار	المجموع %
١-	تعزيز التواصل بين رئاسة الجامعة وتشكيلاتها	٧	٣١,٨%
٢-	ممارسة المهنة	٥	٢٢,٧٢%
٣-	تأدية الواجب الوظيفي	٣	١٣,٦٣%
٤-	إرضاء إدارة المؤسسة	٣	١٣,٦٣%
٥-	تكوين صورة ايجابية عن الجامعة	٢	٩,٠٩%
٦-	الاخبار والتتقيف	٢	٩,٠٩%
	المجموع	٢٢	١٠٠%

يظهر الجدول (١٥)، وجود تقارب في آراء القائمين بالاتصال بشأن هدفه في الصحافة الجامعية، إلا أن تعزيز التواصل بين رئاسة الجامعة وتشكيلاتها كان الغالب بواقع (٣١,٨%)، يليه ممارسة المهنة بواقع (٢٢,٧٢%)، ثم الفئتين تأدية الواجب الوظيفي، وإرضاء إدارة المؤسسة بواقع (١٣,٦٣%) لكل منهما، في حين جاءت الفئتان تكوين صورة ايجابية عن الجامعة، والاخبار والتتقيف أخيرة، بواقع (٩,٠٩%) لكل واحدة منهما.

جدول (١٦) إتباع القائم بالاتصال اسلوب أو قواعد تحريرية ثابتة في صحيفته

ت	إتباع اسلوب أو قواعد	تكرار	المجموع %
١-	يتبع	١٧	٧٧,٢٧%
٢-	لا يتبع	٥	٢٢,٧٢%
	المجموع	٢٢	١٠٠%

يوضح الجدول (١٦)، ان القائمين بالاتصال الذين يتبعون اسلوباً أو قواعد تحريرية ثابتة، كانوا الأغلب بواقع (٧٧,٢٧%)، والذين لا يتبعون بواقع (٢٢,٧٢%). مما يعني محدودية الحرية التي يتمتع بها القائم بالاتصال في معالجة موضوعاته.

جدول (١٧) العوامل التي تؤثر في تصميم شكل صحيفة القائم بالاتصال ومضمونها

ت	العوامل المؤثرة	تكرار	المجموع %
١-	الإدارة العليا للمؤسسة	٧	٣١,٨١%
٢-	الجمهور المستهدف	٧	٣١,٨١%
٣-	تكاليف إنتاج الصحيفة	٧	٣١,٨١%
٤-	المجاملات	١	٤,٥٤%
	المجموع	٢٢	١٠٠%

يبين الجدول (١٧)، ان الإدارة العليا للمؤسسة والجمهور المستهدف وتكاليف إنتاج الصحيفة هي أبرز العوامل التي تؤثر في القائم بالاتصال عند تصميم شكل صحيفته ومضمونها، إذ جاءت بواقع (٣١,٨١%)، فيما جاءت المجالات ثانياً بواقع (٤,٥٩%).

مما يعني ان القائم بالاتصال لا يمتلك الحرية التي تمكنه من تصميم شكل صحيفته ومضمونها، وهذا يتنافى مع طبيعة العمل الصحفي، فضلاً عن محدودية امكانية القائم بالاتصال الذي بدا انه خضع لعوامل، حددها الباحث من دون أن ينفياها أو يأتي بأخرى.

جدول (١٨) يوضح العوامل التي تساعد في إنجاز عمل القائم بالاتصال

ت	عوامل نجاح العمل	تكرار	المجموع %
١-	الدعم الإداري المتواصل	١٢	٥٤,٥٤%
٢-	مهاراته الاتصالية	٩	٤٠,٩٠%
٣-	مستوى معرفته	١	٤,٥٤%
	المجموع	٢٢	١٠٠%

يوضح الجدول (١٨)، ان الدعم الإداري المتواصل للقائمين بالاتصال في الصحافة الجامعية هو الذي يساعدهم في إنجاز عملهم بواقع (٥٤,٥٤%)، يتبعه المهارات الاتصالية بواقع (٤٠,٩٠%)، ثم مستوى معرفته أخيراً بواقع (٤,٥٩%).

وهذا ما يفسر عزوف بعض الجامعات المستحدثة عن اصدار صحف جامعية؛ لعدم اهتمام الإدارة العليا بهذه الوسائل الاتصالية، على الرغم من ان المقابلات التي أجرتها الباحثة مع مديري اقسام العلاقات العامة والاعلام الذين لم تشملهم الاستبانة، اسفرت عن ان السبب في عدم اصدار صحف في جامعاتهم هو التخصيص المالي.

جدول (١٩) توافر الامكانيات التي يحتاجها القائم بالاتصال لإنجاز عمله

ت	توافر الامكانيات	تكرار	المجموع %
١-	متوافرة	٢	٩,٠٩%
٢-	إلى حد ما	١٩	٨٦,٣٦%
٣-	غير متوافرة	١	٤,٥٤%
	المجموع	٢٢	١٠٠%

يبين الجدول (١٩)، ان القائمين بالاتصال في الصحافة الجامعية تتوافر لهم الامكانيات المادية لإنجاز عملهم باستثناء واحد منهم، اذ توزعت توافر الامكانيات بواقع (٩,٠٩%) متوافرة، و (٨٦,٣٦%) إلى حد ما، و(٤,٥٩%) غير متوافرة. ويتضح ان توافر الامكانيات (إلى حد ما) لأغلب القائمين بالاتصال، مع مراعاة ان اغلب افراد العينة من غير الاختصاصيين في مجال الاعلام، من شأنه ان ينعكس بشكل واضح على أداء عملهم.

جدول (٢٠) العوامل التي تؤثر سلباً في عمل القائم بالاتصال في صحيفته

ت	العوامل التي تؤثر سلباً في العمل	تكرار	المجموع %
١-	ضعف اهتمام الإدارة العليا للمؤسسة بالمطبوع	٨	٣٦,٣٦%
٢-	قلة الحوافز المادية والمعنوية	٧	٣١,٨١%
٣-	التكليف المتواصل بمهام غير اعلامية	٣	١٣,٦٣%
٤-	محدودية عدد المطبوع الذي يحول دون انتشاره	٣	١٣,٦٣%
٥-	عدم التعاون بالحصول على المعلومة	١	٤,٥٤%

المجموع	٢٢	١٠٠%
---------	----	------

يوضح الجدول (٢٠)، ان القائمين بالاتصال يعانون من عوامل تؤثر سلباً في عملهم، كانت في مقدمتها ضعف اهتمام الإدارة العليا للمؤسسة بالمطبوع بواقع (٣٦,٣٦%)، يتبعها قلة الحوافز المادية والمعنوية بواقع (٣١,٨١%)، ثم التكاليف المتواصل بمهمات غير اعلامية، ومحدودية عدد المطبوع الذي يحول دون انتشاره على نحوٍ متساوٍ بواقع (١٣,٦٣%)، فيما جاء عدم التعاون بالحصول على المعلومة أخيراً بواقع (٤,٥٩%). ونجد ان النتائج اعلاه، تتوافق مع ما جاء في الجدول (١٨)، لاسيما ما عني بالنتيجة الأولى.

جدول (٢١) المعوقات التي تواجه عمل القائم بالاتصال في الصحافة الجامعية

ت	المعوقات	تكرار	المجموع %
١-	عدم توافر الملاك المتخصص	٩	٤٠,٩٠%
٢-	قلة التدريب والتطوير لاسيما خارج العراق	٧	٣١,٨١%
٣-	عدم توفر الاجهزة المتطورة اللازمة للعمل	٤	١٨,١٨%
٤-	تبعية القائم بالاتصال ادارياً دون الإدارة العليا	١	٤,٥٤%
٥-	عدم ابلاغي بالنشاطات الجامعية الواجب تغطيتها في الوقت المناسب	١	٤,٥٤%
	المجموع	٢٢	١٠٠%

يبين الجدول (٢١)، ان عدم توافر الملاك المتخصص هو أبرز المعوقات التي تواجه عمل القائم بالاتصال في صحيفته الجامعية بواقع (٤٠,٩٠%)، ثم قلة التدريب والتطوير لاسيما خارج العراق بواقع (٣١,٨١%)، يليه عدم توافر الاجهزة المتطورة اللازمة للعمل بواقع (١٨,١٨%)، فيما حل المعوقان تبعية القائم بالاتصال ادارياً دون الإدارة العليا، وعدم ابلاغي بالنشاطات الجامعية الواجب تغطيتها في الوقت المناسب بالمرتبة الأخيرة بواقع (٤,٥٩%).

رابعاً: الرضا الوظيفي والارتقاء بالعمل

جدول (٢٢) مستوى شعور القائم بالاتصال بالرضا عن صحيفته

ت	مستوى الرضا عن الصحيفة	تكرار	المجموع %
١-	عالٍ	٤	١٨,١٨%
٢-	إلى حد ما	١٦	٧٢,٧٢%
٣-	غير متحقق	٢	٩,٠٩%
	المجموع	٢٢	١٠٠%

توضح بيانات الجدول (٢٢)، ان مستوى رضا القائمين بالاتصال عن صحفهم ليس عالياً، اذ جاء من هم بمستوى رضا (إلى حد ما) أولاً بواقع (٧٢,٧٢%)، و(عالٍ) ثانياً بواقع (١٨,١٨%)، و(غير متحقق) ثالثاً بواقع (٩,٠٩%).

جدول (٢٣) مستوى شعور القائم بالاتصال بالرضا الوظيفي

ت	مستوى الرضا الوظيفي	تكرار	المجموع %
١-	عالٍ	٥	٢٢,٤٢%
٢-	إلى حد ما	١٦	٧٢,٧٢%

٣-	غير متحقق	١	٤,٥٩%
	المجموع	٢٢	١٠٠%

يتضح من الجدول (٢٣)، ان القائمين بالاتصال الذين يمتلكون مستوى شعور بالرضا الوظيفي (إلى حد ما) كانوا الأغلب بواقع (٧٢,٧٢%)، يليهم الذين يشعرون بمستوى (عالٍ) ثانياً بواقع (٢٢,٧٢%)، ثم الذين يشعرون بمستوى رضا (غير متحقق) ثالثاً بواقع (٤,٥٩%).

الاستنتاجات Conclusions

- ▶ بدا ان إدارة الجامعات لم تهتم باختيار القائمين بالاتصال في جامعتهم من حيث الاختصاص، إذ تبين أن اغلب القائمين بالاتصال لا يملكون شهادات في اختصاص الإعلام، على الرغم من امتلاكهم شهادات عليا، وسنوات خبرة، مما ينعكس بدوره على الاداء، والتطوير، والابداع.
- ▶ يولي القائمون بالاتصال اهتماماً بصحف الجامعات العراقية الأخرى، إذ ان جميعهم يتابعونها، وغالبيتهم يركزون على المضامين التي تنشر فيها، وهذا من شأنه خلق روح المنافسة بين الصحف الجامعية، وتلافي التكرار والنمطية في العمل.
- ▶ ان مواقع التواصل الاجتماعي كانت الأكثر متابعة من القائمين بالاتصال قياساً بالوسائل الاتصالية الأخرى، مما يسهم في تطوير دور القائم بالاتصال ومهارته على وفق ما جاءت به المدرسة الامريكية في دراستها للقائم بالاتصال.
- ▶ تدني اهتمام القائم بالاتصال بالمجال العلمي الذي يصب في نطاق عمله، متوقفاً بذلك المجال (السياسي، والثقافي، والإعلامي)، في الوقت الذي يقتضي عمله، ان يكون على دراية علمية مسبقة، بالمضامين العلمية التي تواكب المستجدات البيئية والحياتية.
- ▶ تعدد المهام التي يقوم بها القائم بالاتصال في صحيفته ما بين الكتابة، والتحرير، ومصدر للمعلومات على الرغم من وجود توصيف وظيفي له في صحيفته، مما يعني تعدد الادوار المنسوبة إليه، الامر الذي ينعكس على إنتاجيته، لاسيما في ظل تكليفه بمهام خارج عمله الاعلامي إلى جانب عمله الأكاديمي لاسيما حملة الشهادات العليا.
- ▶ ظهر ان تعزيز التواصل بين رئاسة الجامعة ومجتمعها هو الهدف الغالب للقائمين بالاتصال على حساب الأهداف الأخرى، وان معظمهم يتبعون سياسة وقواعد تحريرية ثابتة في صحفهم، مما ينعكس على موضوعيتهم.
- ▶ لا يمتلك القائم بالاتصال الحرية التي تمكنه من تصميم شكل صحيفته ومضمونها، وذلك لوجود عوامل تؤثر فيه، أبرزها (الإدارة العليا للمؤسسة) و(الجمهور المستهدف)، و(تكاليف إنتاج الصحيفة).

- ▶ ان الدعم الاداري المتواصل هو الذي يسهم في إنجاح عمل القائم بالاتصال على حساب مهاراته الاتصالية التي تعكس قدراته الاقناعية، وان المصداقية هي التي تجعل القائم بالاتصال مؤثراً في جمهوره، وهذا يتأتى من خبرته وتقته بنفسه.
- ▶ ان ضعف اهتمام الإدارة العليا للمؤسسة بالمطبوع، وقلة الحوافز المادية والمعنوية، هي أبرز العوامل التي تؤثر سلباً في عمل القائم بالاتصال والمهام المنوطة به، في ظل وجود معوقات، يتقدمها عدم توافر الملاك المتخصص، وقلة التدريب والتطوير لاسيما خارج العراق.
- ▶ انخفاض مستوى الشعور بالرضا الوظيفي والرضا عن المطبوع، إذ ان غالبية القائمين بالاتصال أبدوا مستوى رضا (إلى حد ما)، ويعود ذلك إلى عدم تلبية حاجات القائم بالاتصال في عمله، وقلة الحوافز المادية والمعنوية التي من شأنها ان تقلل من مستوى الرضا لديهم.
- ▶ يرى القائمون بالاتصال، ان قيام الجامعة بتهيئة بيئة مناسبة للعمل، يتوافر فيها الملاك المتخصص والأدوات اللازمة لعمله، وتطوير خبراته وانخراطه بالتدريب، فضلاً عن شموله بالامتيازات، وإقامة ندوات بشأن أهمية الاعلام لمؤسسته من شأنها الارتقاء بعمله.

التوصيات The Recommendations

- ▶ اناطة مهام إدارة اقسام العلاقات العامة والاعلام في الجامعات، بمن يمتلكون الشهادة الجامعية العليا في مجال الاعلام والخبرة في وسائله، لما له من دور في نجاح العمل.
- ▶ الارتقاء بأداء القائمين بالاتصال عن طريق التطوير والتدريب وفسح المجال لتبادل الخبرات والمعارف.
- ▶ تعميق مفهوم الصحافة المتخصصة وأهدافها لدى الإدارة العليا في الجامعة، ليتسنى للقائم بالاتصال الحرية في اختيار المضامين ونشرها.

المصادر باللغة العربية

- حسين شفيق. (٢٠١٠). صناعة الصحفي. القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.
- خالد ابراهيم عبد العزيز. (٢٠١٨). مصادر ضغوط العمل لدى القائم بالاتصال في العلاقات العامة، الباحث الاعلامي، كلية الاعلام، جامعة بغداد. العدد: ٤٢.
- سلام احمد عبده. (٢٠١١). الرضا الوظيفي لدى اخصائي الاعلام التربوي وعلاقته بالأداء المهني. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، العدد: ٣.
- سوزان الفليني. (٢٠١٥). مناهج البحث العلمي. القاهرة: دار النهضة العربية.
- صباح بهنام عبدالكريم. الصحافة الطلابية في العراق (رسالة ماجستير). ١٩٧٦. كلية الاعلام، جامعة القاهرة.
- عادل فهمي البيومي. (٢٠٠٢). محددات الرضا الوظيفي للعاملين في القنوات الفضائية المصرية. المجلة المصرية لبحوث الاعلام، كلية الاعلام جامعة القاهرة، العدد: ١٠.
- عماد حسن مكواى. (٢٠٠٩). نظريات الإعلام. القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.
- غازي زين عوض الله، وآخرون آخرون آخرون. (٢٠٠٣). الصحافة الجامعية نشأتها وتطورها. القاهرة: دار نصر المحروسة.

- لبنى عبدالمجيد. (١٩٩٧). العوامل المؤثرة على تحرير الصحف الجامعية. المجلة المصرية لبحوث الاعلام، كلية الاعلام جامعة القاهرة، العدد: ٢.
- محمد بن علي السويد. (٢٠٠٩). الصحافة الجامعية في المملكة العربية السعودية، المملكة العربية السعودية. جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية.
- محمد سعد أحمد إبراهيم. (٢٠٠٠). الإتجاهات الحديثة في دراسات القائم بالاتصال. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد: ٤.
- محمد عبدالحميد. (٢٠١٢). التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي. القاهرة: عالم الكتب.
- محمد عبدالحميد. (٢٠١٢). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتب.
- منى الحديدى، و درويش شريف اللبان. (٢٠٠٩). فنون الإتصال والإعلام المتخصص. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية. موقع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي الإلكتروني. (٢٠١٩). www.mohe.gov.eg.

References

- 1- Hussain. Shafeeq. (2010), Making journalists, Cairo: Dar Fikr for printing, distribution, and publishing.
- 2- Khalid Ibrahim Abdelaziz (2018), Work Street source of the Communicator in Public relation, Al-bahith Al-alamy Journal, College of Media, University of Baghdad, issue: 42.
- 3- Salam. Ahmed. Abdu, (2011), Job satisfaction and their effect on professional performance for specialists in educational media, Egyptian Journal for public opinion, Faculty of Media, University of Cairo, issue: 3.
- 4- Suzan. Alqulaini, (2015), methodologies of scientific research, Cairo: Dar Alnahdha Alarabia.
- 5- Sabah. Bahnam. Abdulkareem, Student Journalism in Iraq, an M.A. thesis, (1979), Faculty of Media, University of Cairo.
- 6- Adil. Fahmi. Albaumi, (2002), Determinants of Job satisfaction for the staff of Egyptian satellite chnnels, Faculty of Media, University of Cairo, issue: 10.
- 7- Imad. Hassan. Makkawi, (2009), Theories of media, Cairo: Aldar Alarabia for publishing and distribution.
- 8- Awadh Allah et. al, (2003), University Press, Evolution and development, Cairo: Dar Nasr Akmahrusa.
- 9- Layla. Abdulmajeed, (1997), Influencing factors on editing of university newspapers, Egyptian Journal of media studies, Faculty of Media, University of Cairo, issue: 2.
- 10- Mohammad bin Ali al-Sweden(2009), University Press in Saudi Arabia, al- Riyadh, Imam Mohammed Bin Saud Islamic University.
- 11- Mohammad. Saad. Ahmed, (2000), Modern trends in communicator studies, Egyptian Journal for public opinion, Faculty of Media, University of Cairo, issue: 4.
- 12- Mohammad. Abdulhammed, (2012), Media Literacy and awareness of media performance, Cairo: Alam Alkutub.
- 13- Mohammad. Abdulhammed, (2012), Media theories and trends of influence, Cairo: Alam Alkutub.
- 14- Muna. Alhadeedi& Darweesh. Alaban, (2009), The Arts of Specialized Communication and Media, Cairo: Aldar Almasriya Allubnaniya.
- 15- The Website of the Ministry of Higher Education and Scientific Research, (2019), www.mohe.gov.eg.