

واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن : دراسة ميدانية على الجامعات الحكومية ——— أ/ عامر محمد الضبياني

واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن

دراسة ميدانية على الجامعات الحكومية

The Reality Of University Communication In Yemen:A Field Study On Public Universities

الأستاذ: عامر محمد الضبياني*

جامعة ذمار – اليمن- aameraldbyani@gmail.com

تاريخ الاستلام 2019 /05/30 تاريخ القبول 2020 /01/27

الملخص

هدف البحث الحالي إلى التعرف على واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن، من خلال التعرف على درجة توافر متطلباته بإدارات الإعلام في الجامعات اليمنية من وجهة نظر العاملين بها؛ والكشف عما إذا كان هنالك فروق دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) في تقديرات عينة البحث لدرجة توافر تلك المتطلبات تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، والمستوى الوظيفي، وسنوات الخبرة، والمؤهل العلمي، والتخصص، والجامعة).

ولتحقيق أهداف البحث تم استخدام المنهج الوصفي المسحي وتمثل مجتمع البحث في جميع العاملين بإدارات الإعلام في الجامعات اليمنية البالغ عددهم (73) عاملاً، تم اختيارهم بأسلوب الحصر الشامل، ولجمع البيانات من عينة البحث صمم الباحث استبانة تكونت من (30) فقرة.
الكلمات المفتاحية: الإعلام، الإعلام الجامعي، الجامعات، اليمن.

Abstract:

This study aimed to identify the reality of developments of university media in Yemen, and investigated whether there are differences of statistical significance at (0.05) in the degree of availability of requirements attributed to (gender, employment level, experience, qualification, specialization, university).

To achieve the objectives of this research, the descriptive statistical analysis. The population of this research is all the employees in Yemeni universities media departments. The researcher designed questionnaire; has (30) items. After collecting and analyzing data using the SPSS, a group of results reached.

Key Words: Media, University Media, Universities, Yemen

* المؤلف المراسل.

1. المقدمة:

لم يعد الإعلام مجرد ردود أفعال، وإنما تخطيط وبرمجة وأساليب محددة، وواضحة تراعى فيه الرموز المستخدمة، والقنوات المختارة، والوقت المناسب، وثقافة المستقبل، وغير ذلك من وسائل ومتطلبات الاتصال الناجح، حيث يتطلب الإعلام الدراسة والبحث المستمر للتأكد من وصول الرسالة إلى الجمهور المستهدف، ومدى قبوله وفهمه لها، لأن مكنم الخطورة في الإعلام لا يأتي عن طريق ما يقدمه ذلك الإعلام، ولكن عن طريق الهدف وأسلوب التقديم وهذا ما يسميه بـ: "الثالوث الخطير" المتمثل في الهدف، والمعلومة، وأسلوب العرض؛ مع إنه لا يمكن فهم المهام الحقيقية لإدارات الإعلام في مؤسسات التعليم العالي، ومعرفة حدوده المشروعة دون إدراك مسبق وفهم لمفهوم الإعلام الجامعي وتحديد وظائفه وأهدافه وأهميته وأدواره.¹

وأمام الإعلام الجامعي اليوم تحدٍ كبير لمتابعة هذا التطور والإفادة منه بنحو فاعل بغية تحقيق الأداء الكفؤ في مجال الإعلام الجامعي والنهوض بواقعه، من خلال تأسيس نظام إعلامي يتميز بالاستقرار والوضوح، ويواكب التكنولوجيا الحديثة والتطورات في مجال التعليم العالي وفق استراتيجيات تطويرية مدروسة الأهداف، تسهم في تعزيز دوره في تحقيق وظائف الجامعة الثلاثة المتمثلة في التدريس، والبحث العلمي، وخدمة المجتمع.²

ولأهمية ذلك عقدت العديد من الجامعات العربية المؤتمرات تلو المؤتمرات، ونظمت الفعاليات والملتقيات لتطوير الإعلام الجامعي، باعتباره البوابة الرئيسية للتعريف بالمنجزات الثقافية والعلمية التي تشهدها المؤسسات التعليمية، ونافذة تطل من خلالها الجامعات على المجتمع.³

وأوصى مؤتمر الإعلام الجامعي الثالث بجامعة الكويت بضرورة الاهتمام بوضع استراتيجية إعلامية شاملة، وخطط إعلامية طويلة، ومتوسطة، وقصيرة الأجل ذات أهداف محددة وقابلة للقياس والمتابعة.⁴

كما خصصت جامعة بغداد أسبوعاً سنوياً للإعلام الجامعي، يشارك فيه عدد من الباحثين والكتاب ببحوث متنوعة تهدف إلى تطوير الأداء في الجامعة، وتأكيد فاعلية الإعلام الجامعي، ودوره في تشخيص السلبات التي تخص الجامعة، ووضع الحلول المناسبة لها من قبل ذوي الكفاءة والاختصاص.⁵

وعلى حد علم الباحث فإنه لا توجد أي دراسات سابقة تناولت الإعلام الجامعي في اليمن، وهو ما دفع الباحث لإجراء هذا البحث لدراسة واقع إدارات الإعلام الجامعي في الجامعات اليمنية، بهدف تطويرها وفق الأسس العلمية الحديثة للمضي نحو إعلام جامعي يماني هادف ومتخصص.

واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن : دراسة ميدانية على الجامعات الحكومية ———. أ/ عامر محمد الضبياني

2. مشكلة البحث:

لم يحظ الإعلام الجامعي في بلادنا بالاهتمام الكافي، مع أنه جزء لا يتجزأ من الإعلام التربوي، فلم يتطرق له الباحثون من قبل، ولا زال يكتنف واقع إدارته الغموض، ومن خلال عمل الباحث بدائرة الإعلام والعلاقات العامة بجامعة ذمار ولقاءاته بعدد من القيادات الأكاديمية والإدارية بالجامعات اليمنية، استشعر الآتي: اقتصر مهام إدارات الإعلام في الجامعات اليمنية الحكومية على الجانب الإداري، وغياب واضح للوائح والنظم الحديثة المنظمة للعمل الإعلامي بتلك الجامعات، واختلاف المسمى الإداري والهيكل التنظيمي لإدارته من جامعة لأخرى، واختزال وظائف الإعلام الجامعي في نقل أخبار القيادات، والخلط بين مهامه ومهام العلاقات العامة، ناهيك عن عدم وجود خطط استراتيجية تسيير عليها تلك الإدارات نحو تحقيق أهدافها ومهامها وفقاً لمتطلبات العصر والاتجاهات الحديثة، وبما يتوافق مع وظائف الجامعة المتمثلة في التدريس، والبحث العلمي، وخدمة المجتمع، الأمر الذي يتطلب رؤى مستقبلية واضحة واستراتيجيات تطوير مدروسة تأسس لإعلام جامعي متميز، ولهذا حدد الباحث مشكلة بحثه بالسؤال الرئيس الآتي: **ما واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن؟** ولمعرفة واقع الإعلام الجامعي في اليمن كان لا بد من الإجابة عن الأسئلة الفرعية الآتية:

- ما درجة توافر متطلبات إدارات الإعلام الجامعي في الجامعات اليمنية من وجهة نظر العاملين بها في المجالات (التنظيمية والإدارية، والمادية والتقنية، والموارد البشرية)؟
- هل توجد فروق دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) في تقديرات أفراد عينة البحث لدرجة توافر متطلبات إدارات الإعلام الجامعي في الجامعات اليمنية تعزى لمتغيرات (النوع الإجتماعي، والمستوى الوظيفي، وسنوات الخبرة، والمؤهل العلمي، والتخصص، والجامعة التي يعمل بها المبحوث)؟

3. هدف البحث:

هدف البحث الحالي إلى التعرف على واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن.

4. أهمية البحث:

- يمكن إيجاز أهمية البحث الحالي فيما يأتي:
- قد يرفد البحث الحالي المكتبة اليمنية كونه يعد -على حد علم الباحث- أول دراسة علمية تتناول إدارات الإعلام الجامعي في الجامعات اليمنية.
- نتائج البحث الحالي يمكن أن تسهم في تفعيل الإعلام الجامعي في الجمهورية اليمنية، وتقديم السبل الكفيلة لتطويره بما يحقق وظائف الجامعة الحديثة وأهدافها.

واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن : دراسة ميدانية على الجامعات الحكومية ———. أ/ عامر محمد الضبياني

- البحث الحالي قد يسهم في فتح المجال أمام مزيد من الدراسات والبحوث المتعمقة والمتعلقة بالإعلام الجامعي بمختلف وسائله وأدواره.

5. حدود البحث:

تتمثل حدود البحث الحالي في الحدود الآتية:

- الحدود الموضوعية: الاعلام الجامعي في اليمن.
- الحدود البشرية: العاملين بإدارات الإعلام في الجامعات اليمنية الحكومية.
- الحدود المكانية: الجامعات اليمنية الحكومية.
- الحدود الزمنية: تم إنجاز هذا البحث في العام (2017-2018م).

6. منهج البحث:

تم استخدام المنهج الوصفي المسحي لأنه المنهج الملائم لطبيعة البحث وأهدافه.

7. مجتمع البحث وعينته:

تمثل مجتمع البحث في جميع العاملين بإدارات الإعلام في الجامعات اليمنية الحكومية والبالغ عددهم (73) عاملاً، موزعين على عشر جامعات يمنية حكومية، بعد أن تم استبعاد جامعات (21) سبتمبر، صعدة، ولحج) كونها لا زالت طور التأسيس، كما تم اختيار العينة بأسلوب الحصر الشامل، إذ وزع الباحث الاستبانات على جميع أفراد المجتمع واسترد منها (57) استبانة، كما هو مبين في الجدول رقم (1)

جدول (1) عينة البحث من العاملين بإدارات الإعلام في الجامعات اليمنية الحكومية

الجامعة	البيان	عدد العاملين	النسبة %	العينة	النسبة %
جامعة صنعاء		10	٪13.7	6	٪11.5
جامعة عدن		13	٪17.8	6	٪11.5
جامعة تعز		11	٪15.1	7	٪13.5
جامعة الحديدة		9	٪12.3	8	٪15.4
جامعة حضرموت		5	٪6.8	3	٪5.8
جامعة إب		5	٪6.8	3	٪5.8
جامعة نمار		10	٪13.7	9	٪17.3

واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن : دراسة ميدانية على الجامعات الحكومية _____ أ/ عامر محمد الضبياني

جامعة البيضاء	3	74.1%	3	75.8%
جامعة عمران	4	75.4%	4	77.7%
جامعة حجة	3	74.1%	3	75.8%
الإجمالي	73	7100%	52	100%

يتبين من الجدول (1) أن نسبة العينة بلغت (52) عاملاً، وهو يشكل ما نسبته (71%) من أصل مجتمع البحث؛ وهذا يعني أن العينة ممثلة للمجتمع تمثيلاً مناسباً.

8. أداة البحث:

تم الاعتماد على الاستبانة كأداة لجمع البيانات والتي مرت بطرق عدة من أجل حساب معامل الصدق والثبات لها تمثلت فيما يلي:

▪ الصدق Validity:

استخدم الباحث الصدق الظاهري إذ تم عرض الاستبانة في صورتها الأولية على مجموعة من الأساتذة المتخصصين والباحثين في: (الإدارة والتخطيط التربوي، المناهج وطرق التدريس، الإعلام والعلاقات العامة، العلوم الإدارية، والإحصاء) ممن يعملون في الجامعات اليمنية وجامعة سعودية، البالغ عددهم (23) محكماً، إذ طلب منهم الباحث إبداء ملاحظاتهم حول مناسبة الفقرات ومدى انتمائها إلى كل مجال من المجالات الثلاثة، وكذلك وضوح الصياغة. وفي ضوء تلك الملاحظات تم استبعاد بعض الفقرات وتعديل بعضها، كما هو موضح في الجدول (2).

جدول (2) مجالات وفقرات الاستبانة قبل وبعد التحكيم

مجالات وفقرات الاستبانة بعد التحكيم		مجالات وفقرات الاستبانة قبل التحكيم	
عدد الفقرات	المجال	عدد الفقرات	المجال
10	المتطلبات الإدارية والتنظيمية	11	البيئة التشريعية والتنظيمية
10	المتطلبات المادية والتقنية	11	البيئة الإدارية والتقنية
10	المتطلبات البشرية	11	البيئة البشرية
30	فقرات الأداة ككل	33	فقرات الأداة ككل

يتبين من الجدول (2) أن عدد فقرات الاستبانة في صورتها الأولية كان (33) فقرة، وأصبحت بعد التعديل (30) فقرة، كما تم تعديل بعض الفقرات من حيث الصياغة والترتيب.

▪ الثبات Reliability :

وللتأكد من ثبات الأداة، قام الباحث بإيجاد معامل (ألفا كرونباخ) وكذلك معامل (سبيرمان براون)

واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن : دراسة ميدانية على الجامعات الحكومية ———. أ/ عامر محمد الضبياني

بواسطة طريقة التجزئة النصفية للأداة ككل ولكل مجال من مجالاته الثلاثة وذلك من بيانات العينة كما هو موضح في الجدول رقم (3).

جدول (3) معامل ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha) ومعامل سبيرمان براون (Spirman Prown) للثبات

المجال	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ	معامل سبيرمان براون
المتطلبات الإدارية والتنظيمية	10	0.89	0.89
المتطلبات المادية والتقنية	10	0.93	0.93
المتطلبات البشرية	10	0.94	0.97
الاستبانة الثانية ككل	30	0.92	0.91

من الجدول (3) يتضح أن استبانة البحث تتمتع بثبات مناسب لجميع مجالات الأداة وللأداة ككل.

9. مصطلحات البحث:

- الإعلام الجامعي (University Media):

يعرفه بأنه: "ذلك الإعلام الذي يختص بتزويد الجمهور بمختلف الرسائل الثقافية، وتسويق النشاطات الجامعية في وسائل الإعلام، لإشاعة نمط غير محدد من الثقافة المنوعة، التي تستدعي نشر نتائج ومخرجات الأنشطة العلمية لخلق التفاعل المطلوب بين المجتمع ومؤسساته"⁶. كما يعرفه بأنه: "تلك العملية المتخصصة الموجهة لجمهور الطلبة الجامعيين والشركاء الاقتصاديين للمؤسسة الجامعية، للتعريف بالتخصصات المفتوحة بالجامعة والآفاق المهنية المتفرعة عنها"⁷.

ويعرفه الباحث إجرائياً بأنه: "رسالة إعلامية هادفة تصدر من مؤسسات أكاديمية، تتسم بالدقة والمصادقية بهدف التعريف بالجامعة ومنجزاتها، بما يعزز دورها ومكانتها، ويسهم في تحقيق أهدافها ووظائفها".

- إدارات الإعلام الجامعي (Administration of the University Media):

يعرف إدارات الإعلام الجامعي بأنها: "وجه الجامعة الذي تطل به على المجتمع، والمسؤول عن التواصل مع المؤسسات والهيئات الأكاديمية الحكومية والخاصة، ونقل صورة الجامعة فكرياً وثقافياً وعلمياً"⁸.

ويعرفها الباحث إجرائياً بأنها: "المستوى الإداري المسؤول عن إدارة وتوجيه النشاط الإعلامي للجامعات اليمنية، وتغطية كافة فعاليتها الإعلامية والإعلانية والدعائية في وسائل الإعلام المختلفة، المسموعة والمرئية والمقروءة وما إليها"

واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن : دراسة ميدانية على الجامعات الحكومية ———. /أ. عامر محمد الضبياني

– الجامعات اليمنية (Yemeni Universities):

تعرف الجامعات اليمنية بأنها: كل جامعة يمنية تتمتع بشخصية اعتبارية واستقلالية مالية وإدارية؛ أنشأتها أو تنشئها الدولة بقرار جمهوري بعد موافقة مجلس الوزراء بناء على عرض المجلس الأعلى للجامعات، وتخضع لقانون الجامعات اليمنية رقم (18) لسنة 1995م وتعديلاته⁹. ويعرفها الباحث إجرائياً بأنها: "كل جامعة يمنية حكومية تتبع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي".

المحور الثاني : الإطار النظري للبحث

أولاً : ماهية الإعلام الجامعي.

يعد ظهور الإعلام المتخصص ونموه وازدهاره في أي مجتمع دليلاً قوياً على تقدم هذا المجتمع ورفقيه، فحين يتجه أي مجتمع تجاه التخصص الدقيق بين أفرادها ينجم عنه اتساع المعارف العلمية والثقافية وتعددتها، وهو ما يمثل سمة أساسية للتقدم¹⁰ والجامعات باعتبارها العمود الفقري لتطوير المجتمع ونموه، لاسيما في العصر الحديث، باتت اليوم بالحاجة الماسة لإعلام هادف، ومتخصص، يغطي ميادين التعليم العالي ومجالاته، ويراعي في رسالته ومضمونه الأسس العلمية، والجمهور المتلقي ويواكب التطورات والتغيرات الحديثة المتسارعة.

وتعد جامعة (ميتشجن) الأمريكية أول جامعة اهتمت بأنشطة العلاقات العامة والإعلام في الجامعات، إذ أنشأت مكتباً إعلامياً عام (1879) بهدف التأثير في المسؤولين لدعمها وتمويلها، ويمكن توضيح ماهية الإعلام الجامعي فيما يلي:

1. مفهوم الإعلام الجامعي:

لا يوجد للإعلام الجامعي أي تعريف واضح ودقيق حتى الآن، رغم استعمال الباحثين والكتاب له كمصطلح، والجامعات كوحدة تنظيمية في الهيكل، فيعرفه بأنه: "ذلك الإعلام الذي يختص بتزويد الجمهور بمختلف الرسائل الثقافية، وتسويق النشاطات الجامعية في وسائل الإعلام لإشاعة نمط غير محدد من الثقافة المنوعة التي تستدعي نشر نتائج ومخرجات الأنشطة العلمية، ومحاولة خلق التفاعل المطلوب بين المجتمع ومؤسساته، من خلال تزويده بما يرشح من نتائج العلاقات الثنائية بينهما وبالتالي الوصول إلى إتاحة المعرفة العلمية والثقافية لجميع شرائح المجتمع"¹¹.

كما يعرفه بأنه: "وجه الجامعة الذي تطل به على المجتمع، المسؤول عن التواصل مع المؤسسات والهيئات الأكاديمية الحكومية والخاصة، ونقل صورة الجامعة فكرياً وثقافياً وعلمياً من خلال المصادقية والتميز والتطوير المستمر والانفتاح على المجتمع على المستويات الداخلية والخارجية"¹².

واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن : دراسة ميدانية على الجامعات الحكومية ———. /أ. عامر محمد الضبياني

ويعرفه بأنه: "تلك العملية المتخصصة الموجهة لجمهور الطلبة الجامعيين والشركاء الاقتصاديين للمؤسسة الجامعية للتعريف بالتخصصات المفتوحة بالجامعة والاتفاق المهنية المتفرعة عنها"¹³.

ومما سبق يرى الباحث بأن الإعلام الجامعي: "رسالة إعلامية هادفة تصدر من مؤسسات أكاديمية، تتسم بالدقة والمصداقية بهدف التعريف بالجامعة وتعزيز دورها ومكانتها بما يسهم في تحقيق أهدافها ووظائفها."

2. أهمية الإعلام الجامعي.

الإعلام الجامعي لأي جامعة هو نافذتها على العالم حيث تؤكد من خلاله تواجدها بين الجامعات المحلية والإقليمية والعالمية وتبرز كذلك صورتها وصوتها عبر مختلف وسائل الإعلام التقليدية منها والحديثة وخصوصا في عصر التقنية والتكنولوجيا والتي كانت سبب في تقدم الجامعات عن طريق إنتاج المعرفة، ونشرها، وتبادلها، وتوثيق العلاقات والروابط فيما بينها وبين المؤسسات الأخرى من جهة وبينها وبين جماهيرها الداخلية والداخلية من جهة أخرى¹⁴.

وتأتي أهمية الإعلام الجامعي من كونه إعلام متقدم يصدر من مؤسسات وأوساط ثقافية علمية تتسم بالموضوعية والحيادية والدقة والثقة في ميدان عملها العلمي، مما ينعكس افتراضا على عملها الإعلامي والاتصالي¹⁵، وهذا يعده ،¹⁶ أحد أهم التحديات الكبرى التي تواجه منظومة التعليم العالي، وذلك لما له من الأهمية في تغيير الأفكار وشرح السياسة التعليمية وتسهيل وصول المعلومات لكل الموارد البشرية الجامعية، والدور الكبير والفعال في شتى مجالات الحياة ومساعدة أفراد المجتمع على اكتساب معلومات وخبرات تفيدهم في حياتهم اليومية، فيما يرى بأن الإعلام الجامعي هو شريان العملية التعليمية والتنظيمية في الجامعة.

3. أهداف الإعلام الجامعي.

يهدف الإعلام الجامعي فيما أشار إليه الى الآتي¹⁷:

- ترسيخ تقاليد العمل الإعلامي المستقل المتطور والمبدع والنموذج في الأوساط العلمية والجماهيرية.
- تطوير الأساليب والأدوات وتنويع المصادر والوسائل.
- توضيح استراتيجية وأهداف الجامعة وتعريف الجمهور بروادها وعكس الصورة المشرقة لكراماتها وأقسامها.

- واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن : دراسة ميدانية على الجامعات الحكومية ———. /أ عامر محمد الضبياني
- ترويج الأفكار والمشاريع الإعلامية التي تصب في خدمة الجامعة ومنتسبيها والمجتمع.
 - مد جسور التعاون بين الجامعة والمؤسسات التعليمية والإعلامية بغية تحقيق الاستفادة المتبادلة. وإضافةً إلى ما سبق يهدف الإعلام الجامعي إلى تحقيق الآتي:
 - تعزيز صورة ورسالة التعليم العالي والبحث العلمي في المجتمع المحلي والإقليمي والدولي¹⁸.
 - خلق التفاعل المطلوب بين المجتمع المحلي ومؤسسات التعليم، من خلال تسويق الأنشطة الجامعية، وإتاحة المعرفة الثقافية والعلمية لكافة شرائح المجتمع¹⁹.
 - نشر الأخبار والمعلومات الصادقة والآراء على الجماهير خدمة للصالح العام لما في ذلك من أهمية في تغيير الأفكار وشرح السياسة ووصول المعلومات²⁰.

ثانياً: الإعلام الجامعي في اليمن.

أدركت القيادات العليا في الجامعات اليمنية أهمية الإعلام ووسائله في تحقيق أهداف الجامعة ووظائفها، فعملت على انشاء إداراته بكل جامعة حكومية، وأخضعتها لإشراف رئيس الجامعة. وبالرغم من اختلاف مسمياتها وهيكلها التنظيمي من جامعة لأخرى إلا انه يمكن استخلاص مهام الإعلام الجامعي وواقع إدارته في الجامعات اليمنية كما يلي:

1. مهام إدارات الإعلام في الجامعات اليمنية:

- إعداد خطط وبرامج النشاط الإعلامي للجامعة بما يلبي إبراز فعاليتها، وإنجازاتها العلمية والبحثية ونشاطات الطلاب.
- الإشراف على إصدار صحيفة دورية للجامعة، واقتراح هيئة تحريرها من الكفاءات الإعلامية.
- التنسيق مع وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة بشأن إبراز كافة فعاليات الجامعة، وضمان إذاعة أخبارها، ونقل أنشطتها المختلفة والمتنوعة.
- التنسيق مع أجهزة الإعلام المختلفة لإعداد برامج إعلامية منظمة عن الجامعة ونشاطاتها وتنظيم مناقشات ولقاءات مع أعضاء الهيئة التدريسية والمساعدة بما يؤدي إلى تعميق مبدأ ربط الجامعة بالمجتمع.
- نشر ومتابعة الأنشطة الطلابية المختلفة في كليات الجامعة وإعداد البرامج الإعلامية المختصة بذلك.
- المساهمة في تنمية المواهب الإبداعية المختلفة للطلاب بالتنسيق مع الجهات المختصة وذلك من خلال تنظيم المسابقات الثقافية، والعمل على نشر أفضل إبداعاتهم في صحيفة الجامعة والوسائل الإعلامية الأخرى.

واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن : دراسة ميدانية على الجامعات الحكومية ———. /أ. عامر محمد الضبياني

- القيام بتعميم المعلومات والبيانات ومختلف القوانين واللوائح والنظم والتعليمات المنظمة لأنشطة الجامعة بما يخدم أهدافها وتوثيق ذلك .
- إعداد وتقديم الخطط والتقارير عن نشاطات الإدارة العامة وآفاق تطورها.
- تنفيذ أية مهام واختصاصات أخرى تكلف بها من رئيس الجامعة.

2. واقع إدارات الإعلام في الجامعات اليمنية

عملت بعض الجامعات اليمنية مؤخراً على إنشاء إذاعات تعليمية تتبع كلية الإعلام، إذ افتتحت جامعة صنعاء العام الماضي 2017م إذاعتها التعليمية بكلية الإعلام التي تهدف من خلالها إلى تدريب الطلبة وصقل مواهبهم وقدراتهم الإعلامية²¹.

وافتتحت جامعة حضرموت كذلك العام الماضي 2017م إذاعة تعليمية ضمن فعاليات أسبوع الطالب الجامعي تهدف من خلالها إلى تمكين طلبة كلية الإعلام من التطبيق العملي، ونشر أخبار الجامعة وفعاليتها²².

ومع هذا التقدم الملحوظ إلا أن المتابع للشأن الإعلامي بالجامعات اليمنية الحكومية يلاحظ أن هنالك قصور في أداء إدارات الإعلام، ومن خلال تجربة الباحث وعمله بإدارة الإعلام بجامعة ذمار يمكن أن استخلاص واقع إدارات الإعلام الجامعي في الجمهورية اليمنية في الآتي:

1- تعتمد إدارات الإعلام في الجامعات اليمنية الحكومية من حيث بعدها الرسمي (قانوناً)، على ما أقرته وشرعته القيادات العليا ممثلة برؤساء الجامعات ومجالسها، كالقرارات والتشريعات واللوائح المنظمة لعمل الجامعة وإدارات الإعلام بها، والتي تستند بدورها إلى قوانين ولوائح وأنظمة التعليم العالي والبحث العلمي بالجمهورية اليمنية، وأبرزها (قانون الجامعات اليمنية) رقم (18) لسنة (1995م) ولائحته التنفيذية رقم (32) لسنة (2007م)، حيث منح القانون في المادة رقم (11) مجلس الجامعة جميع الصلاحيات لرسم السياسة العامة للجامعة، ودعم استقلالها، واتخاذ جميع الوسائل المؤدية إلى رفع شأنها وتمكينها من أداء رسالتها وتحقيق أهدافها، وخولت المادة رقم (13) رئيس الجامعة لتنفيذ السياسة العامة للجامعة وإدارة شؤونها العلمية والإدارية والمالية، وتنفيذ القوانين واللوائح والنظم الجامعية المقررة.

2- بالنظر إلى قانون الجامعات اليمنية ولائحته التنفيذية نجد بأنه لا يوجد أي نص يشير إلى الإعلام الجامعي أو يلمح له، مما دفع بعض الجامعات اليمنية إلى وضع لوائح داخلية تنظم شؤون إدارات الإعلام، وتوضح مهامها، واختصاصاتها، بالإضافة إلى قرارات الانشاء الخاصة بإدارات الإعلام سواء كانت إدارات عامة أو إدارات فرعية تتبع الإدارة العامة للعلاقات العامة التي تتوفر في جميع الجامعات اليمنية.

واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن : دراسة ميدانية على الجامعات الحكومية ———. /أ/ عامر محمد الضبياني
3- توجد مخصصات مالية في موازنة الجامعات اليمنية الحكومية تصرف لإدارات الإعلام تحت مسمى إعلانات ومطبوعات وما شابه ذلك.

4- لا يوجد أي نص تشريعي عام يشير إلى الإعلام الجامعي أو يحدد علاقته بالإعلام الرسمي والإعلام التربوي، ولا يوجد سوى قانون الصحافة والمطبوعات رقم (25) لسنة 1990م الذي لا يوجد فيه أي نص كذلك يشير إلى الإعلام الجامعي، أو إلى الإعلام التربوي باعتبار الإعلام الجامعي جزء منه.

ثالثاً: الدراسات السابقة.

من خلال البحث والتحري عن الدراسات والبحوث السابقة ذات العلاقة بأهداف البحث الحالي، سواء في مكتبات الجامعات اليمنية أو في المواقع العلمية للجامعات اليمنية والعربية على شبكة الإنترنت، لوحظ أن هناك شحة في الدراسات ذات العلاقة المباشرة بأهداف البحث، وإن جميع هذه الدراسات رغم قلتها، ركزت على بعض الجوانب التي يدرسها هذا البحث، ولم يجد الباحث أي دراسة محلية حسب علمه تناولت موضوع البحث، ويمكن استعراض ما تم الحصول عليه من دراسات سابقة تناولت إدارات الإعلام الجامعي في الجامعات العربية، مرتبة من الأحدث إلى الأقدم على النحو الآتي:

1- دراسة الحجاجي (2015) بعنوان: واقع تحقيق إدارة الإعلام الجامعي لمعيار رسالة جامعة الملك خالد. (دراسة ميدانية بجامعة الملك خالد -السعودية).

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تحقيق إدارة الإعلام الجامعي لمعيار الرسالة بجامعة الملك خالد من وجهة نظر منسوبي إدارة الإعلام الجامعي. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وتكون مجتمع وعينة الدراسة من جميع منتسبي إدارة الإعلام بجامعة الملك خالد، البالغ عددهم (35) فرداً، تم اختيارهم بأسلوب الحصر الشامل، واستخدم الباحث الاستبيان كأداة لجمع البيانات. وباستخدام الوسائل الإحصائية المناسبة توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

- لم يتم التعريف برسالة إدارة الإعلام بين منتسبي الجامعة، حيث لا تعد مرجعاً لتقويم التقدم نحو تحقيق أهداف إدارة الإعلام، ولا تراجع بشكل دوري حسب الظروف المتاحة.
- أن غايات تطوير إدارة الإعلام تتفق مع رسالة الجامعة، ولا زالت بحاجة إلى تطوير وتوفير المزيد من التجهيزات والإمكانات المادية، وتدعيم مهارات العاملين وتوفير مساحة كافية من الحرية والاستقلالية.

واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن : دراسة ميدانية على الجامعات الحكومية _____ أ/ عامر محمد الضبياني

2- دراسة فضلون (2014) بعنوان: " دور الإعلام الجامعي في التوجيه الأكاديمي والمهني للموارد البشرية المتعلمة". (دراسة ميدانية بجامعة العربي بن مهدي بأم البواقي الجزائرية).

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة الإعلام الجامعي في توجيه الطلبة، كموارد بشرية أكاديمياً ومهنياً، بغية تحسين نوعية تكوينهم الجامعي. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وتكون مجتمع الدراسة من (384) طالباً وطالبة من طلبة السنة الثالثة بخمس شعب، حيث بلغت العينة المختارة بـ (120) فرداً، تم اختيارهم بالعينة العشوائية الطبقية ومثلت (31%) من المجتمع الأصلي، واستخدم الباحث أداتي الاستبيان والمقابلة لجمع البيانات والمعلومات؛ وباستخدام الوسائل الإحصائية المناسبة توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن الإعلام في الجامعة لا يساهم بشكل فعال في توجيه الطلبة أكاديمياً أو مهنياً في تحسين نوعية التكوين الجامعي للطلاب الجامعي؛ بسبب نقص الإمكانيات المادية والبشرية، وغياب دور مصادر المعلومات في الجامعة.

3- دراسة أحمد (2013) بعنوان: " دور الإعلام الجامعي في ترويج المعرفة العلمية في جامعات إقليم كردستان" (دراسة مسحية على الأساتذة في جامعة السليمانية- العراق).

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الجامعي في ترويج المعرفة العلمية، ومدى استخدام الإعلام الجامعي في ترويج المعرفة العلمية في جامعات إقليم كردستان، ومدى اعتماد الأساتذة الجامعيين على الإعلام الجامعي في ممارسة المعرفة العلمية. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وتكون مجتمع الدراسة من جميع الأساتذة بجامعة السليمانية البالغ عددهم (600) عضو، حيث بلغت العينة (200) مبحوث، تم اختيارهم بأسلوب العينة العشوائية المنتظمة، واستخدم الباحث الاستبيان كأداة لجمع البيانات. وباستخدام الوسائل الإحصائية المناسبة توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

- أن لا دور للإعلام الجامعي في ترويج المعرفة العلمية في جامعات إقليم كردستان؛ بسبب ضعف قنواته، وعدم إتاحتها، وغياب التوازن في التغطية العلمية، وعدم ملائمتها مع مضمون المادة الإعلامية في قنوات الإعلام الجامعي.
- يستمد الإعلام الجامعي ضرورته من تزويد الأساتذة بالمعلومات العلمية، والمساهمة في رفع مستوى معلوماتهم العلمية، الوعي العلمي، والثقافة العلمية، من خلال المشاركة في المناقشات العلمية.

4- دراسة زريزرب وآخرون (2011/أ) بعنوان: "الإدارة الإعلامية للإعلام الجامعي في العراق".

واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن : دراسة ميدانية على الجامعات الحكومية ———. /أ عامر محمد الضبياني

هدفت الدراسة إلى تحديد نمط قيادة المسؤول الأعلى، ونوعه، وطبيعة إدارته للإعلام الجامعي، والسبل المعتمدة من قبله لتطويره، وتشخيص طبيعة علاقة الإدارة بإعلام الجامعة، وكيفية توزيع المهام الصحفية والإدارية، وكذا تحديد طبيعة علاقة إعلام الوزارة بإعلام الجامعات، وموقع وأهمية الجمهور في نشاط إعلام الجامعات. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وتكون مجتمع الدراسة من العاملين في إعلام الجامعات الثلاث: (بغداد، بابل، الكوفة) البالغ عددهم (28) فرداً، حيث بلغت العينة (26) مبحوثاً، تم اختيارهم بأسلوب الحصر الشامل، واستخدم الباحثون الاستبانة كأداة لجمع البيانات. وباستخدام الوسائل الإحصائية المناسبة خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

- أن أغلبية العاملين في إعلام الجامعات يرون إن المسؤول الأعلى يدير الإعلام الجامعي بنفسه؛ لعدم قناعته بمن هو مكلف بإدارة الإعلام، ولإدراكه أهمية الإعلام ومحاولة توظيفه لإبراز صورة مشرقة عن مؤسسته.
 - أن أغلبية العاملين يرون أن هناك علاقة تربط إعلام الوزارة بإعلام الجامعات، ولكنهم تباينوا في تحديد نوع هذه العلاقة.
 - أن الجمهور الذي يستهدفه الإعلام الجامعي في نشاطه الإعلامي والثقافي هو مجتمع الجامعة.
- 5- دراسة زريزب وآخرون (2011/ب) بعنوان: "الإعلام الجامعي في العراق"، (دراسة ميدانية لخصائص العاملين والنشر الصحفي والرضا الوظيفي).

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع الإعلام الجامعي، ومخرجاته، وأدائه، وخصائص العاملين في الجامعات العراقية، وتحديد سمات ومستويات النشر الصحفي لأقسام ووحدات الإعلام الجامعي، ومستويات الرضا المهني والوظيفي للعاملين بها. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وتكون مجتمع البحث من الذين يمارسون العمل الإعلامي في إعلام الجامعات الثلاث (بغداد، بابل، الكوفة)، البالغ عددهم (28) فرداً، حيث بلغت العينة (26) مبحوثاً، تم اختيارهم بأسلوب الحصر الشامل، واستخدم الباحثون الاستبانة كأداة لجمع البيانات. وباستخدام الوسائل الإحصائية المناسبة توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

- أن قطاع الإعلام الجامعي في العراق يعاني من قلة الكادر المتخصص.
- إن عدم الرضا الوظيفي للعاملين يتركز في ضعف التصميم وتسييس المطبوع، حيث يعاني تصميم المطبوعات الجامعية من إشكالية في التصميم والإخراج، مما سبب في إضعاف الرسائل الإعلامية.

المحور الثالث : الدراسة الميدانية

1. خصائص عينة البحث:

واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن : دراسة ميدانية على الجامعات الحكومية ———. /أ/ عامر محمد الضبياني

توزعت خصائص عينة البحث تبعاً لعدد من المتغيرات من حيث النوع الاجتماعي، والمستوى الوظيفي، وسنوات الخبرة، والمؤهل العلمي والتخصص، والجامعة التي يعمل فيها المبحوث، كما هو مبين بالجدول (4).

جدول (4) خصائص عينة البحث من العاملين بإدارات الاعلام في الجامعات اليمنية الحكومية

المتغير	البيان	المستوى	العدد	النسبة %
النوع الاجتماعي	ذكر		46	88.5%
	أنثى		6	11.5%
	إجمالي		52	100%
المستوى الوظيفي	مختص/ فني		7	13.5%
	رئيس قسم		14	26.9%
	مدير إدارة		18	34.6%
	مدير عام		10	19.2%
	رئيس/ نائب رئيس دائرة		3	5.8%
	إجمالي		52	100%
	سنوات الخبرة	سنوات فأقل 5		9
من 6 إلى 10 سنوات			29	55.8%
أكثر من 10 سنوات			14	26.9%
إجمالي			52	100%
المؤهل العلمي	أدنى من بكالوريوس		15	28.8%
	بكالوريوس		32	61.5%
	ماجستير فأعلى		5	9.6%
	إجمالي		52	100%
التخصص	إعلام		11	21.2%
	إدارة		13	25.0%
	آخر		12	23.1%
	بدون تخصص		16	30.8%
	إجمالي		52	100%
الجامعة التي يعمل فيها المبحوث	قديمة النشأة: جامعتي (صنعاء، عدن)		12	23.1%
	متوسطة النشأة: وهي جامعات (تعز، الحديدة، حضرموت، إب، ذمار)		30	57.7%
	حديثة النشأة: وهي جامعات (البيضاء، عمران، حجة)		10	19.2%
	إجمالي		52	100%

2. عرض ومناقشة النتائج:

أولاً: عرض نتائج السؤال الأول ومناقشتها.

واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن : دراسة ميدانية على الجامعات الحكومية ———. أ/ عامر محمد الضبياني
وللإجابة على السؤال الأول من أسئلة البحث الذي نصه: ما درجة توافر متطلبات إدارات الإعلام
الجامعي في الجمهورية اليمنية؟ تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للأداة ككل ثم
على مستوى كل مجال من مجالاتها الثلاثة على حده وترتيبها ترتيباً تنازلياً وفقاً لتقديرات أفراد عينة
البحث كما هو مبين في الجدول (5).

جدول (5) متوسطات تقديرات عينة البحث لدرجة التوافر للأداة ككل

رقم المجال	رتبة المجال	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة التوافر %	درجة التوافر
1	1	المتطلبات التنظيمية والإدارية	1.98	0.340	66%	متوسطة
2	2	المتطلبات المادية والتقنية	1.85	0.520	62%	متوسطة
3	3	المتطلبات البشرية	1.84	0.531	61%	متوسطة
إجمالي المجالات ككل						
			1.89	0.782	63%	متوسطة

من الجدول (5) الموضح لمتوسطات تقديرات عينة البحث لدرجة توافر متطلبات إدارات الإعلام الجامعي في الجمهورية اليمنية للأداة ككل ولكل مجال من مجالاتها الثلاثة، نلاحظ الآتي:

- حصلت مجالات الأداة ككل على متوسط حسابي تراوح بين (1.84 – 1.98)، بانحراف معياري تراوح بين (0.340 – 0.782)، ونسبة توافر تراوحت بين (61%-66%)، وبدرجة توافر "متوسطة" في المجالات الثلاثة.
- حصل المجال الأول وهو مجال "المتطلبات التنظيمية والإدارية" على أعلى متوسط حسابي في الأداة للمجالات الثلاثة بلغ (1.98).
- كما حصل المجال الثالث وهو مجال "المتطلبات البشرية" على أدنى متوسط حسابي في الأداة ككل للمجالات الثلاثة بلغ (1.84).
- بلغ المتوسط الحسابي لتقديرات عينة البحث لدرجة توافر المتطلبات للأداة ككل (1.89)، بانحراف معياري (0.782)، ونسبة توافر (63%)، وذلك يمثل درجة توافر "متوسطة"، ويمكن عزو هذه النتيجة إلى نقص الموارد المالية المخصصة للجامعات اليمنية الحكومية بسبب الأوضاع التي تعيشها اليمن منذ عام 2011م.

ولمزيداً من التفصيل سيتم عرض نتائج فقرات كل مجال من المجالات الثلاثة على حده وذلك على النحو الآتي:

أ- عرض نتائج المجال الأول: المتطلبات التنظيمية والإدارية.

واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن : دراسة ميدانية على الجامعات الحكومية _____ أ/ عامر محمد الضبياني

يتضمن هذا المجال (10) فقرات تتعلق بالمتطلبات التنظيمية والإدارية، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمجال ككل ولكل فقرة من فقراته على حده وترتيبها ترتيباً تنازلياً، وكانت نتائجها كما هو مبين في الجدول (6).

جدول (6) متوسطات تقديرات عينة البحث لدرجة توافر المتطلبات التنظيمية والإدارية

رقم الفقرة	ترتيب الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة التوافر	درجة التوافر
1	1	توجد وحدة إدارية خاصة بالإعلام الجامعي في الهيكل التنظيمي للجامعة	3.00	0.582	٪100	كبيرة
2	2	تمتلك الجامعة لائحة داخلية تحدد هيكل ومهام واختصاصات إدارة الإعلام الجامعي	2.80	0.500	٪93	كبيرة
8	3	تتبع قيادة الجامعة نظام إشرافي فاعل لإدارة ومتابعة الإعلام الجامعي	2.17	0.570	٪72	متوسطة
6	4	تخصص الجامعة موازنة كافية من مواردها لتشغيل الإعلام الجامعي	2.11	0.851	٪70	متوسطة
3	5	تمتلك الجامعة دليل عمل حديث لإدارة الإعلام الجامعي كخطط تشغيلية أو ما شابه ذلك	1.96	0.698	٪65	متوسطة
9	6	تتمتع وحدة الإعلام الجامعي بالحرية والاستقلالية في أداء مهامها	1.91	0.755	٪64	متوسطة
5	7	تتضمن الخطط الاستراتيجية للجامعة خطط الإعلام الجامعي	1.78	0.728	٪59	متوسطة
10	8	تدير وحدة الإعلام الجامعي الموقع الإلكتروني للجامعة	1.43	0.750	٪48	ضعيفة
7	9	توجد قوانين وتشريعات عامة تحدد علاقة الإعلام الجامعي بوسائل الإعلام الرسمية والإعلام التربوي	1.35	0.566	٪45	ضعيفة
4	10	يوجد للإعلام الجامعي فروع في الكليات والمراكز والقطاعات التابعة للجامعة	1.26	0.444	٪42	ضعيفة
المجال ككل						
			1.98	0.582	٪66	متوسطة

يتبين من بيانات الجدول (6) أن متوسط تقديرات أفراد عينة البحث لدرجة توافر المتطلبات التنظيمية والإدارية للمجال الأول ككل بلغت (1.98) بنسبة توافر (66٪) وهي درجة "متوسطة"، حيث حصلت فقرات هذا المجال على متوسط حسابي تراوح بين (1.26 - 3.00)، بانحراف معياري تراوح بين (0.444 - 0.851)، ونسبة توافر تراوحت بين (42٪- 100٪)، وبدرجة موزعة (كبيرة ومتوسطة وضعيفة)، ويمكن مناقشتها كالتالي:

- جاءت فقرتان في هذا المجال بدرجة "كبيرة" وهي الفقرتان (1، 2)، إذ حصلت الفقرة (1) والتي نصها (توجد وحدة إدارية خاصة بالإعلام الجامعي في الهيكل التنظيمي للجامعة) على نسبة توافر كاملة هي (100٪)، ويعزو الباحث ذلك إلى التوجه الذي سلكته الجامعات اليمنية الحكومية مؤخراً نحو إنشاء إدارات للإعلام سواء كانت هذه الإدارات إدارات عامة مستقلة بحد ذاتها أو إدارات ضمن الإدارة العامة للعلاقات العامة والإعلام.

- جاءت خمس فقرات في هذا المجال بدرجة "متوسطة" وهي الفقرات (3، 5، 6، 8، 9).

واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن : دراسة ميدانية على الجامعات الحكومية ———. أ/ عامر محمد الضبياني

- جاءت ثلاث فقرات في هذا المجال بدرجة "ضعيفة" وهي الفقرات (4، 7، 10)، إذ حصلت الفقرة (4) التي نصها (يوجد للإعلام الجامعي فروع في الكليات والمراكز والقطاعات التابعة للجامعة) على أدنى نسبة توافر في المجال كله بلغت (39.33)٪، ويعزو الباحث ذلك إلى امتلاك أغلب إدارات الإعلام الجامعات اليمنية لهياكل تنظيمية تقليدية تم استنساخها من بعض الجامعات اليمنية أو من بعض المؤسسات الأخرى، بالإضافة إلى عدم الاهتمام بإدارات الإعلام الجامعي في الكليات والقطاعات لعدم استيعاب أهمية وظيفة الإعلام.

ب- عرض نتائج المجال الثاني: المتطلبات المادية والتقنية.

يتضمن هذا المجال (10) فقرات تتعلق بالمتطلبات المادية والتقنية، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمجال ككل ولكل فقرة من فقراته على حده وترتيبها ترتيباً تنازلياً، وكانت نتائجها كما هو مبين في الجدول (7).

جدول (7) متوسطات تقديرات عينة البحث لدرجة توافر المتطلبات المادية والتقنية

رقم الفقرة	ترتيب الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة التوافر٪	درجة التوافر
8	1	تستثمر إدارة الإعلام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر أخبار وفعاليات الجامعة	2.48	0.623	٪83	كبيرة
4	2	تمتلك الجامعة مواقع إلكترونية تقع ضمن مهام الإعلام الإلكتروني	2.48	0.658	٪83	كبيرة
3	3	تتوفر كاميرات تصوير وتوثيق مناسبة لوظيفة الإعلام الجامعي	2.13	0.653	٪72	متوسطة
7	4	تصدر إدارة الإعلام نشرة دورية لنشر أخبار وأنشطة الجامعة	2.13	0.546	٪72	متوسطة
9	5	هناك نظام خاص بأرشفة وحفظ وإدارة إصدارات ومنشورات وفعاليات الإعلام الجامعي	2.11	0.767	٪70	متوسطة
1	6	توجد مكاتب مؤتنة كافية وخاصة بإدارة الإعلام الجامعي	2.09	0.812	٪70	متوسطة
2	7	تمتلك الجامعة مطابع لإخراج الصحف والمطبوعات	2.09	0.812	٪70	متوسطة
10	8	يتوفر أنترنت بسرعة عالية لإنجاز مهام إدارة الإعلام الجامعي	1.74	0.743	٪58	متوسطة
6	9	تمتلك الجامعة إذاعة خاصة بها	91.0	0.619	٪36	ضعيفة
5	10	تمتلك الجامعة قناة فضائية تعليمية	1.00	0.000	٪33	ضعيفة
المجال ككل						
			1.85	0.527	٪62	متوسطة

يتبين من بيانات الجدول (7) أن متوسط تقديرات أفراد عينة البحث لدرجة توافر المتطلبات المادية والتقنية للمجال الثاني ككل بلغت (1.85) بنسبة توافر (62٪) وهي درجة "متوسطة"، إذ حصلت فقرات هذا المجال على متوسط حسابي تراوح بين (1.00 - 2.48)، بانحراف معياري تراوح بين (0.000 - 0.812)، ونسبة توافر تراوحت بين (33٪-83٪)، وبدرجة موزعة (كبيرة ومتوسطة وضعيفة)، ويمكن مناقشتها كالآتي:

واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن : دراسة ميدانية على الجامعات الحكومية ——— أ/ عامر محمد الضبياني

- جاءت فقرتان في هذا المجال بدرجة "كبيرة" وهي الفقرتان (4، 8)، إذ حصلت الفقرة (8) والتي نصها (تستثمر إدارة الإعلام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر أخبار الجامعة) والفقرة (4) التي نصها (تمتلك الجامعة مواقع الكترونية تقع ضمن مهام الإعلام الإلكتروني) على أعلى نسبة توافر في هذا المجال بلغت (83)٪، ويعزو الباحث ذلك إلى التوجه الذي سلكته الجامعات اليمنية مؤخراً نحو إنشاء مواقع إلكترونية حيث أصبح ذلك ضرورة ملحة فرضها الواقع التكنولوجي.
- جاءت ست فقرات في هذا المجال بدرجة "متوسطة" وهي الفقرات (1، 2، 3، 7، 9، 10).
- جاءت فقرتان في هذا المجال بدرجة "ضعيفة" هي الفقرتان (5، 6)، إذ حصلت الفقرة (5) التي نصها (تمتلك الجامعة قناة فضائية تعليمية) على أدنى نسبة توافر في هذا المجال بشكل عام بلغت (33.33)٪، ويعزو الباحث ذلك إلى عدم إدراك الجامعات اليمنية لمثل هذه الوسائل الإعلامية المهمة وعدم مواكبتها لما يحدث في الجامعات المتقدمة.

ج- عرض نتائج المجال الثالث: المتطلبات البشرية.

يتضمن هذا المجال (10) فقرات تتعلق بالمتطلبات البشرية، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمجال ككل ولكل فقرة من فقراته على حده وترتيبها ترتيباً تنازلياً، وكانت نتائجها كما هو مبين في الجدول (8).

جدول (8) متوسطات تقديرات عينة البحث لدرجة توافر المتطلبات البشرية

رقم الفقرة	ترتيب الفقرة	الدرجة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة التوافر٪	درجة التوافر
5	1	التطور التقني والتكنولوجي في وسائل الاتصال والإعلام يساعد موظفي إدارة الإعلام الجامعي في تنفيذ مهامهم بسهولة ويسر	2.43	0.620	٪81	كبيرة
7	2	عدد موظفي الإعلام الجامعي كافي لأداء مهام وأنشطة وواجبات الإعلام الجامعي	2.15	0.759	٪72	متوسطة
6	3	تنشر موضوعات الإعلام الجامعي بفنون واساليب صحفية مختلفة	2.09	0.918	٪70	متوسطة
4	4	يتحلى موظفي إدارة الإعلام الجامعي بالمعايير المهنية المطلوبة	2.09	0.698	٪70	متوسطة
8	5	يتابع موظفي إدارة الإعلام الجامعي الاصدارات الإعلامية ذات العلاقة	2.09	0.725	٪70	متوسطة
2	6	يتميز موظفي الإعلام الجامعي بالتخصص والخبرة	2.04	0.665	٪68	متوسطة
3	7	تصاغ موضوعات إدارة الإعلام الجامعي بلغة علمية وأكاديمية رصينة	1.96	0.815	٪65	متوسطة
9	8	تقيم إدارة الإعلام الجامعي اداء موظفيها بأسلوب علمي	1.85	0.788	٪63	متوسطة

واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن : دراسة ميدانية على الجامعات الحكومية _____ أ/ عامر محمد الضبياني

رقم الفقرة	ترتيب الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة التوافر %	درجة التوافر
		حديث				
1	9	يختار موظف الإعلام الوسائل والأوقات المناسبة لنشر الأخبار والإعلانات	1.78	0.841	59%	متوسطة
10	10	توفر الجامعة دورات تخصصية ومهنية لموظفي إدارة الإعلام الجامعي بشكل مستمر	1.26	0.444	42%	ضعيفة
المجال ككل						
			1.84	0.527	61%	متوسطة

يتبين من بيانات الجدول (8) أن متوسط تقديرات أفراد عينة البحث لدرجة توافر متطلبات الموارد البشرية للمجال الثالث ككل بلغت (1.84) بنسبة توافر (61%) وهي درجة "متوسطة"، إذ حصلت فقرات هذا المجال على متوسط حسابي تراوح بين (1.26 - 2.43)، بانحراف معياري تراوح بين (0.444 - 0.918)، ونسبة توافر تراوحت بين (42%-81%)، وبدرجة موزعة (كبيرة ومتوسطة وضعيفة)، ويمكن مناقشتها كالآتي:

- جاءت فقرة واحدة فقط في هذا المجال بدرجة "كبيرة"، إذ حصلت الفقرة (5) التي نصها (التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال والإعلام يساعد موظفي إدارة الإعلام الجامعي في تنفيذ مهامهم بسهولة ويسر)، على أعلى نسبة توافر في هذا المجال بلغت (81%)، ويعزو الباحث ذلك إلى التطور الهائل في وسائل الإعلام وسهولة استخدامها والحصول عليها.
- جاءت ثمان فقرات في هذا المجال بدرجة "متوسطة" هي الفقرات (1، 2، 3، 4، 6، 7، 8، 9).
- جاءت فقرة واحدة فقط في هذا المجال بدرجة "ضعيفة" إذ حصلت الفقرة (10) التي نصها (توفر الجامعة دورات تخصصية ومهنية لموظفي إدارة الإعلام الجامعي) على أدنى نسبة في المجال بشكل عام بلغت (41%)، ويعزو الباحث ذلك إلى ضعف إدراك القيادات العليا في الجامعات اليمنية الحكومية لأهمية الإعلام الجامعي.

ثانياً: عرض نتائج السؤال الثاني ومناقشتها.

وللأجابة على السؤال الثاني الذي نصه: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في تقديرات أفراد عينة البحث لدرجة توافر متطلبات إدارات الإعلام الجامعي تعزى لمتغيرات: (النوع الاجتماعي، والمستوى الوظيفي، وسنوات الخبرة، والمؤهل العلمي، والتخصص، الجامعة التي يعمل بها المبحوث؟)، تم إجراء اختباري (كولمجروف سيمرنوف، وشابيرو) للتحقق من اعتدالية توزيع البيانات ومعرفة نوع الاختبار الإحصائي الذي سيتم استخدامه لإيجاد هذه الفروق وكانت النتيجة كما هو مبين بالجدول (9).

جدول (9) نتيجة اختباري الاعتدالية كولمجروف سيمرنوف وشابيرو

واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن : دراسة ميدانية على الجامعات الحكومية _____ أ/ عامر محمد الضبياني

م	المجال	Kolmogorov-Smirnova			Shapiro-Wilk	
		قيمة الاختبار	درجات الحرية	مستوى الدلالة	قيمة الاختبار	درجات الحرية
1	المتطلبات التنظيمية والإدارية	0.388	52	0.000	0.709	52
2	المتطلبات المادية والتقنية	0.244	52	0.000	0.882	52
3	المتطلبات البشرية	0.318	52	0.000	0.765	52
	مجالات الأداة ككل	0.423	52	0.000	0.651	52

يتبين من الجدول (9) عدم اعتدالية توزيع البيانات، وبالتالي يتحتم علينا استخدام الاختبارات اللامعلمية لإيجاد الفروق في تقديرات أفراد عينة البحث من العاملين تعزى لمتغيرات: (النوع الإجتماعي، المستوى الوظيفي، سنوات الخبرة، المؤهل العلمي، التخصص، الجامعة)، وذلك على النحو التالي:

أ- عرض النتائج المتعلقة بمتغير النوع الإجتماعي.

تم استخدام اختبار مان ويتني (Mann-Whitney Test) للأداة ككل ولكل مجال من مجالاتها الثلاثة لفحص دلالة الفروق في تقديرات أفراد عينة البحث لدرجة توافر متطلبات إدارات الإعلام الجامعي حسب متغير النوع الإجتماعي (ذكر، أنثى) كما هو مبين في الجدول (10).

جدول (10) اختبار مان ويتني لإيجاد الفروق في تقديرات أفراد العينة تبعاً لمتغير النوع الإجتماعي

المجال	النوع	العدد	متوسط الرتب	مجموع الرتب	قيمة (z)	مستوى الدلالة
المتطلبات التنظيمية والإدارية	ذكر	46	25.13	1156.00	-0.033	0.973
	أنثى	6	37.00	222.00		
المتطلبات المادية والتقنية	ذكر	46	26.11	1201.00	-1.184	0.236
	أنثى	6	29.50	177.00		
المتطلبات البشرية	ذكر	46	25.70	1182.00	-1.214	0.225
	أنثى	6	32.67	196.00		
الأداة ككل	ذكر	46	25.70	1182.00	-0.741	0.459
	أنثى	6	32.67	196.00		

يتبين من الجدول (10) أن قيمة (Z) ليست دالة إحصائياً على مستوى الأداة ككل وكذلك على مستوى كل من المجالات الثلاثة: (المتطلبات التنظيمية والإدارية، المتطلبات المادية والتقنية،

واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن : دراسة ميدانية على الجامعات الحكومية ———. أ/ عامر محمد الضبياني المتطلبات البشرية)، حيث كان مستوى الدلالة أكبر من (0.05) للمجالات الثلاثة وللأداة ككل، وهذا يعني عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في تقديرات أفراد عينة البحث لدرجة توافر متطلبات إدارات الإعلام الجامعي تعزى لمتغير النوع الإجتماعي، وهذا يشير أن لدى أفراد العينة رؤى متشابهة حول تلك المتطلبات بغض النظر عن نوعهم الإجتماعي وهذه نتيجة منطقية في نظر الباحث.

ب- عرض النتائج المتعلقة بمتغير المستوى الوظيفي.

تم استخدام اختبار كروسكال والس (Kruskal-Wallis Test) للأداة ككل ولكل مجال من مجالاتها الثلاثة لفحص دلالة الفروق في تقديرات أفراد عينة البحث لدرجة توافر متطلبات إدارات الإعلام الجامعي حسب متغير المستوى الوظيفي (رئيس/ نائب رئيس دائرة، مدير عام، مدير إدارة، رئيس قسم، مختص/ فني) كما هو مبين في الجدول (11).

جدول (11) اختبار كروسكال والس لإيجاد الفروق في تقديرات أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير المستوى الوظيفي

المجال	المستوى الوظيفي	العدد	متوسط الرتب	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	مستوى الدلالة
المتطلبات التنظيمية والإدارية	مختص/ فني	7	34.07	7.184	4	0.126
	رئيس قسم	14	27.79			
	مدير إدارة	18	22.19			
	مدير عام	10	30.25			
	رئيس / نائب رئيس دائرة	3	10.83			
المتطلبات المادية والتقنية	مختص/ فني	7	35.29	6.745	4	0.150
	رئيس قسم	14	24.64			
	مدير إدارة	18	20.25			
	مدير عام	10	30.71			
	رئيس / نائب رئيس دائرة	3	31.17			
المتطلبات البشرية	مختص/ فني	7	28.64	4.331		0.363
	رئيس قسم	14	25.25			
	مدير إدارة	18	21.53			
	مدير عام	10	33.17			

واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن : دراسة ميدانية على الجامعات الحكومية _____ أ/ عامر محمد الضبياني

المجال	المستوى الوظيفي	العدد	متوسط الرتب	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	مستوى الدلالة
	رئيس / نائب رئيس دائرة	3	27.17			
الأداة ككل	مختص/ فني	7	33.50	8.237	4	0.083
	رئيس قسم	14	24.43			
	مدير إدارة	18	20.31			
	مدير عام	10	34.50			
	رئيس / نائب رئيس دائرة	3	20.83			

يتبين من الجدول (11) أن قيمة (مربع كاي) ليست دالة إحصائياً على مستوى الأداة ككل وعلى مستوى المجالات الثلاثة: (المتطلبات التنظيمية والإدارية، المتطلبات المادية والتقنية، المتطلبات البشرية)، حيث كان مستوى الدلالة أكبر من (0.05) لهذه المجالات، وهذا يعني عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في تقديرات أفراد عينة البحث لدرجة توافر المتطلبات الخاصة بهذه المجالات تعزى لمتغير المستوى الوظيفي، ويعزو الباحث ذلك الى طبيعة تلك المتطلبات كونها أشياء مادية وملموسة ويمكن إدراكها من قبل جميع العاملين بتلك الإدارات بغض النظر عن مستوياتهم الوظيفية.

ج- عرض النتائج المتعلقة بمتغير سنوات الخبرة.

تم استخدام اختبار كروسكال والس (Kruskal-Wallis Test) للأداة ككل ولكل مجال من مجالاتها الثلاثة لفحص دلالة الفروق في تقديرات أفراد عينة البحث لدرجة توافر متطلبات إدارات الإعلام الجامعي حسب متغير سنوات الخبرة (11 سنة فأكثر، 6 – 10 سنوات، 5 سنوات فأقل) كما هو مبين في الجدول (12).

جدول (12) اختبار كروسكال والس لإيجاد الفروق في تقديرات أفراد عينة البحث لمتغير سنوات الخبرة

المجال	سنوات الخبرة	العدد	متوسط الرتب	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	مستوى الدلالة
المتطلبات التنظيمية والإدارية	5 سنوات فأقل	9	29.11	1.078	2	0.126
	6 – 10 سنوات	29	27.05			
	أكثر من 10 سنوات	14	23.68			
المتطلبات المادية والتقنية	5 سنوات فأقل	9	25.06	0.138	2	0.933
	6 – 10 سنوات	29	27.05			
	أكثر من 10 سنوات	14	26.29			

واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن : دراسة ميدانية على الجامعات الحكومية _____ أ/ عامر محمد الضبياني

المجال	سنوات الخبرة	العدد	متوسط الرتب	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	مستوى الدلالة
المتطلبات البشرية	5 سنوات فأقل	9	26.72	2.174	2	0.337
	6 - 10 سنوات	29	24.28			
	أكثر من 10 سنوات	14	30.96			
الأداة ككل	5 سنوات فأقل	9	29.83	7.099	2	0.129
	6 - 10 سنوات	29	22.71			
	أكثر من 10 سنوات	14	32.21			

يتبين من الجدول (12) أن قيمة (مربع كاي) ليست دالة إحصائياً على مستوى الأداة ككل وعلى مستوى المجالات الثلاثة (المتطلبات التنظيمية والإدارية، المتطلبات المادية والتقنية، المتطلبات البشرية)، حيث كان مستوى الدلالة أكبر من (0.05) لهذه المجالات، وهذا يعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في تقديرات أفراد عينة البحث لدرجة توافر المتطلبات الخاصة بهذه المجالات تعزى لمتغير سنوات الخبرة، ويعزو الباحث ذلك إلى طبيعة تلك المتطلبات كونها أشياء مادية وملموسة ويمكن إدراكها من قبل جميع العاملين بتلك الإدارات بغض النظر عن سنوات خبرتهم أو التحاقهم بالعمل في هذه الإدارات.

د- عرض النتائج المتعلقة بمتغير المؤهل العلمي:

تم استخدام اختبار كروسكال والس (Kruskal-Wallis Test) للأداة ككل ولكل مجال من مجالاتها الثلاثة لفحص دلالة الفروق في تقديرات أفراد عينة البحث لدرجة توافر متطلبات إدارات الإعلام الجامعي حسب متغير المؤهل العلمي (ماجستير فأعلى، بكالوريوس، أدنى من بكالوريوس) كما هو مبين في الجدول (13).

جدول (13) اختبار كروسكال والس لإيجاد الفروق في تقديرات أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير المؤهل العلمي

المجال	المؤهل العلمي	العدد	متوسط الرتب	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	مستوى الدلالة
المتطلبات التنظيمية والإدارية	أدنى من بكالوريوس	15	31.93	5.052	2	0.080
	بكالوريوس	32	25.28			
	ماجستير فأعلى	5	18.00			
المتطلبات المادية والتقنية	أدنى من بكالوريوس	15	25.40	1.782	2	0.410
	بكالوريوس	32	25.75			

واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن : دراسة ميدانية على الجامعات الحكومية _____ أ/ عامر محمد الضبياني

المجال	المؤهل العلمي	العدد	متوسط الرتب	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	مستوى الدلالة
المتطلبات البشرية	ماجستير فأعلى	5	34.60	1.635	2	0.728
	أقل من بكالوريوس	15	24.53			
	بكالوريوس	32	27.72			
	ماجستير فأعلى	5	24.60			
الأداة ككل	أدنى من بكالوريوس	15	26.50	1.053	2	0.591
	بكالوريوس	32	27.28			
	ماجستير فأعلى	5	21.50			

يتبين من الجدول (13) أن قيمة (مربع كاي) ليست دالة إحصائياً على مستوى الأداة ككل وعلى مستوى المجالات الثلاثة: (المتطلبات التنظيمية والإدارية، المتطلبات المادية والتقنية، المتطلبات البشرية)، حيث كان مستوى الدلالة أكبر من (0.05) لهذه المجالات، وهذا يعني عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في تقديرات أفراد عينة البحث لدرجة توافر المتطلبات الخاصة بهذه المجالات تعزى لمتغير المؤهل العلمي، ويعزو الباحث ذلك الى خبرة ودراية العاملين بمجال عملهم حيث إن جميعهم يدرك تلك المتطلبات بغض النظر عن مؤهلهم العلمي.

هـ- عرض النتائج المتعلقة بمتغير التخصص.

تم استخدام اختبار كروسكال والس (Kruskal-Wallis Test) للأداة ككل ولكل مجال من مجالاتها الثلاثة لفحص دلالة الفروق في تقديرات أفراد عينة البحث لدرجة توافر متطلبات إدارات الإعلام الجامعي تعزى لمتغير التخصص (إعلام، إدارة، تخصص آخر، بدون) كما هو مبين في الجدول (14).

جدول (14) اختبار كروسكال والس لإيجاد الفروق في تقديرات أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير التخصص

المجال	التخصص	العدد	متوسط الرتب	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	مستوى الدلالة
المتطلبات التنظيمية والإدارية	بدون تخصص	16	28.79	6.931	3	0.074
	آخر	12	26.09			
	إدارة	13	31.81			
	إعلام	11	18.32			

المجال	التخصص	العدد	متوسط الرتب	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	مستوى الدلالة
المتطلبات المادية والتقنية	بدون تخصص	12	24.38	2.128	3	0.546
	آخر	16	24.72			
	إدارة	13	31.46			
	إعلام	11	25.55			
المتطلبات البشرية	بدون تخصص	12	27.17	2.987	3	0.394
	آخر	16	21.69			
	إدارة	13	28.88			
	إعلام	11	29.95			
الأداة ككل	بدون تخصص	12	27.75	1.016	3	0.797
	تخصص آخر	16	24.63			
	إدارة	13	25.73			
	إعلام	11	28.77			

يتبين من الجدول (14) أن قيمة (مربع كاي) ليست دالة إحصائياً على مستوى الأداة ككل وعلى مستوى المجالات الثلاثة: (المتطلبات التنظيمية والإدارية، المتطلبات المادية والتقنية، المتطلبات البشرية)، حيث كان مستوى الدلالة أكبر من (0.05) لهذه المجالات، وهذا يعني عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في تقديرات أفراد عينة البحث لدرجة توافر المتطلبات الخاصة بهذه المجالات تعزى لمتغير التخصص، ويعزو الباحث ذلك الى خبرة العاملين في مجال عملهم حيث إن جميعهم يدرك تلك المتطلبات بغض النظر عن تخصصهم.

و- عرض النتائج المتعلقة بمتغير الجامعة التي يعما بها المبحوث.

تم استخدام اختبار كروسكال والس (Kruskal-Wallis Test) للأداة ككل ولكل مجال من مجالاتها الثلاثة لفحص دلالة الفروق في تقديرات أفراد عينة البحث لدرجة توافر متطلبات إدارات الإعلام الجامعي وفقاً لمتغير الجامعة (قديمة النشأة، متوسطة النشأة، حديثة النشأة)، كما هو مبين في الجدول (15).

جدول (15) اختبار كروسكال والس لإيجاد الفروق في تقديرات أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير الجامعة

المجال	تصنيف الجامعة	العدد	متوسط الرتب	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	مستوى الدلالة
المتطلبات التنظيمية والإدارية	جامعات قديمة النشأة	12	35.92	6.227	2	0.044
	جامعات متوسطة النشأة	30	24.15			

المجال	تصنيف الجامعة	العدد	متوسط الرتب	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	مستوى الدلالة
المتطلبات المادية والتقنية	جامعات حديثة النشأة	10	22.25	23.185	2	0.000
	جامعات قديمة النشأة	12	42.21			
	جامعات متوسطة النشأة	30	25.05			
	جامعات حديثة النشأة	10	12.00			
المتطلبات البشرية	جامعات قديمة النشأة	12	34.42	4.774	2	0.092
	جامعات متوسطة النشأة	30	25.07			
	جامعات حديثة النشأة	10	21.30			
الأداة ككل	جامعات قديمة النشأة	12	37.79	9.456	2	0.009
	جامعات متوسطة النشأة	30	24.30			
	جامعات حديثة النشأة	10	19.55			

يتبين من الجدول (15) أن قيمة (مربع كاي) ليست دالة إحصائياً على مستوى المجال الثالث (المتطلبات البشرية) حيث كان مستوى الدلالة أكبر من (0.05) لهذه المجال، وهذا يعني عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في تقديرات أفراد عينة البحث لدرجة توافر المتطلبات البشرية، ويعزو الباحث ذلك إلى تحيز المبحوثين لأنفسهم حيث أعطي جميع العاملين في تلك الإدارات لمجال المتطلبات البشرية درجة متوسطة.

فيما قيمة (مربع كاي) دالة إحصائياً على مستوى الأداة ككل وعلى مستوى المجالين (المتطلبات التنظيمية والإدارية، المتطلبات المادية والتقنية)، حيث كان مستوى الدلالة أقل من (0.05) لهذه المجالات، وهذا يعني وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في تقديرات أفراد عينة البحث لدرجة توافر المتطلبات الخاصة بهذه المجالات تعزى لمتغير الجامعة، وللتأكد من مصدر الفروق تم استخدام اختبار مان ويتني (Mann-Whitney Test)، للمقارنات الثنائية وذلك للأداة ككل وللمجالين الأول والثاني، كما هو مبين في الجدول (16).

جدول (16) اختبار مان ويتني (Mann-Whitney Test)، للمقارنات الثنائية وفقاً لمتغير الجامعة

المجال	تصنيف الجامعة	العدد	متوسط الرتب	مجموع الرتب	قيمة z	مستوى الدلالة
المتطلبات التنظيمية والإدارية	قديمة النشأة	12	28.25	339.00	-2.277-	0.024
	متوسطة النشأة	30	18.80	564.00		
	قديمة النشأة	12	14.17	170.00	-2.149-	0.036
	حديثة النشأة	10	8.30	83.00		

المجال	تصنيف الجامعة	العدد	متوسط الرتب	مجموع الرتب	قيمة z	مستوى الدلالة
	متوسطة النشأة	30	20.85	625.50	-331.-	0.747
	حديثة النشأة	10	19.45	194.50		
المتطلبات المادية والتقنية	قديمة النشأة	12	32.21	386.50	-3.690-	0.000
	متوسطة النشأة	30	17.22	516.50		
	قديمة النشأة	12	16.50	198.00	-4.037-	0.000
	حديثة النشأة	10	5.50	55.00		
	متوسطة النشأة	30	23.33	700.00	-2.705-	0.087
	حديثة النشأة	10	12.00	120.00		
الأداة ككل	قديمة النشأة	12	28.75	345.00	-2.429-	0.015
	متوسطة النشأة	30	18.60	558.00		
	قديمة النشأة	12	15.54	186.50	-3.232-	0.001
	حديثة النشأة	10	6.65	66.50		
	متوسطة النشأة	30	21.20	636.00	-659.-	0.528
	حديثة النشأة	10	18.40	184.00		

تشير النتائج المبينة في الجدول (16) حول المقارنات الثنائية تبعاً لمتغير الجامعة والتي ظهرت بها فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى (0.05) إلى ما يأتي:

- وجود فروق معنوية في استجابات أفراد عينة البحث من الجامعات قديمة النشأة وأفراد عينة البحث من الجامعات متوسطة النشأة في درجة توافر المتطلبات التنظيمية والإدارية لصالح أفراد عينة الجامعات قديمة النشأة، كما توجد كذلك فروق معنوية في استجابات أفراد عينة البحث من الجامعات قديمة النشأة وأفراد عينة البحث من الجامعات حديثة النشأة لصالح أفراد عينة الجامعات قديمة النشأة، أي أن أفراد عينة البحث من الجامعات قديمة النشأة يرون أن توافر المتطلبات التنظيمية والإدارية أكثر مما يراه زملائهم من أفراد عينة البحث من الجامعات متوسطة وحديثة النشأة، وهذه النتيجة طبيعية كون الجامعات القديمة أنشئت في مطلع السبعينيات وبات لديها خبرة طويلة في العمل الأكاديمي والإداري، وبنية تنظيمية وإدارية كبيرة.
- وجود فروق معنوية في استجابات أفراد عينة البحث من الجامعات قديمة النشأة وأفراد عينة البحث من الجامعات متوسطة النشأة في درجة توافر المتطلبات المادية والتقنية لصالح أفراد عينة الجامعات قديمة النشأة، كما توجد كذلك فروق معنوية في استجابات أفراد عينة البحث من الجامعات قديمة النشأة وأفراد عينة البحث من الجامعات حديثة النشأة لصالح أفراد عينة الجامعات قديمة النشأة، أي أن أفراد عينة البحث من الجامعات قديمة النشأة يرون أن توافر المتطلبات المادية والتقنية أكثر مما يراه زملائهم من أفراد عينة البحث من الجامعات متوسطة وحديثة النشأة، وهذه

أيضاً نتيجة طبيعية كون الجامعات القديمة تمتلك إمكانيات مادية وتقنية وموارد مالية أكبر مما تمتلكها الجامعات حديثة النشأة ومتوسطة النشأة.

- وجود فروق معنوية في استجابات أفراد عينة البحث من الجامعات قديمة النشأة وأفراد عينة البحث من الجامعات متوسطة النشأة في درجة توافر المتطلبات ككل لصالح أفراد عينة الجامعات قديمة النشأة، كما توجد كذلك فروق معنوية في استجابات أفراد عينة البحث من الجامعات قديمة النشأة وأفراد عينة البحث من الجامعات حديثة النشأة لصالح أفراد عينة الجامعات قديمة النشأة، أي أن أفراد عينة البحث من الجامعات قديمة النشأة يرون أن توافر المتطلبات ككل لديهم أكثر مما يراه زملائهم من أفراد عينة البحث من الجامعات متوسطة وحديثة النشأة، وهذه الفروق طبيعية كما أشار إليها الباحث سابقاً.

المحور الرابع: النتائج والتوصيات

(أ) النتائج:

- أن درجة توافر متطلبات إدارات الإعلام الجامعي في الجمهورية اليمنية من وجهة نظر العاملين بها جاءت بدرجة متوسطة بمتوسط حسابي بلغ (1.89) بانحراف معياري (0.78) ونسبة توافر (%63).
- حصل المجال الأول المتعلق بـ "المتطلبات التنظيمية والإدارية" على أعلى متوسط حسابي بلغ (1.98) وانحراف معياري (0.340) ونسبة توافر (%66) وبدرجة متوسطة.
- حصل المجال الثاني المتعلق بـ "المتطلبات المادية والتقنية" على متوسط حسابي بلغ (1.85) وانحراف معياري (0.520) ونسبة توافر (%62) درجة "متوسطة".
- حصل المجال الثالث المتعلق بـ "المتطلبات البشرية" على أدنى متوسط حسابي بلغ (1.84) بانحراف معياري (0.531) ونسبة توافر (%61) وبدرجة متوسطة.
- لا توجد فروق دالة إحصائية في تقديرات عينة البحث تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، المستوى الوظيفي، سنوات الخبرة، المؤهل العلمي، والتخصص).
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقديرات عينة البحث تعزى لمتغير الجامعة لصالح الجامعات قديمة النشأة مقارنة بالجامعات المتوسطة والحديثة النشأة.

واقع إدارات الإعلام الجامعي في اليمن : دراسة ميدانية على الجامعات الحكومية ———. أ/ عامر محمد الضبياني
(ب) التوصيات:

- تبني دورات تدريبية مخططة ومنتظمة للعاملين بإدارات الإعلام في الجامعات اليمنية الحكومية.
- العمل على استغلال التقنية الحديثة وتكنولوجيا الاتصال والإعلام وتوظيفها التوظيف الأمثل لتنفيذ مهام ووظائف الإعلام الجامعي بما يواكب العصر ووظائف الجامعة اليوم.
- تحديث اللوائح الداخلية المنظمة لإدارات الإعلام في الجامعات اليمنية، وإيجاد هيكل تنظيمي مرن ومناسب يشمل وحدات الإعلام بمختلف قطاعات وكليات الجامعة.
- توصيف وظائف إدارات الإعلام الفنية والإدارية، والعمل على إيجاد دليل عمل حديث لكل ما يتطلبه العمل في الإعلام الجامعي.
- فتح قنوات اتصال مباشرة وآليات تنسيق مع المراكز الإعلامية لمؤسسات التعليم العالي من جامعات ومراكز بحثية حكومية وأهلية؛ محلية ودولية.
- إخضاع المواقع الإلكترونية للجامعات لأشراف إدارات الإعلام والعمل على تطوير تلك المواقع بما يواكب العصر والتطورات الحاصلة في الجامعات المتقدمة.
- فتح قنوات تعليمية للجامعات (إذاعية وتلفزيونية) لإيصال رسالة الجامعة للمجتمع والعكس.
- توفير الكوادر الإعلامية الخبيرة والمؤهلة لشغل الوظائف المتعلقة بالإعلام الجامعي.
- توفير وسائل الاتصال والتواصل لإدارات الإعلام بمختلف أنواعها.
- وضع خطط قصيرة المدى لكل مجال من مجالات الإعلام الجامعي.
- توفير موازنة مستقلة وكافية لإدارات الإعلام في كل جامعة لتمكينها من إصدار الصحف وتغطية الفعاليات وغير ذلك.

- 1 - عبدالرزاق، انتصار إبراهيم؛ والساموك، صمد حسام (2011). الإعلام الجديد، تطور الأداء والوسيلة والوظيفة. الكتاب الأول من سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع، الدار الجامعية للطباعة والنشر، بغداد، العراق، ص105
- 2 - الحجاجي، حسين بن حسن (2015). واقع تحقيق إدارة الإعلام الجامعي لمعيار رسالة جامعة الملك خالد". دراسة ميدانية". بحث منشور في مجلة كلية التربية بجامعة الأزهر، العدد (165)، المجلد الثاني، القاهرة، مصر، ص99.
- 3 - أحمد، فواد علي (2013). دور الإعلام الجامعي في ترويج المعرفة العلمية في جامعات اقليم كردستان، بحث منشور بمجلة سكول للعلوم الإنسانية، العدد (3)، المجلد الثاني، جامعة السليمانية، العراق، ص459
- 4 -الشنوفي، محمد المصنف (2001). الإعلام الجامعي: واقع الممارسة والتطبيق. خلاصة الأبحاث المقدمة إلى المؤتمر الثالث للعلاقات العامة والإعلام المنعقد للفترة 19-21 مارس 2001م، بحث منشور في المجلة العربية للعلوم الإنسانية، المجلد (19) العدد (75)، جامعة الكويت، الكويت، ص272.
- 5 - الموسوي، موسى جواد؛ وآخرون (2012). الإعلام والتسويق الجامعي: استراتيجية الوصول الى المجتمع. الكتاب الثاني سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع، الدار الجامعية للطباعة والنشر، جامعة بغداد، العراق، ص52.
- 6 - زريزب، عظيم كامل وآخرون (2011) //أ. الإدارة الإعلامية للإعلام الجامعي في العراق، دراسة ميدانية، بحث منشور بمجلة كلية الآداب، العدد (101)، جامعة بابل، العراق، ص826.
- 8- الموسوي وآخرون، مرجع سابق، ص54-55.
- 9 - وزارة الشؤون القانونية (2010). قانون الجامعات اليمنية رقم (18) لسنة 1995م وتعديلاته، صنعاء، اليمن.
- 10- خضور، أديب (2003). الإعلام المتخصص. دار المكتبي للنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، ص 14.
- 11- زريزب وآخرون، مرجع سابق، ص 826
- 12 الموسوي وآخرون، مرجع سابق، ص 54-55
- 14 -الموسوي وآخرون، مرجع سابق، ص 57.
- 15- زريزب، عظيم كامل وآخرون (2011) //ب. الإعلام الجامعي في العراق، دراسة ميدانية لخصائص العاملين والنشر الصحفي والرضا الوظيفي، بحث منشور بمجلة كلية الآداب، العدد (99)، جامعة بابل، العراق، ص 82.
- 16 (فضلون، 2014: 94)

17 - أحمد فؤاد، مرجع سابق، ص 501

18 - عبدالرزاق والسموك، مرجع سابق، ص 109

19 زريزب وآخرون، مرجع سابق، ص 826.

20 فضلون، زهرة (2014): الإعلام الجامعي في التوجيه الأكاديمي والمهني للموارد البشرية المتعلمة. دراسة ميدانية بجامعة العربي بن مهدي بأم البواقي، بحث منشور بمجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد (17)، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، الجزائر، ص 94.

21 الموقع الإلكتروني لجامعة صنعاء، 2018.

22 الموقع الإلكتروني لجامعة حضرموت، 2018.

التقارير

1. جامعة تعز (2004). اللائحة الداخلية للإدارة العامة للعلاقات العامة والإعلام، تعز، اليمن.
2. جامعة حجة (2014). اللائحة الداخلية للإدارة العامة للعلاقات العامة والإعلام، حجة، اليمن.
3. جامعة ذمار (2008). اللائحة الداخلية لدائرة الإعلام والعلاقات العامة والدولية، ذمار، اليمن.
4. جامعة صنعاء (2016). التقرير السنوري للإدارة العامة للعلاقات العامة والإعلام. صنعاء، اليمن.
5. جامعة عدن (2004). اللائحة الداخلية للإدارة العامة للإعلام، عدن، اليمن.
6. جامعة عمران (2015). كتاب الإحصاء السنوي الأول. عمران، اليمن.
7. وزارة الشؤون القانونية (2010). قانون الصحافة والمطبوعات رقم (25) لسنة 1990م، صنعاء، اليمن.