



الإعلام الجامعي في الوطن العربي  
واستراتيجية التطوير في ظل الاتصال الرقمي

الإعلام الجامعي في الوطن العربي  
واستراتيجية التطوير في ظل الاتصال الرقمي

ا.م.د. عظيم كامل زريزب / كلية الآداب / قسم الإعلام  
ا.م.د. ثناء اسماعيل رشيد / كلية الآداب / قسم الإعلام

البريد الإلكتروني Email: [adeemkamel@yahoo.com](mailto:adeemkamel@yahoo.com)

الكلمات المفتاحية: الإعلام الجامعي ، استراتيجية تطوير ، الاتصال الرقمي

كيفية اقتباس البحث

زريزب، عظيم كامل، رشيد، ثناء اسماعيل ، الإعلام الجامعي في الوطن العربي واستراتيجية التطوير في ظل الاتصال الرقمي ، مجلة مركز بابل للدراسات الانسانية ، ٢٠١٨، المجلد ٨ ، العدد ٢

هذا البحث من نوع الوصول المفتوح مرخص بموجب رخصة المشاع الإبداعي لحقوق التأليف والنشر ( Creative Commons Attribution ) تتيح فقط للآخرين تحميل البحث ومشاركته مع الآخرين بشرط نسب العمل الأصلي للمؤلف، ودون القيام بأي تعديل أو استخدامه لأغراض تجارية.



## University Media in the Arab World And development strategy in the context of digital communication

Dr. Adheem Kamel Zrizib / college of Literature/ Media Department  
Dr.Thanaa Ismeal Rasheed / college of Literature/ Media Department

**Keywords:** University media, development strategy, digital communication.

### How To Cite This Article

Zrizib, Adheem Kamel, Thanaa Ismeal Rasheed, University Media in the Arab World And development strategy in the context of digital communication, Journal Of Babylon Center For Humanities Studies, Year :2018,Volume:8, Issue: 2.

 This is an open access article under the CC BY-NC-ND license  
(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

[This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

### Summary

If anyone doubted in previous times the power of the media in moving the public opinion and composition, it becomes in today's thinking in this way is a handicap, and does not improve the management of mature thinking, if this is a Muslim digital communication.

As the media leaps the sequence of authorities that govern the world's systems, sometimes becoming the first authority. In times of prosperity, the rest of the authorities are allowed to take their natural place, but always suggest that they are coming to change and move what is fixed or moving.

Now, under the digital communication, the recipient is seen by media organizations as much as media presence, political weight, technical superiority, and place in the minds and minds of the masses.

In this digital communication environment, the university media face increasing challenges to the rapid changes that the world is





undergoing today, which necessitates changes in its tracks, including all aspects of its media work, so that it can play its communicative role.

The current research focused on building an integrated strategy for the investment of university media sites in order to develop it so that it can be unique in the performance of its communication role.

This research is a descriptive descriptive research which presents a vision in the digital space investment in the Internet environment for the development of university media in the Arab world.

### ملخص البحث

إذا كان من أحد ما يشكك في الأزمنة السابقة بقوة الإعلام في تحريك الرأي العام وتشكيله ، فاصبح في يومنا هذا من يفكر بهذه الطريقة يعدّ معنوياً ، ولا يحسن تدبّر التفكير الناضج ، إذ يعدّ ذلك من مسلمات الاتصال الرقمي .

فالإعلام بات يقفز على تسلسل السلطات التي تحكم نظم العالم ليصبح احيانا السلطة الاولى ، وفي اوقات الرخاء يسمح لبقية السلطات اخذ مكانها الطبيعي ، ولكنه يوحي دوما بأنه قادم قادر على تغيير وتحريك ما هو ثابت أو متحرك .

الآن في ظل الاتصال الرقمي بات المتلقي ينظر الى المؤسسات الاعلامية بقدر حضورها الاعلامي وثقلها السياسي وتفوقها التقني ، ومكانتها في عقول ووجدان الجماهير .

وفي ظل هذه البيئة الاتصالية الرقمية يواجه الاعلام الجامعي تحديات متزايدة إزاء التغيرات المتسارعة التي يمرّ بها العالم اليوم، مما يستدعي اجراء تغييرات في مساراته تشمل كل مفاصل عمله الاعلامي، ليتمكن من اداء دوره الاتصالي .

لذلك تم طرح رؤية لاستثمار الفضاء الرقمي في بيئة الانترنت في تطوير الاعلام الجامعي في الوطن العربي بما يمكنه من التفرّد في اداء دوره الاتصالي .

### المقدمة:

من مسلمات عصر الاتصال الرقمي ان المتلقي بات مستعملا نشطا، وممارسا فعلا كقائم بالاتصال وكمتلقي ، وبممتلك الخلفية الثقافية في مجالات المعرفة المتنوعة ؛لذلك فإن القائمين بالاتصال امسوا يفكرون بطريقة مغايرة حتى يمكنوا قنواتهم الاتصالية من الانتشار وجذب المستخدم الجديد .



## الاعلام الجامعي في الوطن العربي واستراتيجية التطوير في ظل الاتصال الرقمي

الواقع الاتصالي الرقمي الجديد بات مزدحما بالقنوات الاتصالية التي تحتوي على بيانات ومعلومات وصور ومقاطع فيديو ووسائط متعددة؛ لذلك فهو يشهد منافسة اتصالية محمومة تفوق التصورات المألوفة وقدرة المستخدم على التعرض الاتصالي والمشاركة. فإذا كانت المؤسسات الاتصالية المشهورة تواجه مصاعب ومعاناة في مواكبة متغيرات الواقع الاتصالي الجديد وحاجات المستخدم المتجددة ، فكيف الحال بإعلام الجامعات ؟ وهل ان اعلام الجامعات في الوطن العربي مايزال كما هو متصور عنه اعلام مؤسسات او

اعلام سلطة؟

اولا: منهجية البحث

مشكلة البحث:

ان الاعلام الجامعي في ظل الاتصال الرقمي واشكالياته المتعددة وفرصه المحدودة في التأثير؛ بفعل التنافس المحموم والخيارات الكثيرة المتاحة للمستخدم ، يبحث عن افكار جديدة تمكنه من اثارة اهتمامات المستخدم ، وتحقيق الاسبقية في مجالات العمل الاتصالي. لذلك فإن مشكلة البحث تكمن في التساؤل الآتي: ماهي المهام والادوار الاتصالية التي تمكن الاعلام الجامعي في الوطن العربي في ظل الاتصال الرقمي من الاقتراب من إحداث تأثيرات متنوعة على المستخدمين في الاوساط المجتمعية المتعددة ؟

أهمية البحث:

تكمن أهمية موضوع البحث في أنه يبحث في ايجاد مهام وادوار جديدة للإعلام الجامعي تمكنه من تحقيق صفة الانفراد في انشطته الاتصالية المستقبلية؛ مما قد يتيح له امكانية جذب انتباه واثارة اهتمامات المستخدمين الرقميين في الفضاء الاتصالي ؛ وبذلك فإنه يشكل خارطة طريق للإعلام الجامعي في جامعات الوطن مما يمكنها من استثمار البيئة الرقمية في تأدية انشطتها الاتصالية .

أهداف البحث:

- تشخيص نقاط الوهن والقوة في اداء الاعلام الجامعي في جامعات الوطن العربي.
- تحديد استراتيجية خاصة في استثمار الفضاء الرقمي لتطوير الاعلام الجامعي في جامعات الوطن العربي.

منهج البحث:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية، وتم استعمال اداة الملاحظة عبر الاطلاع على النشاطات الاتصالية لأقسام الاعلام الجامعي وشعبا ووحداته في الوطن العربي؛ لتحديد نقاط





## الإعلام الجامعي في الوطن العربي واستراتيجية التطوير في ظل الاتصال الرقمي

الضعف والقوة في انشطتها الاتصالية ؛ من اجل وضع استراتيجية علمية ومهنية تسهم في تطوير اداء الاعلام الجامعي في الفضاء الرقمي.

### البحوث السابقة:

يعد هذا البحث من البحوث الرائدة والمتخصصة في موضوع تطوير الاعلام الجامعي في الوطن العربي ، إذ عبر رصد البحوث السابقة في هذا المجال ، وجد الباحث بحوثا قليلة منها:  
- الاعلام الجامعي في العراق<sup>1</sup>

اهتم البحث في اخضاع ثلاثة متغيرات للبحث والتحليل عبر الاستعانة بادة استبانة وزعت على العاملين في اقسام الاعلام الجامعي ووحداته في ثلاث جامعات وهي جامعة بغداد وجامعة الكوفة وجامعة بابل وتم التوصل الى استنتاجات عدة، منها ان الاعلاميين في اعلام الجامعات العراقية يعانون من ضغوط مهنية وادارية ،وان الإدارات المسؤولة عن ادارة الاعلام الجامعي لها صلاحيات محدودة ، كما انها ليس لها تصورات علمية عن المجتمعات المحلية ، وأن رسائلها الاتصالية تقترب من رسائل اعلام المؤسسات .

### - الادارة الاعلامية للإعلام الجامعي في العراق<sup>2</sup>

اهتم في بحث وتحليل متغيرات الادارة الاعلامية عبر الاستعانة بادة استبانة وزعت على العاملين في اقسام الاعلام الجامعي ووحداته في ثلاث جامعات وهي جامعة بغداد وجامعة الكوفة وجامعة بابل وتم التوصل الى استنتاجات عدة منها ان الاعلاميين في تلك الادارات يعانون من تضيق حرية الرأي والتعبير ، وان مسؤولي الجامعات يتحكمون بالأنشطة الاتصالية لإدارات الاعلام الجامعي.

### ثانيا: اشكاليات الاعلام الجامعي في جامعات الوطن العربي

يُنظر الى الاعلام في الاوساط العلمية والمهنية بقداسة ومثالية ،كونه ينشد الصدق ويقصد الحقيقة ، ويصبوا الى صناعة رسائل اعلامية تتسم بأخلاقيات الاعلام وتسعى الى تلبية الاحتياجات الاتصالية للمستخدم المتوقع .

فالمستخدم في ظل بيئة اتصالية رقمية تشهد تنافسا اتصاليا فريدا من نوعه ، بات يعاني من تخمة معلوماتية تفوق قدراته وحاجاته الاتصالية ؛لذلك فإن الرسائل الاتصالية لوسائل الاعلام الجامعي في الوطن العربي اذا أُريد ان تأخذ مكانا منفردا في البيئة الاتصالية الرقمية ،لابد من استيعاب الحاجات الاتصالية للمستخدمين التي لم تشبعها الفضاءات الاتصالية المحلية والعربية





والدولية، وان تنفرد في اثاره افكار وتأملات وحاجات اتصالية متنوعة بعيدة عن اهتمامات المشاركين في الاتصال الرقمي.

اذا فالتفكير في الانشطة الاتصالية لابد من ان يكون بطريقة مغايرة ومتفردة، لاعتبارات عدة، منها انه يصدر من مؤسسات اكااديمية غير ربحية تنشده الصدق وخدمة المجتمعات، كما ان الانشطة الاتصالية ممولة حكوميا، مما يمكّن القائمين على العمل الاتصالي ان يتجاوزوا بعض الضغوط المهنية والحزبية والمجتمعية وغيرها من الضغوط التي تفرضها الاوساط المجتمعية، على الرغم من تلك الفرص فإن الاعلام الجامعي في جامعات الوطن العربي تواجه اشكاليات عدة يمكن تحديدها بما يأتي:

-الاعلام بوصفه اعلام مؤسسات يقترب في تأدية نشاطه الاتصالي من اشتراطات وافكار وضغوطات الاعلام السلطوي.

-هيمنة النشاط الاخباري الدعائي لمسؤولي الجامعات عبر وسائل اعلام الجامعات من منشورات وصحف وقنوات اذاعية وتلفازية ومواقع الكترونية، وبذلك فإن اعلام الجامعات يعاني من ظاهرة صناعة الرموز وتسويق نشاطاتهم الاتصالية.

-إن المكلفين بإدارة الاعلام الجامعي لم يفوضوا الا بصلاحيات محدودة لا تمكنهم قيادة النشاطات الاتصالية بحرية وبمهنية؛ فإدارات الاعلام الجامعي في الوطن العربي هي من نمط الادارات الصغيرة التي لا يتمتع بها القائمين على العمل الاتصالي الا بصلاحيات محدودة، كما أن نشاطهم الاتصالي يفلتر من قبل حراس البوابة الذين يفرضون اشتراطات ومصالح واهداف مسؤولي الجامعات؛ لذلك نلاحظ غياب الصحفي الاستقصائي والصحافة الاستقصائية، وهيمنة النشاطات الاخبارية الدعائية والتسويقية.

-لا يشعر الاعلاميون في اعلام الجامعات بانهم يعاملون معاملة الصحفي، فهم اقرب الى موظف في مؤسسة حكومية مقيد بقوانين وتعليمات لا يمكن ان يتخطاها، كما من الممكن تكليفهم بأعمال بعيدة عن العمل الاتصالي، كالأعمال الادارية.

-الاعلام الجامعي مخترق من قبل وسائل الاتصال الاخرى ويعمل اعلاميوه بدون دراية كمراسلين و مندوبين لها، ويسهموا بتحقيق مصالح وغايات قد تتناقض او تقترب من اهداف وغايات اعلام الجامعات.

ثالثا: التسويق الإتصالي في الاتصال الرقمي:





## الإعلام الجامعي في الوطن العربي واستراتيجية التطوير في ظل الاتصال الرقمي

تشير البيانات الإحصائية ان المشتركين في البيئة الاتصالية الرقمية قد تجاوز أربعة مليار مستخدم ، والمجتمعات المحلية حتى في الدول النامية اصبحت شبه رقمية ؛ لذلك فإن استثمار إمكانات البيئة الاتصالية الرقمية في الأنشطة الاتصالية للإعلام الجامعي لابد من ان تكون ضمن اولوياتها في تسويق نشاطاتها في النطاقين المحلي والعالمي.

فمن الممكن استثمار المواقع الالكترونية لإعلام الجامعات في تحقيق اهداف علمية وحضارية وثقافية عبر ما يأتي:

- تصميم بوابة الكترونية لمعارض رقمية لتجوال الافتراضي عن الجامعات وكلياتها ومراكزها البحثية ، وعن الرموز والاماكن والمواقع الحضارية والتاريخية والثقافية والعلمية والدينية للمجتمعات المحلية ومؤسساتها.

- تصميم بوابة الكترونية للمبدعين من الاساتذة في الاوساط الجامعية ، ومن الرموز السياسية والثقافية والدينية والرياضية في المجتمعات المحلية ، يتم فيها عرض براءات الاختراع والافكار الريادية ، وانجازاتهم العلمية والثقافية والادبية.

- تصميم بوابة الكترونية تتضمن اصدارات اساتذة الجامعات والمفكرين والمبدعين في الاوساط المجتمعية المحلية ، وتكون بمثابة معرض الكتروني يمكّن المتلقي من التعرض لتلك الاصدارات والتسوق الكترونيا.

- تصميم بوابة الكترونية خاصة بالمطبوعات الدورية من صحف ومجلات علمية وثقافية وادبية للجامعة ومؤسسات المجتمعات المحلية والمجلات العلمية والثقافية والادبية.

- تصميم بوابة الكترونية لنشاطات الجامعة من ندوات وورش عمل يكون لمؤسسات المجتمع المحلية والعربية والعالمية حضورا فاعلا ومشاركة متقدمة .

- تصميم بوابة الكترونية للأساتذة المبدعين في الاوساط الجامعية العربية والعالمية ، وجعل نتاجاتهم العلمية والثقافية والادبية من بين اولويات الاعلام الجامعي.

- تخصيص بوابة الكترونية للأساتذة في الجامعات العربية والعالمية تتضمن سيرهم الذاتية ونتاجاتهم العلمية والثقافية ، فضلا عن إمكانات الاتصال بهم الكترونيا.

- تخصيص بوابة الكترونية للمواقع الالكترونية للجامعات العربية والعالمية ، والمساهمة في اقامة علاقات تعاون علمية وثقافية وصحفية معها.

- تخصيص بوابة الكترونية للمجلات العلمية المحكمة التي تصدر في الجامعات العربية والعالمية ، وتسويق المجلات المحكمة الصادرة في جامعاتها ، واعطاء الاولوية للمجلات الحاصلة على عامل تأثير.





- تخصيص بوابة الكترونية للمؤتمرات وورش العمل في جامعات الوطن العربي والجامعات العالمية ، ومحاولة تجسير الهوة واقامة علاقات علمية وثقافية مشتركة ، تساهم في تحقيق حضورا فاعلا لأساتذة جامعات الدول العربية في المحافل الدولية ومؤسساتها العلمية والثقافية والادبية.
- تخصيص بوابة الكترونية تهتم برصد ومتابعة نشاطات اساتذة الجامعات في الوطن العربي بالقنوات الاتصالية الصحفية والتلفزيونية والاذاعية والمواقع الالكترونية على شبكة الانترنت.
- افراد بوابة الكترونية لبحوث الاساتذة ورسائل الماجستير والدكتوراه في الوطن العربي وجامعات الدول المتقدمة من اجل الاسهام في تقليص الفجوة العلمية والتقنية بين الدول المتقدمة والدول العربية.
- تخصيص بوابة الكترونية للبعثات الدراسية والوظائف الشاغرة في جامعات الدول العربية والعالمية.
- تخصيص بوابة الكترونية متخصصة في اعلام قادة الرأي واصحاب المؤسسات في المجتمعات المحلية والعربية والدولية، واشراكهم بخطط الجامعات ونشاطاتها المختلفة ، ودعوتهم لمؤتمرات وندوات وورش عمل الجامعة وبحسب اهتماماتهم.
- تخصيص بوابة الكترونية لطلبة الجامعة المتخرجين ، والتواصل معهم عبر مواقع اعلام الجامعة ، واشراكهم في نشاطات الجامعة.
- تخصيص بوابة الكترونية متخصصة في توفير فرص العمل لخريجي الجامعات ، ورصد فرص العمل المتوفرة في مؤسسات المجتمع المحلي ومؤسسات المجتمعات العربية والدولية.
- تخصيص بوابة الكترونية لأولياء امور طلبة الجامعات تتيح فرص التفاعل والحوار والاستعلام عن مستوى ابنائهم العلمي.
- تخصيص بوابة الكترونية بأسماء الاوائل في الجامعات بالدراسات الاولية والعليا والتغطية الصحفية لتكريمهم.
- تخصيص بوابة الكترونية متخصصة بالأماكن السياحية والآثارية والدينية في بلدان جامعات الوطن العربي ، يتضمن ادلة سياحية ومعارض الكترونية جواله لتلك الاماكن ، ومحاولة استثمارها في تقوية العلاقات مع الجامعات في الدول الاخرى.
- مشاركة اعلام الجامعات في مواقع ومنتديات الجامعات الأخرى المحلية والعربية والعالمية ، والمنظمات والمؤسسات والشركات ذات الفاعلية في الاوساط المجتمعية.







## الإعلام الجامعي في الوطن العربي واستراتيجية التطوير في ظل الاتصال الرقمي

- تسويق بحوث المؤتمرات والندوات وفيديوهات ورش العمل للمستفيدين من الوزارات والمؤسسات والشركات في القطاعين العام والخاص.
- تكوين قاعدة بيانات عن مؤسسات المجتمعات المحلية ، ودعوتها للمشاركة في نشاطات الجامعة من مؤتمرات وندوات وورش عمل، وإرسال خلاصة عنها للجهات المستفيدة.
- دعوة قادة الرأي في المجتمعات المحلية وممثلي الحكومات المحلية ومسؤولي المؤسسات والشركات في تلك المجتمعات للمشاركة في خطط وبرامج الجامعة؛ لان المشاركة من اولويات الاتصال الفعال؛ لتحديد المشاكل التي تعاني منها الاوساط المجتمعية ومؤسساتها واعطائها الاولوية ضمن خطة الجامعة، واخضاعها للبحث العلمي وتقديم الحلول العلمية لها.
- تخصيص بوابة الكترونية لمحاضرات تدريسي الجامعات وقادة الرأي في الاوساط المجتمعية.
- تخصيص بوابة الكترونية مختصة بالشكاوى واخرى بمقترحات المجتمعات الرقمية من اجل تطوير اداء الجامعات في الاوساط المجتمعية.
- تخصيص بوابة الكترونية تتضمن الرسائل الاتصالية التي نشرتها او بثتها القنوات الاتصالية المحلية والعربية والدولية لنشاطات الجامعة وملاكاتها العلمية.
- تخصيص بوابة الكترونية للطاقات الشابة في الوسط الجامعي والايوساط المجتمعية ، تهتم بتغطية نشاطاتهم العلمية والثقافية والادبية والدينية والفنية، واشراكهم في أنشطة الجامعة من مؤتمرات وندوات وورش عمل ومعارض.
- تدريب الملاكات الاعلامية ورفدها بالمتخصصين ، واصحاب الخبرات ، وتشجيع الصحافة الاستقصائية والصحفي الاستقصائي.
- توفير البنية التحتية للإعلام الجامعي من مال وابنية ومستلزمات تقنية حتى يتمكن من اداء رسالته الاتصالية.
- توسيع الصلاحيات لقيادة الاعلام الجامعي ، وتغيير نمط الادارة ، من الادارة الصغيرة الى الادارة المتوسطة ، وحماية حرية الرأي والتعبير للصحفيين.

### المصادر

- ١ - زريزب ، عظيم كامل واخرون، الاعلام الجامعي في العراق دراسة ميدانية (خصائص العاملين ، النشر الصحفي ، الرضا المهني ) ، بغداد : دار دجلة للصحافة والاعلام ،مجلة كلية الآداب ، العدد ٩٩ ، ٢٠١٢.



٢ - - زريزب ، عظيم كامل وآخرون، الإدارة الإعلامية للإعلام الجامعي في العراق دراسة ميدانية، بغداد : كلية الآداب جامعة بغداد ، الجزء الثاني ، العدد ٢٠ ، ٢٠١٢م،

### List of references

Zrizib, Adheem kamel and others , University Media in Iraq Field Study (Characteristics of Employees, Press Publishing, Professional Satisfaction), Baghdad: Dar Digla Journalism and Media, Journal of the Faculty of Arts, No. 99, 2012.  
Zrizib , Adheem kamel and others , Media Administration for University Media in Iraq: A Field Study, Baghdad: College of Arts, University of Baghdad, Part II, No. 20, 2012.

