

واقع تحقيق إدارة الإعلام الجامعي لمعيار رسالة جامعة الملك خالد

(دراسة ميدانية)

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تحقيق إدارة الإعلام الجامعي لمعايير الهيئة الوطنية للتقويم والاعتماد الأكاديمي في ضوء معيار الرسالة والرؤية والأهداف بجامعة الملك خالد من وجهة نظر منسوبي إدارة الإعلام الجامعي. وكذلك تحديد الآليات المقترحة لتحقيق إدارة الإعلام الجامعي لمعايير الهيئة الوطنية للتقويم والاعتماد الأكاديمي في ضوء معيار الرسالة والرؤية والأهداف بجامعة الملك خالد. وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي، وشمل منسوبي إدارة الإعلام بجامعة الملك خالد بأبها، وبلغ عددهم (٣٥) فرداً. تم توزيع (٣٣) استبانة عليهم، حيث بلغ عدد الاستبانات المعادة (٣٠) استبانة. مقسمة على خمسة أبعاد حيث بلغ المتوسط الكلي للأبعاد (٢,٠٠). كما توصي الدراسة في ضوء نتائجها بعض الآليات المقترحة لتحقيق إدارة الإعلام الجامعي لمعايير الهيئة الوطنية للتقويم والاعتماد الأكاديمي في ضوء معيار الرسالة والرؤية والأهداف بجامعة الملك خالد بضرورة مراجعة الرسالة الإعلامية بحيث تحدد احتياجات المستفيدين وتحدد الاتجاهات التطويرية للإدارة وأن يتم تعريف منسوبي الجامعة بها، وتفعيل غايات إدارة الإعلام بجامعة الملك خالد في عملية التخطيط الإعلامي للإدارة، وأن يتم تضمين الأهداف الرئيسية لإدارة الإعلام بمؤشرات واضحة ومحددة وقابلة للقياس.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الحديث - الجودة - جامعة الملك خالد.

ABSTRACT

This study aimed to identify the extent to which university media department achieve to standards of national commission for Assessment and Accreditation in the light of mission, vision and aim standards at King Khalid University. Also, it aimed to identify the proposed mechanisms for university media department to achieve standards of national commission for Assessment and Accreditation in the light of mission, vision and aim standards at King Khalid University. The researcher used the descriptive method, and it has the working staff in University Media Department in King Khalid University at Abha, whose number (35). Thirty three questionnaires were distributed on them, (30) questionnaires were returned. These questionnaires are distributed into five domains. The total average of domains was (2000). The study recommended some proposed mechanisms for university media department to achieve standards of national

commission for Assessment and Accreditation in the light of mission, vision and aim standards at King Khalid University. It recommends the necessity to revise the media message as it should identify the users' needs, as well as the developmental trends for management. Also, it recommends activating aims of media Department of King Khalid University in the process of medial planning. Furthermore, main aims of the department should have clear and measurable indicators.

Key Words: Modern Media- Quality- King Khalid University

مقدمة الدراسة:

في زمن تكنولوجيا الاتصال وثورة المعلومات بات من الأهمية أن نعترف بأن الإعلام الحديث هو من يتولى الإدارة والتوجيه وتنفيذ الخطط والأهداف لأي مشروع حيوي. هذا الإعلام بكافة صورة ووسائله هو المعنى بالدرجة الأولى في عمليتي البناء والتطوير، فمن السهل أن يغير قناعات ويبدد أخلاقاً ويزيح تقليداً سواء كان ذلك سلبياً أو إيجابياً؛ ولذا بات من الضروري عند بناء أي خطة أو إعداد أي برنامج في أي مؤسسة كانت؛ الالتفات لهذا الدور الحيوي للإعلام والتعامل معه وفق معايير تكنولوجيا الاتصال الحديثة، إذا ما أردنا لتلك الخطط أو تلك البرامج أن تحقق أهدافها.

فالإعلام المعاصر يتسم بالتفاعلية وتبادل الأدوار بحيث يمكن أن يكون المستقبل هو المرسل في نفس الوقت؛ كما يتسم هذا الإعلام بالاجماهيرية بمعنى أن الرسالة الإعلامية يمكن أن تصل إلى فرد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما هو في الإعلام التقليدي، وكذلك اللاتزامنية فيمكن للمستخدم إرسال واستقبال الرسالة الإعلامية في أي وقت مناسب؛ والشبوع والانتشار وهي إمكانية التوسع عبر شبكة الإنترنت لجميع العالم، وإمكانية التوصيل مع الأجهزة الاتصالية الأخرى، كما أن هناك سهولة في الحركة والاستخدام، وبالتالي أصبح هذا الإعلام بكل تلك الخصائص مجالاً للاستثمار والتأثير لمن يملك القدرة على إدارته والتحكم به وفق معايير الإعلام الجديد (لحمر، ٢٠٠٧م).

والإعلام الجامعي كإعلام نوعي ليس إلا مجالاً متاحاً من مجالات ذلك الاستثمار ونشاطاً تملك إدارته من القدرة التأثيرية والتوجيهية الشيء الكثير، وذلك بسبب أنه إعلام يمارس في بيئة تستثمرها الجامعة في التأثير الإيجابي على سلوك طلابها ومنسوبيها وتسعى من خلال إدارة إعلامها إلى تغيير الأفكار وتوحيد الرؤى وشرح السياسات التعليمية وإيصالها إلى البيئة الجامعية عموماً، كما تسعى إلى اكتشاف المواهب ونشر ثقافة الحوار وغرس روح المواطنة والانتماء وتنفيذ غايات ورسالة و أهداف خططها (فضلون، ٢٠١٤م).

كل هذا التطلع في الإعلام الجامعي نجد واقعه في جامعة الملك خالد يحتاج لمزيد من التفعيل في هذا الاتجاه، فالمواد الإعلامية التي تصدرها إدارة الإعلام تتمحور في الغالب على الأنشطة الإدارية دون غيرها وعلى الجانب الخبري القصير كما أن هناك ضعفا في المهارات التحريرية لدى العاملين في إدارة التحرير وفي آلية التواصل مع وحدات الجامعة ومنسوبيها كما أن هناك عجزا في إدارة الأزمات الإعلامية وعجزا في تمثيل الجامعة في صحافة المنطقة. كما تعد صحيفة آفاق الصحيفة الوحيدة المطبوعة لإدارة الإعلام الجامعي في جامعة الملك خالد وهي تواجه الصحيفة جوانب قصور مهمة في القدرة التعبيرية (الخطة الإستراتيجية الإعلامية، ١٤٣٣هـ).

ويواجه النشاط الإعلامي بجامعة الملك خالد بالقصور من حيث العدد مقارنة بمحدودية النشر من جهة وعدد وحدات الجامعة ونشاطها من جهة أخرى، فقد أظهرت دراسة (الحمود، وآخرون، ١٤٣٣هـ) عدد المواد المنشورة في العام الأول (١٥٢) مادة صحفية في (٣٦٥) يوما وكان معدل الزيادة في المواد المنشورة في الأعوام التالية ليس عن نشاط الإدارة الإعلامية ولكنه ناتج عن أزمات إعلامية واجهتها الجامعة نتيجة لضعف الأداء الوظيفي لبعض وحداتها. وقد أكد ذلك ما حدث في العام الثالث من زيادة المواد المنشورة النقدية والتي بلغت نسبتها (٨١,٦%) بينما انخفضت المواد غير النقدية في العام نفسه عن العام الذي يسبقه (الحمود وآخرون، ١٤٣٣هـ).

ويشير (المالكي، ١٤٣٤هـ) أن النهوض بالإعلام الجامعي وفق متطلبات الجودة يتطلب توفير البرامج التدريبية التطويرية للعاملين وتوفير البيانات والمعلومات المساعدة في اتخاذ القرار ونشر ثقافة الجودة والتطوير مع العمل على مشاركة الجميع في النهوض بالمهمة التطويرية مع إعطاء الحرية في إبداء الملاحظات والتقويم، ومنح الثقة والصلاحيات اللازمة للمهينة الإعلامية والقناعة بأن عملية التطوير هي عملية مستمرة مع ضرورة أن تتفهم الإدارة العليا لمفهوم التغيير أن يتم حل كافة المشكلات بأسلوب فرق عمل يشترك فيها جميع العاملين وضرورة الابتعاد نهائيا عن الشعارات و تقديم النصائح وأن يكون الإشراف باستخدام الأساليب الحديثة.

وتحتم إدارة الجودة الشاملة ضرورة تبني فكرة العمل الجماعي والإدارة بالمشاركة والشورى والإجماع والتمكن من التغيير السريع والمستمر والتركيز على التطوير بعيد المدى وأن يكون تحقيق الأهداف كما وكيفيا مع تقليص للمستويات الإدارية والعمل بشكل دائم على رفع مستوى المهارات والإمكانات، وأن يتم البحث عن الأخطاء من أجل المشاركة الجماعية في وضع الحلول لها، وأن يكون التقويم تقويما إيجابيا بنظام تحفيز متطور للإبداع والابتكار والتجديد مع تقويم مستمر لمعايير الأداء بهدف تحسينها من وقت لآخر، ولا بد كذلك من معرفة واضحة بمتطلبات المستفيد مع الاعتقاد بأن الجودة هدف الجميع ومن مسؤولياتهم (القحطاني، ١٤٢٨هـ).

وقد تضمنت المعايير التي وضعتها الهيئة الوطنية للتقويم والاعتماد الأكاديمي لضمان جودة مؤسسات وبرامج و أنشطة التعليم العالي أحد عشر مجالاً شملت الرسالة والغايات والأهداف والسلطات الإدارية وإدارة ضمان الجودة وتحسينها والتعليم والتعلم وإدارة شئون الطلبة والخدمات المساندة ومصادر التعلم والمرافق والتجهيزات والتخطيط والإدارة المالية وعمليات التوظيف والبحث العلمي وعلاقات المؤسسة التعليمية بالمجتمع، وقد أعدت الهيئة مجموعة من مقاييس التقويم الذاتي للمساعدة في تقويم الأداء أسمتها مقاييس التقويم الذاتي لمؤسسات التعليم العالي وفيها مؤشرات قياسية تقيس بدقه مدى جودة تنفيذ عمليات التقويم (وثيقة الهيئة الوطنية للتقويم والاعتماد الأكاديمي، ١٤٣٣هـ).

وتعني معايير الجودة بالنسبة للإعلام الجامعي ضرورة أن تكون خدماته الإعلامية والاتصالية حديثة ومواكبة للإعلام الجديد من خلال الاتصال التفاعلي و عملية تبادل الأدوار والمشاركة التفاعلية التي يتطلب أن يتجها الإعلام الجامعي للطلاب ومنسوبي الجامعة وذلك أثناء تقديم خدماته الإعلامية لهم، بما يسمح لتبادل الرسالة الإعلامية في أكثر من اتجاه، وبما يمكن المتلقي من التفاعل معها بالصورة التي يجدها مناسبة له، سواء على مستوى توقعاته أو على مستوى رغباته، وهذا يعني أن المتلقي لديه القدرة في إمكانية إرسال المعلومة واستقبلها في الوقت ذاته (العنزي، ١٤٣٤هـ)

فيما يؤكد (نصر، ٢٠٠٦م) أن تلك المواكبة نحو الإعلام الجديد تحتم على الإعلام الجامعي أن يولي نظرية الاستخدامات وتحقيق الإشباع أهمية قصوى لكونها تحقق تكاملاً في تلبية حاجات المستفيد وتشبع فيه توقعاته ورغباته؛ بل إنها تدفع بهذا المستفيد للتقدم اختيارياً لانتقاء هذه الوسيلة الإعلامية وتفضيلها عن تلك، سواء كان هذا الاختيار عن طريق لجوئه للوسائط المتعددة أو النصية أو التدفق الشحني أو النقل التجميعي أو التزامنية أو التفاعلية وهي السمات الأساسية للإعلام الحديث.

فإدارة الإعلام الجديد في مشروعها المعاصر لم تأت وفقاً لتلك المعايير التي كانت تطبق في الإعلام التقليدي؛ صحافة ورقية وتلفاز وغيرها وإنما جاءت بمعايير جديدة تتناغم مع تقنية الإعلام و التطور المتسارع في المعلومة والارتقاء إلى مستوى اليوتيوب والمدونات والفيس بوك ووسائل التواصل الاجتماعي التي انتشرت بين طلبة الجامعة ومنسوبيها، وصارت قوة متنامية تساهم بصورة قوية في تشكيل آرائهم ومواقفهم وقناعاتهم وتشبع دوافعهم المعرفية (الدبيسي؛ الطاهات، ٢٠١٣م).

فقد تبين أن أغلب الطلاب يقضون ما بين نصف ساعة إلى ساعتين في تصفح وسائل الإعلام الجديد يومياً، وأن معظمهم يستخدم «اللاب توب» والكمبيوتر الشخصي وجهاز «Ipad» وأجهزة «Galaxy» في الدخول إلى الانترنت ومن ثم إلى وسائل

الإعلام الجديدة، وأن دخولهم إلى مواقع التواصل الاجتماعي يتم من خلال حساباتهم الخاصة على هذه المواقع حيث يمتلك معظمهم حسابات في موقع «تويتر twitter» وموقع «يوتيوب you tube» وموقع «فيس بوك face book»، كما أظهرت الدراسة (دراسة العنزي، ١٤٣٤هـ) أيضا أن موقع «تويتر Twitter» يأتي في مقدمة المواقع والخدمات الإلكترونية من حيث أهمية وكثافة الاستخدام في الحصول على المعلومات السياسية، تليه «مواقع الصحف الإلكترونية»، ثم «منتديات الإنترنت» (العنزي؛ ١٤٣٤هـ).

هذه مواصفات الإعلام الحديث في الوقت الذي لازال الإعلام الجامعي في جامعة الملك خالد يشتمل على كافة مستويات أدائه، ولازال إعلام يختزل دورة في الاقتصاد على مطبوعة ورقية، لم يعد لها تأثير كما هو الحال مع الإعلام الجديد؛ لذا لا بد من التحرك السريع من أجل صناعة إعلام جامعي يؤدي دورة ورسالته بصورة قوية و مؤثرة من خلال التحول الجذري نحو معايير الجودة في غاياته ورسالته وأهدافه ومن خلال مواكبة لمعايير الإعلام الحديث سواء كان التحول على مستوى البحث أو الإعداد أو الدراسة أو المضمون التنافسي أو كان على مستوى اختيار الكوادر نحو التطوير أو هذا الاتجاه (الشمسي، ٢٠٠٣م). وهذا ما نتطلع إليه من خلال هذه الدراسة.

مشكلة الدراسة:

في ظل التحولات السريعة والمتنامية للإعلام الجديد، و التي يصفها (الشمسي، ٢٠١٤م) بالتطورات السريعة والمتلاحقة في أدوات الإعلام الجديد ووسائطه. وبما أن هذا الإعلام أصبح جذابا ومقنعا في تأثيره على كافة شرائح المجتمع، فكرا وثقافة وأسلوب حياة، هذا التأثير في الفكر والثقافة ونمط السلوك هو من أهم أدوار وممارسات الإعلام الجامعي كما ذكرت (فضلون، ٢٠١٤م)، وهي أدوار في الواقع لا حضور لها. وبالتالي أصبح على الإعلام الجامعي المواكبة لتسارعات الإعلام الحديث وذلك من خلال تطبيق معايير الجودة في كافة خدماته الإعلامية وكافة ممارساته سواء داخل الجامعة أم خارجها. لذا جاءت الدراسة لكي تتلمس مدى تحقيق إدارة الإعلام بجامعة الملك خالد لمعيار الرسالة.

سؤال الدراسة:

- ما مدى تحقيق إدارة الإعلام الجامعي لمعيار الرسالة بجامعة الملك خالد من وجهة نظر منسوبي إدارة الإعلام الجامعي؟

هدف الدراسة:

١- التعرف على مدى تحقيق إدارة الإعلام الجامعي لمعيار الرسالة بجامعة الملك خالد من وجهة نظر منسوبي إدارة الإعلام الجامعي.

أهمية الدراسة:

سوف تساعد هذه الدراسة الجامعات وإدارات الإعلام الجامعي على تطوير الخدمات الإعلامية وفق معيار الرسالة والغايات والأهداف كأحد معايير الهيئة الوطنية للتقويم والاعتماد الأكاديمي.

المفاهيم الأساسية للدراسة:

١- الهيئة الوطنية للتقويم والاعتماد الأكاديمي: وهي الجهة المكلفة بوضع معايير ضمان الجودة والاعتماد الأكاديمي في كافة أنشطة التعليم العالي بالمملكة العربية السعودية (وثيقة الهيئة الوطنية للتقويم والاعتماد الأكاديمي، ١٤٣٣هـ).

٢- الجودة: وتعني الوفاء بمتطلبات المستفيد وتجاوزها (الراشد، ١٤٣٢هـ).

٣- الرسالة: هي مجموعة الخطوات والإجراءات التي تتخذها المؤسسة لتحقيق رؤيتها.

حدود الدراسة:

١- الحدود الموضوعية: مدى تحقيق إدارة الإعلام لمعيار الرسالة بجامعة الملك خالد من وجهة نظر منسوبي إدارة الإعلام الجامعي

٢- الحدود الزمانية: الفصل الدراسي الأول من ١٤٣٦-١٤٣٧هـ

٣- الحدود المكانية: جامعة الملك خالد بآبها

٤- الحدود البشرية: منسوبي إدارة الإعلام الجامعي بجامعة الملك خالد بآبها

منهج الدراسة:

تطبق الدراسة الحالية المنهج الوصفي، وهو الملائم لطبيعتها لأنه يعتمد على دراسة الواقع الظاهر، ويهتم بوصفه وصفاً دقيقاً، ويعبر عنها كذلك تعبيراً كمياً وكيفياً، فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهر ويوضح خصائصه، بينما يعطينا التعبير الكمي وصفاً يوضح مقدار هذه الظاهرة وحجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى.

مجتمع الدراسة:

وشمل منسوبي إدارة الإعلام بجامعة الملك خالد بأبها، وبلغ عددهم (٣٥) فرداً. تم توزيع (٣٣) استبانة عليهم، حيث بلغ عدد الإستبانات المعادة (٣٠) استبانته.

أداة الدراسة:

بما أن الدراسة تتعلق بمتطلبات تطبيق معايير الهيئة الوطنية للتقويم والاعتماد الأكاديمي في إدارة الإعلام بجامعة الملك خالد (المعيار والرسالة والغايات والأهداف)، فقد تم استخدام الإستبانة كأداة مساعدة في تحقيق أهداف الدراسة، وتكونت من (٢٥) فقرة في صورتها النهائية، حيث وضع لكل فقرة ثلاثة تقديرات لدرجة الأداء، موافق، غير موافق، أحيانا على التوالي ووزعت المهارات على ثلاثة أبعاد.

جدول (١)

توزيع فقرات استبانة مقياس واقع تحقيق إدارة الإعلام الجامعي لمعيار رسالة الجامعة بجامعة الملك خالد

م	المحور	الفقرات
١	مناسبة الرسالة	١ - ٥
٢	صياغة الرسالة	٦ - ١٠
٣	وضع الرسالة ومراجعتها	١١ - ١٥
٤	استخدام الرسالة	١٦ - ٢٠
٥	العلاقة بين الرسالة، والغايات، والأهداف	٢١ - ٢٥

نتائج السؤال الأول:

ينص السؤال الأول على: مدى تحقيق إدارة الإعلام الجامعي لمعيار الرسالة بجامعة الملك خالد من وجهة نظر منسوبي إدارة الإعلام الجامعي؟ وللإجابة عن هذا السؤال قام الباحث بحساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارة محاور الإستبانة

جدول رقم (٢)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات محور مناسبة رسالة البرنامج الإعلامي

م	العبرة	ك	درجة الأداء			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
			لا	أحيانا	نعم			
١	تتفق رسالة إدارة الإعلام مع رسالة الجامعة	ك	١٦	٢	١٢	١,٨٦	٠,٩٧	٣
		%	٥٣,٣	٦,٧	٤٠			
٢	تحدد رسالة إدارة الإعلام اتجاهات تطويرها.	ك	١٤	٧	٩	١,٨٣	٠,٨٧	٤
		%	٤٦,٧	٢٣,٣	٣٠			
٣	نحدد الرسالة احتياجات الطلبة في الجامعة	ك	٩	٤	١٧	٢,٢٦	٠,٩٠	٢
		%	٣٠	١٣,٣	٣٠			
٤	تتوافق الرسالة مع المعتقدات والقائم الإسلامية.	ك	١	٠	٢٩	٢,٩٣	٠,٣٦	١
		%	٣,٣	٠	٩٦,٧			
٥	صاحب الرسالة بيان يوضح للمستفيدين مدى مناسبتها	ك	٢٤	٠	٦	١,٤٠	٠,٨١	٥
		%	٨٠	٠	٢٠			
			الدرجة الكلية للمحور			٢,٠٥٦	٣,٠٥	

يتضح من خلال جدول رقم (٢) أن الدرجة الكلية للمحور تقع في نطاق الوزن النسبي "أحيانا" مما يدل على الموافقة عليه بدرجة متوسطة. كما جاءت العبارة رقم (٤) وهي " تتوافق الرسالة مع المعتقدات والقيم الإسلامية " هي العبارة الوحيدة الواقعة في نطاق الوزن النسبي "تعم" مما يدل على الموافقة عليها بدرجة كبيرة، بينما جاءت العبارة رقم (٥) وهي " صاحب الرسالة بيان يوضح للمستفيدين مدى مناسبتها" هي العبارة الوحيدة الواقعة في نطاق الوزن النسبي "لا" مما يدل على عدم الموافقة عليها. العبارات أرقام (١)، (٢)، (٣) الواقعة في نطاق الوزن النسبي "أحيانا" مما يدل على الموافقة عليها بدرجة متوسطة.

جدول رقم (٣)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارة محور صياغة رسالة البرنامج الإعلامي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الأداء			ك	العبارة	م
			لا	أحيانا	نعم			
١	٠,٨١	٢,٤٠	٦	٦	١٨	ك	تم صياغة الرسالة بشكل يساعد في توجيه عمليات صنع القرار.	١
			٢٠	٢٠	٦٠	%		
٣	٠,٩٨	١,٧٣	١٩	٠	١١	ك	تم صياغة الرسالة للاختيار بين استراتيجيات التخطيط البديلة	٢
			٦٣,٣	٠	٣٦,٧	%		
٢	١	١,٨٦	١٧	٠	١٣	ك	يمكن تحقيق الرسالة في حدود الموارد المتاحة	٣
			٥٦,٧	٠	٤٣,٣	%		
٤	٠,٨٩	١,٥٦	٢١	١	٨	ك	تمثل الرسالة مرجعاً لتقويم التقدم نحو تحقيق غايات إدارة الإعلام.	٤
			٧٠	٣,٣	٢٦,٧	%		

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الأداء			ك	العبارة	م
			لا	أحيانا	نعم			
٢	١	١,٨٦	١٧	٠	١٣	ك	تمثل الرسالة مرجعا لتقويم التقدم نحو تحقيق أهداف إدارة الإعلام	٥
			٥٦,٧	٠	٤٣,٣	%		
			الدرجة الكلية للمحور					
			٤,٢٢	١,٨٨				

يتضح من خلال جدول رقم (٣) أن الدرجة الكلية للمحور تقع نطاق الوزن النسبي "أحيانا" مما يدل على الموافقة عليه بدرجة متوسطة. جاءت العبارة رقم (١) وهى " تم صياغة الرسالة بشكل يساعد في توجيه عمليات صنع القرار " هي العبارة الوحيدة الواقعة في نطاق الوزن النسبي "نعم" مما يدل على الموافقة عليها بدرجة كبيرة، بينما جاءت العبارة رقم (٤) وهى " تمثل الرسالة مرجعا لتقويم التقدم نحو تحقيق غايات إدارة الإعلام " هي العبارة الوحيدة الواقعة في نطاق الوزن النسبي "لا" مما يدل على عدم الموافقة عليها. العبارات أرقام (٢)، (٣)، (٥) الواقعة في نطاق الوزن النسبي "أحيانا" مما يدل على الموافقة عليها بدرجة متوسطة.

جدول رقم (٤)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارة محور وضع الرسالة ومراجعتها

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الأداء			ك	العبارة	م
			لا	أحيانا	نعم			
٣	٠,٩٩	١,٨٠	١٨	٠	١٢	ك	تم وضع الرسالة بالتشاور مع المستفيدين الأساسيين ذوي العلاقة بإدارة الإعلام.	١
			٦٠	٠	٤٠	%		
٥	٠,٦٩	١,٢٦	٢٦	٠	٤	ك	تم وضع الرسالة بدعم من المستفيدين الأساسيين بإدارة	٢
			٨٦,٧	٠	١٣,٣	%		

م	العبارة	ك	درجة الأداء			الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
			لا	أحيانا	نعم			
	الإعلام							
٣	تم اعتماد رسالة إدارة الإعلام رسمياً من قبل إدارة جامعة الملك خالد	ك	٣	٠	٢٧	١	٠,٦١	٢,٨٠
		%	١٠	٠	٩٠			
٤	تراجع الرسالة بشكل دوري حسب الظروف المتاحة	ك	١٩	٣	٨	٤	٠,٨٨	١,٦٣
		%	٦٣,٣	١٠	٢٦,٧			
٥	تم التعريف برسالة إدارة الإعلام بين منسوبي الجامعة.	ك	١٦	٠	١٤	٢	١	١,٩٣
		%	٥٣,٣	٠	٤٦,٧			
			الدرجة الكلية للمحور			٣,٣٩	١,٨٨	

يتضح من خلال جدول رقم (٤) أن الدرجة الكلية للمحور تقع نطاق الوزن النسبي "أحيانا" مما يدل على الموافقة عليه بدرجة متوسطة. جاءت العبارة رقم (٣) وهي "تم اعتماد رسالة إدارة الإعلام رسمياً من قبل إدارة جامعة الملك خالد" هي العبارة الوحيدة الواقعة في نطاق الوزن النسبي "نعم" مما يدل على الموافقة عليها بدرجة كبيرة، بينما العبارتان رقمي (٤)، (٥) هما العبارتان الوحيدتان الواقعتان في نطاق الوزن النسبي "لا" مما يدل على عدم الموافقة عليهما. العبارتان رقمي (١)، (٢) هما العبارتان الوحيدتان الواقعتان في نطاق الوزن النسبي "أحيانا" مما يدل على الموافقة عليهما بدرجة متوسطة.

جدول رقم (٥)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات محور استخدام الرسالة

م	العبارة	ك	درجة الأداء			الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
			لا	أحيانا	نعم			
١	تستخدم الرسالة أساساً للتخطيط الإستراتيجي	ك	١٢	١	١٧	٢	٠,٩٨	٢,١٦
		%	٤٠	٣,٣	٥٦,٧			

م	العبرة	ك	درجة الأداء			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الترتيب
			لا	أحيانا	نعم			
٢	تم إعلان الرسالة بشكل واسع بين ذوي العلاقة في إدارة الإعلام بالجامعة	ك	١٩	٠	١١	٠,٩٨	١,٧٣	٤
		%	٦٣,٣	٠	٣٦,٧			
٣	تم اتخاذ الإجراءات اللازمة لضمان إمام هيئة التدريس والموظفين والطلبة بالرسالة	ك	١٢	٠	١٨	٠,٩٩	٢,٢٠	١
		%	١٢	٠	٦٠			
٤	تستخدم الرسالة أساسا في توزيع الموارد	ك	١٤	٥	١١	٠,٩٢	١,٩٠	٥
		%	٤٦,٧	١٦,٧	٣٦,٧			
٥	تستخدم الرسالة أساسا في توجيه قرارات المشاريع والمقترحات	ك	١١	٤	١٥	٠,٩٣	٢,١٣	٣
		%	٣٦,٧	١٣,٣	٥٠			
الدرجة الكلية للمحور			٤,٤٩	٢,٠٢٦				

يتضح من خلال جدول رقم (٥) أن الدرجة الكلية للمحور تقع نطاق الوزن النسبي "أحيانا" مما يدل على الموافقة عليه بدرجة متوسطة. جميع العبارات تقع في نطاق الوزن النسبي "أحيانا" مما يدل على الموافقة عليها جميعها بدرجة متوسطة.

جدول رقم (٦)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات محور العلاقة بين الرسالة، والغايات، والأهداف

م	العبرة	ك	درجة الأداء			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الترتيب
			لا	أحيانا	نعم			
١	تتفق غايات تطوير إدارة الإعلام مع رسالة الجامعة.	ك	٨	٠	٢٢	٠,٨٩	٢,٤٦	١
		%	٢٦,٧	٠	٧٣,٣			

م	العبرة	ك %	درجة الأداء			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
			لا	أحيانا	نعم			
٢	تم صياغة غايات إدارة الإعلام بوضوح	ك	١٤	٠	١٦	٢,٠٦	١	٤
		%	٤٦,٧	٠	٥٣,٣			
٣	يتم استخدام غايات إدارة الإعلام في عمليات التخطيط.	ك	١٤	٧	٩	١,٨٣	٠,٨٧	٥
		%	٤٦,٧	٢٣,٣	٣٠			
٤	يتم مراجعة الغايات التطويرية لإدارة الإعلام بشكل دوري لضمان استمرار مناسبتها لرسالة الجامعة.	ك	١٢	١	١٧	٢,١٦	٠,٩٨	٣
		%	٤٠	٣,٣	٥٦,٧			
٥	تقترن الأهداف الرئيسية لإدارة الإعلام بمؤشرات محددة وواضحة وقابلة للقياس	ك	١١	٠	١٩	٢,٢٦	٠,٩٨	٢
		%	٣٦,٧	٠	٦٣,٣			
			الدرجة الكلية للمحور			٢,١٦	٤,٣٤	

يتضح من خلال جدول رقم (٦) أن الدرجة الكلية للمحور تقع في نطاق الوزن النسبي "أحيانا" مما يدل على الموافقة عليه بدرجة متوسطة. جاءت العبارة رقم (١) وهي " تتفق غايات تطوير إدارة الإعلام مع رسالة الجامعة " هي العبارة الوحيدة الواقعة في نطاق الوزن النسبي "نعم" مما يدل على الموافقة عليها بدرجة كبيرة. جاءت باقي العبارات تقع في نطاق الوزن النسبي "أحيانا" مما يدل على الموافقة عليها بدرجة متوسطة.

ويمكن أن يتم عزو هذه النتائج إلى أن إدارة الإعلام الجامعي بجامعة الملك خالد بحاجة إلى تطوير وتوفير المزيد من التجهيزات والإمكانيات المادية من جهة، وتدعيم بعناصر الخبرة والمهارة من جهة أخرى، مع ضرورة توفير مساحة كافية من الحرية لهم، ولعل ذلك يمكن أن يسهم بصورة كبيرة في رفع مستوى أداء إدارة الإعلام الجامعي بجامعة الملك خالد وفق معيار الرسالة.

التوصيات:

توصي الدراسة في ضوء نتائجها بعض الآليات المقترحة لتحقيق إدارة الإعلام الجامعي لمعايير الهيئة الوطنية للتقويم والاعتماد الأكاديمي في ضوء معيار الرسالة والرؤية والأهداف بجامعة الملك خالد بما يلي:

- (١) إدارة الإعلام وصناع القرار في جامعة الملك خالد بضرورة مراجعة الرسالة الإعلامية بحيث تحدد احتياجات المستفيدين وتحدد الاتجاهات التطويرية للإدارة وأن يتم تعريف منسوبي الجامعة بها.
 - (٢) تفعيل غايات إدارة الإعلام بجامعة الملك خالد في عملية التخطيط الإعلامي للإدارة.
 - (٣) أن يتم تضمين الأهداف الرئيسية لإدارة الإعلام بمؤشرات واضحة ومحددة وقابلة للقياس.
 - (٤) أن يتم استخدام غايات إدارة الإعلام في عمليات التخطيط بشكل دقيق.
 - (٥) تم وضع الرسالة بدعم من المستفيدين الأساسيين بإدارة الإعلام.
- المقترحات:

- (١) إجراء دراسة أخرى عن واقع تحقيق إدارة الإعلام الجامعي بجامعة الملك خالد لمعايير الأهداف؟
- (٢) إجراء دراسة عن واقع أداء تحقيق إدارة الإعلام الجامعي بجامعة الملك خالد لمعايير الرؤية والرسالة والأهداف من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس.
- (٣) إجراء دراسة عن واقع أداء تحقيق إدارة الإعلام الجامعي بجامعة الملك خالد لمعايير الرؤية والرسالة والأهداف من وجهة نظر أعضاء الطلاب.
- (٤) إجراء تصور مقترح لتطوير أداء إدارة الإعلام الجامعي بجامعة الملك خالد وفق معايير الرؤية والرسالة والأهداف.

المراجع

- الحمود، عبد الله ناصر وآخرون. (١٤٣٣هـ). اتجاهات الجهود الإعلامية لجامعة الملك خالد والنقد الإعلامي الموجه لها، جامعة الملك خالد، أبها
- الدبيسي، عبد الكريم علي؛ الطاهات، زهير ياسين. (٢٠١٣م). دور شبكات التواصل الإعلامي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، الأردن، المجلد ٤٠، العدد ١، ص ٦٦-٦٧

- الراشد، محمد عبد العزيز.(٥١٤٣٢). إدارة الجودة الشاملة، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، مجلد ١٧، عدد ٢.
- الشامي، عبد الرحمن محمد سعيد. (٢٠١٤م). الإعلام الجديد والإعلام القديم التحديات والفرص، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، صنعاء.
- الشمسي، إبراهيم احمد.(٢٠٠٣م). الجودة النوعية لبرامج الإعلام الأمني العربي، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
- العززي، لمياء حمدان. (١٤٣٤هـ). دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الثقافة السياسية للشباب. جامعة الملك سعود، الرياض
- القحطاني، سالم محمد.(١٤٢٨هـ). معوقات تطبيق إدارة الجودة الشاملة في مجال العمل الإعلامي الأمني، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
- المالكي، صالح حسين.(٥١٤٣٤). أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على المؤسسات الإعلامية، رسالة ماجستير، جامعة الملك عبد العزيز، جدة.
- الهيئة الوطنية للتقويم والاعتماد الأكاديمي. (١٤٣٣هـ). معايير ضمان الجودة والاعتماد لمؤسسات التعليم العالي. الرياض، ص ٩٢-٩٥
- جامعة الملك خالد. (١٤٣٣هـ). الإستراتيجية الإعلامية الاتصالية لجامعة الملك خالد. المركز الإعلامي، أبها.
- فضلون، زهرة. (٢٠١٤م). دور الإعلام الجامعي في التوجيه الأكاديمي والمهني للموارد البشرية المتعلمة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد ١٧، الجزائر.
- لحر، عباس.(٢٠٠٧م). تكنولوجيا الإعلام والاتصال وملامح الاقتصاد الجديد، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر.
- نصر، حسني محمد. (٢٠٠٦م). الإعلام التربوي الإلكتروني الواقع وأفاق التطوير، مجلة التطوير التربوي، عمان، عدد ٣١.