

العوامل المؤثرة في اختيار التخصص الدقيق لدى طلبة قسم الإعلام بكلية الفنون

والإعلام جامعة مصراتة "دراسة ميدانية"

أحمد إلياس الخضر محمد - كلية الفنون والإعلام - جامعة مصراتة

d.ahmed ely70@gmail.com

مبروكة محمد عبد السلام - كلية الفنون والإعلام جامعة مصراتة

m.eldalimi@media.misuratau.edu.l

تاريخ النشر: 2025/4/18

تاريخ التقييم: 2025/2/27

تاريخ الارسال: 2025/2/8

ملخص البحث

قدم البحث دراسة لواقع اختيار التخصص الدقيق لدى طلبة قسم الإعلام في كلية الفنون والإعلام بجامعة مصراتة، بهدف التعرف على العوامل المؤثرة في هذا الاختيار، وذلك من خلال رصد آراء الطلبة حول الدوافع و الأسباب التي كانت وراء اختيارهم تخصص دون غيره من تخصصات الإعلام، وحول الصعوبات التي تواجه مرحلة الاختيار، وقد استخدم المنهج المسحي من خلال صحيفة الاستبيان، وبعدد (68) مفردة قسمت بالتناسب تبعاً لأعداد الطلبة في كل التخصصات العلمية الإعلامية المقيدین بالفصل الدراسي الحالي ربيع 2024، بنسبة 40% من العدد الكلي للطلبة بكل قسم، وصمم البحث بأربع مباحث، تناول الباحثان في المبحث الأول الإطار المنهجي للبحث وفي المبحث الثاني الخلفية النظرية أو الأدبية وفي المبحث الثالث عرض وتحليل بيانات الدراسة المسحية وأخيراً في المبحث الرابع النتائج والمقترحات، وتوصل البحث إلى نتائج ستسهم مستقبلاً في تطوير سياسة القبول بتخصصات الإعلام، من أهمها:

أن معظم الطلبة اختاروا التخصص الدقيق عن رغبة ومعرفة كافية بطبيعة التخصص غير أن نسبة معتبرة لا يستهان بها من الطلبة اختاروا التخصص بناء على رغبة وعدم معرفة كافية بطبيعة التخصص وأن معظم الطلبة (يوافقون لحد ما) على أن مقررات مداخل التخصصات تعتبر كافية لتعريف الطالب بطبيعة التخصصات بقسم الإعلام، وتمثل أهم دافع لاختيار التخصص لدى معظم عينة البحث في الحب والاقتناع بالتخصص، في حين أن من أهم أسباب اختيار التخصص لدى عينة البحث توفر

فرص العمل بعد التخرج وتمثلت أهم الصعوبات التي تواجه معظم المبحوثين عند مرحلة اختيار التخصص في عدم توفر المعلومات الكافية عن طبيعة التخصصات بقسم الإعلام و فكرة المجتمع السلبية عن بعض التخصصات الإعلامية.

وتوصل البحث لمجموعة من المقترحات كان من أهمها: ضرورة أن تعقد الأقسام العلمية بكلية ورش عمل علمية لمراجعة وتطوير مفردات مقررات مداخل التخصصات والتأكد من كفايتها لتقديم جرعة معلوماتية كافية للطلاب عن طبيعة التخصص وما يحتاجه من قدرات ومهارات وعلاقته بحاجة سوق العمل، إضافة إلى إنتاج أدلة تعريفية وافية عن طبيعة التخصصات الإعلامية من قبل الأقسام العلمية مثل المطويات والكتيبات توزع للطلبة في الفصل الدراسي الثاني بقسم الإعلام العام مع ضرورة التدقيق من قبل القسم العلمي في المواصفات العلمية والأدائية فيمن سيكلف بتدريس مقررات مداخل التخصصات .

الكلمات المفتاحية: العوامل المؤثرة – اختيار التخصص الدقيق

Factors influencing the choice of specialization among students of the department of media, faculty of arts and media misurata university :Field study

Ahmed Elyas Mohamed - Misurata University.

Mabruka Mohamed AbdALsalam - Misurata University.

Abstract

The research presented a study of the reality of choosing a precise specialization among students of the Department of Media at the Faculty of Arts and Media at Misurata University, with the aim of identifying the factors influencing this choice, by monitoring the opinions of students about the motives and reasons behind their choice of a specialization over other media specializations, and about the difficulties facing the selection stage, and the survey method was used through the questionnaire, with a number of (68) items divided proportionally according to the number of students in each of the scientific media specializations enrolled in the current semester, Spring 2024, at a rate of 40% of the total number of students in each department, and the research

was designed in three sections, the researchers dealt in the first section with the methodological framework of the research and in the second section the theoretical or literary background and in the third section the presentation and analysis of the survey study data and finally in the fourth section the results and proposals, and the research reached results that will contribute in the future to developing the admission policy for media specializations, the most important of which are:

That most students chose the specialization out of desire and sufficient knowledge of the nature of the specialization, but a significant percentage of students chose the specialization based on desire and insufficient knowledge of the nature of the specialization and that most students (They agree to some extent that the courses of the specializations' entrances are sufficient to introduce the student to the nature of the specializations in the Media Department, and represent the most important motive for choosing the specialization for most of the research sample in love and conviction of the specialization, while one of the most important reasons for choosing the specialization for the research sample was the availability of job opportunities after graduation. The most important difficulties facing most of the respondents at the stage of choosing the specialization were the lack of sufficient information about the nature of the specializations in the Media Department and the negative idea of society about some media specializations. The research reached a set of proposals, the most important of which was the necessity for the scientific departments in the college to hold scientific workshops to review and develop the vocabulary of the courses of the specializations' entrances and ensure their sufficiency to provide a sufficient dose of information to the student about the nature of the specialization and what he needs in terms of abilities and skills and its relationship to the needs of the labor market, in addition to producing comprehensive introductory guides about the nature of the media specializations by the scientific departments such as brochures and booklets distributed to students in the second semester in the Department of Public Media, with the necessity of the scientific department's scrutiny of the scientific and performance specifications of those who will be assigned to teach the courses of the specializations' entrances

Key words; Influencing factors-choose- your exact specializaion

مقدمة:

يتجه العالم اليوم إلى تقديم السبل الأفضل في مجال التعليم وتيسير خطى ومراحل الوصول إلى النتائج المرجوة والمقصودة من التعليم، ولذلك تعقد المؤتمرات العلمية وتجري الأبحاث التي تدرس واقع التعليم وتقييمه بغية الاستثمار في نتائج البحوث وتقارير المؤتمرات، وثمة رابط قوي بين تحليل هذا الواقع أو دراسته و مستوى مخرجات التعليم وحاجة المجتمع إلى هذه المخرجات، وإذا كان المخرج بفتح الراء هو الطالب الذي صعد سلم التعليم خطوة تلو الخطوة؛ فلا بد أنه يطمح إلى غاية كبيرة ومهنة جليلة تناسب رغبته ومهاراته وتحقق حلمه، هذه الغاية يختزلها عند اختياره المجال والتخصص الدراسي كوسيلة إلى ذلك، وبطبيعة الحال أو المرحلة يتكون لدى الطالب خليط متشعب من الدوافع والظروف والأسباب والعوامل التي تتداخل لتؤثر في تحديد قرار الاختيار للتخصص الجامعي، ويبقى الاختيار القرار الأصعب لما له من ارتباط وثيق بالمستقبل الدراسي، ومن ثم الوظيفي ولاسيما إذا كان ذلك مرتبط بمجال الإعلام وتخصصاته التي تتطلب مواصفات شخصية إلى جانب الرغبة في ممارسة الإعلام، بالإضافة إلى الدوافع النفسية والشخصية والأسباب الاجتماعية (مجتمعية) والظروف الاقتصادية، وعدم توفر معلومات عن التخصص والمهنة، وغياب المرشد الأكاديمي وغير ذلك مما ينعكس على اتخاذ القرار عند اختيار التخصص.

الدراسات السابقة

تحصل الباحثان على العديد من الدراسات السابقة التي ناقشت اختيار التخصص في مراحل مختلفة منها: التخصص بعد المرحلة الثانوية وقبل الولوج إلى الجامعة، والتخصص بعد دخول الجامعة والكلية أي بعد دراسة القسم العام كمدخل للتخصصات في الكلية ذاتها، وكان ثمة قاعدة تشدد دراسة اختيار التخصص ألا وهي العوامل والدوافع والأسباب التي تكون وراء الاختيار، ويمكن استعراض هذه الدراسات السابقة على النحو التالي:

- الدراسة الأولى بعنوان: موجهات اختيار التخصص لدى الطالب الجامعي - دراسة ميدانية
على عينة من طلبة جامعة تيارت: (بوشي، فوزية وسيكوف، قويدر، 2015)، هدفت الدراسة إلى معرفة العوامل الدافعة نحو تحديد نوع التخصص الدراسي لدى طلبة السنة الثانية علم الاجتماع بجامعة تيارت، باستخدام المنهج الاستكشافي والتجريبي بأداتي المقابلة والملاحظة، وكانت النتيجة الأبرز أن جميع المبحوثين ليس لديهم معرفة واضحة بمتطلبات التخصصات والمهن التي تؤدي إليها.

- الدراسة الثانية بعنوان: العوامل المؤثرة في اختيار التخصص لدى الطالب الجامعي - دراسة ميدانية
لنيل درجة الماجستير في علم الاجتماع: (زايد، منال وطيبوش، هاجر، 2019)، هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية اختيار الطلبة لتخصصاتهم الدراسية، وعلى تأثير الظروف المحيطة على الطالب في اختياره، إلى جانب الكشف عن الصعوبات في ذلك، أما أهم النتائج تمثلت في أن الطلبة يتحاورون ويتشاورون مع أوليائهم عند اختيار التخصص و أنهم يختارون التخصص الذي يلائم سوق العمل ويمنحهم مكانة اجتماعية راقية في المجتمع.

- الدراسة الثالثة بعنوان: اختيار التخصص الجامعي والرؤيا المستقبلية لدى الطلبة الجامعيين في فلسطين - دراسة ميدانية: (عرار، رشيد والرياحي، ملكة، 2021)، هدفت الدراسة إلى التعرف على نسبة حصول الطلبة على خدمات ساعدتهم في التعرف على تخصصاتهم الجامعية الأنسب، باستخدام المنهج الوصفي التحليلي وطبقت الدراسة من خلال برنامج قوقل (Google Survey)، وتمثلت النتائج في أن الطلبة في المرحلة الثانوية، وكذلك في السنة التحضيرية في الجامعة لا يتعرضون إلى قدر كافي من المعلومات التي تساندهم باستكشاف ذواتهم وقدراتهم وميولهم بطريقة تؤدي بهم إلى اختيار تخصص يتيح لهم العمل ما بعد التخرج.

- الدراسة الرابعة بعنوان: التكامل بين الأسرة ومستشار التوجيه في عملية اختيار التخصص الجامعي - دراسة ميدانية ، لنيل درجة الماجستير: (نصرة، نورة، 2018)، هدفت إلى معرفة التكامل بين الأسرة و مستشار التوجيه في توجيه الطلاب إلى التخصص المناسب لهم و في عملية

الإشراف والمراقبة، باستخدام المنهج الوصفي بأسلوب المسح الاجتماعي لعينة عشوائية بلغ عددها 50 مفردة من أصل 200 طالب بالثانوية، واستنتجت هذه الدراسة تحقق الفرضية العامة لها والقائلة بتكامل دور الأسرة ودور مستشار التوجيه أو المرشد في عملية اختيار التخصص ولكن بوضع عوامل أخرى في عين الاعتبار قد تكون مساعدة في عملية الاختيار وتحديد التخصص.

- الدراسة الخامسة بعنوان: قلق المستقبل وعلاقته بالاتجاه نحو العمل لدى طلاب الجامعة)
دراسة ميدانية: (السيد، أشرف وناصر، حسن، 2018)، هدفت إلى التعرف على العلاقة بين قلق المستقبل والاتجاه نحو العمل لدى طلاب الجامعة بالمنهج الوصفي والمسح بواسطة الاستبيان بعينة عشوائية من مجتمع الدراسة بعينة بلغت 200 مفردة، وخلصت الدراسة إلى وجود علاقة طردية بين القلق والاتجاه نحو العمل وأنه كلما زاد الاتجاه نحو العمل زاد قلق المستقبل.

- الدراسة السادسة بعنوان: العوامل المؤثرة على اختيار التخصص العلمي بالجامعات السعودية
- دراسة ميدانية: (أحمد، أسامة وعبدالقادر، سامي بن عبدالله، 2015)، هدفت إلى الوصول لنتائج وتوصيات قد تساعد في معرفة العوامل المؤثرة في تفضيلات الدارسين للتخصصات الإدارية المتنوعة ولتخصصي التسويق وإدارة الأعمال بشكل خاص إلى جانب دراسة الفروق بين الطلاب و الطالبات في اختيار التخصص، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي و المنهج الاستكشافي بعينة استطلاعية من مجتمع البحث في حدود (30) مفردة، اشتملت العينة على الدارسين والخريجين قبل وبعد الاختيار وقبل وبعد التخرج وكان مجتمع البحث من جامعتي الدمام والملك فيصل، تكونت عينة البحث من (597) مفردة وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ان اعلى العوامل المؤثرة في الاختيار لتخصص التسويق هو تأثير أصدقاء الدراسة بالجامعة ثم الأساتذة بالكلية ثم الفرص المتاحة ثم الأخوة، اما لتخصص إدارة الأعمال تبين أن حجم المعلومات هو الأهم على الإطلاق، ثم الرغبة في الحصول على وظيفة بعد التخرج ثم تناسب التخصص لجنس الدارسين.

- الدراسة السابعة بعنوان: دور المحددات الشخصية و الاجتماعية في اختيار التخصص للطالب الجامعي من وجهة نظر الطلاب - دراسة ميدانية: (الدغيري، هدى عبدالعزيز، 2023)، هدفت إلى التعرف على مدى رضا طلاب الجامعة على اختيارهم لتخصصاتهم الجامعية وعلى المحددات الشخصية والاجتماعية المؤثرة في اختيارهم للتخصص، حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بعينة عشوائية تكونت من (753) مفردة و بعد إجابة التساؤلات و اختبار الفروض توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها ان المحددات الشخصية تأتي في المرتبة الأولى من العوامل المؤثرة في الاختيار مثل تناسب التخصص مع نمط الشخصية و ميل الطالب واهتمامه ثم تليها العوامل الاجتماعية مثل ان يتوافق التخصص مع قيم وثقافة المجتمع.

التعقيب على الدراسات السابقة:

بشكل عام اتفقت الدراسات المذكورة مع هذا البحث في هدف التعرف على العوامل والظروف المؤثرة في حياة الطالب عند اختيار التخصص الدراسي، وخاصة في الدراسة الأولى حيث كان اختيار الطلبة لتخصص دون غيره لعدم توافر معلومات كافية لديهم حول نفس التخصص المرغوب وحول التخصصات التي تركوها مثل: اختيار طلبة جامعة تيارت تخصص علم اجتماع التنمية والموارد البشرية وغيره، وعدم اختيارهم علم اجتماع الاتصال ظناً منهم انه لا يوجد له مسارب وظيفية في المجتمع تماماً مثلما حدث مع طلبة الكلية محل الدراسة عند اقبالهم على تخصص العلاقات العامة والإعلان لأنه سيوفر لهم العمل والوظيفة بكافة المجالات، كما اتفقت جميع هذه الدراسات حول الدور الفاعل والمؤثر لعدد من العوامل في عملية الاختيار مثل الرغبة والعائلة والاتجاهات الاجتماعية والوعي والمعرفة بالتخصص، ولكن ما تميز به هذا البحث عن الدراسات السابقة تمثل في :

- اختيار مجتمع الدراسة أو البحث كان من طلبة التخصص أي ما بعد المرحلة المقصودة؛ حيث يسهل تحديد وقراءة العوامل التي أثرت في مرحلة اختيار التخصص، وفي تلك الدراسات - عدا دراسة واحدة كما ذكر سابقا - كان مجتمع الدراسة محدد في طلبة

الثانوية وطلبة التمهيدي أو العام، (ما قبل التخصص) مما يضعنا أمام احتمال تغير ظروف الاختيار و زوال الأسباب والعوامل المؤثرة في ذلك.

- اختلاف مجتمع الدراسة من حيث نوع التخصص؛ حيث طُبِّقَ البحث على طلبة الإعلام وتمثل التخصصات في الإعلام (الصحافة - الإذاعة والتلفزيون - العلاقات العامة والإعلان) محل شك ومحور اهتمام وبؤرة تركيز دائماً لدى المجتمعات العربية بشكل عام وإن ادعت التطور، فالعمل الميداني الذي يفرضه تخصصي الصحافة والإذاعة والتلفزيون غالباً لازال يعد عثرة في مفهوم هذه المجتمعات؛ ولذا يختار طلبة الإعلام تخصص العلاقات العامة والإعلان لأن الوظيفة ستكون مكتتبية - حسب اعتقادهم الخطأ - ولا يهتمهم بأي إدارة أو مؤسسة.

- تحديد الاهداف حيث انفرد هذا البحث عن الدراسات السابقة بهدف الوصول لنتائج ومن ثم مقترحات يمكن أن توجه سياسة القبول بالتخصصات الإعلامية المختلفة.

مشكلة البحث:

من خلال طبيعة عمل الباحثين أعضاء هيئة التدريس بكلية الفنون والإعلام ومعايشتهما للواقع؛ لاحظنا أن هناك نوع من التدافع من قبل الطلبة عند مرحلة التنسيب لتخصصات الإعلام نحو تخصص معين وهو تخصص العلاقات العامة والإعلان مقارنة بنسبة تدافعهم نحو بقية التخصصات الإعلامية المتمثلة في تخصصي الصحافة والإذاعة والتلفزيون، مما أثار في ذهن الباحثين تساؤلاً عن طبيعة العوامل المؤثرة سواء الشخصية أو الاجتماعية أو العلمية أو غيرها من العوامل التي تؤدي إلى هذه الظاهرة والتي تتكرر باستمرار في مرحلة التنسيب لتخصصات قسم الإعلام، ومن هنا تبلورت مشكلة البحث في التساؤل الآتي: ما طبيعة العوامل المؤثرة على اختيار التخصص الدقيق لدى طلبة قسم الإعلام بكلية الفنون والإعلام جامعة مصراتة؟

أهمية البحث: تتضح أهمية البحث في الآتي:

- 1/ يعتبر هذا البحث أول دراسة محلية حول العوامل المؤثرة في اختيار التخصص الدقيق في مجال الإعلام (حسب اطلاع الباحثين).
- 2/ استخدام النتائج والمقترحات كخلفية معلوماتية تفيد في توجيه وتطوير سياسة القبول بالكلية.

أهداف البحث:

- يتمحور الهدف الرئيسي لهذا البحث في الكشف عن العوامل المؤثرة على اختيار التخصص الدقيق لدى طلبة قسم الإعلام بكلية الفنون والإعلام جامعة مصراتة ويتفرع عن هذا الهدف الأهداف الآتية:
- 1/ رصد آراء الطلبة حول مدى كفاية مقررات مداخل التخصصات الإعلامية في التعريف بطبيعة التخصص.
 - 2/ الكشف عن طبيعة العوامل المؤثرة على اختيار التخصص الدقيق لدى الطلبة.
 - 3/ تقييم مستوى توافق توقعات الطلبة مع التخصص ومدى رضاهم عنه.
 - 4/ معرفة مدى الصعوبات التي تواجه الطلبة في مرحلة اختيار التخصص.
 - 5/ الوصول لنتائج ومن ثم مقترحات يمكن أن توجه سياسة القبول بالتخصصات الإعلامية المختلفة.

تساؤلات البحث:

وفقا لما ورد أنفا فإن البحث يسعى للإجابة عن تساؤل رئيس وهو ماهية العوامل المؤثرة على اختيار التخصص الدقيق لدى طلبة قسم الإعلام بكلية الفنون والإعلام جامعة مصراتة؟ ويتفرع عن هذا التساؤل التساؤلات الآتية:

- 1/ ما رأي الطلبة حول مدى كفاية مقررات مداخل التخصصات الإعلامية في التعريف بطبيعة التخصصات؟
- 2/ ما دوافع وأسباب اختيار وتفضيل الطلبة لتخصص إعلامي معين؟
- 3/ ما العوامل الاجتماعية المؤثرة على اختيار وتفضيل التخصص الدقيق لدى الطلبة؟
- 4/ ما طبيعة العوامل الأخرى المؤثرة على اختيار وتفضيل التخصص الدقيق لدى الطلبة؟
- 5/ ما مستوى توافق توقعات الطلبة مع التخصص وما مدى رضاهم عنه؟
- 6/ ما طبيعة الصعوبات التي تواجه الطلبة في مرحلة اختيار التخصص الإعلامي الدقيق؟
- 7/ ما أهم المقترحات التي يمكن أن يستفاد منها في توجيه سياسة القبول للتخصصات الإعلامية المختلفة بكلية الفنون والإعلام؟

منهج البحث:

يتبع هذا البحث المنهج الوصفي بالإضافة إلى استخدام المنهج المسحي.

مجتمع البحث وعينته.

يتكون مجتمع البحث من طلبة قسم الإعلام بتخصصاته المختلفة بكلية الفنون والإعلام بجامعة مصراتة، المقيدون في الفصل الدراسي ربيع 2024، بالفصول ما بعد التخصص أي من الفصل الثالث إلى الثامن، وتم توزيع الاستمارات بالتساوي بين التخصصات بنسبة 40% من أعداد الطلبة بكل تخصص، بعدد 68 استبيان، باستخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة.

أدوات البحث

لمعالجة الشق النظري المتصل بموضوع البحث تم استخدام أداة البحث في المصادر والمراجع الورقية والإلكترونية وأيضاً تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع المعلومات من المبحوثين عينة البحث.

مصطلحات البحث والتعريفات الإجرائية

1/ العوامل المؤثرة: هي الأسباب وكل ما كان له تدخل في مناخ اختيار التخصص (المعاني، معجم، 2024) وكل ما يؤثر في شيء ويحدث فيه تغييراً أو نتيجة، ويشير إلى مجموعة من المؤثرات والأسباب التي تؤدي إلى حدوث تحولات وتغييرات في الأشياء والظواهر المختلفة (مؤسسة المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، 2024).

ويعرفها الباحثان إجرائياً: بأنها الدوافع والأسباب ذات الصلة باختيار الطالب للتخصص العلمي الدقيق.

2/ التخصص: التخصص يعني تحديد المسار التعليمي (الجامعي) وحقل الدراسة، وهو قرار مصيري يحدد فيه الطالب مسيرته التعليمية. (منصة فرصة، 2024)

3/ طلبة قسم الإعلام بكلية الفنون والإعلام: الطلبة جمع كلمتي طالب وطالبة، ويعرف الطالب في اللائحة الداخلية بالكلية بأنه المقيد بالكلية اعتباراً من تاريخ تسجيله بالدراسة حتى زوال هذه الصفة عنه إما بتخرجه أو بإلغاء تسجيله، وتكون صفة قيده بالكلية نظامي متفرغ للدراسة. (كلية الفنون والإعلام، المجلس العلمي، 2022، 2023).

ويعرفه الباحثان إجرائياً أو يقصد به: "الطلبة المقيدون بقسم الإعلام بمراحلته وتخصصاته المختلفة لفصل الربيع للعام 2024م".

حدود البحث:

- الحدود الموضوعية: العوامل المؤثرة والمتتمثلة في الدوافع والأسباب التي أثرت في اختيار الطالب للتخصص الدقيق في مجال الإعلام.
- الحدود المكانية: تم إجراء البحث على طلبة قسم الإعلام بكلية الفنون والإعلام بجامعة مصراتة، ضمن الإطار الجغرافي لمدينة مصراتة.
- الحدود الزمانية: الفصل الدراسي ربيع 2024، منذ مطلع شهر أبريل إلى منتصف شهر يوليو.

الخلفية المعرفية:

التعليم الجامعي والكلية والتخصص والطالب تدرج يوجد علاقة نتيجتها خريج يوظف بسوق العمل ليحقق تنمية في المجتمع (معادلة كيميائية بشرية).

لمحة تاريخية عن الكلية: (كلية الفنون والإعلام، المجلس العلمي، 2022، 2023).

كلية الفنون والإعلام: هي إحدى الكليات التطبيقية بجامعة مصراتة، أنشئت بموجب قرار مجلس الوزراء رقم (279) لسنة 2014م باستحداث كلية، على أن تمارس مهامها مع بداية العام الدراسي 2014 / 2015، بعد أن كانت قسماً للإعلام بكلية الآداب، تعمل الكلية وفق خطة استراتيجية مطورة وبلائحة محدثة منبثقة عن اللوائح العامة لجامعة مصراتة ولكن بخصوصية متفردة تتوافق مع التخصصات فيها، وكما تشارك الكلية في مجال البحث العلمي، تسهم في خدمة المجتمع من واقع دور التخصصات فيها.

رؤية الكلية: كلية متميزة تتقن تعليم الفنون والإعلام والبحث العلمي وتعمل بنزاهة لخدمة المجتمع.

رسالة الكلية: العمل بروح الفريق لإعداد وتقديم برامج تعليمية مميزة في مجال الفنون والإعلام تسعى إلى تأهيل مخرجات عالية الكفاءة وتعمل على تنمية القدرات البحثية التي تسهم بشفافية في خدمة المجتمع.

أهداف الكلية:

- 1- إعداد مخرجات قادرة على مواكبة تطور العصر ومتطلبات سوق العمل.
 - 2- رفع كفاءة وفعالية الدراسات العليا وتشجيع البحث العلمي.
 - 3- الرفع من جودة التعليم واستكمال برامج الاعتماد للكلية.
 - 4- تحقيق مكانة مرموقة للكلية بين نظائرها وكسب ثقة المجتمع.
 - 5- دعم وتشجيع الهيئة التدريسية والعمل على توفير احتياجاتها وتنمية مهاراتها.
 - 6- المشاركة الفاعلة في التنمية المستدامة وخدمة المجتمع والبيئة.
- بتقسيم عام يوجد بالكلية اثنان من التخصصات العامة هما كما في التسمية الرسمية (الفنون والإعلام) يندرج تحت تخصص الفنون (التصميم الداخلي)، ويندرج تحت تخصص الإعلام (تخصص الصحافة بشعبيته العامة والرقمية، تخصص الإذاعة والتلفزيون وتخصص العلاقات العامة والإعلان) وفي إحصائية صادرة عن مكتب التسجيل بالكلية لفصل ربيع 2024، يبلغ عدد الطلبة المسجلين للدراسة بالكلية 900 طالب وطالبة.

وبذلك التنوع في التخصصات تحت قسم الإعلام يحدث في كل فصل تدافع من قبل الطلبة نحو تخصص معين من التخصصات الثلاثة بالقسم مما ينتج عنه عدم توازن في توزيع أعداد الطلبة على التخصصات الأخرى، ولذلك سعى هذا البحث لدراسة العوامل المؤثرة في اختيار التخصص الدقيق لدى طلبة قسم الإعلام.

تعتبر مرحلة اختيار التخصص مرحلة مليئة بالإثارة والصراع الكبير بالنسبة للعديد من الطلبة لما تتصف به من تحدي يختص اختيار مسارهم التعليمي، ويعد الانتقال من الفصل الثاني إلى الفصل الثالث

بالنسبة لطلاب كلية الفنون والإعلام انتقال يواجه فيه أهم قرار وينبغي عليه اتخاذه بعد التفكير والتدبر وبدون تسرع. (بوشي، فوزية وسيكوف، قويدر، 2015)

ماذا يعني التخصص

يشير هذا المصطلح إلى تقسيم العمل أو تقسيم المناصب إلى عدد من الوظائف المتخصصة والمتراطة لجماعة أو مجتمع محلي أو مجتمع كبير، لذلك يوجد التخصص المهني مثلاً، والتخصص الجامعي: "هو ما يختاره الطالب خلال المرحلة الجامعية من توجيهات علمية تحدد مسار حياته العلمية والعملية في المستقبل، وهذا الاختيار يجب أن يتوافق مع قدراته ومواهبه الذاتية". (عرار، رشيد والرياحي، ملكة، 2021)

وتتولى الكلية اعتماد نظام الإرشاد الأكاديمي في توجيه الطلبة نحو التخصص و غير ذلك من خدمات ممكن أن يحتاجها الطالب، ويعرف الإرشاد الأكاديمي بالتوجيه و هو: "عبارة عن مجموعة من الخدمات المقدمة لمساعدة لطلاب الجامعي من أجل اختيار التخصص الدراسي الذي يتلاءم مع قدراته وامكاناته وحاجة سوق العمل". (جامعة الفيصل، 2024) بل ومساعدته منذ التسجيل بالكلية في تنزيل المقررات بداية كل فصل دراسي وأثناء دراسته أو عند إضافة مقرر أو الانسحاب من مقرر وعند أي إجراء تتطلبه الدراسة بالكلية، وفي كل خطواته نحو التخرج.

ويبدأ التخصص في كلية الفنون والإعلام في الفصل الثالث بعد أن يجتاز الطالب فصلان دراسيان، يدرس فيهما الطالب من بين المقررات، مقررات عامة - مطلوبات الجامعة - كاللغة العربية (1) و (2) و اللغة الإنجليزية (1) و (2) و الثقافة الإسلامية ومقررات - مطلوبات الكلية - كالمداخل الثلاث للتخصصات الثلاث: مدخل إلى الصحافة، مدخل إلى الإذاعة و التلفزيون ومدخل إلى العلاقات العامة، ويدرس بعد التخصص ستة فصول يتناول فيها جرعة كافية من مقررات التخصص يتخلل هذه الفصول التدريب على: التصوير، الإعداد، الإنتاج، التحرير، الكتابة، التنفيذ والبحث

وفقاً لأخلاقيات العمل الإعلامي، ويختار الطالب مضمون وشكل المشروع في الفصل السابع بإشراف أحد أعضاء هيئة التدريس في نفس التخصص، ويصنف بالمشروع (أ) في جزئه الأول ثم يسلمه كاملاً تحت تصنيف (ب) في نهاية الفصل الثامن بعد تكليف لجنة علمية لمناقشة المشروع عن طريق رئيس القسم العلمي.

التخصصات العلمية الثلاث بقسم الإعلام بالكلية: (كلية الفنون والإعلام، المجلس العلمي، 2022، 2023).

تخصص الصحافة:

يتكون البرنامج العلمي لقسم الصحافة من (58) مقرر دراسي منها: مقررات نظرية، وأخرى نظرية وعملية، ما بين مقررات إلزامية واختيارية عامة ومتخصصة، بواقع 137 وحدة، ويتبعه شعبة الصحافة الرقمية التي يتكون البرنامج العلمي لها من (57) مقرر دراسي، وبما يعادل 137 وحدة دراسية أيضاً.

مخرجات هذا (القسم وشعبتيه) وفق الأسس العلمية التي أقيم عليها تكون قادرة على أداء جميع الأعمال المنوطة بمهنة الصحافة من: كتابة صحفية، تحرير، تصميم، تصوير وإخراج صحفي ورقي وإلكتروني، وكذلك إعداد المضامين الصحفية من: تقارير، تحقيقات، مقالات، تعليقات، تحليلات، إعداد البرامج التلفزيونية وتقديمها والعمل كمراسلين في الداخل والخارج وفي كل المؤسسات والمكاتب والوسائل والوسائط الإعلامية، إلى جانب المشاركة بالبحوث العلمية حول القضايا الإعلامية، والقيام بأعمال خدمة المجتمع مثل: إجراء التغطيات الصحفية، المتابعات لأنشطة المجتمع والفاعليات المحلية باستخدام الفنون الصحفية المختلفة كالتقارير، التحقيقات والأحداث الصحفية.

تخصص الإذاعة والتلفزيون:

يتكون البرنامج العلمي لقسم الإذاعة والتلفزيون من (58) مقرر دراسي منها مقررات نظرية وأخرى نظرية وعملية ما بين إلزامية واختيارية عامة ومتخصصة، وبما يعادل 137 وحدة دراسية.

مخرجات هذا القسم وفق الأسس العلمية التي أقيم عليها تكون قادرة على، ممارسة الإعلام الإذاعي كالإعداد، التقديم، الإنتاج، المونتاج، الإخراج والتصوير، وتمتلك مهارات مواجهة الجمهور وذلك من خلال: تعلم فنون الإلقاء والحوار والمناظرة، استخدام الأجهزة والتقنيات الحديثة التي ترتبط بتخصص الإذاعة والتلفزيون، إجادة فنون الكتابة الإعلامية وفقاً لخصائص كل وسيلة والنقد الموضوعي في المجالات الإبداعية المختلفة، إلى جانب المشاركة بالبحوث العلمية حول القضايا الإعلامية، والقيام بأعمال خدمة المجتمع مثل: إجراء التغطيات، اللقاءات الإذاعية والمتابعات لأنشطة المجتمع والفاعليات المحلية.

تخصص العلاقات العامة والإعلان:

يتكون البرنامج العلمي لقسم العلاقات العامة والإعلان من (58) مقرر دراسي منها: مقررات نظرية وأخرى نظرية وعملية ما بين إلزامية واختيارية عامة ومتخصصة، وبما يعادل 137 وحدة دراسية.

مخرجات هذا القسم وفق الأسس العلمية التي أقيم عليها تكون قادرة على التوظيف بشكل احترافي لأحدث التقنيات الاتصالية والمعلوماتية في مجال العلاقات العامة والإعلان، وتنويع مصادر المعرفة الحديثة وصولاً إلى تحقيق كفاءة مهنية عالية، والتواصل مع المجتمع المؤسسي في الداخل والخارج لتحقيق الأهداف وتنفيذ الوظائف الإعلامية إلى جانب المشاركة بالبحوث العلمية حول القضايا الإعلامية، والقيام بأعمال خدمة المجتمع في إطار تخصص القسم.

وعند البحث عن مراجع وافية حول مرحلة اختيار التخصص وجد الباحثان دليلاً لاختيار التخصص الجامعي، ورد فيه إضاءات حول التخصص في أقسام الإعلام. (يسري، الفاتح، 2015)

- أن اختيار أحد هذه تخصصات الإعلام يفتح للطالب بابولوج إلى عالم الإعلام الذي يتطلب المهارات الفردية مع الأسس العلمية للإعلام فن قبل أن يكون علم، ومهنة الإعلام بالذات امتنها كثيرون لم يتخصصوا في الإعلام ونجحوا لذلك هذه المهنة تتطلب المنافسة دائماً وثابت الحضور.

- حب التخصص في أقسام الإعلام لا يكفي ولا يعني أنك ستنجح فيه، إذا لم تبدل الجهود لتفعيل نقاط القوة لديك لتوظيفها بما يناسب المجال.

- التمرين خلال الدراسة في التخصص الذي يختاره الطالب سواء كان صحافة أو إذاعة وتلفزيون أو علاقات عامة، عبر صحيفة الجامعة أو إذاعتها أو أي مؤسسة إعلامية تتاح له، خطوة أساسية لاكتشاف الإخفاق ومعالجته ولتطوير المهارات وبناء الخبرة المهنية.

عوامل مؤثرة في اتخاذ قرار التخصص العلمي الدقيق

عند التفكير في اتخاذ قرار التخصص العلمي "الدراسي" تظهر المهارات العقلية التي تبني عليها مجموعة من العوامل والعمليات الذهنية، فمهارة اتخاذ القرار قائمة على المعلومات ثم الخبرات، و بالتالي نقص المعلومات وعدم كفايتها يعد صعوبة من الصعوبات والتحديات التي تواجه الفرد في مرحلة التقرير تلك، ومصادر هذه المعلومات تتنوع وتتعدد فقد تكون الأسرة أو أحد الأقارب أو الأصدقاء أو أعضاء هيئة التدريس أو حتى تطبيقات التواصل الاجتماعي أو مواقع المعلومات الدولية، أو مقررات مداخل التخصصات والأدلة التعريفية بالكلية، بالإضافة إلى الخصائص الشخصية مثل: الميول المهنية و الظروف الخاصة ثم الأوضاع العامة "اجتماعية - سياسية - اقتصادية". (خميس، رحمة، 2019)

هذه المرحلة مصيرية مليئة بالإثارة والصراع بالنسبة للطالب "طالب الإعلام"، لما تتصف به من تحدي يخص اختيار أهم قرار في مساره التعليمي والعملية الذي يمتد أثره إلى تحديد مستقبله الإعلامي على المدى القريب والبعيد. (بوشي، فوزية وسيكوك، فويدر، 2015)

- وبالنظر من زاوية أعلى لموضوع العوامل المؤثرة يوجد عامل مؤثر أكبر من الطالب ألا وهو التوجه الوزاري وحاجة المجتمع، لما لهما من دور في فرص الاختيار التي تفرض تخصصات وتستبعد تخصصات أخرى بناء على هذه الحاجة.

التعليم العالي (الجامعي)

تعد الجامعات صروح علمية ومراكز إشعاع حضاري تعكس نمو وتقدم المجتمعات التي تنتمي إليها، فلم يعد دورها كما كان في السابق مجرد الاهتمام بالجانب العلمي والمعرفي والتقني فحسب، ثم تعديها ذلك بالاهتمام ببناء شخصية الطالب ودعم استقلاليتها، بل صار دورها تبصير هذه الشخصية وصقلها لتحمل مسؤولية بناء المجتمع من خلال إدراك احتياجاته وهي لا زالت في المجتمع الجامعي بدءاً من التوجيه إلى التخصصات المطلوبة التي يحتاجها المجتمع الأم، وتتولى الجامعات المتطورة ذلك من خلال الموجه أو المرشد الأكاديمي الذي يؤدي مهاماً محددة وفق سياسة واستراتيجية يضعها التعليم العالي الجامعي من ضمنها تعريف الطلبة بطبيعة الأقسام العلمية بالكليات وكيفية اختيار التخصص خلال الفصول الدراسية وفق طبيعة القبول والدراسة، وتخفيف التوتر النفسي لجعل الطلبة بمرحلة اختيار التخصص يتوافقون نفسياً مع واقعهم الدراسي الجديد. (التميمي، محمود كاظم، 2016)

فلسفة التعليم العالي وعلاقتها بخدمة المجتمع في ليبيا

يعد التعليم الجامعي أعلى مراحل التعليم و التّأهيل المتخصص في ليبيا، وهو يلبي احتياجات المجتمع من الكفاءات المؤهلة والمتخصصة بما يوفره من فرص للتعليم في مختلف المجالات العلمية، بالإضافة إلى وظائف التعليم الجامعي المتعلقة بتنشيط عمليات إجراء البحوث والتجارب العلمية التي تسهم في تقدم المجتمع و تقديم الخدمات الاستشارية و الفنية لمؤسساته، وإعداد الموظفين للأجهزة المختلفة في الدولة، واليوم تطورت فلسفته إلى علاقة قائمة بينه وبين حركة المجتمع و حاجاته الاجتماعية والاقتصادية التي جاءت بفعل مخططات النمو المتعددة، وبدأت هذه الفلسفة تتجه نحو التخصص، وذلك لعوامل تطور العلم نفسه، فالترابط بين التعليم العالي والتنمية تجسد في توجيه التخصص عبر هذا التعليم إلى ما يخدم تطور ونمو القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية. (الهادي، علي وآخرون، 2004)

ومن أجل ذلك حري بصناع القرار في المجتمع دراسة حاجة المجتمع أولاً ثم توجيه وزارة التعليم العالي ثانياً إلى الاهتمام بالتخصص لتغطية هذه الحاجة، وليس أيما اهتمام بل تحفيز الخبراء في الوزارة لإجراء الدراسات الوافية حول توافق التخصصات مع متطلبات التنمية و حول رغبة الدارسين لتخصصات دون غيرها، و من ثم استخدام نتائج هذه الدراسات في صعود السلم بالطالب إلى تحقيق العمل بالتخصص الذي اختاره، وهذا الأمر مؤثر جداً في شكل العلاقة بين سياسة أو فلسفة التعليم العالي وخدمة المجتمع، ويتفق الباحثان هنا مع نتائج إحدى الدراسات التي قالت أنه لا جدوى من دراسة الأفراد - رغبة الدارس - في معزل عن متطلبات الأعمال التي سيتوجهون لها، وأن دراسة المهن وتحليلها، مرحلة تسبق دراسة الفرد وتحليله، ونفس الدراسة رجحت إن ذلك هو سبب ارتفاع نسب البطالة في دول العالم الثالث، حيث يسار إلى تكييف الفرد لشروط العمل، ولا تتم دراسة الفرد دراسة شاملة مع دراسة المهن وتحليلها لإيجاد فرصة توافق بين ما يمتلكه الفرد من قدرات ومهارات واستعداد وبين احتياجات المجتمع من خلال سوق العمل، وهذا هو الفرق بين الدول المتقدمة ودول العالم الثالث. (عرار، رشيد والرياحي، ملكة، 2021)

الدراسة المسحية

أولاً : الإجراءات المنهجية للدراسة المسحية

تحديد مجتمع وعينة البحث: تم تحديد مجتمع البحث في طلبة قسم الإعلام بكلية الفنون والإعلام المنتمين للفصول الدراسية المتخصصة (الصحافة ، الإذاعة والتلفزيون ، العلاقات العامة والإعلان) من الفصل الثالث وحتى الفصل الثامن، أما عن عينة البحث فقد تم تحديد نسبة 40% من العدد الكلي للطلبة بكل تخصص من الفصل الثالث وحتى الفصل الثامن تؤخذ بنظام العينة العشوائية البسيطة حيث جاء تخصص الصحافة ممثلاً في العينة بعدد (13) طالب وطالبة وتخصص الإذاعة والتلفزيون بعدد (17) طالب وطالبة وتخصص العلاقات العامة والإعلان بعدد (38) طالب وطالبة وبذلك بلغ المجموع الكلي لعينة البحث (68) طالباً وطالبة.

تصميم الاستبيان واختبار الصدق والثبات: تم تصميم صحيفة الاستبيان وفق أهداف البحث وتساؤلاته وشملت ثلاثة عشر سؤالاً منها أربعة أسئلة خاصة بالبيانات الشخصية للمبحوث وتسعة أسئلة خاصة بالبيانات الموضوعية واختبار الصدق تم عرض صحيفة الاستبيان على اثنين من المحكمين من ذوي الكفاءة والخبرة* (بروف مفتاح ودكتور علي في الهامش) حيث أبدى بعض الملاحظات والتعديلات ومن ثم قام الباحثان بإجراء التعديلات اللازمة.

ولاختبار الثبات قام الباحثان بتوزيع الاستبيان على عينة اختبارية مكونة من عشرة طلبة وتم إعادة التوزيع على ذات العينة بعد مضي أسبوع حيث كانت نسبة التطابق والثبات في الإجابات عالية جداً باستخدام معادلة كراباخ

توزيع صحيفة الاستبيان: تم توزيع عدد (78) صحيفة استبيان بزيادة (10) تحسباً للتالف حيث تم التوزيع في نهاية بعض المحاضرات المتخصصة وكذلك المشتركة بواسطة الباحثين أنفسهم وكذلك بمعاونة بعض الزملاء من أعضاء هيئة التدريس بالكلية وروعي أن تكون المحاضرات ممثلة للفصول الدراسية من الثالث وحتى الثامن حسب طبيعة المقررات في الخطة الدراسية لكل تخصص من التخصصات الثلاث، وبعد الانتهاء من جمع الاستبيانات تم فرزها حسب التخصص وفحصها لاستبعاد التالف مع الاحتفاظ بنسبة التمثيل لكل تخصص في حدود 40% وتوصل الباحثان للعدد المطلوب لعينة البحث.

تفريغ وتحليل صحيفة الاستبيان: تم تفريغ البيانات ومعالجتها إحصائياً بطريقة يدوية عن طريق التكرارات والنسب المئوية ومن ثم تم اخضاع البيانات الإحصائية للتحليل والتفسير الموضوعي من قبل الباحثين.

ثانياً: عرض وتحليل بيانات الدراسة المسحية:

❖ البيانات الشخصية للمبحوثين

جدول رقم (1) يوضح بيانات المبحوثين من حيث النوع

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	31	45.6%
أنثى	37	54.4%
المجموع	68	100%

من خلال بيانات الجدول رقم (1) جاءت نسبة الاناث 54.4% بينما شكلت نسبة الذكور 45.6% ويرى الباحثان أن نسبة تمثيل النوع للمبحوثين تعد متقاربة ومنطقية ومثلة لواقع مجتمع البحث.

جدول رقم (2) يوضح جنسية المبحوثين

الجنسية	التكرار	النسبة المئوية
ليبي/ة	64	94.1%
وافدة/ة من دولة عربية	04	5.9%
المجموع	68	100.0%

دلت بيانات الجدول رقم (2) أن نسبة الطلبة الليبيين في عينة البحث بلغت 94.1% مقابل 5.4% للطلبة الوافدين من دول عربية، ويلاحظ هنا انخفاض نسبة الطلبة الوافدين من دول عربية رغم كثرة عدد الجاليات العربية بدولة ليبيا. حسب علم الباحثين، ولعل هذا يدل على أن الطلبة الوافدين ربما يفضلون الدراسة بكلليات أخرى مثل كليات العلوم الطبية والعلوم التطبيقية أو حتى بعض كليات العلوم الإنسانية الأخرى.

جدول رقم (3) يوضح الفصل الدراسي للمبحوثين:

النسبة المئوية	التكرار	الفصل الدراسي
14.7%	10	الثالث
14.7%	10	الرابع
8.8%	06	الخامس
26.5%	18	السادس
16.2%	11	السابع
19.1%	13	الثامن
100.0%	68	المجموع

أشارت بيانات الجدول رقم (3) أن الطلبة الذين يدرسون بالفصل الدراسي السادس تم تمثيلهم في العينة بنسبة 26.5% كأعلى نسبة يليهم الطلبة بالفصل الدراسي الثامن بنسبة 19.1% ثم الطلبة بالفصل السابع بنسبة 16.2% وجاء الطلبة بالفصلين الدراسيين الثالث والرابع بنسبة 14.7% لكل منهما وأخيرا الطلبة بالفصل الخامس بنسبة 8.8%.

ويرى الباحثان أن نسبة التمثيل للفصل الدراسي في عينة البحث جاءت معقولة لحد ما، كما يلاحظ أن ما مجموعه 61.8% من أفراد عينة البحث ينتمون لفصول دراسية متقدمة هي الفصل السادس والسابع والثامن ولعل هذا الأمر يساعد على وضوح واستقرار اتجاهاتهم نحو موضوع البحث.

جدول رقم (4) يوضح التخصص للمبحوثين:

المسبة المئوية	التكرار	التخصص العلمي
19.1%	13	الصحافة
25.0%	17	الإذاعة والتلفزيون
55.9%	38	العلاقات العامة والإعلان
100.0%	68	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (4) اتضح أن الطلبة الذين ينتمون لتخصص الصحافة بلغت نسبتهم في العينة 19.1% وبلغت نسبة تخصص الإذاعة والتلفزيون 25% في حين جاءت أكبر نسبة تمثيل

في عينة البحث لتخصص العلاقات العامة والإعلان بنسبة 55.9% علما بأن كل هذه النسب تعادل نسبة 40% من كل تخصص حيث يلاحظ ارتفاع نسبة الطلبة الذين ينتمون لتخصص العلاقات العامة والإعلان مقارنة بالتخصصات الأخرى، مما يدل على درجة الإقبال العالية من قبل الطلبة على هذا التخصص ولعل هذا الأمر يعود للاعتقاد غير المبرر لدى فئة من الطلبة بأن تخصص العلاقات العامة والإعلان هو الأسهل والأوفر حظا في سوق العمل بعد التخرج أو ربما يعود للصورة الذهنية الخاطئة للمجتمع عن التخصصات الأخرى المتمثلة في تخصصي الصحافة والإذاعة والتلفزيون خاصة لفئة الاناث.

❖ البيانات الموضوعية:

جدول رقم (5) يوضح كيفية اختيار الطالب للتخصص

النسبة المئوية	التكرار	كيفية اختيار التخصص
66.2%	45	رغبة و معرفة كافية بالتخصص
29.4%	20	رغبة وعدم معرفة كافية بالتخصص
04.4%	03	لم اختار التخصص ولكني لم أوفق في القبول للتخصص الذي أرغب فيه
100.0%	68	المجموع

أشارت البيانات الإحصائية للجدول رقم (5) إلى أن 66.2% من عينة البحث اختاروا التخصص بناءً على رغبة ومعرفة كافية بالتخصص، وأن 29.4% اختاروا التخصص بآء على رغبة وعدم معرفة كافية بالتخصص، في حين أن 4.4% من العينة ذكروا أنهم لم يختاروا التخصص ولكن لم يوفقوا في القبول للتخصص الذي يرغبون فيه.

وعلى الرغم من أن نسبة الذين اختاروا التخصص عن رغبة ومعرفة كافية بالتخصص تعتبر نسبة مقبولة لحد ما إلا أن الباحثين يركزان هنا على أن 29.4% من العينة اختاروا التخصص عن رغبة وليس لديهم معلومات كافية عن التخصص، ولعل هذا يشير إلى وجود بعض الخلل في تعريف الطالب بطبيعة التخصصات قبل مرحلة التخصص وقد يعود هذا الخلل حسب ما يرى الباحثان إما

لضعف في مفردات مقررات مداخل التخصصات أو ضعف في طريقة تنفيذ هذه المقررات أو لندرة الأدلة التعريفية بالتخصصات مثل المطويات وغيرها أو قد يعود الخلل لبعض الطلبة من حيث عدم انتظامهم في حضور المحاضرات، وأيا كان الخلل مما ذكر آنفا فإن مسؤولية المعالجة تقع على عاتق الأقسام العلمية بالكلية.

جدول رقم (6) يوضح آراء المبحوثين حول كفاية مقررات مداخل التخصصات بقسم الإعلام في تعريف الطالب بطبيعة التخصصات

تعتبر مقررات مداخل التخصصات بقسم الإعلام كافية لتعريف الطالب بطبيعة التخصصات	التكرار	النسبة المئوية
أوافق	14	20.6%
إلى حد ما	42	61.8%
لا أوافق	12	17.6%
المجموع	68	100.0%

من خلال بيانات الجدول رقم (6) نجد أن 20.6% من أفراد عينة البحث وافقوا على أن مقررات مداخل التخصصات لقسم الإعلام تعتبر كافية لتعريف الطالب بطبيعة التخصصات، في حين أن 61.8% يرون أنها كافية لحد ما واختار 17.6% عدم الموافقة على ذلك أي يرون أنها غير كافية للتعريف بطبيعة التخصصات.

ويلاحظ من القراءة الإحصائية أعلاه ضعف نسبة الطلبة الذين وافقوا على لأنها كافية وارتفاع نسبة الذين وافقوا إلى حد ما ولعل هذا يشير إلى وجود بعض الخلل المرتبط بمقررات مداخل التخصصات تجب دراسته ومعالجته من قبل الأقسام العلمية بتخصص الإعلام.

وبالعودة لبيانات الجدول رقم (5) يلاحظ الباحثان أن هناك تناقضا ملحوظا بين البيانات الإحصائية لمن اختاروا التخصص عن رغبة ومعرفة كافية بالتخصص والذين بلغت نسبتهم 66.2%

وبين البيانات الإحصائية بالجدول رقم (6) والخاصة بمن وافقوا على أن مقررات مداخل التخصصات تعتبر كافية للتعريف بطبيعة التخصصات والذين بلغت نسبتهم 20.6% فقط، ولعل هذا التناقض يشير إلى أن بعض الطلبة لديهم مصادر أخرى للمعلومات عن التخصصات غير مقررات مداخل التخصصات مثل من سبقهم من الطلبة في الدخول لتخصص معين.

جدول رقم (7) يوضح أهم الدوافع لدى المبحوثين لاختيار التخصص

النسبة المئوية	التكرار	اهم الدوافع لاختيار التخصص
54.4%	37	حيي واقتناعي بالتخصص
22.0%	15	يتناسب مع قدراتي ومهاراتي
4.4%	03	يمكنني من تحقيق ذاتي وتنمية مواهبي
1.5%	01	رغبتني في خدمة بلدي ومجتمعي من خلاله
7.4%	05	إرضاء لرغبة الوالدين
1.5%	01	تحقيق الشهرة من خلاله بعد التخرج
8.8%	06	الحصول على فرصة عمل بعد التخرج
100.0%	68	المجموع

اتضح من خلال البيانات الإحصائية للجدول رقم (7) أن 54.4% من أفراد عينة البحث تمثل دافعهم الأهم في اختيار التخصص في الحب والافتناع بالتخصص، وجاءت نسبة 22% لدافع التناسب مع القدرات والمهارات، تلاها دافع الحصول على فرصة عمل بعد التخرج بنسبة 8.8% ثم دافع إرضاء لرغبة الوالدين بنسبة 7.4% ومن ثم دافع تحقيق الذات وتنمية المواهب بنسبة 4.4% وحقق دافعي الرغبة في خدمة بلدي ومجتمعي من خلاله ودافع تحقيق الشهرة أقل نسبة وهي 1.5% لكل منهما.

ويرى الباحثان أن دافع الحب والافتناع بالتخصص والذي حقق أعلى نسبة 54.4% يعتبر مؤشر إيجابي من المفترض أن يدفع الطالب إلى الابداع والتفوق في التخصص وبالطبع هذا في حال كان الافتناع مبني على معلومات دقيقة عن التخصص غير أن مؤشرات البيانات الإحصائية في الجدول رقم

(6) لا تدعم أن الاقتناع تم بناء على معلومات كافية عن التخصص، أما عن دافع التناسب مع القدرات والمهارات والذي حقق نسبة 22% فتعتبر نسبة منطقية عند قراءتها مع بيانات الجدولين (5) و(6).

جدول رقم (8) يوضح أهم الأسباب لدى المبحوثين لاختيار التخصص

النسبة المئوية	التكرار	اهم الأسباب لاختيار التخصص
47.1%	32	توفر فرص عمل بعد التخرج
1.5%	01	فرض علي من قبل الوالدين والأسرة
19.1%	13	جاذبية وسهولة المقررات في التخصص
8.8%	06	تأثرت بآراء أقاربي وزملائي وأصدقائي
8.8%	06	تأثرت بآراء بعض أعضاء هيئة التدريس
7.4%	05	استفدت من مقررات مداخل التخصصات
2.9%	02	كثافة الجانب العملي في التخصص
1.5%	01	قلة الجانب العملي في التخصص
2.9%	02	توفر أعضاء هيئة تدريس بالتخصص
00.0%	00	سهولة التخصص مقارنة بالتخصصات الأخرى
100.0%	68	المجموع

بينت القراءة الإحصائية للجدول رقم (8) أن 47.1% من عينة البحث تمثل السبب الأهم في اختيارهم للتخصص في توفر فرص العمل بعد التخرج وأن 19.1% اختاروا التخصص بسبب جاذبية وسهولة المقررات في التخصص، وجاءت نسبة 8.8% ممثلة لكل من اختاروا التخصص بسبب التأثر بآراء الأقارب والزملاء والأصدقاء أو بسبب التأثر بآراء بعض أعضاء هيئة التدريس، أما سبب الاستفادة من مقررات مداخل التخصصات فقد جاء بنسبة 7.4% تلاه سبب كثافة الجانب العملي في التخصص بنسبة 2.9% وكذلك سبب توفر أعضاء هيئة تدريس بذات النسبة وحقق سببي الفرض من قبل الوالدين والأسرة وقلة الجانب العملي نسبة 1.5% لكل منهما وجاء سبب سهولة التخصص مقارنة بالتخصصات الأخرى في المركز الأخير بنسبة صفر%.

يرى الباحثان أن سبب توفر فرص عمل بعد التخرج والذي حقق أعلى نسبة بين المبحوثين يعتبر سبب منطقي وعقلاني في اختيار التخصص في ظل الصعوبات التي تواجه خريجي عدد من التخصصات في سوق العمل وهم يسعون للحصول على وظيفة في مجال تخصصهم ولعل هذا يدل على أن هناك نسبة معقولة من الطلبة يتمتعون بالقدرة على التفكير المنطقي والتخطيط لمستقبلهم بعد التخرج، غير أن ما لفت نظر الباحثين أن النسبة الأعلى التالية لأهم سبب أتت لسبب جاذبية وسهولة المقررات في التخصص حيث يرى الباحثان أن هذا السبب هو حكم يبنى على معلومات دقيقة وتفصيلية ومعايشة للتخصص وهذا الأمر قد لا يتوافر بسهولة للطلاب في مرحلة اختيار التخصص لذا يرجح الباحثان أن هذا السبب تم اختياره بناء على معلومات سماعية تلقاها الطلبة ممن سبقوهم في الدخول للتخصص المعين.

ولا يغفل الباحثان هنا أن ما مجموعه 17.6% من عينة البحث اختاروا التخصص نتيجة لتأثرهم بآراء الأقارب والزلاء والأصدقاء وبعض أعضاء هيئة التدريس.

جدول رقم (9) يوضح مدى توافق توقعات المبحوثين عن التخصص قبل التخصص مع واقع التخصص

النسبة المئوية	التكرار	مدى توافق توقعاتك عن التخصص قبل التخصص مع واقع التخصص
38.2%	26	توافقت تماما
48.6%	33	توافقت إلى حد ما
13.2%	09	لم تتوافق
100.0%	68	المجموع

من خلال بيانات الجدول أعلاه نجد أن نسبة 48.6% من أفراد العينة المبحوثة توافقت توقعاتهم إلى حد ما مع واقع التخصص وأن 38.2% توافقت توقعاتهم تماما مع واقع التخصص في حين أن 13.2% لم تتوافق توقعاتهم مع واقع التخصص.

يلاحظ من خلال القراءة الإحصائية أعلاه أن نسبة الطلبة الذين توافقت توقعاتهم لحد ما عن التخصص مع واقع التخصص جاءت كأعلى نسبة مقارنة بالذين توافقت توقعاتهم تماما مع واقع التخصص ولعل هذا حسب رأي الباحثين يعد مؤشرا سلبيا متصل بالجانب المعلوماتي عن التخصص خاصة إذا نظرنا أيضا لنسبة الطلبة الذين لم تتوافق توقعاتهم مع واقع التخصص مما يدل على أن معظم أفراد العينة المبحوثة لم تكن معلوماتهم عن طبيعة التخصص معلومات وافية.

جدول رقم (10) يوضح مدى رضا المبحوثين عن التخصص الذي اختاروه

النسبة المئوية	التكرار	ما مدى رضاك عن التخصص الذي اخترته
50.0%	34	راض
30.9%	21	راض إلى حد ما
19.1%	13	غير راض
100.0%	68	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (10) أن 50% من أفراد عينة البحث راضون عن التخصص الذي اختاروه، وأن 30.9% راضون إلى حد ما في حين أن 19.1% غير راضين عن التخصص الذي اختاروه.

على الرغم من أن نصف عينة البحث عبروا عن رضاهم عن التخصص الذي اختاروه غير أن عدم اكتمال درجة الرضاء عند النصف الآخر سواء كانت درجة رضاهم إلى حد ما أو غير راضين تعتبر نسبة مقلقة حسب ما يرى الباحثان ولعلها ترتبط ارتباطا مباشرا مع الدلالات الإحصائية للجدول رقم (9) والذي عالج درجة توافق توقعات افراد عينة البحث عن التخصص مع واقع التخصص.

أهم أسباب عدم الرضا

1/ قلة الجانب العملي 2/ عدم توفر الدكاترة المناسبين للمواد 3/ عدم توافق الواقع مع التوقعات

4/ عدم وجود جودة في المقررات الدراسية 5/ عدم توفر الإمكانيات اللازمة في الكلية 6/ عدم وجود الكفاءة في مدرسي المواد (بعض المدرسين يحتاجون إلى دراسة المنهج قبل إعطائه للطلاب)

جدول رقم (11) يوضح أهم الصعوبات التي تواجه المبحوثين في مرحلة اختيار التخصص

أهم الصعوبات التي تواجه المبحوثين في مرحلة اختيار التخصص	التكرار	النسبة المئوية
عدم توفر معلومات كافية عن طبيعة التخصصات لقسم الإعلام	32	47.1%
عدم توفر فرص عمل بعد التخرج في سوق العمل	06	8.8%
فكرة المجتمع السلبية عن بعض التخصصات الإعلامية	28	41.2%
أخرى تذكر	02	2.9%
المجموع	68	100.0%

أوضح 47.1% من أفراد العينة أن أهم الصعوبات التي تواجههم في مرحلة اختيار التخصص تمثلت في عدم توفر المعلومات الكافية عن طبيعة التخصصات بقسم الإعلام، بينما اختار 41.2% فكرة المجتمع السلبية عن بعض التخصصات الإعلامية كأهم صعوبة تواجههم عند اختيار التخصص الدقيق، وأشار 8.8% من العينة إلى أن أهم صعوبة تتمثل في عدم توفر فرص العمل بعد التخرج في سوق العمل، وأفاد ما نسبته 2.9% من المبحوثين إلى صعوبات أخرى تمثلت حسب رأيهم في أن مادة واحدة لا تكفي للتعريف بالتخصص وكذلك قلة الجانب العملي.

إن تحقيق عدم توفر معلومات كافية عن طبيعة التخصصات بقسم الإعلام أعلى نسبة حسب آراء المبحوثين يتفق مع بعض المؤشرات التحليلية التي أشار إليها الباحثان في الجداول السابقة مما يؤكد على وجود خلل متصل بالجانب المعلوماتي عن طبيعة التخصصات بقسم الإعلام يحتاج لمعالجات مدروسة من قبل الأقسام العلمية بالكلية، والجدير بالملاحظة أيضا النسبة العالية المتعلقة بصعوبة

فكرة المجتمع السلبية عن بعض التخصصات الإعلامية والتي ربما تواجه الاناث أكثر من الذكور في مرحلة اختيار التخصص ويتصل هذا الأمر بمجال الصورة الذهنية وتقتضي معالجته برامج مخططة ومدروسة جيدا من قبل الكلية تهدف لتعديل هذه الصورة.

النتائج والمقترحات:

أولا: النتائج:

من خلال الدلالات الإحصائية للدراسة المسحية والتحليل والتفسير الموضوعي لها توصل الباحثان لمجموعة من الاستنتاجات تتمثل في الآتي:

1/ اتضح من خلال الدراسة المسحية أن معظم الطلبة (66.2%) اختاروا التخصص عن رغبة ومعرفة كافية بطبيعة التخصص غير أن نسبة معتبرة لا يستهان بها (29.4%) من الطلبة اختاروا التخصص بناء على رغبة وعدم معرفة كافية بطبيعة التخصص مما يدل على وجود خلل في تعريف الطالب بطبيعة التخصصات قبل اختيار التخصص.

2/ كشفت الدراسة المسحية أن معظم الطلبة عينة البحث (61.8%) (يوافقون لحد ما) على أن مقررات مداخل التخصصات تعتبر كافية لتعريف الطالب بطبيعة التخصصات بقسم الإعلام، وعدم اكتمال درجة الموافقة يؤكد على وجود خلل متصل بمقررات مداخل التخصصات.

3/ تمثل أهم دافع لاختيار التخصص لدى معظم عينة البحث (54.4%) في الحب والافتناع بالتخصص، ويعتبر هذا الدافع منطقيا . حسب رأي الباحثين . إذا كان الافتناع مبنيا على معلومات كافية ووافية عن طبيعة التخصص تلاه دافع تناسب التخصص مع القدرات والمهارات 22%.

4/ بينت الدراسة المسحية أن من أهم أسباب اختيار التخصص لدى عينة البحث توفر فرص العمل بعد التخرج 47.1% ويعتبر هذا السبب منطقي ومقبول وتمثل السبب الأهم الثاني في جاذبية

وسهولة المقررات في التخصص 19.1%. ويعتبر هذا السبب غير منطقي لأن الحكم على جاذبية وسهولة المقررات يحتاج لمعلومات ومعايشة للتخصص لا تتوفر للطالب عند مرحلة اختيار التخصص

5/ أشارت بيانات الدراسة المسحية أن ما يقارب نصف عينة البحث 48.6% توافقت توقعاتهم (إلى حد ما) عن التخصص قبل التخصص مع واقع التخصص وأن 38.2% توافقت وقعاتهم تماما مع واقع التخصص في حين أن 13.2% لم تتوافق توقعاتهم مع واقع التخصص، وتعتبر هذه النتيجة مقلقة وتحتاج للوقوف عندها ودراستها.

6/ هناك مؤشر سلبي مرتبط بدرجة الرضا عن التخصص . حسبما يرى الباحثان . حيث أوضحت الدراسة المسحية أن 50% من عينة البحث راضون عن التخصص الذي اختاروه وأن 30.9% راضون (إلى حد ما) في حين أن 19.1% غير راضين عن التخصص الذي اختاروه. أي أن ما مجموعه 50% من عينة البحث لم تكتمل لديهم درجة الرضا عن التخصص الي اختاروه

7/ تمثلت أهم الصعوبات التي تواجه الباحثين عند مرحلة اختيار التخصص في عدم توفر المعلومات الكافية عن طبيعة التخصصات بقسم الإعلام 47.1% وفكرة المجتمع السلبية عن بعض التخصصات الإعلامية 41.2%

النتيجة العامة للبحث:

توجد إشكالية نواجه الطالب في مرحلة اختيار الطالب للتخصص الدقيق بقسم الإعلام ترتبط بالجانب المعلوماتي عن طبيعة التخصصات الثلاثة بقسم الإعلام وتتصل بها إشكالية مرتبطة بالصورة الذهنية لدى المجتمع عن بعض التخصصات الإعلامية.

ثانيا: المقترحات:

في إطار وضع المقترحات لهذا البحث حرص الباحثان على استصحاب أهم المقترحات التي أدلى بها الباحثين والتي تتفق تماما مع مقترحات الباحثين حيث تركزت في الآتي:

- 1/ ضرورة أن تعقد الأقسام العلمية بالكلية ورش عمل علمية لمراجعة وتطوير مفردات مقررات مداخل التخصصات والتأكد من كفايتها لتقديم جرعة معلوماتية كافية للطلاب عن طبيعة التخصص وما يحتاجه من قدرات ومهارات وعلاقته بحاجة سوق العمل.
- 2/ انتاج أدلة تعريفية وافية عن طبيعة التخصصات الإعلامية من قبل الأقسام العلمية مثل المطويات والكتيبات توزع للطلبة في الفصل الدراسي الثاني بقسم الإعلام العام
- 3/ التدقيق من قبل القسم العلمي في المواصفات العلمية والأدائية فيمن سيكلف بتدريس مقررات مداخل التخصصات
- 4/ ضرورة تنظيم زيارات علمية لطلبة الفصل الثاني قسم الإعلام العام لأماكن ذات علاقة بالتخصصات الثلاثة بقسم الإعلام حتى يقف الطالب على واقع التخصص العملي في سوق العمل
- 5/ تسخير إذاعة الجامعة لإنتاج برامج إذاعية متنوعة تهدف لتعديل الصورة الذهنية السلبية لدى المجتمع عن بعض التخصصات الإعلامية.

قائمة المراجع:

أحمد، أسامة وعبدالقادر، سامي بن عبدالله (2015). العوامل المؤثرة على اختيار التخصص العلمي بالجامعات السعودية. *المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة*، العدد الرابع، صفحة ص11. تم الاسترداد من المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة.

السيد، أشرف وناصر، حسن (2018). قلق المستقبل و علاقته بالاتجاه نحو العمل لدى طلبة الجامعة. *بحوث الاعلام*.

المجلس العلمي لكلية الفنون والاعلام. (2023/2022). *اللائحة الدخلية*. مصراتة : كلية الفنون والاعلام جامعة مصراتة.

جامعة الفيصل. (2024). *الارشاد الاكاديمي*. تم الاسترداد من القبول والتسجيل:

admissions.alfaisal.edu

خميس، رحمة. (2019). اختيار التخصص الدراسي: دوافع و عوامل مؤثرة وتحديات. *جريدة عمان*.

- عرار، رشيد والرياحي، ملكة. (2021). اختيار التخصص الجامعي والرؤيا المستقبلية لدى الطلبة الجامعيين في فلسطين. مجلة جامعة فلسطين التقنية للابحاث.
- الهادي، علي و آخرون. (2004). مسيرة التعليم العالي في ليبيا. النقابة العامة لأعضاء هيئة التدريس.
- بوشي، فوزية وسيكوك، قويدر. (2015). موجهات اختيار التخصص لدى الطالب الجامعي. تم الاسترداد من storage/emulated/0/Download.
- مجلس كلية الفنون والاعلام. (2021). البرامج العلمية للتخصصات. مصراتة: كلية الفنون والاعلام.
- التميمي، محمود كاظم. (2016). الارشاد الجامعي. الامارات العربية: مركز دبيونو.
- معجم المعاني. (2024). تم الاسترداد من قاموس المعاني: www.almaany.com
- زايد، منال وطيبوش هاجر. (2019/18). العوامل المؤثرة في اختيار التخصص لدى الطالب الجامعي. قطب تاسوست الجزائر: جامعة محمد الصديق بن يحي -تاسوست.
- منصة فرصة. (2024). ثقافة عامة (كيف اختار تخصصي الجامعي المناسب). تم الاسترداد من Aliba.com: www.Forga.com
- مؤسسة المجلة العربية للعلوم ونشر الابحاث. (1 6، 2024). تم الاسترداد من معجم المعاني الجامع: <https://bog.ajsrp.com.2024>
- نصرة، نورة. (2018). التكامل بين الأسرة و مستشار التوجيه في عملية اختيار التخصص الجامعي. تبسة - الجزائر: جامعة العربي التبسي.
- الدغيري، هدى عبدالعزيز. (ديسمبر، 2023). دور المحددات الشخصية والاجتماعية في اختيار التخصص للطالب الجامعي. المجلة العلمية للخدمة الاجتماعية، العدد 24، صفحة ص 126. تم الاسترداد من file:///c:/Users/pc/Downloads
- الفتاح، يسري. (2015). دليل اختيار التخصص الجامعي. مؤسسة واعد الشبابية.