الإعلام الجامعي ودوره في تعزيز اللغة العربية لدى الطلبة

ورقة عمل مقدمة الى المؤتمر الدولي الثامن للغة العربية

دبي (10–13) إبريل 2019م

أ. عامر محمد الضبياني[1]

aameraldbyani@gmail.com

الملخص:

هدفت الدراسة الى التعرف على دور الإعلام الجامعي في تعزيز اللغة العربية لدى الطلبة، من خلال المحاولة الجادة لتقديم خلفية نظرية عن الإعلام الجامعي وماهيته ودوره في تعزيز اللغة العربية لدى طلبة الجامعة.

ولتحقيق ذلك اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي الكيفي كونه الأنسب لمثل هذه الدراسات، كما اعتمد الباحث على الملاحظة كأداة لجمع المعلومات وتنظيمها بهدف تفسيرها ومقارنتها والحكم عليها.

وفي ضوء ذلك توصلت الدراسة الى مجموعة من الاستنتاجات أهمها:

1- يدعو الإعلام الجامعي باعتباره مستوى متقدم من مستويات الإعلام التربوي، إلى إتقان اللغة العربية والحفاظ عليها.

2- يهدف الإعلام الجامعي الى تعزيز مكانتها في نفوس الطلبة والاعتزاز بها وافساح المجال للدفاع عنها.

3- يسهم الإعلام الجامعي في تعزيز اللغة العربية ونشر الوعي اللغوي واللغة العربية الفصحى لدى الطلبة بهدف الارتقاء بالعامية لديهم.

4- تعد الصحافة الجامعية بأنواعها، والمسرح الجامعي والإذاعة التعليمية من أهم وسائل الإعلام الجامعي التي تسهم في تنمية المهارات اللغوية لدى الطلبة وزيادة الثروة اللغوية والفكرية لديهم.

5- يمكن للإعلام الجامعي بوسائله المختلفة أن يكون بمثابة الدرس التطبيقي في التعامل مع اللغة العربية، توظيفًا، ونطقًا، وإبداعًا، وإحياءً أو تجديدًا.

---

[1] مدير إدارة الأنشطة الطلابية بكلية التربية بجامعة ذمار ورئيس المنظمة اليمنية للدراسات والتنمية

المقدمة:

تعد اللغة سمة من سمات الإنسان التي بها يتميّز دون غيره من الكائنات الأخرى، وبها تمايزت المجتمعات البشرية وتواصلت، وتتعاظم وظيفتها وأهميتها يوماً بعد يوم مع التقدم البشري في الحضارة المعاصرة، حتى أضحى دورها يفوق كل دور جوهري كان لها في السابق.

واللغة العربية هي لغة القرآن الكريم، والاهتمام بها هو اهتمام بالقرآن الكريم الذي يهذب العربية ألفاظا وأغراضا وعبارات وأفكار، وتمكنت بفضل خصائصها أن تصبح لغة الإعلام اليوم باستعمالها أداةً للتبليغ عبر مختلف القنوات الإعلامية المكتوبة منها والمرئية والمسموعة على حد سواء، مع الإشارة إلى دورها الإيجابي الذي أدته وسائل الإعلام في تقريب الهوة بين العامية والفصحى (شحرور، 2011)،

ولما كان الإعلام الوسيلة الأهم فعالية في تربية الجيل حيث يقضي الإنسان ساعات مستمعا ومشاهدا ما يعرض من برامج تلفازية، أو مصغيا إلي ما يقدم من برامج لإذاعية، أو قارئا ما يكتب في الصحف والمجلات – فإن الدور التوجيهي للإعلام أصبح أشد تأثيرا من الدور التوجيهي للمؤسسات التعليمية في بعض الأحيان، مما دفع الباحثين إلي القول إن الإعلام هو المنهج التربوي الأول والمدرسة او الجامعة هي المنهج التربوي الثاني.

لذلك أكدت العديد من الدراسات التي أجريت على تأثير وسائل الإعلام على اللغة، ولعل الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام لم يعد محل شك وأثرها أكان إيجابيًا أم سلبيًا على الجماهير أصبح حقيقة راسخة ومن ثم فإن دورها في الحفاظ على اللغة وزرع المفاهيم اللغوية الصحيحة في عقول الجماهير وقلوبهم يصبح أمرًا مؤكدًا بحسب الباحثين والمتخصصين في الشأن.

مشكلة الدراسة:

يشكل الإعلام الجامعي جانباً مهماً من المجالات التي تحظى باهتمام كبير في التعليم الجامعي؛ وذلك للدور الكبير الذي يلعبه في تكوين شخصية الطالب

الجامعي بجوانبها المختلفة العقلية والنفسية والاجتماعية، وتحسين مستوى التحصيل الدراسي للطلبة وتنمية مهاراتهم وقدراتهم.

ولعل أهم الأسباب التي تقف وراء إضعاف اللغة العربية لدى شباب الأمة العربية هي التربية، والتي من أهم وسائلها الإعلام الذي صار غير قادر على تأدية مهامه التربوية نحو اللغة العربية، بل أن كثيراً من الشباب لا يحسنون التحدث بالعربية ولا حتى الكتابة، مما استدعى ضرورة وجود إعلام تربوي يقوم بدور مهم في اكتساب اللغة العربية والحفاظ عليها.

وجاءت هذه الدراسة للوقوف على دور الإعلام الجامعي في تعزيز اللغة العربية لدى طلبة الجامعة باعتباره مستوى من مستويات الإعلام التربوي المتقدم.

المبحث الأول

(ماهية الإعلام الجامعي)

يعد الإعلام الجامعي أحد أهم أشكال وتطبيقات الإعلام التربوي المتقدم، كما يعد جزءاً لا يتجزأ من الإعلام التربوي بكل قنواته ووسائله وأهدافه، وتبرز مهمة الإعلام الجامعي الرئيسية في نقل رسالة الجامعة بما يعزز وظائف الجامعة ويحقق أهدافها (الضبياني، 2018)؛ ويمكن تناول ماهية الإعلام الجامعي على النحو الآتي:

اولا: نشأة الإعلام الجامعي.

يعد ظهور الإعلام المتخصص ونموه وازدهاره في أي مجتمع دليلاً قوياً على تقدم هذا المجتمع ورقيه، فحين يتجه أي مجتمع تجاه التخصص الدقيق بين أفراده ينجم عنه أتساع المعارف العلمية والثقافية وتعددها، وهو ما يمثل سمة أساسية للتقدم، والجامعات باعتبارها العمود الفقري لتطوير المجتمع ونموه، لاسيما في العصر الحديث، إذ 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 المسئولين لدعمها وتمويلها (دراغمة، 2011)

ثانيا: مفهوم الإعلام الجامعي.

رغم الممارسة الإعلامية لمفهوم الإعلام الجامعي واستعماله من قبل عدد من الباحثين والجامعات العربية، إلا أنه لا يوجد حتى الآن له أي تعريف واضح ودقيق، إذ يعرفه (زريزرب وآخرون، 2011) بأنه: "ذلك الإعلام الذي يختص بتزويد الجمهور بمختلف الرسائل الثقافية، وتسويق النشاطات الجامعية في وسائل الإعلام لإشاعة نمط غير محدد من الثقافة المنوعة التي تستدعى 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".

ويعرفه (الموسوي وآخرون، 2012) 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 المصداقية والتميز والتطوير المستمر والانفتاح على المجتمع على المستويات الداخلية والخارجية".

ومما سبق يمكن تعريف الإعلام الجامعي بأنه ذلك الإعلام المتخصص الهادف إلى توظيف وسائل الإعلام المختلفة التوظيف الأمثل بما يسهم في تعزيز وظائف الجامعة ونقل رسالتها وتحقيق أهدافها.

ثالثا: أهمية الإعلام الجامعي.

الإعلام الجامعي لأي جامعة هو نافذتها علي 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 أخرى (الموسوي وأخرون، 2012).

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 والاتصالي (زريزرب، 2011)

كما يرى (دحمري، 2014) بأن الإعلام الجامعي هو شريان العملية التعليمية والتنظيمية في الجامعة. ويعده (فضلون، 2014) أحد أهم التحديات الكبرى التي تواجه منظومة التعليم العالي، وذلك لما له من الأهمية في تغيير الافكار 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.

رابعا: أهداف الإعلام الجامعي.

يهدف الإعلام الجامعي فيما أشار إليه (أحمد، 2013) بالآتي:

1- ترسيخ تقاليد العمل الإعلامي المستقل المتطور والمبدع والنموذج في الأوساط العلمية والجماهيرية.

2- تطوير الأساليب والأدوات وتنويع المصادر والوسائل.

3- توضيح استراتيجية وأهداف الجامعة وتعريف الجمهور بروادها وعكس الصورة المشرقة لكلياتها واقسامها.

4- ترويج الافكار والمشاريع الإعلامية التي تصب في خدمة الجامعة ومنتسبيها والمجتمع.

5- مد جسور التعاون بين الجامعة والمؤسسات التعليمية والإعلامية بغية تحقيق الاستفادة المتبادلة.

خامسا: مقومات الإعلام الجامعي.

اعتماداً على القراءة المعمقة للكثير من الكتابات والدراسات المتعلقة بالإعلام الجامعي، واستناداً إلى المتابعة الدقيقة ولفترة زمنية طويلة للممارسة الإعلامية في

مجال التعليم العالي، وتأسيساً على خبرة الباحث الشخصية في العمل الإعلامي، وفي مجال البحث العلمي والإدارة التعليمية وخصوصا في الإعلام الجامعي، سوف نجتهد في تحديد مقومات الإعلام الجامعي بصفته مجالاً إعلامياً متميزاً، وذلك على النحو الآتي:

1- المجال المتميز:

لم يعد مقبولاً من الجامعات أن تبقى في أبراج عاجية داخل أسوارها في معزل عن مجتمعاتها التي وجدت فيها، ولا يتصور أن يقتصر دورها في مجتمعاتها على توفير البرامج التعليمية في التخصصات التي تقدمها كلياتها ومعاهدها، حيث يحتاج جماهير الجامعات إلى الاطلاع على رسالتها، وأدوارها، وعلى سياسات التعليم العالي وأهمية الأبحاث والدور الذي تقوم به في الإعداد والتأهيل للكوادر البشرية (درة والمجالي، 2010)

2- الموضوع المتميز:

يعد موضوع التعليم العالي والبحث العلمي واحداً من المقومات الأساسية للإعلام الجامعي، حيث يتميز الموضوع الجامعي بتنوع وظائفه وتعدد مجالاته والذي لا يمكن معالجة هذا النوع من الإعلام إلا في السياق نفسه بسبب صعوبته وتشابكه مع مجالات الحياة الأخرى التي فرضت أقصى درجات من الحيطة والحذر، والأمانة العلمية والمهنية (عباس، 2014)

3- الحدث المتميز:

يأخذ الحدث الجامعي مميزاته من خصائص المجال والموضوع نفسه، حيث يعد الحدث الجامعي متنوع، ويغطي جميع جوانب مجال التعليم العالي والبحث العلمي ووظائف الجامعات من تعليم وبحث علمي وخدمة مجتمع.

4- المصادر المتميزة:

تتنوع مصادر الإعلام الجامعي بقدر تنوع المجال والموضوع والحدث والتي غالبا ما تكون من الهيئات والمؤسسات الرسمية والغير رسمية، ومراكز البحوث العلمية المتخصصة، والنشرات والتقارير والدوريات والمواقع الإلكترونية والمصادر

الإعلامية العامة والخاصة (وكالات أنباء، وصحف ومجلات، وإذاعات ومحطات تلفزيونية) وأكاديميين وباحثين وطلبة.

5- الجمهور المتميز:

يتوجه الإعلام الجامعي أساساً إلى جمهور نوعي يشكل همزة الوصل بين العلماء والباحثين (أحمد، 2013)، ويتميز جمهور الجامعات بأنه جمهور يمكن تحديد فئاته والاتصال به بسهولة (أبو أصبع، 1999)، وهذا الجمهور المتميز يكسب الإعلام الجامعي أهمية قصوى في ثبات واستمرارية النشاط وتحقيق ولائه للوسيلة والهدف (عجوة وآخرون، 1989).

6- الكادر الإعلامي المتميز:

الإعلام علم كسائر العلوم له نظرياته ونماذجه ومفاهيمه ومناهجه وأدواته، كما انه كسائر المهن الاخرى له سمات وخصائص معينة، ألا إنه يتميز عنها بأنه شديد التأثر بالتقدم التكنولوجي، ويتطلب من القائمين بالاتصال (المؤهل العلمي والخبرة المناسبة) في مجال التخصص، لاسيما بعد ما أصبح الإعلام المتخصص هو سمة العصر (إبراهيم، 2001).

المبحث الثاني

(وظائف الإعلام الجامعي ووسائله)

اولا: وظائف الإعلام الجامعي.

تنبثق بطبيعة الحال وظائف الإعلام الجامعي من وظائف الإعلام بشكل عام، وان كانت وظائف الإعلام الجامعي أكثر تنوعاً واختلافاً، حيث يرى (أحمد، 2013) أن الإعلام الجامعي جزء لا يتجزأ من هيكل الإعلام بكل قنواته ووسائله وتوجهاته، إلا إنه يعنى بمحاورة نخبة المجتمع وصفوته من أكاديميين وباحثين ومثقفين وطلبة للتعبير عنهم وعن قضاياهم وطموحاتهم.

فيما حدد (عبدالرزاق والساموك، 2011) وظائف الإعلام الجامعي في تسويق الثقافة الجامعية الرصينة وتقديم الصورة الحقيقية للواقع البحث والتعليمي للجامعات.

ويفصل (الضبياني، 2017) وظائف الإعلام الجامعي قياساً إلى وظائف الإعلام بشكل عام الى ست وظائف هي:

1- الإعلام والإخبار: ويقصد بوظيفة الإعلام والإخبار تزويد الجماهير الداخلية والخارجية بالأخبار، ويؤدي الإعلام الجامعي وظيفته هذه من خلال تزويد جماهيره الداخلية والخارجية بالأخبار والمعلومات عن الجامعة او كل هو متعلق بها وبميادين العلم والمعرفة.

2- التوجيه والإرشاد: حيث تعد أجهزة الإعلام بمثابة المعلم أو الرائد الذي يأخذ بيد كل الجماهير ويساعدهم على حسم الأمور، وللإعلام الجامعي الدور الكبير في توجيه وإعلام الطلبة بمختلف المعلومات التي قد يحتاجونها بغية تسهيل حياتهم الجامعية، وبلورة وتكوين رأي طلابي عام متقارب ومتجانس في الميول والأهداف، ويساعد على اكتشاف المواهب والقدرات لديهم، وتبصيرهم بقضايا المجتمع والإسهام الايجابي في المشروعات الوطنية التي تخدم البيئة المحلية.

3- التفاهم والتكامل: تعد مهمة شرح المعلومات وتفسيرها من المهام الرئيسية لأجهزة الإعلام، وللإعلام الجامعي دور كبير في توثيق علاقة الجامعة بالمجتمع لتحقيق التفاهم والتكامل فلا يمكن أن تعيش الجامعة منعزلة عن مجتمعها المحيط ولا أن تؤدي دورها في خدمة المجتمع إلا من خلال ذلك.

4- التوعية والتثقيف: تقع على الجامعة مسؤولية كبرى في حماية الطلاب من تأثيرات الغزو الفكري، والتأثير الثقافي، وذلك من خلال إكسابهم المعايير والقيم والمثل الخلقية، والقدوة الحسنة، وربط الطلاب بالثقافة السائدة في المجتمع وتعريفهم بتراث أمتهم مع بث روح التجديد والإبداع والتألق، تجاوبا مع المستجدات والمتغيرات الحضارية فيما لا يخالف الأسس والثوابت الإسلامية، وتكريس حب الوطن وأهمية الانتماء (التركي، 1985)، (شرادقة، 2016)

5- نشر المعرفة: وذلك من خلال نشر كل ما يخص الدراسات والبحوث، وإبراز الإنجازات العلمية والأدبية، وعرض المكتشفات العلمية الحديثة بأسلوب مناسب، وتسليط الضوء على التجارب العالمية الناجحة، وتقديم البرامج التعليمية

المناسبة وشرحها وتفسيرها ونشر المعرفة الإنسانية وتعميمها لما في ذلك تحسين مهارات الفرد وزيادة قدراته لموجهة المشكلات ومعالجتها، واحترام المنهج العلمي، وتعزيز حضوره في الحياة العامة.

6- الدعاية والإعلان: أصبحت العديد من الجامعات تعامل الطلبة وأولياء أمورهم كزبائن، من خلال تسويق خدماتها الجامعة بشكل أفضل، إذ إن هناك العديد من الدراسات التي أثبتت فعالية الجمهور الداخلي في تسويق المؤسسات.

ثانيا: وسائل الإعلام الجامعي.

أما وسائل الإعلام الجامعي فحددها (الضبياني، 2018) في الآتي:

1- البوابة الإلكترونية: تمثل البوابة الإلكترونية الرئيسية للجامعة الواجهة الإعلامية والمصدر الرئيس لصورة الجامعة ومكانتها. وتحتوي البوابة الإلكترونية على عدة نوافذ تغطي عدداً من الجوانب الإعلامية منها أرشيف الأخبار والملف الصحفي ومعرض الصور ومعرض بالإضافة إلى أرشيف الفعاليات والمناسبات.

2- مواقع التواصل الاجتماعي: تقوم الجامعات بإنشاء حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي لوحدات الجامعة الأكاديمية والإدارية مثل: (التوتير، الفيس بوك، الواتس آب، الانستجرام)، بهدف التواصل مع المجتمع الداخلي والخارجي لوحداتها المختلفة للتعريف بمستجدات كل وحدة ونشاطاتها وفعالياتها ومناسباتها ذات العلاقة.

3- الإذاعة الجامعية: يمكن تقديم الكثير من المواضيع الدراسية للمدرسين والطلبة في مؤسسات التعليم العالي عبر الإذاعة، كتدريس مقررات الادب واللغة والتربية وغيرها، وتدعيم كثير من الموضوعات العلمية الاخرى كالفيزياء والكيمياء والرياضيات والطب وغيرها عبر البرامج الاذاعية الهادفة.

4- الصحف الجامعية: وهي وسيلة إعلامية متخصصة توجه لجمهور معين، ووسيلة اتصال أساسية داخل المجتمع الجامعي والذي يمثل الطلبة الشريحة الاكبر فيه (معبد وأخرون، 2010)، وتهتم بدرجة كبيرة او بأخرى بالقطاعات الجامعية

المختلفة لتحقيق العلاقات التفاعلية بين اعضاء هذا المجتمع من جهة وبيتهم وبين المجتمع الخارجي من جهة أخرى (عبدالمجيد، 1999).

5- التلفزيون الجامعي: ويكثر استخدامه في الجامعات المختلفة بدول العالم كونه يحقق الكثير من الأهداف التربوية في مؤسسات التعليم العالي كتقديم المقررات الدراسية، حيث يمكن للمدرس تقديم محاضراته من الاستديو للمتعلمين في الأوقات التي لا يستطيع المدرس الجامعي سدها (الجملان، 1999) كما يحقق استخدام التلفزيون في الحقل التعليمي عدة أهداف أبرزها: مساعدة المؤسسات التعليمية في القيام بدورها التعليمي وتدعيم دور المدرسة والجامعة، والقيام ببعض المهام والمجالات التعليمية والتدريبية التي يتعذر على المدارس والجامعات القيام بها لقلة الإمكانيات.

6- **المدونات الالكترونية:** تمكنت المدارس والجامعات والمؤسسات التعليمية من إطلاق برامجها التعليمية والتدريبية عبر الأنترنت، والمدونات التعليمية عبارة عن صحيفة مصغرة يحررها مدون واحد أو أكثر على شبكة الويب، وتتألف من منشورات تعليمية منوعة أو باختصاص محدد يحتوي على مقالات وأبحاث ومنشورات ودراسات تكون مرتبة من الأحدث إلى الأقدم (منور، 2009).

7- الأنشطة الطلابية: وهي كل ما تقدمه الجامعة لطلابها من أنشطة ثقافية (علمية وفنية)، وأنشطة اجتماعية، ورياضية على مستوى الكليات وعلى مستوى الجامعة، وتشمل تلك الأنشطة: المسابقات والمحاضرات والندوات والدورات، ونادي الجوالة والرحلات ومشروع تشغيل الطلاب ومشروع التبرع بالدم والحفلات والمهرجانات والمعارض والمخيمات والمسارح الفنية وغيرها، بالإضافة إلى الأنشطة الرياضية المتنوعة (السبيعي، 2006).

المبحث الثالث

(دور الإعلام الجامعي في خدمة اللغة العربية)

تطورت صناعة الإعلام في العالم العربي تطورا متسارع الخطى بتأثير التطور العلمي للإعلام، ودخلت وسائل الإعلام من صحيفة، وإذاعة، وتلفاز كلّ

منزل، وخاطبت كلّ أفراد المجتمع بمختلف فئاتهم. واللغة العربية كذلك لم تعرف عبر تاريخها الطويل ما تعرفه اليوم من السرعة في النمو والتغير بحكم عوامل كثيرة، ونتيجة لأسباب متعددة، لعلّ أقواها تأثيرا، النفوذ الواسع الذي تملكه وتمارسه وسائل الإعلام، المقروءة، والمسموعة، والمرئية، والذي يبلغ الدرجة العليا في التأثير على المجتمع في ثقافته، ولغته، وذلك لما يعرفه هذا العصر من انفجار للمعرفة وثورة للمعلومات. (حكيم، 2011).

ومع تطور قنوات ووسائل الإعلام بشكل عام وتعدد مجالاتها واستخداماتها وتوفرها بين عامة الناس وسهول الوصول إليه، أصبح الحفاظ على دور اللغة العربية الفصحى بها عاملا صعبا لا يستهان به إطلاقا، خصوصا بعد ظهور شبكات ووسائل التواصل الاجتماعي والتكنلوجيا والتقنيات الحديثة بشكل كبير بين اهتمامات الأجيال المتتالية، فقد شكلت اللغة العامية المكسرة والمفردات الأعجمية الدخيلة حيزا كبيرا في نطاق منافذ الاستعمالات الإعلامية سواء أكانت المرئية أم المسموعة أم المقروءة، فلا ننكر هنا أن للغة العامية أهمية لدى بعض شرائح المجتمع غير المتعلمة في فهم ما تسير عليه مجريات أوضاع العالم، إلا أن ذلك يجب ألا يتجاوز نطاق المعقول خاصة إذا ما أخذنا بعين الاعتبار تفشي استخدامها بشكل قد يسبب في تراجع مستوى النهوض بقوام اللغة العربية الفصحى التي تعد لغة رسمية في مجال الاتصالات الدولية بالعالم العربي (الإسماعيلي، 2015).

ومن الأسس التي يقوم عليها الإعلام التربوي الذي يعد الإعلام الجامعي مستوى متقدم من مستوياته تتمثل في التأكيد على أن اللغة العربية هي الوعاء الرئيسي للخطاب الإعلامي التربوي ومستودع ثقافته، لذلك لا يغفل أحدا منا الدور الكبير الذي يلعبه هذا الإعلام في تعزيز اللغة العربية وخدمتها في المؤسسات التربوية والتعليمي.

اولا: دوره في نشر الفصحى والارتقاء بالعامية:

تتمتع اللغة العربية بميزات تجعلها جديرة بأن تكون لغة إعلام ويرى الدكتور "عبد العزيز شرف" أن اللغة العربية لغة إعلامية تقوم على نسق الفن الإعلامي

الحديث مؤكداً على الصفات التي ينبغي أن تتحلى بها لغة الإعلام ومنها البساطة والمرونة.

لهذا لعبت الإذاعة الصوتية دوراً إيجابياً في نشر الفصحى بين المستمعين العرب في كل مكان من الأرض العربية، كما استطاعت بعض برامج التلفزيون الموجهة إلى الأطفال الصغار تقريب الفصحى إلى ألسنتهم فيسرت عليهم التعامل بها فيما بينهم، (ابو الفتوح، 2000).

وهكذا نهضت وسائل الإعلام الجماهيري بمهمة تعميم اللغة العربية الفصحى لما لها من تأثير في التعبير والتوجيه والإقناع، وخاصة الوسائل المسموعة والمرئية التي تعتمد اللغة المنطوقة (شحرور، 2011)

ويضيف شحرور "على الرغم من هذا الدور الإيجابي الذي قامت به على مستوى الاستعمال اللغوي في أجهزة الإعلام فقد اعترضتها عوائق من أهمها: وجود الأمية بنسب مرتفعة في البلدان العربية وبأرقام مختلفة، ومحدودية توزيع الصحف والكتب وغيرها من الوسائل المكتوبة لجهل الكثيرين بالقراءة، ولضعف التغطية الإذاعية والإعلامية وعدم شموليتها بعض المناطق العربية والتي بدأت بالتراجع بعد انتشار الصحون اللاقطة."

ولابد للأجهزة الإعلامية أن تساهم في الارتقاء بمستوى اللهجات العامية التي تقدم بها البرامج بحيث تصبح الألفاظ الفصحى وتعبيراتها أكثر تداولاً على الألسنة تمهيداً لتعميم استعمال اللغة العربية الفصحى في جميع البرامج إذ إن هذه اللغة الفصحى هي الأساس للثقافة العربية، وبتعميم استعمالها يمكن مخاطبة جمهور أوسع.

ويمكن ان يتم ذلك من خلال إنتاج المصطلحات العربية وترويجها إعلاميا والمتابعة المستمرة لأنشطة المجامع اللغوية ومراكز التعريب وتوظيف جديدها إعلاميا حتى تجد هذه المفاهيم طريقها للذيوع الجماهيري، وتكون اللغة العربية أكثر مواكبة للتطور المعرفي والتقني للحضارة المعاصرة، ونعفي المستعملين والناطقين بالعربية من توظيف لألفاظ أجنبية للتعبير عن هذه المنتجات الحديثة. (بلغيث، 2006). وتنظيم دورات تدريبية للمذيعين، وكلّ الذين يشافهون الجمهور من خلال الإذاعة والتلفزيون

وتدريبهم على التمييز بين الأداء (الترتيلي) الذي يلزمه المقام كنشرة الأخبار والندوات والمحاضرات، والأداء (الاسترسالي) الذي يجب أن تكون عليه الموائد المستديرة والمناقشات غير الأكاديمية، وكذلك لغة المسرح والأفلام التي تمثل واقع الحياة وغيرها. (صالح، 2006)

والفصحى في وسائل الإعلام الجامعي يمكن ان تؤدي دورا كبيرا في نشر اللغة العربية وتعزيزها والارتقاء بالعامية لدى جماهير الجامعة من أكاديميين وطلبة عن طريق مجموعة من الخطوات أهمها: تنمية القدرات اللغوية لدى القائمين على الإعلام الجامعي، وتنقية الرسائل الإعلامية الجامعية من شوائب الخطأ اللغوي، والالتزام بقواعد اللغة عند إعداد الرسالة الإعلامية بمختلف وسائل الإعلام الجامعي.

ثانيا: دوره في تنمية الوعي اللغوي:

تتطلب عملية الوعي اللغوي الإيمان الراسخ بإمكانات العربية، وقدرتها على البقاء والتداول، والاعتزاز بها، وكونها المعبّر الوحيد عن أفكار، وأحاسيس الأفراد، والمجتمع معاً، فهي هويتهم التي بها يتميّزون عن غيرهم، (البوشيخي) والعمل المستمر على فرض رقابة تضمن للغة العربية باستمرار ما يقيها من التحريف وتجعلها دائماً على مستوى الرقي الفكري في كل جيل من الأجيال وياحبذا تتضافر وسائل الإعلام المختلفة المقروءة والمسموعة والمرئية لتكوين المملكة السليمة في تقديمها للنماذج اللغوية الصحيحة وتعميمها.

وتفعيل دور وسائل الإعلام لخدمة اللغة العربية وتطويرها، لجعلها لغة التداول والحوار، فاللغة العربية ليست ضيقة، ولا عاجزة عن مواكبة نتائج العلم، بل هي صالحة للتدريس العلمي والتقني، بفضل اتّساع طاقتها المعجمية مقارنة مع اللغات الأجنبية، ومن المزايا الإيجابية للّغة العربية أنّها تستفيد من طرائق التوليد والاشتقاق بكلّ أنواعها، ومن التعريب وكلّ هذا يساعدها على الانفتاح والاستفادة من لغات العالم. (حكيم، 2011)

وقد يكتمل هذا الدور عندما يتم نقل الوعي باللغة من مستوى النخبة إلى مستوى الجماهير، وذلك ليس معناه النزول باللغة العربية إلى دركات الإسفاف

والابتذال بل التخلص من لغة الدواوين على المستوى الإعلامي، لتصبح اللغة العربية لغة تفكير إعلامي وعلمي تتكيف مع التحولات وتفي بغرض واقع الحال، وتحتفظ بأصالتها وقوتها بحيث تؤدي الغرض وتنقل المعنى بجزالة التعبير وسلامة الأسلوب (بلغيث، 2006)

ولابد لوسائل الإعلام أن تفهم اختيار اللفظ والعبارة ومراعاة الكلمات الصحيحة التي تستطيع الجماهير استيعابها وفهم مقاصدها والابتعاد عن الألفاظ الوضعية الغربية غير المألوفة وعدم التكلف في صياغة النصوص الإعلامية ومراعاة مستوى إفهام هذه الجماهير حتى يقبلوا على اللغة العربية الصحيحة ولا ينفروا منها وفي نفس الوقت الابتعاد عن الألفاظ المبتذلة وكذا الإسعاف في اختيار الكلمات الهابطة لعرض المعاني بهدف الارتقاء بمستوى الجماهير ورفع مستوياتهم اللغوية وملكاتهم الفكرية.

ويشير (فاروق شوشة) إلى هذا الجانب ويعني أن أجهزة الإعلام رأس الحربة في هذا المجال، لأنها تحرك الساكن في بحيرة اللغة، وتجعلها حية وقادرة حافلة بالإمكانيات في التعبير والتصوير مستجيبة لكل دواعي الحياة الجديدة ومتطلباتها، قادرة على الوفاء باحتياجات العصر، حيث يجعل اللغة قادرة على الاستمرار والاتساع لما هو جديد. (ابو الفتوح، 2000).

وللإعلام التربوي دور مهم في اكتساب اللغة العربية والحفاظ عليها يتمثل في التوعية بضرورة تعزيز اللغة العربية باعتبارها لغة القرآن وبوصفها القيمة العربية العليا والمحافظة عليها والالتزام بها بكل البرامج التعليمية والتربوية وتعليمهم قوانين وقواعد النحو والصرف. (ظاظا، 1986) والعناية بالدراسة البيانية للقرآن الكريم، والحديث الشريف، والتوعية بضرورة التحدث بالعربية الفصحى في كافة المحافل والمؤتمرات، والندوات وعدم إهمالها أو الابتعاد عنها وأن تكون لغة التدريس بكل مؤسسات التعليم. (كامل، 1986)

بالإضافة الى تأكيد روح العروبة في أحاديث الناشئة ومناقشاتهم وتوعيتهم في حفظ الأدب العربي في عصوره المختلفة وتنمية مهارات الاستماع، وتنمية عادات

صحيحة للقراءة والميول إلى القراءة والتدريب على حسن ممارسة الحوار والإلقاء والخطابة والكتابة والاعتزاز بالثقافة العربية الإسلامية. (شحاتة، 2002)

كما للوسيلة الإعلامية أهمية كبرى في خدمة اللغة العربية حيث إنها تزيد ثقافة الطلبة وتنمي معارفهم عن طريق تقديم المواد العلمية والثقافية المنوعة، وكذلك تنمي الوعي اللغوي لدى الطلاب عن طريق استماعهم إلى اللغة العربية الفصحى، وإشراكهم في البرامج اللغوية التي تؤدي إلى زيادة ثروتهم اللغوية التي تساعدهم على ممارستها الممارسة الصحيحة في الإلقاء والخطابة والحديث، وترفع عنهم الخجل وتعودهم على الطلاقة في الحديث والبلاغة في الكتابة، وتمكن الطلاب من عمل الملخصات وكتابة التقارير والترتيب والتنظيم لما يكتبوه، وتوجه الطلاب للقراءة والبحث والمطالعة، من خلال ما يقدم للطلاب من برامج ومسابقات وأسئلة وغيرها تساعدهم على توظيف مهارات اللغة في مواقف تطبيقية فعلية مثل حسن الإلقاء والاستماع والطلاقة وتمثيل المعنى إلى غير ذلك. (ابو العطا، 2006).

ويمكن للإعلام الجامعي نشر الوعي اللغوي من خلال تضافر الجهود لرفع مستوى الطلاب في اللغة العربية، وتعزيز مكانتها في نفوس الطلبة، وغرس الاعتزاز بها، وفسح المجال للدفاع عنها، عن طريق المحاضرات، والندوات، والنشرات، ورعاية المواهب الطلابية في الشعر والأدب من خلال إقامة المنتديات والنوادي الطلابية والمسابقات الثقافية في الكتابات الإبداعية الشعرية والقصصية والمقالات والخاطرة الأدبية، وإحياء الفعاليات والمناسبات التي لها علاقة باللغة العربية كالاحتفاء باليوم العالمي للغة العربية.

ثالثا: دوره في تنمية المهارات اللغوية:

اللغة كائن حي ينمو وقد دلت البحوث على أن لوسائل الإعلام عامة دوراً مهماً للغاية في تطوير اللغة العربية وقد أضافت أجهزة الإعلام بمختلف وسائلها عبر ما يقرب من قرنين إلى اللغة العربية كلمات وعبارات وتراكيب جديدة مبتكرة ألفها المجتمع على ألسنة الناس سلسة سهلة؛ ولغة الإعلام ومهما يمكن من أمر قد أضافت

على اللغة العربية عبارات لا تحصى وأَثْرَت حركتها بأن جعلت فيها حيوية تتفق مع روح العصر.

وللإذاعة والتلفزيون، باعتبارهما وسائل مسموعة، الأثر الكبير في زيادة الثروة اللغوية بين الطلبة، توحيد نطق المفردات، والتقريب بين اللهجات، وإحلال الفصحى المبسطة محل العامية السائدة، والعربية باستطاعتها التأقلم مع أي أسلوب إذاعي أو تلفزيوني، نظرًا لثراء مفرداتها وتنوعها، وقوة تعبيرها، وصدى كلماتها.

ففي دراسة عن مستوى تحصيل طلبة الجامعات الأردنية في النحو العربي، كشفت الباحثة كريشان الى أن عدم توظيف الطلبة للمهارات اللغوية التي تعلموها سابقاً في قراءاتهم، وكتاباتهم، وأحاديثهم في مواقف الحياة المختلفة، وازدواجية اللغة العربية بين الفصيحة، والعامية، ومزاحمة اللغات الأجنبية للغة العربية، وخاصة في الدراسات الجامعية، أدى إلى الضعف اللغوي في مستوى أداء الطلاب الجامعيين وانخفاض اتجاهاتهم نحو اللغة العربية عامة، والقواعد خاصة.

ويضيف (ابو العطا، 2006) ان الصحافة الطلابية وسيلة لتشجيع الطلبة على القراءة والاطلاع، والتزود بألوان المعرفة المتجددة، وتعتبر المجال الحقيقي للتدريب على التعليق والتعبير والنقد والتحليل، وتعتبر السجل الثابت للأنشطة الطلابية، وللآراء وللأحداث المختلفة، وهي واحدة من طرق الكشف عن مواهب الطلبة وإعدادهم للحياة المستقبلية، وبداية إعداد جيل من القادة وحملة الأقلام وأصحاب الأفكار الحرة والجريئة والبناءة ، وهي فرصة لحمل المتعلمين على الإبداع والابتكار سواء في تخطيط المجلة أو اختيار موضوعاتها، وأسلوب عرضها و انتقاء عناوينها، وتخلق مواقف الاتصال بالشخصيات المسئولة والتعرف على آرائهم، وهي أيضاً تتصدى للمشكلات وللأحداث التي يعاني منها مجتمع الجامعة ،والمجتمع المحلى وتسهم في حلها والتعبير عنها.

والمسرح التعليمي مثلا يهدف إلى تنمية قدرات الطلبة على النطق السليم والالتزام بقواعد اللغة العربية الفصحى، ومدهم بالقيم الفكرية السليمة، وتوعيتهم بتراثهم العربي وتأريخهم وعقيدتهم وحضارتهم الإسلامية، واكتساب مهارات نقل الأفكار عن

طريق التمثيل والسرعة في التعبير والتفكير. (شحاتة، 2002) والتمثيل له دور مهم في المجال اللغوي فهو يعمل على إكساب الطلاب المهارات اللغوية المختلفة كالطلاقة في التعبير وتمثل المعاني وحسن الأداء وانتقاء الألفاظ والتدرب على حسن الصياغة، وكذلك يعمل على تنمية الثروة اللغوية والفكرية لدى التلاميذ ويصلح عيوب النطق لدى بعض التلاميذ ويعود الطلاب التحدث باللغة الفصحى، ويعمل على اكتشاف بعض المواهب الطلابية ورعايتها وتنميتها مثل موهبة الخطابة وقرض الشعر .....إلخ . وكذلك تدريب بعض الطلاب على التأليف لفن المسرحية وإتقان الأدوار وتنمية الذوق الفني لديهم. (سمك، 1979)

بالإضافة الى دور النشر القصصي التاريخي وكتب التراث التي تعيد إلى اللغة العربية رونقها وجمالها وبهذا تتأصل اللغة العربية عند القارئ نطقاً وكتابة ويستشعر القارئ روعة اللغة العربية فيحبها ثم يعشقها. وتنمية مهارات القراءة وعادات المطالعة لاستغلال الوقت وزيادة الثقافة هدفا بحد ذاته لتنمية القدرة اللغوية بشتى الوسائل التي تغذي اللغة العربية وتساعد على تذوقها وإدراك نواحي الممارسة فيها. (العيدروس، 2008)

وللنشاط اللغوي غير الصفي أهمية خاصة كونه نشاطاً يمارسه الطلاب ممارسة عملية، ويستخدمون فيه اللغة استخداماُ موجهاً ناجحاً في المواقف الطبيعية التي تنمي مهارات الحديث والاستماع والقراءة والكتابة لديهم المتعلمين؛ إذ يرى (أبو العطا، 2006). كما أن النشاط اللغوي غير الصفي والمتمثل في الإذاعة التعليمية، والصحافة الطلابية بأنواعها، والنشاط الحر، والقراءة الحرة، والمكتبة، والتمثيل المسرحي والجماعة الأدبية وجماعة نادي اللغة العربية وجماعة الإلقاء الشعري والخطابة والمحاضرات والندوات والمسابقات وجماعة لوحة الأخبار وجماعة الحكمة وجماعة الاحتفالات وجماعة المراسلات؛ له أهمية كبيرة إذا أحسنا تخطيطه والإشراف عليه واختيار الطلاب المناسبين لممارسته، ذلك لأن ممارسة هذه الأنشطة اللغوية غير الصفية يحتاج إلى إعادة تقييم وترتيب حيث تتم فيه مراجعة الأداء والممارسة لتلك

النشاطات وتطويرها بحيث تتنوع موضوعاتها وبرامجها وأنشطتها لتواكب العصر الحديث وتركز فيه على غرس القيم النبيلة والأخلاق السامية في نفوس الطلاب،

والإعلام الجامعي بوسائله المختلفة يمكنه أن يكونا بمثابة الدرس التطبيقي في التعامل مع اللغة العربية، توظيفًا، ونطقًا، وإبداعًا، وإحياءً أو تجديدًا، عن طريق الأنباء والحصص الترفيهية والعلمية، والرياضية، والفيلم، والمسرحية.

فاللغة لا يتم تعلمها بالقواعد والتعريفات وحدها بقدر ما تعلم بالتقليد والمحاكاة والاستخدام السليم في أجواء طبيعية تخلو من التصنع والتكلف، وعن طريقها يمكن اكتشاف المواهب الأدبية، والميول اللغوية، والرجوع إلى المصادر المختلفة، وباللغة يترسخ لديهم ما توصلوا إليه في الحصص الدراسية باستخدامها استخداماً صحيحاً في مواقف الحياة العملية، وما يتطلبه ذلك من فنون اللغة ومهاراتها المختلفة. (غالب، 1998: 71)

كما إن ممارسة تلك النشاطات من إذاعة وصحافة بأنواعها، وإلقاء الشعر والخطابة والقراءة الحرة، وارتياد المكتبة وعمل البحوث والاشتراك في المسابقات المختلفة، والاشتراك في النادي الأدبي الذي يعتني ويهتم بالمواهب الأدبية المتميزة ويعمل على صقلها وتطويرها وتنميتها ويعمل على رفع مستوى الطلاب المتميزين في الإلقاء والخطابة وتأليف الشعر وقرضه وإلقائه، وكتابة القصة القصيرة الهادفة، والتعرف على فن التحرير الصحفي وممارسته، ومعرفة الكاريكاتير الصحفي الهادف ومحاكاته، وكتابة الملصقات والنشرات والدعايات الهادفة وكتابة الأخبار اليومية والمهمة وكتابة الحكم والأمثال والألغاز، والاشتراك طواعية في تحرير صحيفة مدرسية أو مجلة أو مطوية، والاشتراك في إجراء مقابلات صحفية أو إذاعية، والمشاركة في التخطيط للحفلات والمهرجانات والندوات في مناسبات مختلفة تقيمها المدرسة على المستويات الداخلية أو المحلية أو الإقليمية، تجعل من طلابنا في المستقبل المذيع والصحفي والأديب والشاعر والمعلم والناشر والمحلل والكاتب والناقد، وهذاما يحتاجه وطننا وشعبنا في حاضره ومستقبله.

الاستنتاجات والتوصيات:

توصلت الدراسة الى الآتي:

6- يدعو الإعلام الجامعي باعتباره مستوى متقدم من مستويات الإعلام التربوي، إلى إتقان اللغة العربية والحفاظ عليها.

7- يهدف الإعلام الجامعي الى تعزيز مكانتها في نفوس الطلبة والاعتزاز بها وافساح المجال للدفاع عنها.

8- يعمل الإعلام الجامعي على نشر الوعي اللغوي لدى الطلبة عن طريق المحاضرات، والندوات، والنشرات، وإحياء الفعاليات والمناسبات التي لها علاقة باللغة العربية كالاحتفاء باليوم العالمي للغة العربية.

9- لوسائل الإعلام الجامعي الدور الكبير في نشر اللغة العربية الفصحى والارتقاء بالعامية من خلال تنقية الرسالة الإعلامية الموجهة للطلبة من شوائب الخطأ اللغوي؛ والالتزام بقواعد اللغة العربية نطقا وكتابة.

10- تعد الصحافة الجامعية بأنواعها، أهم وسائل الإعلام الجامعي التي تعمل على تشجيع الطلبة على القراءة والاطلاع، وتسهم في إعداد جيل من القادة وحملة الأقلام وأصحاب الأفكار الحرة والجريئة والبناءة.

11- للإعلام الجامعي دور مهم في تنمية المهارات اللغوية لدى الطلبة من خلال ما يقدم لهم من برامج ومسابقات وأسئلة، تساعدهم على توظيف مهارات اللغة في مواقف تطبيقية، وإشراكهم في البرامج اللغوية التي تؤدي إلى زيادة ثروتهم اللغوية وممارستها الممارسة الصحيحة في الإلقاء والخطابة والحديث.

12- يمكن للإعلام الجامعي بوسائله المختلفة أن يكون بمثابة الدرس التطبيقي في التعامل مع اللغة العربية، توظيفًا، ونطقًا، وإبداعًا، وإحياءً أو تجديدًا، من خلال رعاية المواهب الطلابية في الشعر والأدب، والمسابقات الثقافية في الكتابات الإبداعية الشعرية والقصصية والمقالات والخاطرة الأدبية.

13- يسهم المسرح الجامعي بدور كبير في تنمية قدرات الطلبة على النطق السليم والالتزام بقواعد اللغة العربية، وإكساب الطلبة المهارات اللغوية المختلفة كالطلاقة في التعبير وتمثل المعاني وحسن الأداء والإلقاء والاستماع وانتقاء الألفاظ.

14- تعزز الاذاعة التعليمية الثروة اللغوية والفكرية لدى الطلبة، وترفع عنهم الخجل وتعودهم على الطلاقة في الحديث والبلاغة في الكتابة، وتمكنهم من عمل الملخصات وكتابة التقارير والترتيب والتنظيم، وتنمية مهارات الحديث والاستماع لديهم.

وأوصت الدراسة الاتي:

1- رعاية المواهب الطلابية في الشعر والأدب، وإقامة المسابقات الثقافية في الكتابات الإبداعية الشعرية والقصصية والمقالات والخاطرة الأدبية.

2- أعداد برامج إذاعية وتلفزيونية وصحفية تعنى باللغة العربية وتحث الطلبة لممارستها والاهتمام بها باعتبارها ثروة قومية.

3- تشكيل النوادي الأدبية لممارسة الأنشطة اللغوية والأدبية وتوسيع نطاق المشاركة فيها داخل نطاق الجامعة وخارجها.

4- تشجيع الطلبة لتنفيذ الأبحاث العلمية اللغوية والإبداع والابتكار كجزء من مهامهم الأكاديمية وأنشطتهم اللامنهجية.

5- تنقية الرسالة الإعلامية من اللغة العامية والاعتناء بها ليتم اعدادها وفق قواعد اللغة العربية الفصحى كتابة ونطقا.

المراجع

1- ابو العطاء، محمد عطا الله، (2006). واقع ممارسة المناشط اللغوية غير الصفية في مدارس وكالة الغوث الدولية بغزة كما يراها المديرون والمعلمون. **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية التربية، الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين.

2- ابو الفتوح، محمد حسين (2000). الوعي اللغوي بين قاعات الدرس وأجهزة الإعلام. **ورقة عمل مقدمة الى المؤتمر السنوي لجمعية لسان العرب لرعاية اللغة العربية**، أكتوبر 2000م.

3- أحمد، فواد علي (2013). دور الإعلام الجامعي في ترويج المعرفة العلمية في جامعات اقليم كوردستان، **بحث منشور بمجلة سكول للعلوم الإنسانية**، العدد (3)، المجلد الثاني، جامعة السليمانية، العراق.

4- الاسماعيلي، محمد (2015). لغة الضاد وأهميتها للإعلام العربي المعاصر. **مقال منشور صحيفة البيان الإماراتية**، مؤسسة دبي للإعلام.

5- بلغيث، سلطان، (2006). وسائل الإعلام واللغة العربية الواقع والمأمول، **بحث منشور على شبكة الأنترنت**، الرابط

6- زريزب، عظيم كامل وآخرون (2011). الإعلام الجامعي في العراق، دراسة ميدانية لخصائص العاملين والنشر الصحفي والرضا الوظيفي، **بحث منشور بمجلة كلية الآداب**، العدد (99)، جامعة بابل، العراق.

7- شحرور، زهير عزت (2011). دور وسائل الإعلام في نشر اللغة العربية. **مقال منشور بمجلة المعرفة**، القاهرة، مصر.

8- صالح، عبدالرحمن الحاج (2006). تأثير الإعلام المسموع في اللغة وكيفية أستثمارها لصالح العربية. **بحث منشور**، مجلة اللهجات، منشورات مجمع اللغة العربية، القاهرة، مصر.

9- الضبياني، عامر محمد (2018). استراتيجية مقترحة لتطوير إدارات الإعلام الجامعي في الجمهورية اليمنية. **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية التربية، جامعة ذمار، اليمن.

10- 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.

11- عمر، السيد أحمد مصطفى (1997). **الإعلام المتخصص**. الطبعة الأولى، منشورات جامعة بنغازي، بنغازي، ليبيا.

12- فضلون، زهرة (2014). الإعلام الجامعي في التوجيه الأكاديمي والمهني للموارد البشرية المتعلمة. دراسة ميدانية بجامعة العربي بن مهيدي بأم البواقي، **بحث منشور بمجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، العدد (17)، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر.

13- المليكي، حمود محسن قاسم (2015). **الإعلام التربوي**. الطبعة الأولى، مكتبة الاوائل الجامعية، ذمار، اليمن.

14- 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.