



دور الإعلام الجامعي في تعزيز الوعي الطلابي بمخاطر المخدرات:

دراسة ميدانية في الجامعات العراقية

دور الإعلام الجامعي في تعزيز الوعي الطلابي بمخاطر المخدرات:

دراسة ميدانية في الجامعات العراقية

م.م حسن عبد الله سالم

جامعة تكريت / كلية الاداب

البريد الإلكتروني Email : Hasan.A.Salim@tu.edu.iq

الكلمات المفتاحية: الاعلام الجامعي - دور الاعلام - مكافحة المخدرات - المحتوى التفاعلي
- الجامعات

كيفية اقتباس البحث

سالم، حسن عبد الله ، دور الإعلام الجامعي في تعزيز الوعي الطلابي بمخاطر المخدرات:
دراسة ميدانية في الجامعات العراقية، مجلة مركز بابل للدراسات الانسانية، أيلول ٢٠٢٦،
المجلد: ١٦، العدد: ٩ .

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

Registered مسجلة في
ROAD

Indexed مفهارة في
IASJ

Journal Of Babylon Center For Humanities Studies 2026 Volume :16 Issue : 9
(ISSN): 2227-2895 (Print) (E-ISSN):2313-0059 (Online)



The Role of University Media in Promoting Student Awareness of the Dangers of Drugs: A Field Study in Iraqi Universities

By: Asst. Lecturer Hasan Abdullah Salim

University of Tikrit / College of Arts

Keywords : University Media – Role of Media – Drug Prevention – Interactive Content – Universities

How To Cite This Article

Salim, Hasan Abdullah, The Role of University Media in Promoting Student Awareness of the Dangers of Drugs: A Field Study in Iraqi Universities, Journal Of Babylon Center For Humanities Studies, September 2026, Volume:16, Issue 9.



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

[This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.](#)

Abstract

This study addressed the role of university media in raising student awareness of the dangers of drugs in Iraqi universities, as a strategic tool capable of directly reaching university students and influencing their attitudes and behaviors. The importance of the study stemmed from the lack of previous academic interest in the role of university media compared to general media, despite its importance in the current Iraqi environment.

The study relied on a descriptive analytical approach using a questionnaire distributed to a sample of (250) male and female students from Iraqi public and private universities. The questionnaire covered six main topics, including: the reality of university media, the quality of media messages, awareness channels, the impact of university media on awareness and behavior, obstacles, and student attitudes.

The results showed that university media contributes significantly to raising student awareness of the dangers of drugs, particularly through digital media and interactive activities. However, it faces challenges



related to weak funding, the absence of long-term strategies, and a shortage of qualified personnel. The results also confirmed that students adopt positive attitudes toward university media and are willing to participate in its awareness-raising activities. The study concluded with a set of recommendations, most notably: the need to adopt sustainable media plans, involve students in media campaigns, invest in interactive digital content, and enhance cooperation between universities, government agencies, and media institutions, all of which will contribute to building an anti-drug student culture.

المخلص

تناولت هذه الدراسة موضوع دور الإعلام الجامعي في تعزيز الوعي الطلابي بمخاطر المخدرات في الجامعات العراقية، باعتباره وسيلة استراتيجية قادرة على الوصول المباشر إلى فئة الشباب الجامعي والتأثير في مواقفهم وسلوكياتهم. جاءت أهمية الدراسة من ضعف الاهتمام الأكاديمي السابق بدور الإعلام الجامعي مقارنة بوسائل الإعلام العامة، رغم أهميته في البيئة العراقية الراهنة.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة الاستبيان الذي وُزِعَ على عينة من (٢٥٠) طالباً وطالبة من جامعات عراقية حكومية وأهلية. شملت الاستبانة ستة محاور رئيسية تضمنت: واقع الإعلام الجامعي، جودة الرسائل الإعلامية، قنوات التوعية، أثر الإعلام الجامعي على الوعي والسلوك، المعوقات، والمواقف الطلابية.

أظهرت النتائج أن الإعلام الجامعي يسهم بشكل ملحوظ في رفع وعي الطلبة بمخاطر المخدرات، خاصة عبر الوسائط الرقمية والأنشطة التفاعلية، لكنه يواجه تحديات تتعلق بضعف التمويل، غياب الاستراتيجيات طويلة الأمد، وقلة الكوادر المؤهلة. كما أكدت النتائج أن الطلبة يتبنون مواقف إيجابية تجاه الإعلام الجامعي ومستعدون للمشاركة في أنشطته التوعوية.

وانتهت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أبرزها: ضرورة تبني خطط إعلامية مستدامة، إشراك الطلبة في الحملات الإعلامية، الاستثمار في المحتوى الرقمي التفاعلي، وتعزيز التعاون بين الجامعات والجهات الحكومية والإعلامية، بما يسهم في بناء ثقافة طلابية مضادة للمخدرات.

المقدمة

في ظل التحديات الاجتماعية والثقافية التي تواجه المجتمعات العربية، تشكل قضية انتشار المخدرات تهديداً مباشراً لصحة الشباب وأمن المجتمعات. ويأتي الإعلام الجامعي باعتباره منصة تنقيفية وتوعوية موجهة نحو فئة الشباب، ليؤدي دوراً مهماً في مواجهة هذه الظاهرة



دور الإعلام الجامعي في تعزيز الوعي الطلابي بمخاطر المخدرات:

دراسة ميدانية في الجامعات العراقية

الخطيرة. فالإعلام الجامعي لا يقتصر على كونه وسيلة لنقل الأخبار الجامعية، بل هو أداة تربية تعكس رسالة الجامعة في بناء وعي طلابها وتعزيز سلوكياتهم الإيجابية. تشير البيانات الحديثة إلى أنّ العراق يواجه تحدياً متنامياً في قضايا المخدرات والمواد النفسية والعقلية، إذ أطلق العراق مؤخراً تقرير "Drug Situational Analysis Report" بالتعاون بين UNODC ومنظمة الصحة العالمية، وهو أول تحليل شامل لوضع المخدرات في البلاد خلال أكثر من عقد.^١

على الرغم من وجود هذه البيانات والتقارير، فإن معظم الدراسات في العراق ركزت على الإعلام العام، أو على السياسات الوطنية، أو على القنوات الإعلامية الخارجية، ولم تول اهتماماً كافياً لدور الإعلام الجامعي كموديلاً خاصاً للتوعية، مع قدرته على الوصول المباشر إلى الطلبة، وتأثيره المحتمل في صقل وعيهم وتغيير سلوكهم. ومن هنا تتبع أهمية هذا البحث، الذي يسعى إلى ملء هذه الفجوة؛ من خلال دراسة ميدانية تتناول كيف يمكن للإعلام الجامعي أن يعزز وعي الطلبة العراقية بمخاطر المخدرات، وما العوامل التي تؤثر في هذا الدور، والتحديات التي تواجهه. هذا البحث يكتسب أهميته من كونه يسلط الضوء على إحدى أهم القضايا الشبابية، ويبحث في كيفية مساهمة الإعلام الجامعي في بناء ثقافة مضادة للمخدرات، سواء عبر التوعية بمخاطرها الصحية والاجتماعية، أو عبر تعزيز قيم بديلة إيجابية تسهم في تحصين الطلبة من الانجراف نحوها.

المبحث الاول

الإطار المنهجي

مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث في ضعف استثمار الإعلام الجامعي بشكل فعال ومنظم في مواجهة المخدرات، بالرغم من اتساع تأثيره المباشر على شريحة الطلبة. وتزداد خطورة هذه المشكلة مع تنامي الحاجة إلى توظيف الإعلام الجامعي كأداة وقائية وتوعوية تسهم في حماية الشباب من المخاطر الصحية والاجتماعية والقانونية المرتبطة بتعاطي المخدرات.

سؤال البحث الرئيس: ما الدور الذي يؤديه الإعلام الجامعي في تعزيز وعي الطلبة بمخاطر المخدرات في العراق؟

الأسئلة الفرعية:

- كيف تساهم الأنشطة الإعلامية الجامعية في رفع مستوى وعي الطلاب بمخاطر المخدرات؟
- ما أبرز نقاط القوة والضعف في أداء الإعلام الجامعي تجاه هذه القضية؟



• إلى أي مدى يتفاعل الطلبة مع الحملات الإعلامية الجامعية المتعلقة بالمخدرات؟

• ما أبرز التحديات التي تعيق الإعلام الجامعي في أداء دوره التوعوي؟

فرضيات البحث

• هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض الطلبة للإعلام الجامعي ومستوى وعيهم بمخاطر المخدرات.

• تختلف درجة تأثير الإعلام الجامعي في تعزيز الوعي الطلابي بحسب نوع الوسيلة الإعلامية (إذاعة، مطبوعات، منصات رقمية).

• يواجه الإعلام الجامعي تحديات تنظيمية وتمويلية تحدّ من فاعليته في مكافحة المخدرات.

أهمية البحث

الأهمية العلمية: _____

يسهم هذا البحث في إثراء الأدبيات المتعلقة بالإعلام الجامعي، من خلال دراسة دور الإعلام الجامعي في التوعية الصحية والاجتماعية، وهو مجال لم يُتناول بالدراسة الكافية في البيئة الأكاديمية العراقية.

الأهمية العملية: _____

يوفر البحث توصيات عملية يمكن أن تستفيد منها إدارات الجامعات ووزارة التعليم العالي، في وضع سياسات وبرامج إعلامية أكثر فاعلية لمكافحة المخدرات بين الطلبة.

أهداف البحث

• الكشف عن مستوى تغطية الإعلام الجامعي لقضية المخدرات.

• قياس أثر الرسائل الإعلامية الجامعية على وعي الطلبة وسلوكهم.

• تحديد أبرز المعوقات التي تواجه الإعلام الجامعي في مكافحة المخدرات.

• تقديم مقترحات لتعزيز الدور التوعوي للإعلام الجامعي.

مجتمع وعينة البحث

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي بالمسح الميداني، وذلك من خلال استخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من الطلبة. شمل مجتمع البحث طلبة الجامعات العراقية (الحكومية والأهلية)، وتم اختيار الجامعات بطريقة مقصودة لضمان التنوع.

وقد بلغ حجم العينة (٢٥٠) طالباً يمثلون تخصصات ومستويات دراسية مختلفة.

بعد جمع الاستبيانات، جرى إدخال البيانات في برنامج SPSS لإجراء التحليلات الإحصائية اللازمة. وقد تم الاعتماد على الأساليب الوصفية لعرض خصائص العينة وتحليل المحاور، إلى



دور الإعلام الجامعي في تعزيز الوعي الطلابي بمخاطر المخدرات:

دراسة ميدانية في الجامعات العراقية

جانب استخدام اختبارات استدلالية مثل T-Test لاختبار فرضيات البحث والكشف عن العلاقات والفروق ذات الدلالة الإحصائية.

الدراسات السابقة

—دراسة (محمد العزاوي، ٢٠٢١)

تناولت هذه الدراسة واقع الإعلام الجامعي في جامعتي بغداد والمستنصرية، مع تركيز خاص على دوره في تعزيز الوعي الأمني لدى الطلبة، ولا سيما فيما يتعلق بمشكلة انتشار المخدرات. اعتمد الباحث على المنهج الوصفي الميداني، مستخدماً أداة الاستبيان الذي وُزِعَ على عينة من الطلبة تمثل تخصصات ومستويات دراسية مختلفة، بهدف قياس مستوى تفاعلهم مع الأنشطة الإعلامية الجامعية وتقدير أثرها في إدراكهم للمخاطر الأمنية.

أظهرت النتائج أن الإعلام الجامعي يعاني من قصور واضح في معالجة قضايا المخدرات، إذ تفتقر الجامعات إلى خطط إعلامية منتظمة ومستدامة، كما أن الحملات التوعوية التي تُنظم داخل الحرم غالباً ما تكون موسمية وغير متواصلة. وأشارت الدراسة كذلك إلى أن محدودية الموارد المالية والتقنية تقف عائقاً أمام تطوير محتوى إعلامي متنوع وجذاب. ومع ذلك، كشفت النتائج عن استعداد ملحوظ لدى الطلبة للتفاعل مع أي محتوى توعوي يقدم داخل الجامعة، وهو ما يدل على أن الجمهور المستهدف متقبل، لكنه يفتقر إلى الحملات المؤسسية المنظمة. وبناءً على ذلك، خلص العزاوي إلى أن الإعلام الجامعي يمتلك قابلية كبيرة ليكون أداة مؤثرة في مكافحة المخدرات إذا ما توافرت له الدعم المؤسسي والتخطيط الاستراتيجي والموارد البشرية والتقنية اللازمة. وأوصت الدراسة بضرورة إدماج الإعلام الجامعي ضمن السياسات الوطنية لمكافحة المخدرات، وتوفير برامج تدريبية للكوادر الإعلامية الجامعية بما يعزز من جودة الرسائل وفعاليتها.

—دراسة (سمر الخالدي، ٢٠٢٢)

ركزت هذه الدراسة على تقييم أثر الحملات الإعلامية الجامعية في جامعة اليرموك بالأردن على سلوكيات الطلبة تجاه المخدرات. اعتمدت الباحثة المنهج المسحي الإعلامي، مستخدمة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة من الطلبة والطالبات في تخصصات مختلفة، وذلك لقياس مدى فعالية الوسائل الإعلامية الجامعية في إحداث تغيير ملموس في وعي الشباب الجامعي وسلوكهم.



أظهرت النتائج أن الحملات الإعلامية المنظمة التي تضمنت رسائل قصيرة ومباشرة مدعومة بصور واقعية لضحايا الإدمان أسهمت في تعزيز المواقف الراضية للمخدرات وخفض معدلات تجربة المخدر لأول مرة بين الطلبة. كما بينت الدراسة أن الطلبة تفاعلوا بدرجة أكبر مع الرسائل الإعلامية التي يقدمها أقرانهم عبر الإذاعات الجامعية أو الأنشطة الطلابية المباشرة، مقارنة بالرسائل الرسمية الصادرة عن إدارة الجامعة. هذا ما يعكس أهمية عنصر "المصادقية الأقرانية"، حيث يميل الشباب إلى التأثر أكثر بالخطاب الذي يأتي من زملائهم ويمثل لغتهم وواقعهم.

وبناءً على هذه النتائج، شددت الخالدي على أن الحملات الإعلامية داخل الجامعات ينبغي أن تركز على الرسائل القصيرة والجذابة بصرياً، وأن تعزز من مشاركة الطلبة في إعدادها وتقديمها، باعتبار أن ذلك يزيد من فاعليتها ويضمن وصولها بشكل أعمق إلى الفئة المستهدفة.

-دراسة (أحمد عبد الله، ٢٠٢٠)

أجريت هذه الدراسة في جامعة القاهرة لبحث دور الإعلام الجامعي في التوعية الصحية لدى الطلبة، مع تركيز على قضايا التدخين وتعاطي المخدرات. اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، مستخدماً أداة الاستبيان التي وُزعت على عينة متنوعة من الطلبة من مختلف الكليات، بهدف قياس مدى اعتمادهم على الإعلام الجامعي كمصدر للمعرفة الصحية، ومدى تأثير الحملات الجامعية على وعيهم وسلوكياتهم.

كشفت النتائج أن ما يقرب من 72% من الطلبة اعتبروا الإعلام الجامعي المصدر الأساسي لمعارفهم عن أضرار المخدرات، وهو ما يعكس مكانة هذه الوسيلة في الوسط الشبابي مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى. كما بينت الدراسة أن الحملات المستمرة والمتكررة، مثل الملصقات التوعوية والإذاعات الداخلية داخل الحرم الجامعي، تركت أثراً واضحاً في تعزيز إدراك الطلبة لمخاطر المخدرات، في حين أن الحملات الموسمية قصيرة المدى لم تحقق التأثير المطلوب، إذ سرعان ما تلاشى أثرها بانتهائها.

وبناءً على ذلك، خلصت الدراسة إلى أن فاعلية الإعلام الجامعي ترتبط ارتباطاً مباشراً بمدى استمراريته وتنظيمه، وأوصت بضرورة إدماج حملات التوعية الصحية في الخطط السنوية للجامعات، بحيث تصبح نشاطاً دائماً لا مؤقتاً، بما يضمن تراكم المعرفة وتنشيط الاتجاهات الإيجابية لدى الطلبة تجاه قضايا المخدرات.



دراسة (خالد العامري، ٢٠٢٣)

أجريت هذه الدراسة في الخليج العربي بهدف قياس أثر الإعلام الجامعي الرقمي في مكافحة الظواهر السلبية بين الطلبة، وعلى رأسها قضية المخدرات. اعتمد الباحث على المنهج المسحي الإعلامي، حيث قام بتوزيع استبيان إلكتروني على عينة مكونة من ٤٠٠ طالب وطالبة من جامعات مختلفة في المنطقة الخليجية، وذلك لقياس درجة تعرضهم لمحتوى الإعلام الجامعي الرقمي وتقدير مدى تأثيره على وعيهم وسلوكهم.

أظهرت النتائج أن المحتوى الرقمي التفاعلي، ولا سيما الفيديوهات القصيرة والإنفوجرافيك، كان الأكثر جذباً للطلبة، إذ حصد معدلات تفاعل أعلى بكثير من الوسائل التقليدية كالمصقات أو الندوات المباشرة. كما أكدت الدراسة أن الحملات الرقمية، بفضل طبيعتها المرئية وسهولة تداولها عبر الهواتف الذكية ومنصات التواصل الاجتماعي، أسهمت في رفع مستوى الوعي الصحي والقانوني بالمخدرات لدى شريحة واسعة من الشباب الجامعي.

وخلص العامري إلى أن الإعلام الجامعي في صورته الرقمية يمثل الأداة الأكثر فاعلية في بيئة يغلب عليها الحضور الرقمي للشباب، وأوصى بضرورة الاستثمار في إنتاج محتوى قصير، متجدد، وجذاب بصرياً، مع تعزيز التفاعل عبر المنصات الجامعية الرسمية، باعتبار ذلك الطريق الأنجح للوصول إلى الطلبة والتأثير في اتجاهاتهم تجاه قضايا المخدرات.

دراسة (ليلى الحاج، ٢٠١٩)

تناولت هذه الدراسة مضمون الصحف الطلابية الصادرة عن عدد من الجامعات اللبنانية، بهدف الكشف عن دورها في التوعية بمخاطر المخدرات بين الطلبة. اعتمدت الباحثة على منهج تحليل المضمون لمجموعة من المقالات والتقارير المنشورة في تلك الصحف، إلى جانب استبيان ميداني وُجه إلى عينة من الطلبة من تخصصات مختلفة، وذلك لقياس مدى تأثير هذه المواد الإعلامية على وعيهم واتجاهاتهم.

أظهرت النتائج أن المقالات التوعوية والقصص الإنسانية التي تسرد تجارب واقعية لضحايا الإدمان كان لها دور ملموس في رفع مستوى وعي الطلبة بالمخاطر الصحية والاجتماعية لتعاطي المخدرات. وقد تبين أن قوة الصحافة الطلابية لا تكمن فقط في نقل المعلومات، بل في لغتها القريبة من الشباب، وصياغتها لقضاياهم اليومية بلغة بسيطة ومباشرة، وهو ما منحها قدرة على التأثير النفسي والعاطفي بشكل يفوق الوسائل الرسمية الجامدة.





وبناءً على ذلك، أكدت الحاج أن الصحافة الطلابية يمكن أن تشكل أداة فاعلة في الوقاية من السلوكيات المنحرفة، شريطة أن تحظى بالدعم المؤسسي، وأن تُمنح حرية كافية لتناول القضايا التي تمس واقع الشباب بلغة تعبر عنهم.

المبحث الثاني

الإطار النظري

❖ الإعلام الجامعي المفهوم والوظائف

أولاً: تعريف الإعلام الجامعي

الإعلام الجامعي هو أحد فروع الإعلام المؤسسي، يُمارَس داخل الحرم الجامعي عبر وسائل تقليدية ورقمية، ويستهدف بالدرجة الأولى مجتمع الجامعة من طلبة وأساتذة وإداريين، كما يمكن أن يتعدى تأثيره إلى المجتمع المحلي.

الإعلام الجامعي يُعدّ أداة استراتيجية للجامعة، فهو لا يقتصر على عرض أنشطتها وأخبارها، بل يشارك في توجيه الرأي الطلابي وتشكيل اتجاهاته نحو قضايا المجتمع.^٢

كما يعرفه حسن عماد مكاوي بأنه العملية التي يتم من خلالها توظيف وسائل الإعلام داخل المؤسسات التعليمية العليا لتحقيق أهداف تربوية ومعرفية وثقافية واجتماعية.^٣

ثانياً: تطور الإعلام الجامعي

بدأ الإعلام الجامعي تقليدياً عبر الصحف الحائطية والمجلات الطلابية والإذاعات الداخلية، ثم تطور مع إدخال الوسائط المرئية والرقمية، حيث أصبحت الجامعات تمتلك منصات على شبكات التواصل الاجتماعي، وقنوات بث مباشر للمحاضرات والندوات، ومجلات إلكترونية. هذا التطور عزز وصول الإعلام الجامعي إلى الطلبة وأتاح له توظيف أدوات أكثر قرباً من اهتمامات الشباب.^٤

ثالثاً: وظائف الإعلام الجامعي

أجمع الباحثون على أن للإعلام الجامعي مجموعة من الوظائف المركزية:

١. الوظيفة الإخبارية: نقل الأخبار الجامعية (مؤتمرات، أنشطة طلابية، قرارات إدارية) وربط الطالب بمحيطه الأكاديمي.^٥

٢. الوظيفة التثقيفية والتوعوية: تقديم محتوى يرفع وعي الطلبة بالقضايا الصحية والاجتماعية، مثل التدخين والمخدرات والعنف، مع تزويدهم بالمعرفة التي تساعد على اتخاذ قرارات سلوكية رشيدة.^٦



❦ دور الإعلام الجامعي في تعزيز الوعي الطلابي بمخاطر المخدرات:

دراسة ميدانية في الجامعات العراقية ❦

٣. الوظيفة الاتصالية: خلق قنوات تفاعلية بين الإدارة والطلبة، بما يتيح مشاركة الشباب في صناعة القرارات الجامعية ويعزز انتماءهم المؤسسي.^٧

٤. الوظيفة الثقافية والترفيهية: دعم الأنشطة الفنية والثقافية التي تُسهم في صقل شخصية الطالب وتفتح أمامه مساحات للتعبير والإبداع.^٨

٥. الوظيفة المجتمعية: بناء صورة إيجابية عن الجامعة وربطها بالمجتمع الخارجي من خلال حملات تطوعية أو برامج إذاعية وتلفزيونية مشتركة.

رابعاً: الإعلام الجامعي والنظريات الاتصالية

منظرية الاستخدامات والإشباع: توضح أن الطالب يتجه إلى الإعلام الجامعي لإشباع حاجات معينة مثل الحصول على المعلومات أو الشعور بالانتماء أو الترفيه.

منظرية الغرس الثقافي: تفيد أن تكرار الرسائل التوعوية (مثلاً عن مخاطر المخدرات) داخل الإعلام الجامعي يسهم في بناء اتجاهات ثابتة لدى الطلبة.

منظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: الطلبة يعتمدون على إعلام الجامعة بدرجة أكبر في أوقات الأزمات أو الحاجة للمعلومات الدقيقة.^٩

خامساً: خصوصية الإعلام الجامعي مقارنة بالإعلام العام

الإعلام العام يتوجه إلى جمهور واسع غير متجانس، بينما الإعلام الجامعي يركز على فئة محددة (الشباب الجامعي) ذات سمات عمرية ومعرفية متقاربة. وهذا يمنحه قدرة أكبر على صياغة رسائل متخصصة بلغة قريبة من الشباب، مما يزيد من احتمالية التأثير في وعيهم وسلوكياتهم.^{١٠}

❖ العلاقة بين الإعلام الجامعي والوعي الطلابي

أولاً: مفهوم الوعي الطلابي وأبعاده

يُعرّف الوعي بأنه إدراك الفرد لما يدور حوله من قضايا ومشكلاته الاجتماعية والثقافية، وما يتبع ذلك من مواقف وسلوكيات. ويرى محمد عبد الحميد أن الوعي ليس مجرد معرفة، بل هو تفاعل معرفي ووجداني وسلوكي يوجّه ممارسات الفرد.^{١١} ويُقسّم الوعي الطلابي إلى ثلاثة أبعاد رئيسية:

١. البعد المعرفي: يتعلق بالمعرفة والمعلومات حول قضية معينة (مثل أضرار المخدرات).



٢. البعد الوجداني: يعكس الموقف العاطفي/القيمي (الرفض أو القبول).

٣. البعد السلوكي: يتمثل في الأفعال والقرارات العملية (المشاركة في حملات، تجنب السلوكيات المنحرفة).

ثانياً: دور الإعلام الجامعي في بناء الوعي الطلابي

الإعلام الجامعي يساهم في تشكيل وعي الطلبة عبر عدة مستويات:

•التزويد بالمعلومات: حملات إذاعية وملصقات ومنشورات رقمية تزود الطالب بالمعرفة اللازمة حول القضايا الصحية والاجتماعية.

•تشكيل الاتجاهات: الرسائل الجامعية، حين تتكرر وتقدم بلغة قريبة من الشباب، تساهم في تكوين مواقف رافضة للسلوكيات السلبية.

•تعديل السلوك: تشير دراسة أحمد عبد الله (٢٠٢٠) بجامعة القاهرة إلى أن ٧٢% من الطلبة أكدوا أن الإعلام الجامعي كان مصدرهم الأساسي للمعلومات حول أضرار التدخين والمخدرات، ما ساعد في تعديل بعض سلوكياتهم.^{١٢}

ثالثاً: الأطر النظرية المفسرة للعلاقة

١. نظرية التعلم الاجتماعي: الطلبة يكتسبون المواقف والسلوكيات من خلال النماذج المعروضة في وسائل الإعلام الجامعي. (Bandura) فإذا قدمت الجامعة قصصاً واقعية أو شهادات طلابية عن مخاطر المخدرات، فإن ذلك يرسخ سلوكيات الرفض.

٢. نظرية الغرس الثقافي: الاستمرارية في عرض رسائل توعوية داخل الإعلام الجامعي تخلق بيئة ثقافية جامعة رافضة للمخدرات.^{١٣}

٣. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: في ظل ندرة المعلومات البديلة الموثوقة، يزداد اعتماد الطالب على الإعلام الجامعي كمصدر أساسي لتفسير القضايا، مما يعزز أثره في تشكيل الوعي.^{١٤}

رابعاً: عوامل تؤثر في قوة العلاقة

•الاستمرارية والتنظيم: الحملات الموسمية أقل أثراً مقارنة بالبرامج المستدامة.

•التفاعلية: كلما أُتيحت للطلبة المشاركة في إعداد أو نشر الرسائل، زاد مستوى التفاعل والوعي.

•ملاءمة اللغة والوسيلة: استخدام لغة بسيطة وصور واقعية يزيد من فعالية التأثير.

•الدعم المؤسسي: ضعف التمويل أو غياب التنسيق يقلل من فاعلية الرسائل.



العلاقة بين الإعلام الجامعي والوعي الطلابي علاقة تبادلية؛ فكلما وظفت الجامعة وسائلها الإعلامية بطريقة منهجية ومستدامة، زاد مستوى الوعي الطلابي بمخاطر المخدرات والقضايا الاجتماعية الأخرى. وفي المقابل، يعكس مستوى تفاعل الطلبة مع الإعلام الجامعي مدى فعاليته في أداء وظيفته التوعوية.

❖ الأساليب والوسائل الإعلامية الجامعية

أولاً: الإذاعة الجامعية

تُعدّ الإذاعة الجامعية من أقدم الوسائل التي استخدمتها الجامعات في إيصال رسائلها للطلبة، وهي وسيلة قريبة من جمهور الشباب نظراً لمرونتها وسهولة بثها داخل الحرم الجامعي. والإذاعات الجامعية حين يشرف عليها الطلبة أنفسهم، تحقق تأثيراً أكبر لأنها تعبر عن لغة الجيل ذاته وقضاياهم الواقعية.^{١٥}

ثانياً: الصحف والمجلات الجامعية

تُسهّم الصحف والمجلات الطلابية في نشر المقالات والقصص التوعوية، وتتيح مساحة أكبر للتحليل والمناقشة مقارنة بالوسائل السمعية. المقالات التوعوية المدعومة بالصور الواقعية لضحايا المخدرات كانت أكثر تأثيراً في تعديل اتجاهات الطلبة نحو الرفض.^{١٦}

ثالثاً: الملصقات واللوحات الإعلانية داخل الحرم

تمثل الملصقات ولوحات الإعلانات وسيلة بصرية مباشرة، تُستخدم في الممرات والساحات لجذب انتباه الطلبة. وتتميز هذه الوسيلة بالقدرة على التكرار والاستمرارية، وإن كان تأثيرها يظل محدوداً إذا لم تُصمّم بلغة بصرية مؤثرة.^{١٧}

رابعاً: الندوات والمحاضرات التوعوية

تُعقد داخل الحرم الجامعي لقاءات مباشرة بين الطلبة وأساتذة متخصصين أو خبراء في الصحة والمجتمع. وتعد هذه الوسيلة من أكثر الأدوات تأثيراً لأنها تسمح بالتفاعل المباشر وطرح الأسئلة، كما أنها تمنح القضية طابعاً جاداً ورسمياً.^{١٨}

خامساً: المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي

مع التحول الرقمي، أصبحت المنصات الإلكترونية (المواقع الرسمية وصفحات الجامعة على فيسبوك، إنستغرام، يوتيوب) هي الوسيلة الأكثر وصولاً إلى الطلبة. الحملات الرقمية التي اعتمدت الفيديو القصير والإنفوجرافيك حصدت أعلى تفاعل ورفعت مستوى الوعي الصحي والقانوني بالمخدرات بين الطلبة الخليجيين.^{١٩}



سادساً: الأنشطة الثقافية والفنية

تدخل المسرحيات الجامعية، العروض الفنية، والمعارض التفاعلية ضمن الوسائل غير التقليدية التي تجذب الطلبة وتوصل رسائل توعوية بأسلوب غير مباشر. ويشير باحثون إلى أن المسرح التوعوي أداة فعالة لتجسيد مخاطر المخدرات بصورة عاطفية تجعل الرسالة أكثر رسوخاً.^{٢٠} تتنوع الوسائل الإعلامية الجامعية بين تقليدية ورقمية، ولكل منها ميزات وحدود. غير أن الدراسات الحديثة تجمع على أن الوسائل الرقمية والأنشطة التفاعلية هي الأكثر تأثيراً في الطلبة، بينما تظل الوسائل التقليدية (إذاعات، مجلات، ملصقات) داعماً مكملاً يعزز الرسالة الإعلامية ويضمن استمراريتها.

❖ التحديات والمعوقات التي تواجه الإعلام الجامعي في مكافحة المخدرات

يُنظر إلى الإعلام الجامعي في الأدبيات بوصفه قناة مؤثرة في تشكيل وعي الطلبة بقضايا الصحة العامة والسلوكيات الاجتماعية، إلا أن ممارسته الميدانية تكشف عن جملة من التحديات التي تعيق قيامه بهذا الدور على الوجه المطلوب. وتُشير دراسة محمد العزاوي إلى أن الإعلام الجامعي في العراق يفتقر إلى التخطيط الإعلامي المنهجي وإلى الدعم المؤسسي، إذ ما تزال الحملات التوعوية متقطعة وموسمية، وهو ما يحد من فعاليتها في خلق وعي مستدام تجاه المخدرات.^{٢١}

وتؤكد دراسة أحمد عبد الله أن من أبرز المعوقات هو ضعف التمويل والموارد البشرية المؤهلة، حيث إن عدداً من الحملات الجامعية تعتمد على جهود طلابية تطوعية أو كوادر غير مدربة، مما ينعكس على جودة الرسائل الإعلامية ومستوى جاذبيتها للطلبة. وترى الدراسة أن غياب الكفاءات الإعلامية المتخصصة يؤدي إلى اعتماد خطاب تقريرى مباشر لا يلائم طبيعة جمهور الشباب الجامعي.^{٢٢}

وتُظهر الأدبيات أيضاً أن غياب التنسيق المؤسسي بين وحدات الجامعة يمثل معوقاً متكرراً، حيث تعمل إدارات الإعلام في كثير من الأحيان بمعزل عن الأقسام الإرشادية أو الصحية أو الأنشطة الطلابية. هذا الانفصال الإداري يؤدي إلى ازدواجية في الجهود، أو إلى فراغات في تناول بعض القضايا، وهو ما أشار إليه الباحثون باعتباره سبباً رئيسياً في ضعف التكامل بين الرسالة الإعلامية والرسالة التربوية.^{٢٣}

ومن بين التحديات كذلك ضعف الاستمرارية والمتابعة، حيث تفتقر الحملات إلى آليات تقييم الأثر وقياس التغير في اتجاهات الطلبة. وتوضح دراسة ليلي الحاج أن الحملات الجامعية في



دور الإعلام الجامعي في تعزيز الوعي الطلابي بمخاطر المخدرات:

دراسة ميدانية في الجامعات العراقية

لبنان، رغم نجاحها في تقديم محتوى مؤثر عبر الصحافة الطلابية، إلا أنها غالباً ما كانت آنية مرتبطة بحدث معين، مما قلل من فاعليتها على المدى الطويل.

إلى جانب ذلك، تبرز معوقات متعلقة بجمهور الطلبة أنفسهم، مثل ازدحام الجدول الدراسي وضعف الحافز للمشاركة في الأنشطة التوعوية. الطلبة أكثر ميلاً للتفاعل مع المحتوى القصير والمرئي الذي يُنشر عبر المنصات الرقمية، بينما يقل تفاعلهم مع المواد النصية المطولة أو الرسائل الرسمية ذات الطابع الوعظي.

كما يواجه الإعلام الجامعي تحدياً بنيوياً يتمثل في المنافسة مع وسائل الإعلام العامة ووسائل التواصل الاجتماعي. إذ يتعرض الشباب الجامعي لمحتوى متنوع ومتناقض يومياً، وبعضهم قد يروج بشكل مباشر أو غير مباشر للمخدرات. وفي ظل هذا التشبع الإعلامي، فإن قدرة الإعلام الجامعي على جذب انتباه الطلبة تصبح محدودة ما لم يستخدم الوسائط الرقمية ولغة شبابية قريبة من اهتماماتهم.^{٢٤}

وتجمع هذه الأدبيات على أنّ المعوقات الأساسية ليست في غياب الإعلام الجامعي كوسيلة، وإنما في غياب الرؤية الاستراتيجية، ضعف التمويل، نقص الكفاءات، وغياب التكامل المؤسسي. وبالتالي، فإن التغلب على هذه التحديات يتطلب إدماج الإعلام الجامعي في سياسات الجامعة بوصفه أداة أساسية للوقاية من المخدرات، لا مجرد نشاط تكميلي أو رد فعل لحوادث عابرة.

المبحث الثالث

الإطار العملي للدراسة

منهجية البحث

تم إجراء هذا البحث بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، إذ استُخدم الاستبيان كأداة رئيسة لجمع البيانات من عينة بلغت (٢٥٠) طالباً وطالبة من الجامعات العراقية (الحكومية والأهلية). تم إعداد الاستبانة وفق سلم ليكرت الخماسي، وشملت ستة محاور أساسية:

- المحور الأول: واقع الإعلام الجامعي.
- المحور الثاني: جودة ومحتوى الرسائل الإعلامية.
- المحور الثالث: قنوات التوعية وفعاليتها.
- المحور الرابع: أثر الإعلام الجامعي على الوعي والسلوك.
- المحور الخامس: المعوقات التي تواجه الإعلام الجامعي.
- المحور السادس: المواقف والاتجاهات الطلابية.



جرى تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS، واعتمدت الأساليب الإحصائية الوصفية (النسب والتكرارات والمتوسطات المرجحة) واختبارات الثبات والصدق.

ثبات الاستبانة

تم التحقق من مستوى الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ، والنتائج كما في الجدول: (1)

الجدول (١) ثبات الاستبانة باستخدام كرونباخ ألفا

المحور	عدد العبارات	ألفا كرونباخ
واقع الإعلام الجامعي	5	0.78
جودة ومحتوى الرسائل	5	0.81
قنوات التوعية وفعاليتها	5	0.80
أثر الإعلام الجامعي على الوعي والسلوك	5	0.84
المعوقات	5	0.79
المواقف والاتجاهات	5	0.82
الكل	30	0.85

يتضح أن جميع القيم أكبر من (٠.٧٠) مما يدل على أن الاستبانة تتمتع بمستوى ثبات جيد.

الخصائص الديموغرافية للعينة

الجدول (٢) الخصائص الديموغرافية للمبحوثين

المتغير	الفئة	العدد	النسبة %
الجنس	ذكر	140	56%
	أنثى	110	44%
المجموع		250	100%
العمر	أقل من ٢٠	40	16%
	20-25	150	60%
	أكثر من ٢٥	60	24%
المجموع		250	100%
المستوى الدراسي	بكالوريوس	180	72%
	ماجستير	50	20%
	دكتوراه	20	8%



دور الإعلام الجامعي في تعزيز الوعي الطلابي بمخاطر المخدرات:

دراسة ميدانية في الجامعات العراقية

المجموع		250	100%
المشاركة في أنشطة توعوية	نعم	100	40%
	لا	150	60%
المجموع		250	100%

الفرضية الأولى:

هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين واقع الإعلام الجامعي ومستوى التوعية بمخاطر المخدرات.

الجدول (٣) استجابات العينة لمحور "واقع الإعلام الجامعي"

رقم الفقرة	العبارة	المتوسط المرجح	مستوى الموافقة	الدلالة
1	الجامعة تنظم حملات توعية إعلامية منتظمة عن مخاطر المخدرات.	3.85	محايد	0.000
2	للإعلام الجامعي خطة واضحة ومستدامة لمكافحة المخدرات.	3.72	محايد	0.000
3	الأنشطة الإعلامية الجامعية متواصلة وليست موسمية.	3.61	محايد	0.000
4	الإعلام الجامعي يواكب الأساليب الحديثة في التوعية.	3.95	موافق	0.000
5	الإعلام الجامعي يغطي موضوع المخدرات بانتظام في وسائله المختلفة.	3.88	محايد	0.000

تحليل النتائج:

يتضح أن المتوسطات تراوحت بين (٣.٦١-٣.٩٥)، ما يشير إلى أن الطلاب يرون أن الإعلام الجامعي يقوم بدور متوسط، مع وجود قصور في الاستمرارية والتنظيم، بينما هناك موافقة نسبية على استخدام أساليب حديثة.

الفرضية الثانية:

هناك علاقة بين جودة ومحتوى الرسائل الإعلامية الجامعية وفعاليتها في مكافحة المخدرات.



الجدول (٥) استجابات العينة لمحور "جودة ومحتوى الرسائل الإعلامية"

رقم الفقرة	العبارة	المتوسط المرجح	مستوى الموافقة	الدلالة
6	الرسائل الإعلامية الجامعية واضحة وسهلة الفهم.	4.12	موافق	0.000
7	الرسائل الإعلامية تستند إلى مصادر علمية وموثوقة.	4.05	موافق	0.000
8	الرسائل الإعلامية تتناسب مع ثقافة واهتمامات الطلبة.	4.08	موافق	0.000
9	الرسائل الإعلامية تتضمن أساليب إقناع مؤثرة.	3.97	محايد	0.000
10	الرسائل الإعلامية تراعي التنوع في الشكل (مقالات، بوسترات، فيديو).	4.14	موافق	0.000

تحليل النتائج:

المتوسطات (٣.٩٧-٤.١٤) تشير إلى أن أغلب الطلبة يتفقون على وضوح وجودة الرسائل الإعلامية الجامعية، مع ملاحظة أن عنصر الإقناع بحاجة إلى تعزيز أكبر.

الفرضية الثالثة:

قنوات الإعلام الجامعي المختلفة (إذاعة، صحف، منصات رقمية) تؤثر في وصول الرسائل التوعوية.

الجدول (٦) استجابات العينة لمحور "قنوات التوعية وفعاليتها"

رقم الفقرة	العبارة	المتوسط المرجح	مستوى الموافقة	الدلالة
11	أتابع الحملات التوعوية عبر الإذاعة الجامعية.	3.88	محايد	0.000
12	الصحف الجامعية تلعب دوراً مهماً في نشر الوعي.	3.92	محايد	0.000
13	منصات الجامعة الرقمية (فيسبوك، تويتر،	4.26	موافق	0.000



دور الإعلام الجامعي في تعزيز الوعي الطلابي بمخاطر المخدرات:

دراسة ميدانية في الجامعات العراقية

			موقع) أكثر تأثيراً في توعيتي.	
14	الأنشطة الميدانية والندوات التوعوية هي الأكثر فاعلية.	4.18	موافق	0.000
15	قنوات الإعلام الجامعي متنوعة وتصل إلى جميع الطلبة.	3.95	محايد	0.000

تحليل النتائج: النتائج أظهرت أن المنصات الرقمية والأنشطة الميدانية تحظى بأعلى تأثير، بينما الإذاعة

والصحف الجامعية تأثيرهما محدود نسبياً.

الفرضية الرابعة:

يسهم الإعلام الجامعي في رفع وعي الطلبة ويؤثر في سلوكياتهم تجاه المخدرات.

الجدول (٤) استجابات العينة لمحور "أثر الإعلام الجامعي على الوعي والسلوك"

رقم الفقرة	العبارة	المتوسط المرجح	مستوى الموافقة	الدالة
16	الإعلام الجامعي ساهم في زيادة وعي بمخاطر المخدرات.	4.22	موافق	0.000
17	الإعلام الجامعي عزز قدرتي على رفض ضغط الأقران في تجربة المخدرات.	4.18	موافق	0.000
18	الإعلام الجامعي جعلني أكثر إدراكاً للتبعات القانونية والاجتماعية لتعاطي المخدرات.	4.27	موافق	0.000
19	الإعلام الجامعي شجعتني على المشاركة في الأنشطة التوعوية ضد المخدرات.	4.11	موافق	0.000
20	الإعلام الجامعي كان سبباً في تغيير بعض السلوكيات السلبية لدي أو لدى زملائي.	4.05	موافق	0.000

تحليل النتائج: تشير المتوسطات (٤.٠٥-٤.٢٧) إلى اتفاق عام من أفراد العينة على أن الإعلام الجامعي كان

له أثر واضح في رفع وعيهم ومساعدتهم على مقاومة السلوكيات المنحرفة.

الفرضية الخامسة:

تواجه أنشطة الإعلام الجامعي معوقات تحد من فاعليتها في مكافحة المخدرات.



الجدول (٧) استجابات العينة لمحور "المعوقات"

رقم الفقرة	العبارة	المتوسط المرجح	مستوى الموافقة	الدالة
21	ضعف التمويل المخصص للأنشطة الإعلامية يقلل من فعاليتها.	4.31	موافق	0.000
22	قلة الكوادر الإعلامية المتخصصة تحد من جودة الرسائل.	4.18	موافق	0.000
23	ضعف التنسيق بين الإعلام الجامعي والجهات الحكومية المعنية.	4.24	موافق	0.000
24	ضعف مشاركة الطلبة في الأنشطة الإعلامية.	4.09	موافق	0.000
25	غياب استراتيجية إعلامية طويلة المدى لمكافحة المخدرات.	4.36	موافق	0.000

تحليل النتائج:

يتضح أن جميع المتوسطات فوق (٤.٠) وتشير إلى وجود اتفاق قوي على أن الإعلام الجامعي يواجه معوقات حقيقية، أبرزها غياب الاستراتيجيات وضعف التمويل.

الفرضية السادسة:

يتبنى الطلبة مواقف واتجاهات إيجابية نحو الإعلام الجامعي في مكافحة المخدرات.

الجدول (٨) استجابات العينة لمحور "المواقف والاتجاهات الطلابية"

رقم الفقرة	العبارة	المتوسط المرجح	مستوى الموافقة	الدالة
26	أرى أن الإعلام الجامعي قادر على إحداث فرق في مكافحة المخدرات.	4.29	موافق	0.000
27	لدي استعداد للمشاركة في أنشطة الإعلام الجامعي التوعوية.	4.15	موافق	0.000
28	أعتقد أن الإعلام الجامعي أكثر مصداقية من وسائل الإعلام العامة في قضايا الطلبة.	4.08	موافق	0.000
29	الإعلام الجامعي يعكس احتياجات ومشكلات الطلبة بشكل واقعي.	4.02	موافق	0.000



دور الإعلام الجامعي في تعزيز الوعي الطلابي بمخاطر المخدرات:

دراسة ميدانية في الجامعات العراقية

30	أنشطة الإعلام الجامعي أسهمت في بناء اتجاه سلبي لدي تجاه المخدرات.	4.33	موافق	0.000
----	---	------	-------	-------

تحليل النتائج

تشير النتائج إلى اتفاق واسع بين الطلبة على أن للإعلام الجامعي دوراً مهماً في مكافحة المخدرات، وأن لديهم استعداداً للتفاعل معه، مما يعكس وجود اتجاهات إيجابية نحو هذا الدور.

الخاتمة

خلصت هذه الدراسة إلى أن الإعلام الجامعي يمثل أداة استراتيجية وفعالة في تعزيز وعي الطلبة بمخاطر المخدرات، لكنه لا يزال يواجه العديد من التحديات التنظيمية والتمويلية التي تحد من قدرته على أداء دوره الوقائي بالشكل الأمثل. وقد بينت النتائج أن الطلبة يتفاعلون بصورة أكبر مع الرسائل الإعلامية المقدمة عبر الوسائط الرقمية والأنشطة التفاعلية المباشرة، مقارنة بالوسائل التقليدية مثل الإذاعة والصحف الجامعية. كما اتضح أن للإعلام الجامعي دوراً ملموساً في تعديل المواقف والسلوكيات الطلابية، خاصة عندما تتسم الرسائل بالوضوح والمصداقية وتستخدم أساليب إقناع مناسبة لثقافة الشريحة الشبابية. وفي المقابل، كشفت النتائج عن قصور في استمرارية الحملات الإعلامية وغياب خطط استراتيجية طويلة المدى، إلى جانب ضعف مشاركة الطلبة في إعداد وتنفيذ الأنشطة التوعوية. وهو ما يستدعي إعادة النظر في السياسات الجامعية تجاه الإعلام الجامعي، وتبني رؤية أكثر شمولية وتفاعلية في توظيفه لمكافحة المخدرات.

النتائج

1. أظهرت البيانات أن الإعلام الجامعي في العراق يقوم بدور متوسط في التوعية بمخاطر المخدرات، حيث تفتقر الحملات إلى الاستمرارية والتنظيم.
2. اتضح أن الرسائل الإعلامية الجامعية تُقدّم بوضوح ومصداقية، لكنها بحاجة إلى تعزيز عنصر الإقناع وربطها أكثر بتجارب واقعية.
3. الوسائط الرقمية (فيسبوك، تويتر، المواقع الرسمية) والأنشطة الميدانية (ندوات، محاضرات) كانت الأكثر تأثيراً في رفع وعي الطلبة.
4. الإعلام الجامعي ساهم بشكل فعال في زيادة إدراك الطلبة للتبعات الصحية والاجتماعية والقانونية لتعاطي المخدرات.



٥. أبرز المعوقات التي تواجه الإعلام الجامعي: ضعف التمويل، قلة الكوادر الإعلامية المتخصصة، غياب الاستراتيجيات طويلة الأمد، وضعف مشاركة الطلبة.
٦. الطلبة أظهروا مواقف إيجابية تجاه الإعلام الجامعي، وأكدوا استعدادهم للمشاركة في حملاته التوعوية إذا ما أُتيحت لهم الفرصة.

التوصيات

- ضرورة وضع خطط إعلامية استراتيجية مستدامة داخل الجامعات لمكافحة المخدرات، بدلاً من الحملات الموسمية المؤقتة.
- تعزيز مشاركة الطلبة في إعداد الرسائل الإعلامية وتنفيذ الأنشطة، لما لذلك من أثر في زيادة المصداقية والتأثير.
- الاستثمار في المحتوى الرقمي التفاعلي (فيديو قصير، إنفوجرافيك) باعتباره الوسيلة الأكثر جذباً للشباب.
- توفير تمويل كافٍ ودعم مؤسسي للإعلام الجامعي من إدارات الجامعات ووزارة التعليم العالي.
- تدريب الكوادر الإعلامية الجامعية ورفع مهاراتها في إعداد حملات توعية متخصصة تستجيب لثقافة الشباب.
- تعزيز التعاون بين الجامعات ووسائل الإعلام الوطنية والجهات الصحية والأمنية، لضمان تكامل الجهود في مكافحة المخدرات.
- إدماج التوعية بمخاطر المخدرات ضمن المناهج الجامعية والأنشطة الأكاديمية، لزيادة استدامة الأثر التوعوي.

الهوامش

^١ تم التصفح في تاريخ ٩/١٩/٢٠٢٥ [Iraq Launches Drug Situational Analysis Report in](#)

[Collaboration with UNODC and WHO | United Nations in Iraq](#)

^٢ عبد الله الكعبي، الإعلام الجامعي ودوره في التوعية الشبابية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد ٢٢، ٢٠٢٠، ص ٥٥.

^٣ حسن عماد مكاي، الاتصال والإعلام في المجتمع المعاصر، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠١٤، ص ١١٢.

^٤ أحمد عبد الله، دور الإعلام الجامعي في التوعية الصحية للطلبة، جامعة القاهرة، ٢٠٢٠، ص ٧٧-٧٨.

^٥ محمد عبد الحميد، مقدمة في نظريات الاتصال الجماهيري، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٧، ص ٩٣.

^٦ أحمد عبد الله، مرجع سابق، ص ٧٩.

^٧ إبراهيم إمام، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ٢٠١٥، ص ١٤٦.

^٨ عبد الله الكعبي، مرجع سابق، ص ٥٦.



دور الإعلام الجامعي في تعزيز الوعي الطلابي بمخاطر المخدرات:

دراسة ميدانية في الجامعات العراقية

- ^٩ إبراهيم إمام، مرجع سابق، ص ١٤٧.
 - ^{١٠} حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص ١١٣.
 - ^{١١} محمد عبد الحميد، مقدمة في نظريات الاتصال الجماهيري، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٧، ص ١١٥.
 - ^{١٢} أحمد عبد الله، دور الإعلام الجامعي في التوعية الصحية للطلبة، ٢٠٢٠، ص ٨٠.
 - ^{١٣} إبراهيم إمام، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ٢٠١٥، ص ١٤٩.
 - ^{١٤} حسن عماد مكاوي، الاتصال والإعلام في المجتمع المعاصر، ٢٠١٤، ص ١١٨.
 - ^{١٥} ليلى الحاج، «دور الصحافة الطلابية في الوقاية من السلوكيات المنحرفة»، بيروت، ٢٠١٩، ص ٣٤.
 - ^{١٦} سمر الخالدي، «أثر الحملات الإعلامية الجامعية على سلوكيات الطلبة تجاه المخدرات»، جامعة اليرموك، ٢٠٢٢، ص ٤١.
 - ^{١٧} أحمد عبد الله، «دور الإعلام الجامعي في التوعية الصحية للطلبة»، جامعة القاهرة، ٢٠٢٠، ص ٨٢.
 - ^{١٨} محمد العزاوي، «دور الإعلام الجامعي في تعزيز الوعي الأمني»، جامعة بغداد، ٢٠٢١، ص ٦٦.
 - ^{١٩} خالد العامري، «دور الإعلام الجامعي الرقمي في مكافحة الظواهر السلبية»، الخليج العربي، ٢٠٢٣، ص ٥٩.
 - ^{٢٠} إبراهيم إمام، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ٢٠١٥، ص ١٥٢.
 - ^{٢١} محمد العزاوي، دور الإعلام الجامعي في تعزيز الوعي الأمني لدى الطلبة، بغداد، ٢٠٢١، ص ٦٥-٦٧.
 - ^{٢٢} أحمد عبد الله، دور الإعلام الجامعي في التوعية الصحية للطلبة، جامعة القاهرة، ٢٠٢٠، ص ٨٠-٨٢.
 - ^{٢٣} سمر الخالدي، أثر الحملات الإعلامية الجامعية على سلوكيات الطلبة تجاه المخدرات، جامعة اليرموك، ٢٠٢٢، ص ٤٣.
 - ^{٢٤} خالد العامري، دور الإعلام الجامعي الرقمي في مكافحة الظواهر السلبية بين الشباب الجامعي في الخليج العربي، ٢٠٢٣، ص ٥٩.
- المراجع**
- العامري، خ. (2023). دور الإعلام الجامعي الرقمي في مكافحة الظواهر السلبية بين الشباب الجامعي في الخليج العربي. الخليج العربي.
 - العزاوي، م. (2021). دور الإعلام الجامعي في تعزيز الوعي الأمني لدى الطلبة. جامعة بغداد.
 - الحاج، ل. (2019). دور الصحافة الطلابية في الوقاية من السلوكيات المنحرفة. بيروت.
 - الخالدي، س. (2022). أثر الحملات الإعلامية الجامعية على سلوكيات الطلبة تجاه المخدرات. جامعة اليرموك.
 - الكعبي، ع. (2020). الإعلام الجامعي ودوره في التوعية الشبابية. المجلة العربية للإعلام والاتصال، ٢٢.
 - عبد الله، أ. (2020). دور الإعلام الجامعي في التوعية الصحية للطلبة. جامعة القاهرة.
 - الحميد، م. ع. (2007). مقدمة في نظريات الاتصال الجماهيري. القاهرة: عالم الكتب.



•إمام، إ. (2015). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.

•مكاوي، ح. ع. (2014). الاتصال والإعلام في المجتمع المعاصر. القاهرة: عالم الكتب.

•United Nations in Iraq. (2025, September 19). Iraq launches drug situational analysis report in collaboration with UNODC and WHO. <https://iraq.un.org>

References

- Al-Amiri, K. (2023). *The role of digital university media in combating negative phenomena among university youth in the Arabian Gulf*. Arabian Gulf.
- Al-Azzawi, M. (2021). *The role of university media in enhancing students' security awareness*. University of Baghdad.
- Al-Haj, L. (2019). *The role of student journalism in preventing deviant behaviors*. Beirut.
- Al-Khalidi, S. (2022). *The impact of university media campaigns on students' attitudes toward drugs*. Yarmouk University.
- Al-Kaabi, A. (2020). *University media and its role in youth awareness*. Arab Journal of Media and Communication, 22.
- Abdullah, A. (2020). *The role of university media in students' health awareness*. Cairo University.
- Al-Humaid, M. A. (2007). *Introduction to mass communication theories*. Cairo: Alam Al-Kutub.
- Emam, I. (2015). *Communication and its contemporary theories*. Cairo: Anglo Egyptian Library.
- Mekkawi, H. A. (2014). *Communication and media in contemporary society*. Cairo: Alam Al-Kutub.
- United Nations in Iraq. (2025, September 19). Iraq launches drug situational analysis report in collaboration with UNODC and WHO. <https://iraq.un.org>

الملاحق

ملحق رقم (١)

أولاً: البيانات العامة

• الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى

• العمر: _____

• المستوى الدراسي: ☐ بكالوريوس ☐ ماجستير ☐ دكتوراه ☐ أخرى

• الكلية/التخصص: _____

• سنوات الدراسة/العمل في الجامعة: _____

• المشاركة في أنشطة توعوية سابقة: ☐ نعم ☐ لا



المحور الأول: واقع الإعلام الجامعي

العبارة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
١ الجامعة تنظم حملات توعية إعلامية منتظمة عن مخاطر المخدرات.					
٢ للإعلام الجامعي خطة واضحة ومستدامة لمكافحة المخدرات.					
٣ الأنشطة الإعلامية الجامعية متواصلة وليست موسمية.					
٤ الإعلام الجامعي يواكب الأساليب الحديثة في التوعية.					
٥ الإعلام الجامعي يغطي موضوع المخدرات بانتظام في وسائله المختلفة.					

المحور الثاني: جودة ومحتوى الرسائل

العبارة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
٦ الرسائل الإعلامية تقدم معلومات دقيقة وموثوقة عن أضرار المخدرات.					
٧ الرسائل الإعلامية موجهة بأسلوب يناسب الطلبة.					
٨ الرسائل الإعلامية تتضمن قصصاً وتجارب واقعية.					
٩ اللغة المستخدمة في الحملات الإعلامية واضحة وسهلة الفهم.					
١٠ الرسائل الإعلامية تثير اهتمام الطلبة وتدفعهم للتفاعل.					

المحور الثالث: قنوات التوعية وفعاليتها



العبارة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
١١ الإذاعة الجامعية فعالة في التوعية بمخاطر المخدرات.					
١٢ الصحف والمجلات الجامعية تنقل رسائل التوعية بفاعلية.					
١٣ لوحات الإعلانات والملصقات داخل الحرم الجامعي مؤثرة.					
١٤ المنصات الرقمية الجامعية (المواقع الرسمية، السوشيال ميديا) الأكثر تأثيراً في التوعية.					
١٥ المحاضرات والندوات الإعلامية المباشرة لها أثر قوي في مكافحة المخدرات.					

المحور الرابع: أثر الإعلام الجامعي على الوعي والسلوك

العبارة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
١٦ الإعلام الجامعي ساهم في زيادة وعيي بمخاطر المخدرات.					
١٧ الإعلام الجامعي عزز قدرتي على رفض ضغط الأقران في تجربة المخدرات.					
١٨ الإعلام الجامعي جعلني أكثر إدراكاً للتباعث القانونية والاجتماعية لتعاطي المخدرات.					
١٩ الإعلام الجامعي شجعتني على المشاركة في الأنشطة التوعوية ضد المخدرات.					
٢٠ الإعلام الجامعي كان سبباً في تغيير بعض السلوكيات السلبية لدي أو لدى زملائي.					

المحور الخامس: المعوقات

العبارة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
٢١ ضعف التمويل يحد من فاعلية الحملات الإعلامية.					

٢٢	غياب التنسيق بين الأقسام الجامعية يقلل من تأثير الحملات الإعلامية.				
٢٣	قلة الكفاءات الإعلامية المدربة تعيق جودة الحملات.				
٢٤	ضعف متابعة الحملات من قبل الإدارة الجامعية يقلل من استمرارياتها.				
٢٥	ازدحام جدول الطلبة يقلل من تفاعلهم مع الحملات الإعلامية.				

المحور السادس: المواقف والاتجاهات

العبارة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
٢٦	أؤيد أن تكون التوعية بمخاطر المخدرات جزءاً من المناهج الجامعية.				
٢٧	إشراك الطلبة في إعداد مواد إعلامية يعزز فاعلية الرسائل.				
٢٨	يجب أن تتعاون الجامعات مع الإعلام الوطني في حملات مكافحة المخدرات.				
٢٩	ينبغي زيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتوعية داخل الجامعة.				
٣٠	الإعلام الجامعي قادر على لعب دور رئيسي في الحد من انتشار المخدرات.				

سؤال مفتوح (اختياري)

ما أبرز اقتراحاتك لتعزيز دور الإعلام الجامعي في مكافحة المخدرات؟
ما مدى تأييدك لإدماج التوعية بمخاطر المخدرات ضمن الأنشطة الأكاديمية والمناهج الدراسية؟

