جامعة المنصورة
كليـة الآداب

اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو تدريس الاعلام في الجامعات المصرية فى ضوء معايير الجودة الشاملة "دراسة ميدانية "

إعـــداد

د. عـــلي ســـيد محمـــد

مدرس بقسم الاعلام

كلية الآداب -جامعة أسيوط

مجـلة كلـية الآداب – جامعـة المنصـورة

العدد الثالث والسبعون – أغسطس ٢٠٢٣

اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو تدريس الاعلام في الجامعات المصرية فى ضوء معايير الجودة الشاملة "دراسة ميدانية "

د. علي سيد محمد
مدرس بقسم الاعلام
كلية الآداب –جامعة أسيوط

مقدمة الدراسة :

يحظى الإعلام في كل دول العالم المتقدم والنامي بمكانة متميزة ومرموقة، وذلك لما يتمتع به من تأثير واسع وممتد وبريق يجذب الأنظار والانتباه ، ولقد أدت ثورة التكنولوجيا في مجال الاتصالات واستحداث الوسائل في مجال الألياف الصناعية والأقمار الصناعية ، والطباعة، والإنتاج الإذاعي والتليفزيوني وطرق استرجاع المعلومة والبث الرقمي، إلى تنامي مهن جديدة وظهور تخصصات أكثر تشعباً، ولمسايرة هذه التغيرات والتحولات كان لابد من تطوير برامج هذا التخصص الحيوي كي يفي بحاجات السوق المتغيرة. وبصفة عامة، تتطور التخصصات الأكاديمية بالتوازي مع التغيرات الاجتماعية والثقافية، والتعليم الإعلامي لايحدث في فراغ ، بل يتأثر بالعديد من المتغيرات المحيطة به، وقد أكد تقرير لمنظمة التربية والعلوم والثقافة التابعة للأمم المتحدة (اليونسكو) أن " التعليم الإعلامي يُقدم بطرق عديدة مختلفة من خلال العديد من المنظمات المختلفة ذات التقاليد التعليمية والموارد المتباينة، في العديد من الأماكن والثقافات والظروف المختلفة، وأيضاً في العديد من الظروف السياسية المختلفة، ومن المتغيرات التي تؤثر في تطور تعليم الإعلام ، تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، والتحول المجتمعي.

وفي هذا الإطار شهدت الجامعات توسعاً في إنشاء العديد من كليات وأقسام الإعلام وازدادت معه أعداد الطلاب الملتحقين بالتخصص، وإذا كان نجاح البرنامج يقاس بنوعية الخريج، فهل حمل هذا التوسع في طياته نجاح برامج التعليم الإعلامي؟

وقد احتدم النقاش والجدل حول ما يجب أن يكون عليه التعليم الإعلامي، هل يصبح التخصص عاماً شاملاً ؟ أم يميل إلى التشعيب والتجزئة ؟ وما أهمية المقررات النظرية مقارنةً بالمقررات التطبيقية المهنية التي تُكسب الطالبَ الكثيرَ من المهارات وتؤهله لاقتحام سوق العمل. وإذا كان يُنظر إلى الجامعة باعتبارها مؤسسة تربوية هدفها إنتاج البشر للعمل في الميادين المختلفة وعليها أن تمس احتياجات المجتمع وتستجيب لمتطلباته ، فإنه من الضروري إعادة النظر في برامج وخطط دراسة الإعلام الحالية من أجل تطويرها والارتقاء بها حتى نستطيع تخريج من يستطيع المنافسة في سوق أصبحت مفتوحةً ومتاحةً للجميع.

والاتصال له معان متنوعة ومتعددة، فهناك طريق طويل يبدأ من مفهوم الإعلام كصحافة وراديو وتليفزيون Journalism إلى مفهوم الإعلام كإتصال Communication ولاشك أن أقسام الإعلام كصحافة

وإذاعة وتليفزيون تهدف إلى تدريب الطلاب وتهيئتهم للعمل بعد التخرج في مؤسسات مختلفة صحفية وإذاعية وتليفزيونية وعلاقات عامة وإعلان. (١)

وتنطوي الدراسة الحالية على شقين متكاملين؛ أولهما التعليم الإعلامي وثانيهما التدريب الإعلامي؛ حيث يُشير الباحثون في مجال الإعلام إلى أن التعليم الإعلامي يهتم أساساً بإكساب الطلاب المعارف المنظمة بشأن المجالات الإعلامية المختلفة؛ وذلك بأن يطرح النظريات والنماذج العلمية والتجارب الإعلامية، ويُبرز مفهوم التكاملية بين فروع الإعلام المختلفة، بالإضافة إلى إكساب الطلاب بعض المهارات التي تؤهلهم للالتحاق بالعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية المختلفة.

أما التدريب الإعلامي فهو نشاط أكثر تخصصاً وينبني أساساً على المعارف المسبقة للمتدربين حيث يرصد احتياجاتهم، وفي ضوء تلك الاحتياجات يتم وضع البرامج وتحديد المهارات التي ينبغي إكسابها للمتدربين؛ ثم تقويم التطور في أدائهم المهني والحرفي عبر الزمن. وفي هذا الإطار يُعد التكامل بين التعليم والتدريب من الأمور بالغة الأهمية في تطوير أنماط الممارسة المهنية في المؤسسات الإعلامية المختلفة.

اشكالية تدريس الاعلام فى الجامعات المصرية :

وفي نظرة متأنية للوضع الراهن في البرامج الدراسية بأقسام وكليات الإعلام في الجامعات المصرية...يمكن رصد منها بعض الإستنتاجات المهمة يمكن بلورتها في التالى :

١. وجود لوائح دراسية معتمدة:

في هذا الإطار ينبغي أن يكون لكل قسم مطلق الحرية في تصميم المناهج والمقررات التي تتماشى مع فلسفته وأهدافه الخاصة به، ومن هنا يرى البعض أن عدم وجود لوائح دراسية أو هيئة اعتماد شيء ايجابي إذ أنه يسمح بنوع من المرونة من خلال الوصول إلى مقررات جديدة تتواكب مع الاحتياجات المتغيرة للمهنة ويسمح أيضاً بالمرونة في تحديد اتجاه كل قسم على حدة طبقاً لأهدافه واحتياجات المهنة.(٢).

٢. العلاقة بين الأكاديميين والممارسين:

هذه الإشكالية تطرح في كل مناسبة على مستوى أكاديمي وممارسي بشكل واسع النطاق، وغالباً ما يتعرض التعليم الإعلامي للنقد من جانب المؤسسات المهنية والمهنيين الممارسين ، وأيضاً من

(1)UNESCO (2007) UNESCO model curricula for journalism education. Available at: http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209e.pdf (accessed 10 May 2018).p. 6

(2) Harner، S. & Rich، A. (2005). Trends in Undergraduate Curriculum in Scientific and Technical Communication Programs. ***Technical Communication***، 52، (2)، pp. 209-220.

الأكاديميين بحجة أنه لا يقدم ما يكفي لإعداد الطلاب للوظائف الإعلامية سواء في الصحافة أو الإذاعة أو العلاقات العامة وغيرها من سوق العمل(٣).

مدارس تعليم الإعلام :

هناك هيمنة للمدرسة الأمريكية في التعليم الإعلامي ، بمعنى أن المداخل النظرية نجدها مستمدة من النماذج الأمريكية ، كما ان التعليم الإعلامي في مصر والعالم العربي متشابه إلى حد كبير مع ما يدرس في المدارس الأمريكية، فالنظريات كلها التي نعتمد عليها هى النظريات التي تم انتاجها في السياق الأمريكي، وان الخلافات وعدم الاتفاق على الطبيعة النظرية والمنهجية دائما ما كانت صفة لدراسات السياسة الاتصالية، وقد كان أحد الإسهامات الرئيسية في هذا المجال مقال بول Paul Lazarsfeld لازرسفيلد الذي تم نشره عام ١٩٤٧، والذي هو بعنوان" ملاحظات على البحوث الاتصالية النقدية والإدارية". (٤)

ووفقاً للازرسفيلد فإن البحوث الإدارية Administrative Research ، والتي أخذت اسمها من التمويل المؤسسي أو الحكومي انبثقت من المبدأ الذي يرى أن وسائل الإعلام عبارة عن "أدوات يتم استخدامها أو معالجتها بواسطة أشخاص أو وكالات من أجل أغراض معينة" ، وبالتالي فإن الدراسات نفسها تركز على جعل هذه "الأدوات معروفة بشكل أفضل، بالشكل الذي يسهل استخدامها" بينما على الصعيد الآخر نجد أن البحوث النقدية يحكمها المبدأ الذي يرى "أنه ينبغي دراسة الدور العام لوسائل الإعلام والاتصال في النظام الاجتماعي القائم "(٥).

ويرى لازرسفيلد أن البحوث الإدارية تركز على أسئلة من نوع: ما هم هؤلاء الناس الذين يتعرضون لوسائل الإعلام المختلفة ؟ وما هي تفضيلاتهم المحددة ؟ وما هي تأثيرات استخدام الأساليب المختلفة في تقديمها ؟، بينما يرى أن البحوث النقدية تركز على مجموعة مختلفة من الأسئلة مثل: كيف يتم تنظيم وسائل الإعلام وكيف يتم التحكم فيها؟ وكيف يتم التعبير، أثناء مأسسة وسائل الإعلام، عن اتجاهها نحو المركزية، والتوحيد المعياريStandardization، والضغط الترويجيPromotional Pressure؟ ويمكن لوسائل الإعلام أن تمثل تهديداً للقيم الإنسانية؟ (٦).

---

(3) Dickson، T.، Brandon، W. (2000). The Gap between Educators and Professional Journalists. Journalism& Mass Communication educator، pp. 50-67.

(4) Introduction to the Special Issue: Critical versus Administrative Policy Studies—Celebrating 75 Years since Paul Lazarsfeld's "Remarks on Administrative and Critical Communication Research". (2016). Journal of Information Policy، 6(1)، 1-3. doi:10.5325/jinfopoli.6.2016.0001.

(5) **Ibid**،p1.

(6) **Ibid**،p2.

وبالرغم من مرور ٧٥ عاما على مقالة لازرسفيلد، إلا أن المجتمع المعاصر يقف في نفس مفترق الطرق، قد تكون وسائل الإعلام تغيرت، وأصبحت تحت مسميات جديدة، فهناك وسائل الإعلام الرقمي "digital"، ووسائل الإعلام الاجتماعي "social"، ووسائل الإعلام التفاعلي"interactive" ، ووسائل الإعلام الجوالة أو المتنقلة"mobile" ، إلا أن التحديات الاجتماعية التي تثيرها مازالت متشابهة. فبينما أصبح الوصول إلى وسائل الإعلام متاحاً عن ذي قبل، إلا أن الانقسام والفجوة بين مستخدميها ما زال أكثر تعقيداً، وعلى العديد من المستويات، أكثر من الذي كان يمكن قياسه ودراسته منذ ٧٥ عاماً. (٧).

٣. طبيعة العلاقة بين الطالب والأستاذ:

لم تغير البيئة الرقمية صناعة الانتاج الإعلامي فقط ، بل غيرت طبيعة العلاقة بين الطالب والأستاذ. فأصبح الاتجاه هو التحول من التعليم إلى التعلم الذي يتمحور حول الطالب وفيه يتم التركيز على عملية التعلم أكثر من المحتوى، وتصبح وظيفة الأستاذ هي العمل كمسهِل Facilitator أكثر من كونه أستاذ أو خبير، ويصبح على الطالب أن يكون مشاركاً فعالاً في عملية التعلم، ومن هنا فإن معظم الوقت يكرس لتنمية فهم الطالب لنقاط قوته ونقاط ضعفه. هذا المدخل الفردي في التعلم قد يكون اكثر صلة لمستقبل الطلاب كممارسين إعلاميين(٨).

ومن هنا يأتي الهدف الرئيسى للدراسة الحالية في التعرف على رؤية أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر لما ينبغي أن يكون عليه مستقبل التعليم الإعلامي انطلاقاً من الواقع ووصولاً إلى معايير الجودة الشاملة .

مشكلة الدراسة :

تعود بداية الدراسات الاعلاميه فى مصر الى عام ١٩٣٩م، حين تم انشاء معهد الصحافه والتحرير والترجمه كمعهد للدراسات العليا، ثم افتتح قسم الصحافة بكلية الاداب جامعة القاهرة عام ١٩٥٤، ومنه تخرجت أول دفعه عام ١٩٥٨م، وتطورت هذه الدراسات بعد ذلك ليتم انشاء كليه مستقله للاعلام بجامعة القاهرة عام ١٩٧٠(٩)، وقد تطور قطاع الدراسات الإعلاميه فيما يعد تطوراً كبيراً، حيث تم افتتاح أقسام للاعلام والصحافه بكليات الاداب بالعديد من الجامعات المصريه، إلى جانب إنشاء كليات الإعلام بالجامعات الخاصه، التى بدأت عملها فى مصر عام ١٩٩٦م، وقد زاد الاقبال من الطلاب على الالتحاق بكليات الاعلام وأقسامه خاصة فى ظل الثورة الضخمة التى يشهدها العالم فى مجال تكنولوجيا

---

(٧) **Ibid**،p2.

(٨) Berkeley، L. (2009). Media education and new technology: a case study of major curriculum change within a university media degree. *Journal of Media Practice*، 10 (2&3)، 185-197.

(٩) الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والإعتماد، **المعايير القومية الأكاديمية القياسية** ، قطاع الإعلام.٢٠٠٩.

الاتصال والمعلومات، والحاجه المستمره الى إنتاج خريج متميز قادر على تلبية الاحتياجات المتغيره والمتطوره لسوق العمل، ويستطيع أن يواجه المنافسه الداخلية والخارجية فمن الملاحظ أن واقع دراسة الإعلام داخل الجامعات المصريه يواجه مجموعه من المشكلات تعوق فى بعض الاحيان تطبيق النظم المطلوبه للدراسه داخل هذه الأقسام، ويمكن مناقشة المشكلة البحثية في ضوء طرح العديد من الإشكاليات البحثية:

الإشكالية الأولي: تسمية كليات وأقسام الإعلام:

هناك ألقاب ومسميات Titles مختلفة تُطلق على الكليات والأقسام التي تُدرس الإعلام، والمفترض أن كل مسمى يظهر أو يشير إلى الملامح الخاصة للكلية أو القسم بما يتناسب مع هذا المسمى بطريقة تختلف عن الإيحاءات التقليدية، والاتصال Communication له معانٍ متنوعة ومتعددة، فهناك طريق طويل يبدأ من مفهوم الإعلام كصحافة وراديو وتليفزيون Journalism إلى مفهوم الإعلام كإتصال Communication، وهناك مسميات صريحة لأقسام الإعلام، وهناك أقسام تحمل مسميات فرعية لمجالات فرعية من الاتصال.

وهذه أمثلة لمسميات مختلفة لأقسام وكليات الإعلام في الغرب:

- Journalism and Communication
- Communication Studies and Multimedia
- Communication
- Mass Communication
- Public Relations،Advertising and Public
- Communication،Radio، Television، and Film،
- Communication، Media and Film
- Communication، Popular Culture، and Film
- School of Media
- Communication، and Culture
- Media and Communication
- Communication and Media Studies
- Communication and Culture
- Communication and Technology
- Communication and Design
- Communication Management،Information
- Communication and Telecommunication
- Information and Media Studies،
- Print Communication،Communication and Graphic Art
- Speech Communication،Visual
- Communication،Rhetoric، Writing، and Communications.

ولا شك أن أقسام الإعلام من صحافة وإذاعة وتليفزيون تهدف إلى تدريب الطلاب وتهيئتهم للعمل بعد التخرج في مؤسسات مختلفة صحفية وإذاعية وتليفزيونية وعلاقات عامة وإعلان، ومسمياتها بالضرورة متسقة مع الفلسفة، والأهداف، والغايات، التي على أساسها تم تصميم المناهج.

ويلاحظ من القائمة المعروضة أن المعلومات، والإدارة، وفنون الجرافيك، والبلاغة والخطاب، تزاوجت مع الاتصال، وهناك العديد من المسميات للأقسام والكليات الجديدة التي يتم دمجها مع مفاهيم الاتصال متعددة الأوجه.

والسؤال هل توجد رؤية وفلسفة عربية تنطلق منها مسميات كليات وأقسام الإعلام في العالم العربي؟

الإشكالية الثانية: العلاقة بين الأكاديميين والممارسين، والآراء حول إشراك الخبراء والمهنيين في تدريس المهارات العملية للطلاب.

تشير كثير من البحوث أن معظم طلاب الإعلام يفضلون الجمع بين الممارسين والأكاديميين في التدريس والإشراف على التدريب العملي، كما يواجه كلاً من الأكاديميين والممارسين تغيرات سريعة ومتلاحقة في بيئة الاتصال والإعلام، وكلٌ منهم يحاول مواكبة هذه التغيرات واللحاق بالوسائل والأشكال الجديدة في تقديم المعلومات، ومن هنا يأتي الحديث عن العلاقة بين الأكاديميين والممارسين.

وبعض النقاد لم يعد يرغب في بقاء برامج الإعلام والاتصال بالتركيبة أو النظام التقليدي مؤكدين على أن ثورة الاتصالات والتي تتصف ب "التلاقي الإعلامي" Media's convergence جعلت من تركيبة أو بناء برامج الإعلام والاتصال الحالية شيئاً غير ذي معنى، ونقاد آخرون ، وخصوصاً المهنيين والممارسين، لا يفضلون أن يكون الشغل الشاغل لأقسام الإعلام والاتصال ينصب على البحث والدرجات العلمية ، والعديد منهم يرون أن أقسام الإعلام يجب أن تركز على المقررات العملية التي تزود المهارات ، وبالتالي يجب على الأقسام أن تأتي بممارسين لديهم خبرة مهنية للعمل بها، وعلى الجانب الآخر، يرى بعض أعضاء هيئة التدريس أن وضع أقسام الإعلام والاتصال في المجتمع الأكاديمي منخفض، وأن المساعي التي قد تتم لتنفيذ مطالب المهنيين الإعلاميين سوف تفاقم من المشكلة، وأن كليات وأقسام الإعلام والاتصال لكي تبقى وتزدهر، لابد أن تصبح شريك فعال وقوي، وقائد معرفي في الجامعة؛ تساهم في المناخ الأكاديمي للجامعة ككل، وأن الكورسات العملية الخاصة بالمهارات الموجهة للتدريب المهني لا يمكن أن تواجه هذا التحدي.

هذه الإشكالية تطرح في كل مناسبة على مستوى أكاديمي وممارسي بشكل واسع النطاق، وغالباً ما يتعرض التعليم الإعلامي للنقد وعدم الرضا من جانب المؤسسات المهنية والمهنيين الممارسين، بحجة أنه لا يقدم ما يكفي لإعداد الطلاب للوظائف الإعلامية سواء في الصحافة أو الإذاعة أو العلاقات العامة وغيرها من متطلبات سوق العمل، وأن التعليم الإعلامي بشقيه الصحفي والإذاعي يقع بعيداً عن توفير المعرفة العملية التي يحتاجها الواقع.

ويرى الباحث أن التعليم الإعلامي يستهدف أولئك الذين يرغبون في أن يكونوا ممارسين إعلاميين فحسب، ولا علاقة له من قريب أو بعيد بأولئك الذين يريدون أن يكونوا مخترعين أو محترفين في تكنولوجيا الاتصال، بمعنى أن أقسام الإعلام قد توفر التدريب المهني الذي يؤكد على كيفية تكوين المحتوى الإعلامي وليس التكنولوجيا كـ Hardware أو اختراع.

كما ان كلاً من الأكاديميين والممارسين يحتاجون بعضهم البعض لتطوير مداخل ورؤى فعالة لإعلام المستقبل.. نعم هناك شكوى حول قلة التعاون مع المؤسسات المهنية والممارسين، وهناك " توتر" ولكن هذا "التوتر" طبيعي وصحي، والمهم العمل معاً لاستخدام هذا التوتر بشكل بناء وتقليل الفجوة بين الممارسين والأكاديميين وخلق تعاون بناء بينهما سوف يصب في النهاية في صالح الخريج وجودة المنتج ، وخلاف ذلك سوف تكون النتيجة أن كلاً من الطرفين سوف يعاني على المدي الطويل، والخاسر هو الجمهور لأن جودة المنتج الإعلامي سوف تقل وتتلاشى.

ويصبح السؤال الذي يجب أن يُطرح هو ما المتوقع من كليات وأقسام الإعلام أن تعطيه لخريجيها؟ وما متطلبات المهنيين الإعلاميين من التعليم الإعلامي؟

الإشكالية الثالثة: نقص التجديد أو التحديث في المداخل النظرية

هناك هيمنة للمدرسة الأمريكية في التعليم الإعلامي، بمعنى أن المداخل النظرية في دراسات الإعلام عادة ما ينقصها التجديد والتحديث، لأنها مستمدة بشكل كبير من النماذج الأمريكية، والتعليم والبحث لا ينفصلان، فبما أن التعليم الإعلامي مشابه للموجود في الولايات المتحدة الأمريكية، فإن المداخل والمفاهيم النظرية والمناهج البحثية المستخدمة من قبل معظم الباحثين العرب في الإعلام هي مداخل ومناهج المدرسة الأمريكية، فنجد أن معظم رسائل الماجستير والدكتوراه تدور حول موضوعات نشأت أصلاً في النطاق الأكاديمي الأمريكي، بمعنى آخر في المدرسة الإدارية لبحوث الإعلام.

ويستطيع الباحث أن يثبت أن الدول النامية عموماً، ومن بينها مصر والدول العربية الأخرى، لا تعاني فقط من التدفق غير المتكافئ للإعلام من الدول المتقدمة، وبخاصة الولايات المتحدة الأمريكية، بل تعاني أيضاً من التدفق غير المتكافئ على الإطلاق للنظريات العلمية والمناهج العملية سواء في مجال الدراسات الإعلامية أو غيرها من العلوم الاجتماعية، ونظرة سريعة على ما يوجد في المكتبة العربية من مؤلفات في الإعلام، نجد أن نسبة كبيرة من هذه المؤلفات لا تعدو أن تكون ترجمات لكتب باللغة الأجنبية.

ان التعليم الإعلامي في العالم العربي متشابه إلى حد كبير مع ما يدرس في المدارس الأمريكية، فالنظريات كلها التي نعتمد عليها هى النظريات التي تم انتاجها في السياق الأمريكي.

وهكذا يتضح على صعيد بحوث تعليم الإعلام والاتصال في الوطن العربي أن غالبية البحوث والدراسات هي دراسات امبريقية تقتصر على أساليب التحليل الكمية، وتتسم بالشكلية والنمطية، ولا تصلح في أغلبها لتفسير الظواهر الإعلامية، لأنها تتجاهل النظم الاجتماعية والثقافية السائدة، ويتم إجراؤها خارج إطار

النظرية الاجتماعية العامة، والأهم من ذلك ضآلة ومحدودية المردود العلمي (المعرفي والنظري) نتيجة انصراف الجهود إلى الكم الهائل من الأرقام والبيانات الإحصائية.

إن الخلافات وعدم الاتفاق على الطبيعة النظرية والمنهجية دائما ما كانت صفة لدراسات وبحوث الاتصال، وأود هنا أن أشير في عجالة إلى مفهومي المدرسة الإدارية والمدرسة النقدية في الأتي: قدم بول لازرسفيلد، والذي يشار إليه كأحد المؤسسين لمجال بحوث الاتصال، معايير للتفرقة بين بحوث الاتصال الإدارية وبحوث الاتصال النقدية، بشكل واضح لأول مرة في مقالته الشهيرة التي قدمها عام ١٩٤١، وفي توضيحه لثنائية البحوث الإدارية مقابل النقدية، قدم لازرسفيلد وصفاً محكماً للبحوث الإدارية كبحوث يتم إجرائها لخدمة جهة إدارية معينة ذات طبيعة عامة أو خاصة، وأشار لازرسفيلد إلى أن البحوث الإدارية هي تلك التي تركز على موضوعات مثل حجم وتركيبة جماهير وسائل الإعلام، واستجابتهم وتقديرهم للمحتوى الإعلامي، ونجاح أو فشل تحقيق التأثيرات المقصودة من الرسالة الإعلامية.

وتمثلت النقطة الجوهرية التي تميز بينهما في مجال نوع الأسئلة التي يوجهها الباحثون وتفسير النتائج من حيث القيم الإنسانية الأساسية، فالبحوث الإدارية يُنظر إليها على أنها تمثل "موضوعية" العلوم الاجتماعية، حيث يكون فيها الباحث شخصاً كالمفسر والمراقب المحايد للحقائق، متخلصاً من أي توجهات، في المقابل نجد في البحوث النقدية يُنظر إلى الباحث النقدي على أنه لديه توجه معياري قوي، ويركز على التهديدات التي يمكن أن تفرضها النظم الإعلامية على القيم الإنسانية. وأيضاً من نقاط التمييز بين البحوث الإدارية والبحوث النقدية تلك التي تتعلق بمناهج البحوث الكمية والمناهج الكيفية، فنجد أن الباحثين في البحوث النقدية يفضلون المناهج الكيفية، في حين أن الباحثين في البحوث الإدارية يفضلون المناهج الكمية. وامتداداً لذلك يركز مستوى التحليل في البحوث الكيفية النقدية على المجتمع وليس الفرد، إضافة إلى الاهتمام بجمع البيانات العلمية الاجتماعية كآليات للضبط الاجتماعي، والتي تعطي تمثيلاً مبسَّطاً للواقع الاجتماعي.

ووفقاً للازرسفيلد، فإن البحوث الإدارية Administrative Research ، والتي أخذت اسمها من التمويل المؤسسي أو الحكومي الذي يدعمها، انبثقت من المبدأ الذي يرى أن وسائل الإعلام هي عبارة عن "أدوات يتم استخدامها أو معالجتها بواسطة أشخاص أو وكالات من أجل أغراض معينة" ، وبالتالي فإن الدراسات نفسها تركز على جعل هذه "الأدوات معروفة بشكل أفضل، بالشكل الذي يسهل استخدامها" ويرى لازرسفيلد أن البحوث الإدارية تركز على أسئلة من نوع: ما هؤلاء الناس الذين يتعرضون لوسائل الإعلام المختلفة؟ وما هي تفضيلاتهم المحددة؟ وما هي تأثيرات استخدام الأساليب المختلفة في تقديمها ؟ وعلى الصعيد الآخر، يصف "لازرسفيلد" البحوث النقدية بأنها تلك البحوث التي تركز على المبدأ الذي يرى أنه "ينبغي دراسة الدور العام لوسائل الإعلام والاتصال في النظام الاجتماعي القائم" ويرى أن البحوث النقدية تركز على مجموعة مختلفة من الأسئلة مثل: كيف يتم تنظيم وسائل الإعلام وكيف يتم

الـتحكم فيهـا؟ وكيـف يـتم التعبيـر عـن اتجاههـا نحـو المركزيـة Centralization، والتوحيـد المعيـاريStandardization، والضـغط الترويجـي Pressure Promotional؟ وفـي أي شكل، مهمـا كـان متخفياً، يمكن لوسائل الإعلام أن تمثل تهديداً للقيم الإنسانية؟

ويوضح لازرسفيلد أن "البحوث الإدارية" يتم نقدها بالقول أنها تحل فقط "مشاكل صغيرة عادة ما تكون ذات طابع تجاري، في حين أن نفس المناهج كان يمكن أن تستخدم لتحسين حياة المجتمع لو تم تطبيقها فقط على المشروعات ذات الصلة بالمشاكل الاجتماعية والاقتصادية الضاغطة في وقتنا [وقت لازرسفيلد]" ، ومع ذلك يعترض البعض على البحوث النقدية ، وهم أولئك الذين يعتقدون أن " كثير من جهد البحوث النقدية ينقضي فيما يمكن أن يطلق عليه " إظهار" الأشياء، وليس إيجاد الحقائق أو الاقتراحات البناءة"

ولازرسفيلد، الذي يصف نفسه بأنه أحد أولئك الذين تنصب اهتماماتهم وواجباتهم المهنية في مجال البحوث الإدارية، أشار إلى المساهمات التي يمكن للبحوث النقدية أن تقدمها للبحوث الإدارية ، حيث إنه يعتقد أنها "يمكن أن تساهم كثيراً فيما يتعلق بالمفاهيم الجديدة، والمشاكل الضاغطة" ، واقترح أن الموقف النقدي يدفع الباحث الإداري إلى التركيز على موضوعات مثل ديناميكيات السيطرة على إنتاج وتوزيع المنتج الثقافي والمعلوماتي، وكذلك الآثار الثقافية والسياسية للأشكال المختلفة للمحتوى الإعلامي.

وبالرغم من مرور ٧٥ عاما على مقالة لازرسفيلد، إلا أن المجتمع المعاصر يقف في نفس مفترق الطرق، قد تكون وسائل الإعلام تغيرت، وأصبحت تحت مسميات جديدة، فهناك وسائل الإعلام الرقمي "digital"، ووسائل الإعلام الاجتماعي "social"، ووسائل الإعلام التفاعلي"interactive" ، ووسائل الإعلام الجوالة أو المتنقلة"mobile" ، إلا أن التحديات الاجتماعية التي تثيرها مازالت متشابهة. فبينما أصبح الوصول إلى وسائل الإعلام متاحاً أكثر من ذي قبل، إلا أن الانقسام والفجوة بين مستخدميها ما زال أكثر تعقيداً، وعلى العديد من المستويات، أكثر من الذي كان يمكن قياسه ودراسته منذ ٧٥ عاماً. وتشير الخطي المتسارعة في التغير التكنولوجي إلى أنه أصبح من الصعب الاضطلاع بتخيل مما هو متوقع من الإمكانيات الإعلامية والتي معها يتم اسناد المهام للبحوث النقدية . ولو أن هدف بحوث الإعلام هو إحداث تغير في المجتمع ، فإن التغير مطلوب أيضاً في طريق تعليم علوم الإعلام للطلاب ، وإجراء تغيير داخل الأقسام العلمية.

ويشير بعض الباحثين أن هذا التقسيم الثنائي في المناهج البحثية بين البحوث الإدارية والبحوث النقدية أمر يثير الدهشة ، حيث أن باحثي البحوث النقدية يعترفون بقيمة استخدام المناهج الكمية، وأن باحثي البحوث الإدارية يعترفون بقيمة استخدام البحوث الكيفية. وأن المناخ الأكاديمي يتطور في اتجاه يقل ويتقلص فيه العداء بين البحوث النقدية والبحوث الإدارية، والذي من شأنه أن يخفف الضغط على الباحثين من حيث تقسيمهم حصرياً بالانتماء لمدرسة بحثية معينة مقابل أخرى.

والسؤال الذي لا يزال مطروحاً هو أى مدرسة أكاديمية في تعليم الإعلام نتبع؟ المدرسة الإدارية الأمريكية Administrative مقابل المدرسة النقدية Critical ؟

الإشكالية الرابعة: البيئة الرقمية :

إن الاتصال عبر الوسائط وضع تحديات أمام الأقسام العلمية في تصميم وإنتاج مقررات الإنتاج الإعلامي، إذ أصبحنا نسمع عن دمج أو خلط في أصول المؤسسات الإعلامية ، أو دمج العاملين في وسائل إعلام مختلفة، ودمج في عمليات الانتاج والمعلومات، ودمج محطة تليفزيون مع صحيفة أو العكس، فأصبح التكامل بين النص، والصور الثابتة، والصوت، والفيديو ممكناً في ظل البيئة الرقمية، تلك البيئة أو مفهوم المحتوى الرقمي "digital content" تمثل نقطة تحول في الواقع الإعلامي الجديد، والذي تتلاقى وتختلط فيه الوسائل الإعلامية القديمة والجديدة، وتتجزأ أيضاً في آن واحد، وهناك أيضاً نشوء وظهور الإعلام الشبكي Networked Media أو ما يسمى بال Peer-to-Peer Media ، كبديل لنموذج الإعلام الجماهيري. هذه البيئة الجديدة الرقمية وبيئة الإعلام الشبكي غيرت من المفاهيم المستقرة، كمفهوم الإعلامي المحترف، ومفهوم الجمهور، ومن ثم ألقت بظلالها على المقررات الدراسية ومسألة التشعيب في مجال التعليم الإعلامي، وجعل العديد من أقسام الإعلام تتجه نحو ما يسمى بـ" المناهج الإعلامية المتقاربة" Curricula Convergence وصارت البرامج الأكاديمية تتبع خطى المنظمات الإعلامية التي قلَلت من الحدود الإعلامية في غرف الأخبار(١٠).

وهذا اتجاه يرى الإبقاء على تدريس الإعلام كتخصص عام، يدرس فيه الطالب مجموعة من المقررات ذات الطابع الشمولي، تمده بالأساسيات التي تؤهله للحصول على فرص أكبر للعمل، وأن الخريجين عندما يلتحقون بالعمل سيحصلون على دورات تدريبية متخصصة، انطلاقا من أن الحدود لم تعد واضحة في البيئة الرقمية الجديدة للفصل بين التخصصات المختلفة، فأصبحت الحاجة إلى إعلامي يمتلك مهارات العمل في أكثر من وسيلة إعلامية وبالكفاءة نفسها، وهذا يستوجب وجود خريجين يستطيعون التعامل الفعال مع هذا العالم المتجدد في الإعلام.

ففي دراسة أمريكية عام ٢٠٠٣ وجد أن نصف عينة مكونة من ٣٠٠ برنامج دراسي في الإعلام أجرت بعض التغييرات في المقررات لمواكبة الاندماج أو التقارب والتلاقي في المنظمات الإعلامية.

ويصبح السؤال هنا هل من الأفضل تدريس الإعلام كتخصص عام؟ أم من الأفضل اللجوء إلى التشعيب والتخصصات الدقيقة داخل التخصص؟ وهل يحق للتخصص اقتحام مجالات جديدة؟

الإشكالية الخامسة: منهجية التدريس والتعليم:

---

(10) Lowrey، W.، Daniels، G. L.، & Becker، L. B. (2005). Predictors of Convergence Curricula in Journalism and Mass Communication Programs. *Journalism & Mass Communication Educator.* Pp 32-46.

أشارت نتائج دراسة في جامعة كاليفورنيا أن الكم الكلي للمعلومات في العالم يزداد بنسبة ٣٠% كل عام، فكيف لكل من الأساتذة وواضعي المناهج أن يتعاملوا مع هذا الكم المتزايد من المحتوى في عملية التدريس، والذي يتقادم بسرعة على الجانب الآخر. بدلاً من محاولة وضع هذا الكم المتصاعد من المحتوى في مقرر له مدة زمنية محددة، أخذ عددٌ متزايد من الأساتذة في كافة مستويات النظام التعليمي إلى تطبيق بدائل، تحل محل النموذج التقليدي في التعليم الذي يقوم أساساً على الأستاذ لنقل المعرفة إلى الطلاب بطريقة أحادية، هذه البدائل تقوم على منهجية التدريس التي تؤكد على التدريس كعملية أكثر من المحتوي، وعلى الطلاب كعنصر نشط في عملية التعلم بدلاً من أن يكونوا مستهلكين سلبيين للمحتوى الذي يقدمه الأستاذ، وبالتالي يؤدي الأستاذ دور المُيسِر Facilitator ، ويطلق على هذه البدائل أيضاً التعلم من خلال التحري أو التعلم من خلال الاكتشاف، أو التعلم من خلال المشكلة، وكلها هدفها مشترك وهو جعل الطالب مشاركاً فعالاً في عملية التعلم " يتعلم كيف يتعلم". ويعطي للطلاب المسئولية لتحديد مهمات التعلم، ومعايير التقييم من خلال النقد الذاتي، وعن طريق الزملاء، ومن هنا فإن معظم الوقت يكرس لتنمية فهم الطالب لنقاط قوته ونقاط ضعفه. هذا المدخل الفردي في التعلم قد يكون أكثر صلة لمستقبل الطلاب كممارسين إعلاميين في بيئة تتغير فيها المعلومات التي يحتاجها بسرعة.

هذه الاستراتيجية في تدريس الإعلام تركز على أربعة عناصر أساسية لعملية التعلم التي يكون محورها الطالب بالأساس، وهي: المعلومات، والمشاركة، والممارسة والتقييم. ومن ثم ينبغي توفير مناخ حماسي، متنوع وغني بالمعارف، يتماشى والسياق المجتمعي الذي يدرس فيه الطالب، ولابد أن يحتوي هذا المنهج على العديد من الجوانب التطبيقية التي يقوم الطالب بتنفيذها فردياً أو بالعمل في جماعة، ثم يقيم الطالب نفسه للأنشطة التي قام بها قبل أن يقيمها أساتذته.

والسؤال في ظل الاتجاه الحديث نحو التحول من التعليم الى التعلم، هل هذا الأسلوب التعليمي متبع من الأساتذة في تدريسهم لطلابهم وهل مناخ البيئة التعليمية وعدد الطلاب يساعد في تطبيق هذه الاستراتيجية في التعلم؟.

الإشكالية السادسة: مشكلات التعليم الإعلامي.

رصدت مجموعة من الدراسات العربية عدداً من المشكلات التي يعاني منها تعليم الإعلام العربي، من قبيل مشكلات التعليم والتدريب الإعلامي، والاحتياجات التدريبية للخريجين، واحتياجات التأهيل الفكري، واحتياجات التأهيل المعرفي منها ما يلي:

- كليات ومعاهد الإعلام في العالم العربي قللت من أهمية الاعتماد الأكاديمي لبرامجها، أو أنها تجنبت الإشارة إليها.
- الإشكالات مثل المرتبطة بعلاقة البرامج بسوق العمل، وقلة الارتباط الواضح بمؤسسات مهنية إقليمية وعالمية، والتوجه الكلاسيكي، والبعد عن التخصص الدقيق.

- قصور برامج التدريب الإعلامي، وعدم الرضا عنه، وضعف مهارات المدربين.
- التدريب يفتقر إلى الأدوات التكنولوجية الحديثة والجانب العملي والمدربين الأكفاء المتخصصين.
- التعجل في افتتاح أقسام الإعلام أسهم في انخفاض مستوى مدخلاتها ومخرجاتها.
- ارتفاع معدلات عدم الرضا عن الإمكانات والتجهيزات الفنية في معامل التدريب.
- المستقبل المهني لخريجي أقسام الإعلام يأتي في مقدمة الإشكاليات التي تؤرق الطلاب، يليه عدم مواكبة المقررات الدراسية لتطورات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.
- الأساليب المتبعة لإلحاق الطلاب بأقسام الإعلام غير مناسبة، ولا تمكن من اختيار الأفضل.
- ضعف العلاقة بين أقسام الإعلام والمؤسسات الإعلامية.

ورصدت مجموعة من الدراسات الأجنبية عدداً من المشكلات يعاني منها تعليم الإعلام منها ما يلي:

- الضغوط المالية وقلة الميزانية المخصصة.
- كثرة عدد الطلاب وفي المقابل قلة أعداد أعضاء هيئة التدريس.
- ندرة الوظائف لخريجين الإعلام.
- التغيرات التكنولوجية والتي تستلزم أجهزة حديثة ومكلفة بالإضافة إلى وجود محترفين وفنيين ويبدو من الصعب توافرهما بشكل مرضي.

وبناءا على ماسبق، فتحاول الدراسة الحالية التعرف على رؤية أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر لما ينبغي أن يكون عليه التعليم الإعلامي انطلاقاً من الواقع ووصولاً إلى المأمول.

الاشكالية السابعة : مفهوم الجودة الشاملة وآليات التطبيق :

يحاول هذا العنصر تقديم إدارة الجودة الشاملة من حيث مفهومها وتطورها الفكري والفلسفي باعتبارها أسلوبا إداريا حديثا يهدف إلى تطوير وتحسين الجودة والإنتاجية والخدماتية، كذلك تحديد أهم الفوائد العلمية التي تحققت من جراء تطبيقها في العديد من المؤسسات العالمية مع التوضيح لأهم المبادئ التي تحكم عمل هذا الأسلوب.

ويحتل مفهوم إدارة الجودة الشاملة بالنسبة للمؤسسات أهمية كبيرة، فقد لقي تعريفها اهتماما من قبل الباحثين، وفيما يلي جملة من التعاريف التي تتعلق بها.

وبالنسبة لمنظمة المقاييس العالمية ISO فتعرف إدارة الجودة الشاملة لتسيير المؤسسة تركز على الجودة "باعتبارها مجموعة خصائص في السلعة أو الخدمة تعطي لها أهلية إشباع الحاجات المعلنة والضمنية" ترتكز على مساهمة جميع الأفراد، وتسعى للنجاح لمدة طويلة بواسطة إشباع حاجات الزبائن وتوفير مزايا من أجل جميع أفراد المؤسسة والمجتمع. (١١)

(11) J P- HUBERAC **, Guide des méthodes qualité, maxima**, (Paris, 1998),p 65.

وقد عرفها كروسبي Crosby وهو أحد المؤسسين لـ TQM أن إدارة الجودة الشاملة تمثل المنهجية المنظمة لضمان سير النشاطات التي تم التخطيط لها مسبقا، حيث أنّها الأسلوب الأمثل الّذي يساعد على منع وتجنب المشكلات من خلال العمل على التحفيز وتشجيع الإداري التنظيمي الأمثل في الأداء باستخدام الموارد المادية والبشرية بكفاءة عالية. (١٢)

وهناك من يعرفها على أنّها: نظام يتضمن مجموعة من الفلسفات الفكرية المتكاملة والأدوات الإحصائية، والعمليات الإدارية المستخدمة لتحقيق الأهداف، ورفع مستوى رضا الزبون والموظف على حد سواء. (١٣)

يتضح من هذه التعاريف بأنّه لا يوجد ثمة تعريف متفق عليه وذو قبول عام لدى المفكرين والباحثين بشأن إدارة الجودة الشاملة، حيث تتفق كلّ التعاريف على أن إدارة الجودة الشاملة معنية بالتطوير والتحسين المستمر للأداء وهدفها هو إرضاء الجمهور أو المستفيد من الخدمة .

وتمهد الجودة الشاملة الطريق أمام المؤسسة الإعلامية، لبناء هيكل، وعمليات وسلوكيات قادرة على مواجهة تحديات القرن الحادي والعشرين والتي من أبرزها: العالمية، التكتلات الاقتصادية، الركود الاقتصادي، المنافسة الشرسة، الثورة التقنية في عالم المعلومات والاتصالات، والجودة إذا ما طبقت بالشكل الصحيح، تخفف من حدة النقد الموجه للمؤسسات الإعلامية.

ومن أهم أدوات إدارة الجودة الشاملة : التدريب والتعليم المستمر – التقييم الذاتي.– التركيز على خدمة المجتمع– المشاركة في اتخاذ القرارات– التخطيط والتوجيه– القيادة الديمقراطية– حلقات الجودة وروح الفريق– الاتصالات– المكافآت والحوافز – التعاون بين القيادات والأقسام– التجديد والتحسين المستمر– قياس الجودة بصفة دورية– الاعتراف بالأداء الفعال– الرؤية الثاقبة– المقارنات التجديدية– التكامل مع العمل– إدارة العمليات والتحسينات– المنافسة مع المؤسسات الأخرى– تطبيق التفكير المنتظم– مراقبة وتوكيد الجودة.

أهمية الدراسة:

يمكن بلورة أهمية الدراسة في ضوء بعض الإعتبارات التالية:

يُعد دراسة موضوع التعليم الإعلامي من الموضوعات البحثية المستحدثة في مجال الدراسات الإعلامية التي ركزت في الفترة الأخيرة علي مجال التربية الإعلامية. حيث لوحظ توجه الدراسات الإعلامية حول تعليم الإعلام والاتصال إلى انه رغم امتداد تاريخ التدريس الإعلامي في المنطقة العربية إلى أواخر الثلاثينيات، إلا أن هناك ندرة في الدراسات العربية في هذا المجال بشكل عام؛ إذ اهتم الباحثون في دراستهم بتناول عناصر عملية الاتصال من القائمين عليها، ووسائلها، وجمهورها، وتأثيراتها، بينما ظهر

---

(١٢) **محمد عبد الفتاح (٢٠٠٨):** إدارة الجودة الشاملة بمنظمات الرعاية الاجتماعية، **الإسكندرية، مكتبة القلم، ص ١٧٣.**

(١٣) خضير كاظم حمود(٢٠٠٠): **إدارة الجودة الشاملة**، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ص ٧٥.

هذا التوجه حديثا –التوجه نحو رصد واقع التعليم والتدريب الإعلامي في بحوث الإعلام– لاهتمام البعض بتقييم برامج الأقسام لمعرفة هل ما يدرس هو الأفضل للطلبة والمهنة والمجتمع، أم لا هذا من ناحية .

- تركيز غالبية مؤسسات التأهيل العلمي للإعلاميين في العالم العربي على موضوع تأهيل الطلاب– خاصة في مرحلة الشهادة الجامعية الأولى– ولم تنخرط كثيراً في العمل المجتمعي المرتبط بمتابعة الظواهر وتفسيرها وتقديم تصورات حلول لها.
- قصور برامج التدريب الإعلامي، وعدم الرضا عنه، وضعف مهارات المدربين.
- رؤية البعض بافتقار التدريب الإعلامي إلى الأدوات التكنولوجية الحديثة والجانب العملي والمدربين الأكفاء المتخصصين.
- رؤية الأكاديميين بأن هناك التعجل في افتتاح أقسام الإعلام أسهم في انخفاض مستوى مدخلاتها ومخرجاتها.
- المستقبل المهني لخريجي أقسام الإعلام يأتي في مقدمة الإشكاليات التي تؤرق الطلاب، يليه عدم مواكبة المقررات الدراسية لتطورات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.

أهداف الدراسة:

يمكن بلورة أهداف الدراسة في بعض الأهداف الرئيسة كما يلي:

- بحث رؤية أعضاء هيئة التدريس في الجامعات المصرية نحو البرامج الدراسية التي ينطلق من خلالها عملية التعليم والتدريب الإعلامي في جامعاتهم ومؤسساتهم الإعلامية.
- تحليل مظاهر الثبات والتغير في الاتجاه الكلى نحو الإشكاليات المرتبطة بالتعليم والتدريب الإعلامي على مستوى الجامعات المصرية.
- وضع رؤية مستقبلية لمستقبل التعليم الإعلامي في الجامعات المصرية ترصد مواطن الضعف والقوة في البرامج الدراسية لتخصصات الإعلام في مصر فى ضوء معايير الجودة الشاملة .

الدراسات السابقة:

وفى عرض الدراسات السابقة سوف يقوم الباحث باستعراضها من الأقدم إلى الأحدث على النحو التالى:

– هدفت دراسة **A. and Counts، Carey، F.،Fedler** (١٩٩٨م) [١٤] إلى معرفة قدرة أقسام الإعلام على البقاء في عصر التعثر المالي والأزمة الاقتصادية في فترة التسعينيات، ومعرفة اتجاهات المبحوثين من أعضاء هيئة التدريس نحو مدى دعمهم لاستمرار دور أقسام الإعلام في المجتمع الأكاديمي. وقد كشفت النتائج الكثير حول وضع أقسام الصحافة، والإعلام في المجتمع الأكاديمي، أن ثمة مشاكل داخلية

(14) Fedler، F.، Carey، A. and Counts، T. (1998). Journalism's Status in Academia: A Candidate for Elimination? **Journalism& Mass Communication educator**، pp. 31-39.

خطيرة تواجه أقسام الإعلام مثل: الميزانيات المنخفضة، والكثافة الطلابية، وندرة الوظائف لخريجي الإعلام، والتغيرات التكنولوجية التي تستلزم أجهزة جديدة عالية الثمن، وعدم رضاء المهنيين، وكذلك هيكل وتشعيب الأقسام إلى صحافة، وإذاعة، وعلاقات عامة. وقد اقترحت الدراسة ثمانية استراتيجيات من الممكن أن تتبناها أقسام الإعلام لتحسن وضعها في المجتمع الأكاديمي وهي: (أن تركز الأقسام نفسها على رسالة الجامعة التي تعمل في إطارها، وأن تخدم أكبر عدد من الطلاب، وأن تلحق بها أكبر عدد من الطلاب الموهوبين، وأن تبذل قصارى جهدها لمساعدة طلابها في إيجاد وظائف، وأن تقوم بتطوير وتنمية أقسام وبرامج متفردة ليست موجودة في مكان آخر في نفس الولاية، وأن تقوم بتحسين معدل الإنجاز العلمي، وأن تركز وتؤكد على الجانب الفكري المعرفي أكثر من التركيز على جانب التدريب المهني، وأن تسعى للحصول على الاعتماد الأكاديمي.

– اقترحت دراسة **Brandon ، T.،Dickson (٢٠٠٠م)** [١٥] ، أن هناك ثمة فجوة، ولكنها ليست بالكبيرة، توجد بين الصحفيين المهنيين ومعلمي الصحافة فيما يتعلق بعدة نواحى في التعليم الصحفي، وأثارت الدراسة تساؤلاً حول وجود اقتراحات تذكر أن القيم الأساسية للصحافة كالكتابة، والأخلاقيات لم يتم التأكيد عليها، وأن معلمي الصحافة لا يثمنوا الخبرة الصفية المهنية، كما أشارت الدراسة إلى أن التعليم الصحفي له غرض أكبر من إعداد الطلاب لسوق العمل كصحفيين عاملين، وأكبر من توفير تدريب متوسط المستوى. ومع ذلك أكدت الدراسة على أن يُعد الطلاب لمختلف الوظائف الإعلامية وغير الإعلامية، بالإضافة إلى إعدادهم للدراسات العليا، ومن ثم لم يُتوقع من أساتذة الصحافة والمهنيين الصحفيين أن يتفقوا على كل المسائل المرتبطة بالتعليم الصحفي. ووجدت الدراسة أيضاً أن لدى كلاً من المهنيين الإذاعيين والمهنيين الصحفيين أفكاراً مختلفة فيما يتعلق بالذي ينبغي أن يؤديه التعليم الإعلامي، وأشارت الدراسة إلى أن التعليم الصحفي مثل باقي فروع التعليم الإعلامي يجب أن يستمر في التغيير لمواجهة تحديات القرن الواحد والعشرين، وإلا سوف يظل يواجه إمكانية الإنقراض والداروينية الأكاديمية.

– **اهتمت دراسة شعبان شمس أبو اليزيد (٢٠٠١)** [١٦]، بالمشكلات التعليمية والتدريبية في قسم الصحافة والإعلام في جامعة الأزهر، وأوصت هذه الدراسة بضرورة مراجعة المقررات الدراسية لطلاب الصحافة والإعلام لتواكب سوق العمل، ولكي تؤهل الخريج كي يكون مميزا لسوق العمل، وأشارت الدراسة إلى ضرورة إعادة النظر في نظم التقييم للطلاب لتواكب المتغيرات التعليمية والمجتمعية. ويمكن تفسير المنطلق البحثي الذي يرتكز على المفاهيم البحثية القديمة كدراسة مشكلات التدريب والتعليم الإعلامي

([15]) Dickson، T.، Brandon، W. (2000). The Gap between Educators and Professional Journalists. **Journalism& Mass Communication educator**، pp. 50-67.

([١٦]) شعبان شمس أبو اليزيد(٢٠٠١). " المشكلات التعليمية والتدريبية في قسم الصحافة والإعلام، ***مجلة كلية اللغة العربية***، عدد رقم ٢٠ (جامعة الأزهر: كلية اللغة العربية).

في قسم من الأقسام إلى تفاوت تاريخ نشأة أقسام ومعاهد وكليات الإعلام في الوطن العربي، ومن ثم تفاوت المشكلات والمناهج التي توظفها كل منها في دراسة اهم مشكلاتها، وان كانت هذه الإشكالية – من وجهة نظرنا – اقرب إلى العذر الذي يعد اقبح من الذنب، فتاريخ تطور العلوم كما هو معروف تاريخ تراكمي، ومن ثم يطرح التساؤل البحثي التالي نفسه : ما جدوى البدء من النقطة الأولى دوما، اذا كان بالإمكان الإضافة والتقدم المستمر بناء على ما تم دراسته بالفعل ؟!!!.

– **أما دراسة عبدالله الحمود، وفهد عبدالعزيز (٢٠٠٢)** [١٧] فقد توقفت عند مرحلة متقدمة عن سابقتها من الدراسات عندما تعرضت بشكل رئيس لتقويم انعكاسات المكونات المختلفة للعملية التعليمية والتدريبية التي تتم في قسم الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، في الجوانب الثلاثة للتأهيل، الفكري، المهني، البناء المعرفي، وذلك للوقوف على مدى قدرة مخرجات القسم على تلبية الحاجات الحالية لسوق العمل الإعلامي في المملكة العربية السعودية. ويمكن إجمال أهم ما انتهت إليه هذه الدراسة من نتائج فيما يلي: تلبي مخرجات قسم الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية الحاجات الحالية لسوق العمل الإعلامي بالمملكة العربية السعودية بشكل جيد وفقاً لما يراه قياديو العمل الإعلامي الذين تم مسح آرائهم تجاه مستوى وطبيعة تأهيل المتخرجين في القسم. ويعد المتخرجون في القسم مؤهلون بشكل أكبر في جانب البناء المعلوماتي، مقارنة بالبناء الفكري الذي جاء في المرتبة الثانية، والتأهيل المهني الذي جاء في المرتبة الثالثة. والنتيجة السابقة تبدو نتيجة تستحق التوقف اذا ما نظرنا إليه في ضوء متغيرات العصر؛ فبينما تركز الاتجاهات الحديثة في بحوث تعليم الإعلام على تأهيل الخريجين من الناحية العملية بالأساس بحيث يستطيعون التواصل مع لغة العصر التي تتسم بمستويات مرتفعة من التقنية، تبدو الجامعات العربية أكثر تركيزاً على الجوانب المعلوماتية، التي تنتج خريجاً غير قادر على إعمال الفكر والنقد، وتكوين الرؤية الشخصية، ثم التعامل باحترافية مع أدوات الإعلام المعاصرة .

– ولا يبتعد **أنور الرواس (٢٠٠٢م)** [١٨] كثيراً عما سبقه من دراسات استهدفت تقييم خريجي أقسام الإعلام على مستوى الوطن العربي ؛ حيث ركزت دراسته على تقويم أداء خريجي قسم الإعلام بجامعة السلطان قابوس–سلطنة عمان، وخاصةً العاملون في مؤسسات الإعلام الرسمية. وطرحت الدراسة قبل تقديم أهم نتائجها عدداً من الأسئلة المهمة تعلقت بآراء خريجي القسم في النظام الدراسي، والتدريب الميداني، ومستوى أعضاء هيئة التدريس، إلى جانب آراء القيادات الإعلامية في أداء خريجي القسم.

---

(١٧) عبد الله بن ناصر الحمود، و فهد عبدالعزيز العسكر (٢٠٠٢) . مدى تلبية مخرجات قسم الإعلام في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية لاحتياجات سوق العمل : دراسة مسحية لآراء قياديي العمل الإعلامي حول تأهيل المتخرجين في القسم، **بحث منشور في مجلة جامعة الإمام**، العدد الرابع والأربعون، شوال ١٤٢٤هـ/ مارس.

(١٨) أنور الرواس (٢٠٠٢) "خريجو قسم الإعلام بجامعة السلطان قابوس العاملون في الإعلام الرسمي (دراسة تقويمية)". (في) ***البصائر***، جامعة البترا. المجلد ٦، العدد ٢. ص ص: ١٦٣–٢٢٩.

وبناءً علي النتائج التي توصلت إليها، أوصت الدراسة بضرورة تحديد ميول، ورغبات الطلاب في تخصصات دقيقة بدلاً من التخصص العام، والابتعاد عن أسلوب التلقين، والتشجيع على النقاش والحوار، وتكثيف مواد اللغتين العربية والإنجليزية، والاهتمام بتنفيذ الطلاب للبحوث الميدانية في السنة الأخيرة من دراستهم.

– **بينما درس مساعد بن عبد الله المحيا (٢٠٠٢)** [١٩] اتجاهات الطلاب نحو البرامج التدريسية في أقسام الإعلام في المملكة العربية السعودية وآفاقها المستقبلية، تطبيقا على طلاب قسمي الصحافة والإعلام في جامعتي الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وجامعة الملك سعود وأشارت نتائج الدراسة إلى أن (٩٦%) من العينة ترى أهمية لتدريب دارسي الإعلام، وأشار (٧٢%) من العينة أن برامج التدريب في أقسامهم غير كافية خاصة مع عدم وجود، أو كفاية الأجهزة الخاصة بالتدريب، وأشار (٦٥%) إلى أن التدريب ساعد في إيجاد وظائف للمتدربين بعد التخرج.

– تناولت **سناء أبو دقة (٢٠٠٤)** [٢٠] اتجاهات طلبة برنامج التأهيل التربوي بالجامعة الإسلامية بغزة نحو مهنة التعليم وعلاقتها بكفاية التدريب الميداني، وأظهرت نتائج الدراسة أن اتجاهات طلبة البرنامج نحو مهنة التعليم وممارسة المهنة بشكل عام إيجابية، ولكنها سلبية في مجال الجانب المادي للمهنة، وبالنسبة لمحور التقبل الذاتي والجانب المادي للمهنة فقد تبين أن الاتجاهات الإيجابية أكثر لدى الإناث من الذكور.

– هدفت دراسة **ابتسام الجندي (٢٠٠٤)** [٢١] إلى مناقشة بعض الاتجاهات الحديثة في التعليم الإعلامي، وتحليل خطة الدراسة بقسم الإعلام بكلية الإنسانيات والعلوم الاجتماعية لتحديد معالمها في ضوء الأهداف التي يسعى القسم لتحقيقها، واستطلاع آراء طلبة القسم فيما يدرسونه في ضوء الأهداف التي يسعى القسم لتحقيقها، واستطلاع آراء طلبة القسم فيما يدرسونه من مقررات والتعرف على مقترحاتهم نحو إرساء بعض قواعد التعليم الإعلامي وزيادة فاعلية المقررات بشكل يساعد في تأهيلهم لسوق العمل والوفاء بالتزاماتهم الوظيفية ورفع كفاءاتهم ومهاراتهم المهنية؛ فخريج بلا عمل هو إهدار للموارد.

---

(١٩) مساعد بن عبد الله المحيا " اتجاهات الطلاب نحو البرامج التدريبية في أقسام الإعلام في المملكة وآفاقها المستقبلية، دراسة ميدانية علي عينة من طلاب قسمي الإعلام في جامعتي الإمام محمد بن سعود الإسلامية والملك سعود " ***مجلة البحوث الإعلامية***، العدد ١٧ يناير ٢٠٠٢(جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، ٢٠٠٢) ص ٢٤٩ . ٣١٦.

(٢٠) سناء أبو دقة " اتجاهات طلبة برنامج التأهيل التربوي بالجامعة الإسلامية بغزة نحو مهنة التعليم وعلاقتها بكفاية التدريب الميداني" ***مجلة جامعة النجاح للأبحاث و العلوم الإنسانية***، المجلد ١٩، العدد ٤ (غزة، فلسطين، الجامعة الإسلامية، كلية التربية، قسم علم النفس ٢٠٠٥)ص ١١٤١-١١٦٧.

(٢١) ابتسام الجندي (٢٠٠٤) . قسم الإعلام بجامعة قطر والاتجاهات الحديثة للتعليم الإعلامي: دراسة استطلاعية .***المجلة المصرية لبحوث الإعلام***، أكتوبر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

– تقترح نتائج دراسة **Daniels، W.،Lowrey** (٢٠٠٥م) [٢٢] ، أن موضوع الاندماج في صناعة الإعلام يشغل ذهون معظم أعضاء هيئة التدريس وكذلك الإداريين. كما تقترح النتائج أن البرامج الأكاديمية تتجه نحو مسارات الدمج ، فعلى سبيل المثال، المسارات التي تدمج تدريس مجالات المعرفة المرتبطة بمنصات إعلامية معينة، بالرغم من أن ذلك يتم بشكل بطيء وحذر. كما أن الإدراك بأن صناعة الأخبار تسعى إلى تشغيل خريجين ذوي مهارات مركبة ومتنوعة هو مؤشر يوضح التحرك نحو الدمج في المناهج الدراسية، وهذا الإدراك يدفع اهتمام الأساتذة نحو الدمج أو التقارب المنهجي، وفي المقابل، يؤدي هذا النوع من الاهتمام بأن تبتعد البرامج الأكاديمية عن تدريب الطلاب الحصري أو المقصور على وسائل إعلامية معينة أو متخصصة. وتوضح النتائج أن هذا الإدراك بالتقارب والاندماج في الصناعة الإعلامية له بعض التأثير المباشر على اتخاذ القررات الفعلية المتعلقة بالمناهج الدراسية. وتوضح النتائج أن البرامج الصغيرة والأقل تعقيداً، وبها مسارات أقل يجعل عليها من السهل أن تتقارب وتندمج، كما أن البرامج التي ترتبط بعلاقات ضعيفة بالممارسة المهنية، فإنها أقل احتمالاً بأن تشعر بالتأثيرات الضاغطة للهياكل المهنية الخارجية على التمايز في المسارات، ولذلك فإن مثل هذه البرامج تشعر بحرية أكثر في تتبع التغير الهيكلي الجوهري.

– رصدت دراسة **أمين عبد الغني** (٢٠٠٥م) [٢٣] دور التعليم الإلكتروني في التعليم والتدريب الإعلامي في الوطن العربي من خلال ظهور عدة مصطلحات جديدة مثل: التعليم الإلكتروني(Electronic Learning)، وكانت أهم نتائج الدراسة الدعوة للبحث حول هذه المصطلحات وعن هذه التقنيات واستخداماتها في مجال التعليم والتدريب عموما، ومجال التعليم والتدريب الإعلامي في الوطن العربي على وجه الخصوص؛ الاستفادة من التجارب التي تمت في العالم في مجال التعليم الإلكتروني؛ الحاجة إلى مبادرات من كافة مؤسسات المجتمعات العربية الرسمية وغير الرسمية، وجماعات المجتمع المدني، والمؤسسات الأهلية والخاصة والأفراد للاستفادة من تطبيقات التعليم الإلكتروني.

([22]) Lowrey، W.، Daniels، G. L.، & Becker، L. B. (2005). Predictors of Convergence Curricula in Journalism and Mass Communication Programs. *Journalism & Mass Communication Educator*. Pp 32-46.

([٢٣]) أمين سعيد عبد الغني (٢٠٠٧). استخدام التعليم الإلكتروني في التعليم والتدريب الإعلامي في الوطن العربي، ***المجلة العربية للإعلام والاتصال***، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، الرياض، السنة الثانية العدد الثاني ربيع الثاني/مايو ٢٠٠٧م، ص ص ٢٣١–٢٧٨.

– أسفرت دراسة **وفاء عبد الخالق ثروت(٢٠٠٥م)** [٢٤]، عن عدة نتائج منها: أن النظام المتبع لإلتحاق الطلاب بقسم الإعلام لا يمكن من اختيار أفضل العناصر التي لديها الموهبة الإعلامية والاستعداد الأمثل لهذه النوعية من الدراسات.أوضحت الدراسة مدى أهمية التدريب العملي للطلاب مما يتطلب ضرورة زيادة الاهتمام به. أهمية تنوع المواد الإعلامية التي تركز عليها برامج التدريب سواء الإعداد أو التقديم أو الإخراج أو التصوير أو إنتاج الأخبار إلخ. أكد المتدربون والمدربون على أهمية مشاركة أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم للمارسين في التدريب العملي، حتى يتعرف الطالب على المعلومة ويطبقها من خلال الواقع بالجمع بين خبرة الأكاديميين والممارسين. أهمية العناية بوضع قواعد ثابته ومنظمة للتعاون والتنسيق المشترك بين قسم الإعلام والقائمين على التدريب من الممارسين، بحيث يتعدى الأمر من مجرد المبادرات الفردية إلى الإتفاق على خطة محددة وملزمة للتدريب. غلبة الجانب النظري على المقررات الدراسية مما يقلل الوقت المخصص للتدريب جاء على رأس المشكلات التي واجهت الطلاب أثناء فترة التدريب، ثم غياب التنسيق مع الجهات الإعلامية، ثم ضعف الإمكانات التدريبية.

– انتهت دراسة **أشرف جلال (٢٠٠٥)**[٢٥]، إلى أن هناك اهتمام بحضور الدورات التدريبية لكنه غير كافي خاصة بالنسبة للمتدربين العاملين في الاتحاد، كما أن التدريب يفتقر إلى الأدوات التكنولوجية الحديثة والجانب العملي والمدربين الأكفاء المتخصصين وهذا أدى بأن يكون الإتجاه السلبي نحو البرامج التدريبية مقارب للإتجاه الإيجابي، وأن معدل الرضا عن البرامج التدريبية لم يحقق الحد الأمثل، وهناك فروق نسبية ملحوظة بين فئات المتدربين في مدى استفادتهم من البرامج التدريبية أو مدى قدرتها على إشباع الاحتياج التدريبي سواء كان ذلك باختلاف نوعية الوظائف ما بين فنية وغير فنية أو ما بين نوعية المتدربين (طلاب– عاملين) أو حسب مستوى التدريب بشكل عام أو يجمع بين العام والمتخصص أو كان متخصصا فقط، وبوجه عام يرتفع معدل الرضا عن دورات التدريب الإذاعي مقابل التليفزيوني، وفيما يتعلق بمكونات وعناصر العملية التدريبية ، انصب عدم الرضا بشكل أكبر على الأدوات التدريبية، وقد طالب المتدربون بمقترحات مهمة تتعلق بتطوير المحتوى والشكل والبيئة التدريبية بالكامل.

([٢٤]) وفاء عبد الخالق ثروت(٢٠٠٥م) "التدريب الإذاعي والتليفزيوني لطلاب أقسام الإعلام : دراسة حالة تقويمية لقسم الإعلام جامعة المنيا "، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** المجلد ٦ العدد الثاني ٢٠٠٥م (ص ص: ٢٣٧–٣١٢).

([٢٥]) أشرف جلال حسن." واقع ومستقبل التعليم والتدريب الإعلامي في الوطن العربي (دراسة حالة على التجربة المصرية)"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد ٦ العدد الثاني ٢٠٠٥م، ص ص: ٣٥٥–٣٩٣م.

– هدفت دراسة **محمد الحيزان** (٢٠٠٧) [٢٦]، إلى التعرف على واقع تدريس الإعلام في الجامعات السعودية والأمريكية، من خلال مقارنة تحليلية للمواد التي يتم تدريسها في المرحلة الجامعية، بالتطبيق على ثلاث جامعات أمريكية وثلاث جامعات سعودية، بمسح (٢٢٣) مقررا في كل من الجامعات السعودية والأمريكية، ومن نتائج الدراسة أن هناك تفاوتاً كبيراً وملحوظاً بين ما يدرس في الجامعات السعودية والجامعات الأمريكية؛ إذ ظل التطوير في الجامعات السعودية محدوداً جداً ودون المستوى المأمول؛ بل إن الدراسة كشفت عن عدم قدرة هذه الجامعات على الخروج من فلك بعضها البعض، كما أنها تنحى نحو تدريس المواد العامة في الإعلام دون الدخول مباشرة في التخصص الدقيق بما يمكن الدارسين من الإلمام بالمهارات المطلوب توفرها في الخريجين لتمكينهم من الالتحاق بسوق العمل، كما أن الدراسة أظهرت تخلفاً واضحاً لأقسام الإعلام السعودية في تدريس مقررات الإنترنت والنشر الإليكتروني التي تعد سمة العصر، وأصبحت في حاجة ملحة إلى أن تعيد حساباتها في هذا الأمر.

– سعت دراسة **سفران بن سفر المقاطي** (٢٠٠٧) [٢٧] إلى التأكيد على أهمية دور القطاع الخاص في النهوض بمستويات التعليم والتدريب الإعلامي بالمملكة؛ وذلك نتيجة أن الأشكال التعليمية الجديدة التي نجحت كانت بمبادرات من القطاع الخاص في دول العالم المتقدمة، وقويت نتيجة تبنى هذه المجتمعات لفلسفة القطاع الخاص الأكثر مرونة من القطاعات الحكومية في هذا المجال. وتدعو الدراسة إلى فتح المجال أمام القطاع الخاص ليساهم في مجال التعليم والتدريب الإعلامي في المملكة إلى جانب القطاع الحكومي، وإحداث قدر من المنافسة الخلاقة بين القطاعين لإثراء التعليم والتدريب الإعلامي، وتطويره أكاديمياً ومهنياً.

– حاولت **دراسة Fujimori (2008)** [٢٨] ، التحقق من نموذج وضع لطلاب مرحلة الماجستير فى قسم الصحافة والإعلام وطلاب الصحافة فى السنة النهائية، وذلك لدراسة العلاقة بين العمل الإجتماعى التطوعي العام وتحديداً الرعاية الإجتماعية، والأهمية التى يمكن أن تعود عليهم من هذا العمل وإنعكاساتها على عملية التنمية، وكيفية الإستخدام الأمثل لكل موارد التنمية وأشارت الدراسة إلى طلاب الصحافة أكثر من طلاب الدراسات العليا إدراكاً لأهمية العمل الإجتماعى أكثر من طلاب السنه النهائية

---

(٢٦) محمد بن عبد العزيز الجيزان (٢٠٠٧)، تدريس الإعلام في الجامعات السعودية والأمريكية، دراسة تحليلية مقارنة لمقررات المرحلة الجامعية، ***الجمعية السعودية للإعلام والاتصال***، السنة الثانية، العدد الثاني، ربيع الثاني.

(٢٧) سفران بن سفر المقاطي (٢٠٠٧) دور القطاع الخاص في تطوير التعليم والتدريب الإعلامي في المملكة: دراسة استطلاعية على عينة من المختصين، ***مجلة العلوم الإنسانية***، السنة الخامسة، العدد ٣٦.

(28) Fujimori،s، English،D،Ekman،E،Stones" Collaboration among social work and Journalism students and Faculty: an Introduction Model" Journal of Social Work Education44.No(1)،pp163-172.

والتى رأت أن المشروع مقارب لمشاريع التخرج ، وإن كان طلاب الدراسات العليا أكثر فهما وعمقا لمعنى العمل الإجتماعى وما يتصل به من أدوار وأساليب اتعزيز العدالة الإجتماعية على حد سواء.

– أجريت **دراسة M.R.،Berganza (2008)**[٢٩] على طلاب الصحافة فى الجامعات الإنجليزية والإسبانية لمعرفة أسباب الإلتحاق بدراسة الصحافة فى البلدين ، ودوافع الطلاب للعمل فى مجال الصحافة بعد التخرج ، والأساليب الإجتماعية التى ينبغى أن يقوم بها الصحفى والصحافة فى المجتمع ووجهات نظر الطلاب حول أخلاقيات الإعلام والصحافة، والأثار المترتبة على إحتراف مهنة الصحافة . وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق بين طلاب الصحافة فى البلدين، وكان الدافع الأساسى للإلتحاق بمهنة الصحافة بين الطلاب فى البلدين هو الخدمة العامة والقيام بالأدوار الإجتماعية لخدمة المجتمع. وإن صورة الصحافة ودور الصحافة الوطنية فى كلا البلدين لعبت دورا كبيراً فى الصورة الذهنية للطلاب مما ساهمت بصورة كبيرة على رغبتهم فى دراسة الصحافة والعمل بها بعد التخرج.

– اهتمت **دراسة Alexander Fedorov (2007)**[٣٠] ، برصد مجموعه من أراء لخبراء فى التعليم الاعلامى الأكاديمى كجزء من مشروع بحثى ممول من وزارة التعليم والعلوم فى روسيا فى الفتره من ٢٠٠٦ –٢٠٠٨ وقدمت الدراسة اجابة ٢٥ خبيرا من تسع دول مختلفه هى(أمريكا/ بريطانيا/ روسيا/ ألمانيا/ بلغاريا/ النمسا/ نيوزيلندا/ النرويج/ جورجيا)، وكان أهم الاسئله التى طرحت عليهم والبالغ عددها ٧ أسئله مختلفه : ما الوضع الحالى للتعليم الاعلامى فى بلدك؟/ ما أهم التطورات والاخفاقات والمشاكل التى تواجه التعليم الاعلامى فى بلدك؟/ هل توجد اتجاهات جديده للتعليم الاعلامى ظهرت مع بداية القرن الحادى والعشرين فى بلدك؟/ يمكن لبعض الخبرات والتجارب الأجنبيه أن تساهم فى تطوير التعليم الاعلامى الأكاديمى فى بلدك؟/ هل تجد من الضرورى ادخال مقررات اجبارية عن التعليم الاعلامى فى المناهج المدرسية فى مرحلة ما قبل الجامعة؟. وكانت الاجابات متنوعه وتعبر بشكل كبير عن الاتجاه الملحوظ فى كل بلد المتعلق بالتدريس والتعليم الاعلامى مما أعطى أراء متميزه ومتنوعه فى هذا الاطار.

– قدمت **دراسة Ellen Hume (2007)**[٣١]، بدعم من المركز الدولى للدعم الاعلامى **International Center For Media Assistance** عن وضع التعليم الاعلامى الاكاديمى فى العالم لتحديد كيف وأين يمكن توجيه الدعم المناسب لمواجهة التحديات التى تواجه التعليم والتدريب الاعلامى. كما أستعرضت الدراسة التحديات والفرص فى هذا المجال ودورها فى دعم الديموقراطيه والتعددية. وأعتمددت الدراسه على

---

(29) Berganza، M.R، Hanna، M، Sanders، Snchez Aranza" Becoming Journalists: A comparison of the professional attitudes and values of British and Spanish Journalism students" European Journal of Communication23(2)،pp. 133-152.

(30) Alexander Federov.2007. Condition of Media Education A round the world: Experts' opinion. Available at: www.ifap.ru/library/book119b.pdf.

(31) Ellen Hume .2007. University Journalism Education: A Global Challenge . A report to center international Media assistance.p 23

عـدد مـن المصـادر، أبرزهـا المناقشـات التـى دارت فـى الاجتمـاع العـام الـذى عقـد للتعلـيم الاعلامـى الأكـاديمى العـالمى فـى سـنغافورة (٢٥-٢٨/٦/٢٠٠٧)، ونتـائج الدراسـة المسـتمرة عـن معاهـد التعلـيم الاعلامى بجامعة أوكلاهوما **Oklahoma**.

- استعرضت **دراسة Tudor Vlad& Madaline Balasescu (2007)** [٣٢]، البرامج الأكاديمية للتعليم والتدريب الاعلامي في رومانيا بعد سقوط الإشتراكيه عام ١٩٨٩ من حيث عددها ومنهجها والكتب الدراسية التي يعتمد عليها، والكوادر الأكاديمية التي تقوم على هذه البرامج كمياً ونوعيا. وأشارت الدراسة إلى وجود ما يقرب من سبعه وعشرين (٢٧) برنامجا دراسياً للتعليم الإعلامي الأكاديمي في أربع وعشرين جامعه رومانية منها خمس عشر جامعه حكومية، وبسبب التوسع الكبير الذي بدأت تشهده رومانيا في تأسيس وسائل إعلام جديد مع سقوط الاشتراكيه، فإن الطلب يتزايد علي خريج الإعلام المؤهلين، والمدربين بشكل إحترافي . كما أن برنامج التعليم الإعلامي الأكاديمي يمكن أن يساهم في تطوير بيئة العمل الإعلامي في رومانيا بشرط إتخاذ بعض الخطوات المستقبلية مثل زيادة عدد البرامج الأكاديمية وتطوير المناهج الدراسية وتجويد طرق التدريس.

- كشفت دراسة **عبدالله الكندي، عبدالمنعم منصور (٢٠٠٨م)**"[٣٣] أن كليات ومعاهد الصحافة والإعلام العربية لا تشير إلى قضية الإعتماد الأكاديمي Accreditation لبرامجها الدراسية في مواقعها الإلكترونية باستثناء كلية الاتصال في جامعة الشارقة، وكلية الإعلام في جامعة زايد، وكلية محمد بن راشد في الجامعة الأمريكية بدبي. وهذا يشير إلى أن كليات ومعاهد الإعلام في العالم العربي قللت من أهمية الاعتماد الأكاديمي لبرامجها، أو أنها تجنبت الإشارة إليها، ومن الناحية الإحصائية اتضح أن عدد أقسام، وكليات الإعلام في العالم العربي قليلة جداً، مقارنة بنظيراتها في الولايات المتحدة الأمريكية والمماكة المتحدة. وارتبطت الكثير من برامج التأهيل الإعلامي في العالم العربي من ناحية التمويل بالحكومات. وتشير نتائج الدراسة إلى أن بعض الإشكالات التي أثارتها الأدبيات السابقة لا تزال موجودة ومستمرة، مثل تلك المرتبطة بعلاقة البرامج بسوق العمل، وقلة الارتباط الواضح بمؤسسات مهنية إقليمية وعالمية، والتوجه الكلاسيكي، والبعد عن التخصص الدقيق. وارتبطت اتجاهات التأهيل العلمي للإعلاميين في العالم العربي بشكل كبير بتوجهات السوق وفرص العمل التي تضيق في أحيان كثيرة، في حين نجدها

---

(32) Tudor Vlad & Madaline Balasescu. 2007 . Few Educators، Many Media and Journalism and mass communication Education in Romania After Fall of Communism. Paper Presented to The professional Education section of the Conference of the International Association for media and communication Research. Paris، July 23- 25، 2007.

(٣٣) عبدالله بن الخميس الكندي، عبد المنعم بن منصور الحسني،" الاتجاهات العالمية المعاصرة في التأهيل الإعلامي الأكاديمي في العالم العربي وبريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية " دراسة وصفية مقارنة "، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد ٩ العدد الثاني ٢٠٠٨م ، ص ص: ٢٤٣-٢٨٠.

واسعة ومتشعبة في بريطانيا وأمريكا. ونجحت مؤسسات التأهيل العلمي للإعلاميين في بريطانيا وأمريكا في تحقيق الارتباط الوثيق مع المؤسسات الصحفية ومراكز التدريب الإعلامي وإشراك تلك المؤسسات في برامج التأهيل العلمية، بل أن المؤسسات الإعلامية أصبحت أحد مصادر اعتماد البرامج الأكاديمية في بعض الجامعات في بريطانيا وأمريكا. وركزت غالبية مؤسسات التأهيل العلمي للإعلاميين في العالم العربي على موضوع تأهيل الطلاب– خاصة في مرحلة الشهادة الجامعية الأولى– ولم تنخرط كثيراً في العمل المجتمعي المرتبط بمتابعة الظواهر وتفسيرها وتقديم تصورات حلول لها.

– تأتي دراسة **أحمد أبو السعيد (٢٠٠٩م)** [٣٤]،" للتعرف على واقع تعليم الإعلام في الجامعات الفلسطينية، والوصول إلى نتائج يمكن الاسترشاد بها في تعليم الإعلام في فلسطين، ومن ثم تحسين العملية التدريسية والتدريبية بكل أركانها، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها، أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير التخصص، وأن هناك عدة معوقات تواجه تعليم الإعلام في فلسطين تمثلت في عدم وجود نظام لضبط الجودة في الجامعات الفلسطينية، وعدم وجود ميزانيات لأقسام الإعلام، وعدم وجود سياسة واضحة في عملية قبول الطلبة في أقسام الإعلام، كما خلصت الدراسة إلى عدة مقترحات أهمها زيادة ساعات تعليم اللغة الإ نجليزية، واستخدام الإنترنت في الإعلام، وزيادة الإبتعاث الخارجي، وتبادل الزيارات والاهتمام بالتدريب الإعلامي.

– سعت دراسة **عماد الدين على جابر(٢٠٠٩)**[٣٥] إلى التعرف علي إتجاهات طلاب الصحافة فى الجامعات المصرية نحو مستقبل ممارسة مهنة الصحافة بعد التخرج من خلال معرفة إتجاهاتهم نحو المواد النظرية والجانب التدريبي الذى تلقوه، والعوامل المؤثرة فى توفر فرص العمل بالصحافة ، ومدى مواكبة التأهيل والتدريب لمستجدات تكنولوجيا الإتصال وإنعكاس كل ذلك على إتجاهاتهم نحو العمل بالصحافة بعد التخرج. وإنتهت إلى مجموعه من النتائج أهمها: أن الواسطة أصبحت معياراً أساسيا للعمل الصحفي، وأيضا المؤسسات الإعلامية الأكاديمية من كليات وأقسام الصحافة والإعلام (الأقسام التى خضعت للدراسة) فى حاجة إلى مايسمى بالإصلاح الأكاديمي، لأن الدراسة والتأهيل والتدريب فى هذه الأقسام لا يواكب مستجدات تكنولوجيا الإتصال.

---

(٣٤) أحمد أبو السعيد." واقع تعليم الإعلام في الجامعات الفلسطينية في ضوء تطبيق مبادئ الجودة الشاملة بالتطبيق على أقسام الإعلام في جامعات قطاع غزة"، **المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي**، العدد (٣) ٢٠٠٩م.

(٣٥) عماد الدين على أحمد جابر:" إتجاهات طلاب الصحافة في الجامعات المصرية نحو ممارسة المهنة بعد التخرج– دراسة ميدانية"، دراسة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولى الخامس عشر لكلية الإعلام بجامعة القاهرة، ٧–٩ يونيو،٢٠٠٩.

– اهتمت دراسة **بركات عبد العزيز، والأميرة سماح فرج (٢٠١١)**[٣٦]، بتحليل توجهات دراسة التعلم والتدريب الإعلامي فى الوطن العربي على المستويين الكمى والكيفي عبر الفترات الزمنية المختلفة، حيث تناولت البحوث والدراسات المعنية بداية من فترة السبعينيات حتى أوائل القرن الحالى ، بهدف الوقوف على الأثر العلمى لمجموع الدراسات السابقة فى مجال التعليم والتدريب الإعلامى على مستوى الوطن العربى، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها: ينطلق التوجه نحو التأهيل الفكرى لخريجي كليات الإعلام فى الوطن العربي من قناعة ثابتة بأن الممارسات الإعلامية وإن كانت فى جوهرها بمثابة الممارسات التطبيقية للمهرات والخبرات المهنية، إلا أنها ترتكز على أسس ومنطلقات فكرية توجف مسارها وتحدد أهدافها وطرق تناولها، تتأثر أهمية البناء المعرفي للمتخريجين من أقسام الإعلام إنطلاقا من الطبيعة الخاصة للعمل الإعلامى المبني على المعلومات.

– رصدت دراسة **سحر فاروق الصادق (٢٠١٢)**[٣٧] مدخلات التدريب والتأهيل المتاحة بالنظم الإعلامية الأكاديمية والصحفية الحكومية منها والخاص، للتعرف على ملامح هذه المنظومة المتصلة بقطاعى طلاب أقسام الإعلام والصحافة والقائمين بالإتصال فى الصحف المتخصصة، مع تحليل مضمون بعض برامج الصحافة المعتمدة بكليات ومعاهد الإعلام، للوقوف على وصف دقيق لعناصر ونظام أو عملية التدريب في كل منهما، وتحديد خصائص هذه العناصر سواء على مستوى المؤسسات الصحفية أو الأكاديمية، وتوصلت إلى مجموعه من النتائج أهمها: التأهيل الإعلامى المتخصص الذى يخدم مجال العمل الصحفى مطلب أساسى يسعى إلية الصحفى المتخصص نزولا على رغبته وجهده الشخصى (دون وساطه) فى الإلتحاق والتدريب والعمل داخل المؤسسات الصحفية، أيضا إرتفعت معدلات أهمية الدراسة الإعلامية كأحد متطلبات تأهيل الصحفى المتخصص بين فئات أصحاب المؤهلات العليا.

– دراسة **صفية خليفة بن مسعود (٢٠١٥)**[٣٨]: سعت هذه الدراسة إلى التعرف على نمط وشكل التأهيل الأكاديمي لطلبة أقسام الصحافة فى الجامعات الليبية لمعرفة مدى التأثير المترتب على هذا التأهيل وهل هو إيجابي أو سلبي، وإن كان سلبيا فما أوجة القصور فى عملية التأهيل الإعلامي الأكاديمي. فقامت الباحثة بإختيار عينة من أقسام الصحافة تشمل الطلبة وأعضاء هيئة التدريس، بالإضافة أنها إستعانت

---

(٣٦) بركات محمد عبد العزيز، والأميرة سماح فرج عبد الفتاح:" بحوث تعليم الإعلام والإتصال فى الوطن العربي–الواقع الراهن وتحديات المستقبل"، المؤتمر الدولى السابع عشر لكلية الإعلامبجامعة القاهرة، وتنظمة " اليونسكو"، تحت عنوان" بحوث الإعلام فى مصرفى نصف قرن – الواقع وإتجاهات المستقبل"، القاهرة، ٢٠١١.

(٣٧) سحر فاروق الصادق:" مدخلات تأهيل الصحفى المتخصص وتدريبة فى النظم الإعلامية الأكاديمية والصحفية"، المؤتمر العلمى الدولى الثامن عشر" الإعلام وبناء الدولة الحديثة"، جامعة القاهرة، يوليو٢٠١٢.

(٣٨) صفية خليفة بن مسعود: " الإعداد الأكاديمي والمهني للقائم بالإتصال فى الصحافة الليبية– دراسة تحليلية وميدانية"، دراسة على عينة من أقسام الصحافة فى الجامعات الليبية،رسالة دكتوراة، جامعة القاهرة، ٢٠١٥.

ببعض أدوات جمع البيانات مثل إستمارة الإستقصاء وتحليل المضمون والمقابلات الشخصية. فهذه الدراسة تنتمي لحقل الدراسات الوصفية ، وإستعانت الباحثة بمنهج المسح الإعلامي فى الدراسة، حيث توصلة لعدة نتائج أهمها: أنه لا يوجد ربط بين المحتوى الدراسي النظرى بالجانب العملي، المقررات التى يتم دراستها لا تتناول جانبا من جوانب تكنولوجيا الصحافة بالإضافة إلى وجود قصور فى التجهيزات الفنية الخاصة بتللك الأقسام.

تعقيب علي الدراسات السابقة :

رصدت الدراسات الأجنبية عدداً من المشكلات التي يعاني منها تعليم الإعلام في الغرب منها ما يلي:

- الضغوط المالية
- كثرة عدد الطلاب وفي المقابل قلة عدد هيئة التدريس
- ندرة الوظائف لخريجين الإعلام.
- التغيرات التكنولوجية والتي تستلزم أجهزة حديثة ومكلفة بالإضافة إلى وجود محترفين وفنيين ويبدو من الصعب توافرهما بشكل مرضي.

واقترحت إحدى الدراسات الأجنبية ثمانية استراتيجيات التي من الممكن أن تتبناها برامج الإعلام والاتصال لتحسين وضعها في المجتمع الأكاديمي وهي بالترتيب كالتالي:

- أن تتماشى برامج الإعلام والاتصال مع رسالة الجامعة التي تعمل في إطارها.
- أن تخدم أكبر عدد من الطلاب.
- أن تحاول أن تجذب إليها أكبر عدد من الطلاب الموهوبين.
- أن تبذل ما في وسعها لمساعدة طلابها في إيجاد وظائف.
- أن تحاول تحسين معدل الإنجاز العلمي.
- تطوير وتنمية برامج متفردة ليست مكررة في مكان آخر في نفس الولاية.
- التأكيد والتركيز على الجانب الفكري المعرفي أكثر من التركيز على جانب التدريب المهني.
- السعي للحصول على الاعتماد.

ومن الاتهامات التي رصدتها الدراسات السابقة :

رصدت الدراسات العربية عدداً من المشكلات التي يعاني منها تعليم الإعلام العربي منها ما يلي:

- كليات ومعاهد الإعلام في العالم العربي قللت من أهمية الاعتماد الأكاديمي لبرامجها، أو أنها تجنبت الإشارة إليها.
- الإشكالات مثل المرتبطة بعلاقة البرامج بسوق العمل، وقلة الارتباط الواضح بمؤسسات مهنية إقليمية وعالمية، والتوجه الكلاسيكي، والبعد عن التخصص الدقيق.
- ٩٠% من الطلاب يفضلون الجمع بين الممارسين والأكاديميين في الإشراف على التدريب العملي.

- الأساليب المتبعة لإلحاق الطلاب بأقسام الإعلام غير مناسبة، ولا تمكن من اختيار الأفضل.
- ضعف العلاقة بين أقسام الإعلام والمؤسسات الإعلامية.
- أشارت الدراسات في مجال تعليم الإعلام إلى أهمية إدخال التعليم الإلكتروني في تعليم الإعلام، والإهتمام بالجانب التطبيقي؛ إضافة إلى تركيزها على أهمية التدريب خاصة في العمل الإذاعي والصحفي.
- وجود تفاوت ملحوظ بشكل كبير بين ما يدرس في الجامعات السعودية والأمريكية، وأن الجامعات السعودية تتجه نحو تدريس المواد العامة في الإعلام دون الدخول مباشرة في التخصص الدقيق، وأن هناك تخلفاً في تدريس مقررات الإنترنت والنشر الإلكتروني (محمد الجيزان ٢٠٠٧).

الإجراءات المنهجية للدراسة:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل خصائص ظاهرة معينة، أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو يتجه إلى دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة ما أو موقف معين، ولا تقف البحوث الوصفية عند حدود الوصف والتشخيص بل تتجاوز ذلك إلى وصف العلاقات السببية لأغراض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها.

ولهذا يسعى الباحث من خلال هذه الدراسة إلى تحديد اتجاهات أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر نحو التعليم الإعلامي وما ينبغي أن تكون عليه كليات وأقسام الإعلام إنطلاقاً من الواقع ووصولاً إلى المأمول.

وتستخدم الدراسة المنهج الكمي والكيفي، وتعتمد في جمع البيانات على صحيفة الاستبيان التي تتضمن مقاييس وأسئلة قياس متعددة تمت صياغتها في نحو (٣٤ سؤالاً) وشملت هذه الأسئلة بعض الأسئلة المفتوحة، أما غالبية أسئلة الاستمارة فهي أسئلة مغلقة ذات احتمالات محددة للإجابة. وللتحقق من صدق آداة البحث قام الباحث بعرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين [٣٩]، لاختبار مدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة وقياس صدقها، وبناء على رأي المحكمين تم إجراء بعض التعديلات المطلوبة

([٣٩]) أسماء السادة المحكمين مرتبة ترتيبًا أبجديًّا وحسب الدرجة العلمية:

- أ.د/ ابتسام الجندي: أستاذ الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة
- أ.د/ خالد صلاح الدين : أستاذ الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- أ.د/ سلوي إمام: أستاذ الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- أ.د/ شيماء ذو الفقار: أستاذ الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- أ.د/ عادل عبدالغفار: أستاذ الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- أ. د/ عادل فهمي: أستاذ الإذاعة والتليفزيون ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- د/ فؤادة البكري: أستاذ مساعد ، كلية الآداب، جامعة حلوان.

لتصبح الاستمارة في صورتها النهائية صالحة لقياس الغرض المطلوب منها، وقد لجأ الباحث إلى آداة المقابلات المتعمقة مع خبراء إعلاميين ممارسين وخبراء أكاديميين. ولقياس ثبات الإستبيان تم إجراء اختبار لقياس مدى ثبات الاستمارة أو مدى إتساق إجابات المبحوثين على أسئلة الاستمارة عبر فترة زمنية من إجاباتهم عليها، وتم الاختبار من خلال إعادة تطبيق الاستمارة retest على عينة قوامها ١٠% من مجموع أفراد عينة الدراسة التي أجريت معهم المقابلات، وذلك بعد أسبوعين من التطبيق لأول مرة. وتم حساب معامل الثبات وبلغت قيمته ٨٦,٢% وهو معامل ثبات مرتفع يدل على عدم وجود اختلاف كبير في إجابات المبحوثين على استمارة الاستبيان رغم مرور فترة زمنية على إجاباتهم الأولى على أسئلة الاستمارة

ويتمثل مجتمع الدراسة في أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية تخصص الإعلام، وتمثلت عينة الدراسة في عينة متاحة بلغ قوامها (٢٠٠) مفردة من جامعات أسيوط والقاهرة جنوب الوادي وعين شمس وسوهاج والمنيا وبني سويف .

المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية: تم اللجوء الي المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

١. التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
٢. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
٣. اختبار كا٢) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
٤. اختبار (z) لدراسة معنوية الفرق بين نسبتين مئويتين ، وقد اعتبرت قيمة z غير دالة إذا لم تصل ١,٩٦ ، واعتبرت دالة عند مستوي ثقة ٩٥% فأكثر إذا بلغت ١,٩٦ وأقل من ٢,٥٨، واعتبرت دالة عند مستوي ثقة ٩٩% فأكثر إذا بلغت ٢,٥٨ فأكثر.
٥. وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (٩٥%) فأكثر، أي عند مستوى معنوية (٠,٠٥) فأقل.

النتائج العامة للدراسة :

(أ) نتائج الدراسة الميدانية:

١ – أهداف التعليم الإعلامى من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر:

جدول (١) يوضح

أهداف التعليم الاعلامى من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس وفقاً للنوع

أهداف التعليم الاعلامى	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي		قيمة z	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
إعداد الطالب للعمل بالمؤسسات الإعلامية.	٥٧	٦٤,٠٠	٧٧	٦٩,٤٠	١٣٤	٦٧,٠٠	٠,٧٩٤	٠,٤٣
إعداد الطالب للعمل بمؤسسات الدولة المختلفة والقطاع الخاص.	٤٦	٥١,٧٠	٦٧	٦٠,٤٠	١١٣	٥٦,٥٠	١,٢٢٧	٠,٢٢
إعداد الطالب للعمل في إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات	٤٢	٤٧,٢٠	٥٩	٥٣,٢٠	١٠١	٥٠,٥٠	٠,٨٣٦	٠,٤٠
إعداد الطالب للعمل بالإعلام	٣٨	٤٢,٧٠	٦٢	٥٥,٩٠	١٠٠	٥٠,٠٠	١,٨٤٥	٠,٠٧
اكتساب القدرة على التعامل مع وسائل الإعلام	٣٨	٤٢,٧٠	٥٤	٤٨,٦٠	٩٢	٤٦,٠٠	٠,٨٣٧	٠,٤٠
إعداد الطالب لخدمة المجتمع.	٢٦	٢٩,٢٠	٤٨	٤٣,٢٠	٧٤	٣٧,٠٠	٢,٠٣٧	٠,٠٤
إعداد الطالب للعمل في وكالات	٢٦	٢٩,٢٠	٤٣	٣٨,٧٠	٦٩	٣٤,٥٠	١,٤٠٥	٠,١٦
تأهيل الطلاب لإجراء البحوث والدراسات واستطلاعات الرأي.	٣٠	٣٣,٧٠	٣٩	٣٥,١٠	٦٩	٣٤,٥٠	٠,٢١٠	٠,٨٣
جملة من سئلوا	٨٩		١١١		٢٠٠			

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهداف التعليم الاعلامى من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر وفقاً للنوع ، حيث جاءت إعداد الطالب للعمل بالمؤسسات الإعلامية فى الترتيب الأول بنسبة بلغت ٦٧,٠٠ من إجمالى مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٤,٠٠ من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٦٩,٤٠ من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠,٧٩٤ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الثانى إعداد الطالب للعمل بمؤسسات الدولة المختلفة والقطاع الخاص بنسبة بلغت ٥٦,٥٠ من إجمالى مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥١,٧٠ من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٦٠,٤٠ من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١,٢٢٧ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥% .

وجاء فى الترتيب الثالث إعداد الطالب للعمل في إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات المختلفة بنسبة بلغت ٥٠,٥٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ٤٧,٢٠ من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٥٣,٢٠ من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠,٨٣٦ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥% .

وجاء فى الترتيب الرابع إعداد الطالب للعمل بالإعلام الجديد بنسبة بلغت ٥٠,٠٠ من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ٤٢,٧٠ من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٥٥,٩٠ من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١,٨٤٥ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥% .

وجاء فى الترتيب الخامس اكتساب القدرة على التعامل مع وسائل الإعلام بنسبة بلغت ٤٦,٠٠ من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ٤٢,٧٠ من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٤٨,٦٠ من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠,٨٣٧ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥% .

٢- رغبة أعضاء هيئة التدريس في بقاء اسم الكلية أو القسم كما هو:

جدول (٢) يوضح مدى رغبة أعضاء هيئة التدريس في عدم تغيير اسم الكلية أو القسم

الرغبة	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
يبقى كما هو	٧٩	٨٨,٨٠	١٠٠	٩٠,١٠	١٧٩	٨٩,٥٠
أرغب في تغييره	١٠	١١,٢٠	١١	٩,٩٠	٢١	١٠,٥٠
الإجمالي	٨٩	١٠٠	١١١	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

قيمة كا^{٢} = ٠,٠٩٢ درجة الحرية = ١ المعنوية= ٠,٧٦١ الدلالة =غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرغبون فى بقاء أسم الكلية أو القسم كما هو من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر بلغت

٨٩,٥٠% ، موزعة بين ٨٨,٨٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٩٠,١٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، بينما بلغت نسبة من يرغبون فى تغيير أسم الكلية أو القسم من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ١٠,٥٠% ، موزعة بين ١١,٢٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٩,٩٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية.

وبحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية =١ ، وجد أنها = ٠,٠٩٢ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجامعة (جامعات العاصمة – الجامعات الإقليمية) ورغبة أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر في بقاء اسم الكلية أو القسم كما هو أو تغييره.

٣- مدي تفضيل أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر في تدريس الإعلام طوال سنوات الدراسة كتخصص عام أم يشعب على تخصصات:

جدول (٣) يوضح

مدي تفضيل أعضاء هيئة التدريس في تدريس الإعلام طوال سنوات الدراسة

الرأي	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
يبقى كتخصص سنة أولى ثم يبدأ التشعيب	٣٦	٤٠,٤٠	٥٥	٤٩,٥٠	٩١	٤٥,٥٠
تخصص عام سنتان والتشعيب سنتان	٢٨	٣١,٥٠	٢٩	٢٦,١٠	٥٧	٢٨,٥٠
أفضل التشعيب من العام الأول	١٨	٢٠,٢٠	٢٢	١٩,٨٠	٤٠	٢٠,٠٠
يبقى تخصص عام بدون تشعيب	٧	٧,٩٠	٥	٤,٥٠	١٢	٦,٠٠
الإجمالي	٨٩	١٠٠	١١١	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

قيمة كا^{٢} = ٢,٣٢٦ درجة الحرية = ٣ المعنوية= ٠,٥٠٨ الدلالة =غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرغبون أن يبقى كتخصص عام سنة أولى ثم يبدأ التشعيب من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر بلغت ٤٥,٥٠ ، موزعة بين ٤٠,٤٠ من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٤٩,٥٠ من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، بينما بلغت نسبة من يرغبون فى أن يكون تخصص عام سنتان والتشعيب سنتان من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ٢٨,٥٠ ، موزعة بين ٣١,٥٠ من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٢٦,١٠ من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، وبلغت نسبة من يرون أن أفضل التشعيب من العام الأول من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام

الإعلام في مصر ٢٠,٠٠ ، موزعة بين ٢٠,٢٠ من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ١٩,٨٠ من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، وبلغت نسبة من يرون أن يبقى تخصص عام لمدة أربع سنوات بدون تشعيب من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ٦,٠٠ ، موزعة بين ٧,٩٠ من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٤,٥٠ من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية.

وبحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية =٣ ، وجد أنها = ٢,٣٢٦ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجامعة (جامعات العاصمة – الجامعات الإقليمية) ومدي تفضيل أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر في تدريس الإعلام طوال سنوات الدراسة كتخصص عام أم يشعب على تخصصات.

٤- الأقسام التي ينبغي أن يتفرع عنها تعليم الإعلام اليوم من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر إذا كان التشعيب مطلوباً:

جدول (٤) يوضح

الأقسام التي ينبغي أن يتفرع عنها تعليم الإعلام اليوم من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس

الأقسام	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي		قيمة z	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
الإعلام الجديد	٦٤	٧١,٩٠	٧٢	٦٤,٩٠	١٣٦	٦٨,٠	١,٠٥٩	٠,٢٩
تليفزيون	٦١	٦٨,٥٠	٧٢	٦٤,٩٠	١٣٣	٦٦,٥	٠,٥٤٦	٠,٥٩
صحافة ونشر	٤٥	٥٠,٦٠	٥٦	٥٠,٥٠	١٠١	٥٠,٥	٠,٠١٦	٠,٩٩
علاقات عامة	٣٨	٤٢,٧٠	٦٠	٥٤,١٠	٩٨	٤٩,٠	١,٥٩٣	٠,١١
راديو	٤٣	٤٨,٣٠	٣٧	٣٣,٣٠	٨٠	٤٠,٠	٢,١٤٤	٠,٠٣
اتصال شخصي وجمعي	١٣	١٤,٦٠	٢٧	٢٤,٣٠	٤٠	٢٠,٠	١,٧٠٣	٠,٠٩
إعلان وتسويق	١١	١٢,٤٠	٧	٦,٣٠	١٨	٩,٠٠	١,٤٨٣	٠,١٤
الاتصـــــال الثقـــافي	٠	٠,٠٠	١	٠,٩٠	١	٠,٥٠	٠,٨٩٥	٠,٣٧
جملة من سئلوا	**٨٩**		**١١١**		**٢٠٠**			

تشير بيانات الجدول السابق إلى الأقسام التي ينبغي أن يتفرع عنها تعليم الإعلام اليوم من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر إذا كان التشعيب مطلوباً ، حيث جاء الإعلام الجديد فى الترتيب الأول بنسبة بلغت ٦٨,٠٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧١,٩٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٦٤,٩٠% من إجمالى مفردات

مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١,٠٥٩ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الثانى تليفزيون بنسبة بلغت ٦٦,٥٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ٦٨,٥٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٦٤,٩٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠,٥٤٦ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥% .

وجاء فى الترتيب الثالث صحافة ونشر بنسبة بلغت ٥٠,٥٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ٥٠,٦٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٥٠,٥٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠,٠١٦ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥% .

وجاء فى الترتيب الرابع علاقات عامة بنسبة بلغت ٤٩,٠٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ٤٢,٧٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٥٤,١٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١,٥٩٣ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥% .

٥- التخصصات الموجودة والتي يعمل بها أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر:

جدول (٥) يوضح

التخصصات الموجودة التي يعمل بها أعضاء هيئة التدريس

التخصصات	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي		قيمة z	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
إذاعة وتليفزيون	٨٠	٨٩,٩٠	١٠٢	٩١,٩٠	١٨٢	٩١,٠٠	٠,٤٩١	٠,٦٢
صحافة ونشر	٦٨	٧٦,٤٠	٩٥	٨٥,٦٠	١٦٣	٨١,٥٠	١,٦٥٨	٠,١٠
علاقات عامة وإعلان	٥٩	٦٦,٣٠	٨٨	٧٩,٣٠	١٤٧	٧٣,٥٠	٢,٠٦٣	٠,٠٤
الإعلام الجديد	٢٩	٣٢,٦٠	٢٦	٢٣,٤٠	٥٥	٢٧,٥٠	١,٤٣٨	٠,١٥
جملة من سئلوا	**٨٩**		**١١١**		**٢٠٠**			

تشير بيانات الجدول السابق إلى التخصصات الموجودة بكليتكم/ قسمكم التي يعمل بها أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ، حيث جاء إذاعة وتليفزيون فى الترتيب الأول بنسبة بلغت ٩١,٠٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٨٩,٩٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٩١,٩٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠,٤٩١ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الثانى صحافة ونشر بنسبة بلغت ٨١,٥٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ٧٦,٤٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٨٥,٦٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١,٦٥٨ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥% .

وجاء فى الترتيب الثالث علاقات عامة وإعلان بنسبة بلغت ٧٣,٥٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٦,٣٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٧٩,٣٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٢,٠٦٣ وهى قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب االرابع الإعلام الجديد بنسبة بلغت ٢٧,٥٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ٣٢,٦٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٢٣,٤٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١,٤٣٨ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥% .

٦- بداية التخصص في الكلية أو القسم كما يذكرها أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر:

جدول (٦) يوضح

بداية التخصص في الكلية أو القسم كما يذكرها أعضاء هيئة التدريس

التخصص	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
لا يوجد تخصص	٣٠	٣٣,٧٠	٢٣	٢٠,٧٠	٥٣	٢٦,٥٠
من السنة الثانية	٣٣	٣٧,١٠	٤٧	٤٢,٣٠	٨٠	٤٠,٠٠
من السنة الثالثة	٢٦	٢٩,٢٠	٤١	٣٦,٩٠	٦٧	٣٣,٥٠
الإجمالي	٨٩	١٠٠	١١١	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

قيمة كا^{٢} = ٤,٣٦٦ درجة الحرية = ٢ المعنوية= ٠,١١٣ الدلالة =غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من أجابوا بأنه لا يوجد تخصص فى كلياتهم من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر بلغت ٢٦,٥٠% ، موزعة بين ٣٣,٧٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٢٠,٧٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، بينما بلغت نسبة من أجابوا بأن يوجد تخصص من السنة الثانية من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ٤٠,٠٠% ، موزعة بين ٣٧,١٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٤٢,٣٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، وبلغت نسبة من أجابوا بأن يوجد تخصص من السنة الثالثة من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ٣٣,٥٠% ، موزعة بين ٢٩,٢٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٣٦,٩٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية.

وبحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية =٢ ، وجد أنها = ٤,٣٦٦ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجامعة (جامعات العاصمة – الجامعات الإقليمية) وبداية التخصص في الكلية أو القسم كما يذكرها أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر.

٧- مدى اتفاق أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر مع القول بأن الإعلام الجديد وثورة الإعلام والتي تتصف بالدمج الإعلامى تؤدي إلى إلغاء التشعيب التقليدي المتبع:

جدول (٧)

مدى اتفاق أعضاء هيئة التدريس على الدمج الإعلامى أو إلغاء التشعيب التقليدي

مدي الاتفاق	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أتفق	٢٤	٢٧,٠٠	٢٠	١٨,٠٠	٤٤	٢٢,٠٠
أتفق إلى حد ما	٥٩	٦٦,٣٠	٨٨	٧٩,٣٠	١٤٧	٧٣,٥٠
لا أتفق	٦	٦,٧٠	٣	٢,٧٠	٩	٤,٥٠
الإجمالي	**٨٩**	**١٠٠**	**١١١**	**١٠٠**	**٢٠٠**	**١٠٠**

قيمة كا^{٢} = ٤,٧٢٢ درجة الحرية = ٢ المعنوية= ٠,٠٩٤ الدلالة =غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يتفقون تماماً مع القول بأن الإعلام الجديد وثورة الإعلام والتي تتصف بالدمج الإعلامى تؤدي إلى إلغاء التشعيب التقليدي المتبع من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر بلغت ٢٢,٠٠% ، موزعة بين ٢٧,٠٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ١٨,٠٠% من إجمالى مفردات

مبحوثى الجامعات الإقليمية، بينما بلغت نسبة من يتفقون إلى حد ما مع القول بأن الإعلام الجديد وثورة الإعلام والتي تتصف بالدمج الإعلامى تؤدي إلى إلغاء التشعيب التقليدي المتبع من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ٧٣,٥٠% ، موزعة بين ٦٦,٣٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٧٩,٣٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، وبلغت نسبة من لا يتفقون مطلقاً مع القول بأن الإعلام الجديد وثورة الإعلام والتي تتصف بالدمج الإعلامى تؤدي إلى إلغاء التشعيب التقليدي المتبع من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ٤,٥٠% ، موزعة بين ٦,٧٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٢,٧٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية.

وبحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية =٢ ، وجد أنها = ٤,٧٢٢ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجامعة (جامعات العاصمة – الجامعات الإقليمية) ومدى اتفاق أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر مع القول بأن الإعلام الجديد وثورة الإعلام والتي تتصف بالدمج الإعلامى تؤدي إلى إلغاء التشعيب التقليدي.

٨- مدى رضا أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر عن النسبة التي تشغلها المقررات التدريبية بكليتهم أو بقسمهم:

جدول (٨) يوضح

مدى رضا أعضاء هيئة التدريس عن المقررات التدريبية بكليتهم أو بقسمهم

مدي الرضا	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	٢٥	٢٨,١٠	٣٤	٣٠,٦٠	٥٩	٢٩,٥٠
لا	٤٧	٥٢,٨٠	٦٢	٥٥,٩٠	١٠٩	٥٤,٥٠
إلى حد ما	١٧	١٩,١٠	١٥	١٣,٥٠	٣٢	١٦,٠٠
الإجمالي	٨٩	١٠٠	١١١	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

قيمة كا^{٢} = ١,١٥٦ درجة الحرية = ٢ المعنوية= ٠,٥٦١ الدلالة =غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرضون تماماً عن النسبة التي تشغلها المقررات التدريبية بكليتهم أو بقسمهم من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر بلغت ٢٩,٥٠% ، موزعة بين ٢٨,١٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٣٠,٦٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، بينما بلغت نسبة من يرضون إلى حد ما عن النسبة التي تشغلها المقررات التدريبية بكليتهم أو بقسمهم من إجمالى مفردات

عينـة الدراسـة مـن أعضـاء هيئـة التـدريس بكليـات وأقسـام الإعـلام فـي مصـر ١٦,٠٠% ، موزعـة بـين ١٩,١٠% من إجمـالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ١٣,٥٠% من إجمـالى مفردات مبحـوثى الجامعـات الإقليميـة، وبلغـت نسـبة مـن لا يرضـون مطلقـاً عـن النسـبة التـي تشـغلها المقـررات التدريبية بكليتهم أو بقسمهم من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ٥٤,٥٠% ، موزعة بين ٥٢,٨٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٥٥,٩٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية.

وبحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية =٢ ، وجد أنها = ١,١٥٦ وهى قيمة غير دالة إحصـائياً عند مستوى دلالـة = ٠,٠٥، أى أن مستوى المعنويـة أكبـر مـن ٠,٠٥، ممـا يؤكـد عـدم وجـود علاقة دالـة إحصـائياً بـين نـوع الجامعـة (جامعـات العاصـمة – الجامعـات الإقليميـة) ومـدى رضـا أعضـاء هيئـة التـدريس بكليـات وأقسـام الإعـلام فـي مصـر عـن النسـبة التـي تشـغلها المقـررات التدريبيـة بكليـتهم أو بقسمهم.

٩- مدى مناسبة المقررات النظرية المعرفية مع تأهيل الخريج من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر:

جدول (٩) يوضح

مدى مناسبة المقررات النظرية المعرفية مع تأهيل الخريج

مدي المناسبة	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	٩	١٠,١٠	٨	٧,٢٠	١٧	٨,٥٠
إلى حد ما	٤٢	٤٧,٢٠	٦٧	٦٠,٤٠	١٠٩	٥٤,٥٠
لا	٣٨	٤٢,٧٠	٣٦	٣٢,٤٠	٧٤	٣٧,٠٠
الإجمالي	**٨٩**	**١٠٠**	**١١١**	**١٠٠**	**٢٠٠**	**١٠٠**

قيمة كا^{٢} = ٣,٤٦٩ درجة الحرية = ٢ المعنوية= ٠,١٧٧ الدلالة =غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أن المقررات النظرية المعرفية مناسبة تماماً مع تأهيل الخريج من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر بلغت ٨,٥٠% ، موزعة بين ١٠,١٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٧,٢٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، بينما بلغت نسبة من يرون أن المقررات النظرية المعرفية مناسبة إلى حد ما مع تأهيل الخريج من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ٥٤,٥٠%، موزعة بين ٤٧,٢٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٦٠,٤٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، وبلغت نسبة

من يرون أن المقررات النظرية المعرفية غير مناسبة مطلقاً مع تأهيل الخريج من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ٣٧,٠٠% ، موزعة بين ٤٢,٧٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٣٢,٤٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية.

وبحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية =٢ ، وجد أنها = ٣,٤٦٩ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجامعة (جامعات العاصمة – الجامعات الإقليمية) ومدى مناسبة المقررات النظرية المعرفية مع تأهيل الخريج من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر.

١٠- مدى اهتمام أعضاء هيئة التدريس بالتحول من التعليم التقليدى إلى التعلم الالكترونى :

جدول (١٠) يوضح

مدى اهتمام أعضاء هيئة التدريس بالتحول من التعليم التقليدى إلى التعلم الالكترونى

الاهتمام	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
إلى حد ما	٢١	٢٣,٦٠	٣٩	٣٥,١٠	٦٠	٣٠,٠٠
غير مهم	٦٨	٧٦,٤٠	٧٢	٦٤,٩٠	١٤٠	٧٠,٠٠
الإجمالي	**٨٩**	**١٠٠**	**١١١**	**١٠٠**	**٢٠٠**	**١٠٠**

قيمة كا^{٢} = ٣,١٣٢ درجة الحرية = ١ المعنوية= ٠,٠٧٧ الدلالة =غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أن دور عضو هيئة التدريس مهم إلى حد ما في العملية التعليمية في ظل الاتجاه الحديث نحو التحول من التعليم التقليدى إلى التعلم الالكترونى من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر بلغت ٣٠,٠٠% ، موزعة بين ٢٣,٦٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٣٥,١٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، بينما بلغت نسبة من يرون أن دور عضو هيئة التدريس غير مهم في العملية التعليمية في ظل الاتجاه الحديث نحو التحول من التعليم إلى التعلم من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ٧٠,٠٠% ، موزعة بين ٧٦,٤٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٦٤,٩٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية.

وبحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية =١ ، وجد أنها = ٣,١٣٢ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، مما يؤكد عدم وجود

علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجامعة (جامعات العاصمة – الجامعات الإقليمية) ورأي أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر في دور عضو هيئة التدريس في العملية التعليمية في ظل الاتجاه الحديث نحو التحول من التعليم إلى التعلم.

١١- مدى موافقة أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر على مشاركة المؤسسات الإعلامية وتحملها جزء من التكلفة في العملية التعليمية على أن تستفيد من الخريجين بعد تخرجهم:

جدول (١١)

مدي موافقة أعضاء هيئة التدريس على مشاركة المؤسسات الإعلامية وتحملها جزء من التكلفة في العملية التعليمية على أن تستفيد من الخريجين بعد تخرجهم

مدي الموافقة	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أوافق	٦	٦,٧٠	٣	٢,٧٠	٩	٤,٥٠
أوافق إلى حد ما	٢٧	٣٠,٣٠	٤١	٣٦,٩٠	٦٨	٣٤,٠٠
لا أوافق	٥٦	٦٢,٩٠	٦٧	٦٠,٤٠	١٢٣	٦١,٥٠
الإجمالي	٨٩	١٠٠	١١١	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

قيمة كا^{٢} = ٢,٤٧٦ درجة الحرية = ٢ المعنوية= ٠,٢٩٠ الدلالة =غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يوافقون تماماً على مشاركة المؤسسات الإعلامية وتحملها جزء من التكلفة في العملية التعليمية على أن تستفيد من الخريجين بعد تخرجهم من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر بلغت ٤,٥٠% ، موزعة بين ٦,٧٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٢,٧٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، بينما بلغت نسبة من يوافقون إلى حد ما على مشاركة المؤسسات الإعلامية وتحملها جزء من التكلفة في العملية التعليمية على أن تستفيد من الخريجين بعد تخرجهم من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ٣٤,٠٠% ، موزعة بين ٣٠,٣٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٣٦,٩٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، وبلغت نسبة من لا يوافقون مطلقاً على مشاركة المؤسسات الإعلامية وتحملها جزء من التكلفة في العملية التعليمية على أن تستفيد من الخريجين بعد تخرجهم من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ٦١,٥٠% ، موزعة بين ٦٢,٩٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٦٠,٤٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية.

وبحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية =٢ ، وجد أنها = ٢,٤٧٦ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجامعة (جامعات العاصمة – الجامعات الإقليمية) ومدى موافقة أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر على مشاركة المؤسسات الإعلامية وتحملها جزء من التكلفة في العملية التعليمية على أن تستفيد من الخريجين بعد تخرجهم.

١٢- رأي أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في أن المناهج الحالية تساير التغيرات السريعة والمتلاحقة في صناعة الإعلام:

جدول (١٢) يوضح

رأي أعضاء هيئة التدريس فى أن المناهج الحالية تساير التغيرات السريعة في صناعة الإعلام

الرأي	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم تساير	١٦	١٨,٠٠	٣٦	٣٢,٤٠	٥٢	٢٦,٠٠
لا تساير	٤٨	٥٣,٩٠	٥١	٤٥,٩٠	٩٩	٤٩,٥٠
تساير إلى حد ما	٢٥	٢٨,١٠	٢٤	٢١,٦٠	٤٩	٢٤,٥٠
الإجمالي	٨٩	١٠٠	١١١	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

قيمة كا^{٢} = ٥,٤٥٠ درجة الحرية = ٢ المعنوية= ٠,٠٦٦ الدلالة =غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أن المناهج الحالية نعم تساير التغيرات السريعة والمتلاحقة في صناعة الإعلام تماماً من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر بلغت ٢٦,٠٠% ، موزعة بين ١٨,٠٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٣٢,٤٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، بينما بلغت نسبة من يرون أن المناهج الحالية تساير التغيرات السريعة والمتلاحقة في صناعة الإعلام إلى حد ما من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ٤٩,٥٠%، موزعة بين ٥٣,٩٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٤٥,٩٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، وبلغت نسبة من يرون أن المناهج الحالية لا تساير التغيرات السريعة والمتلاحقة في صناعة الإعلام مطلقاً من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ٢٤,٥٠%، موزعة بين ٢٨,١٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٢١,٦٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية.

وبحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية =٢ ، وجد أنها = ٥,٤٥٠ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، مما يؤكد عدم وجود

علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجامعة (جامعات العاصمة – الجامعات الإقليمية) ورأي أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر أن المناهج الحالية تساير التغيرات السريعة والمتلاحقة في صناعة الإعلام.

١٣- مدي اهتمام الكلية أو القسم بالتعرف على آراء المسئولين بالمؤسسات الإعلامية في إعداد الطلبة ومستوى أدائهم من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر:

جدول (١٣) يوضح

مدي اهتمام الكلية أو القسم بالتعرف على آراء المسئولين بالمؤسسات الإعلامية في إعداد الطلبة ومستوى أدائهم من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر

مدي الاهتمام	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
تهتم	٩	١٠,١٠	٨	٧,٢٠	١٧	٨,٥٠
تهتم إلى حد ما	٤٣	٤٨,٣٠	٧٣	٦٥,٨٠	١١٦	٥٨,٠٠
لا تهتم	٣٧	٤١,٦٠	٣٠	٢٧,٠٠	٦٧	٣٣,٥٠
الإجمالي	**٨٩**	**١٠٠**	**١١١**	**١٠٠**	**٢٠٠**	**١٠٠**

قيمة كا^{٢} = ٦,٢٠٤ درجة الحرية = ٢ المعنوية= ٠,٠٤٥ الدلالة =٠,٠٥

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أن الكلية أو القسم تهتم دائماً بالتعرف على آراء المسئولين بالمؤسسات الإعلامية في إعداد الطلبة ومستوى أدائهم من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر بلغت ٨,٥٠% ، موزعة بين ١٠,١٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٧,٢٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، بينما بلغت نسبة من يرون أن الكلية أو القسم تهتم إلى حد ما بالتعرف على آراء المسئولين بالمؤسسات الإعلامية في إعداد الطلبة ومستوى أدائهم من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ٥٨,٠٠% ، موزعة بين ٤٨,٣٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٦٥,٨٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، وبلغت نسبة من يرون أن الكلية أو القسم لا تهتم مطلقاً بالتعرف على آراء المسئولين بالمؤسسات الإعلامية في إعداد الطلبة ومستوى أدائهم من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ٣٣,٥٠% ، موزعة بين ٤١,٦٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٢٧,٠٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية.

وبحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية =٢ ، وجد أنها = ٦,٢٠٤ وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠,٠٥، مما يؤكد وجود علاقة

دالة إحصائياً بين نوع الجامعة (جامعات العاصمة – الجامعات الإقليمية) ومدي اهتمام الكلية أو القسم بالتعرف على آراء المسئولين بالمؤسسات الإعلامية في إعداد الطلبة ومستوى أدائهم من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر.

١٤- مدي تواصل الكلية أو القسم مع المؤسسات الإعلامية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر:

جدول (١٤) يوضح مدي تواصل الكلية أو القسم مع المؤسسات الإعلامية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس

مدي التواصل	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم تتواصل	١٩	٢١,٣٠	٣٢	٢٨,٨٠	٥١	٢٥,٥٠
لا تتواصل	٧٠	٧٨,٧٠	٧٩	٧١,٢٠	١٤٩	٧٤,٥٠
الإجمالي	**٨٩**	**١٠٠**	**١١١**	**١٠٠**	**٢٠٠**	**١٠٠**

قيمة كا^{2} = ١,٤٥٥ درجة الحرية = ١ المعنوية= ٠,٢٢٨ الدلالة =غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أن الكلية أو القسم تتواصل مع المؤسسات الإعلامية من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر بلغت ٢٥,٥٠% ، موزعة بين ٢١,٣٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٢٨,٨٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، بينما بلغت نسبة من يرون أن الكلية أو القسم لا تتواصل مع المؤسسات الإعلامية من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ٧٤,٥٠%، موزعة بين ٧٨,٧٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٧١,٢٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية.

وبحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية =١ ، وجد أنها = ١,٤٥٥ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجامعة (جامعات العاصمة – الجامعات الإقليمية) ومدي تواصل الكلية أو القسم مع المؤسسات الإعلامية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر.

١٥- رأي أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر أن المناهج الحالية تساير التغيرات السريعة والمتلاحقة في صناعة الإعلام:

جدول (١٥) يوضح رأي أعضاء هيئة التدريس فى أن المناهج الحالية تساير التغيرات السريعة والمتلاحقة في صناعة الإعلام

الرأي	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي		قيمة z	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
مسايرة	٤	٢١,١٠	٢١	٦٥,٦٠	٢٥	٤٩,٠٠	٣,٠٤٨	٠,٠٠٢
غير مسايرة	٤	٢١,١٠	٢١	٦٥,٦٠	٢٥	٤٩,٠٠	٣,٠٤٨	٠,٠٠٢
جملة من سئلوا	**١٩**		**٣٢**		**٥١**			

تشير بيانات الجدول السابق إلى رأي أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر أن المناهج الحالية تساير التغيرات السريعة والمتلاحقة في صناعة الإعلام ، حيث جاء تسايرفى الترتيب الأول بنسبة

بلغت ٤٩,٠٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢١,١٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٦٥,٦٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠,٠١، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٣,٠٤٨ وهى قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩%.

وجاء فى الترتيب الأول مكرر غير مساير بنسبة بلغت ٤٩,٠٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ٢١,١٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٦٥,٦٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠,٠١، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٣,٠٤٨ وهى قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩%.

١٦- مدي رؤية أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر أن القسم/ الكلية تعمل على تطوير مهارات أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة:

جدول (١٦) يوضح

مدي رؤية أعضاء هيئة التدريس أن الكلية تعمل على تطوير مهارات أعضاء هيئة التدريس

مدي الرؤية	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم تعمل على التطوير	١٥	١٦,٩٠	١٦	١٤,٤٠	٣١	١٥,٥٠
إلى حد ما	٣٧	٤١,٦٠	٦٣	٥٦,٨٠	١٠٠	٥٠,٠٠
لا تعمل على التطوير	٣٧	٤١,٦٠	٣٢	٢٨,٨٠	٦٩	٣٤,٥٠
الإجمالي	٨٩	١٠٠	١١١	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

قيمة كا^{٢} = ٤,٧٩٣ درجة الحرية = ٢ المعنوية= ٠,٠٩١ الدلالة =غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أن القسم أو الكلية تعمل على تطوير مهارات أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة دائماً من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر بلغت ١٥,٥٠% ، موزعة بين ١٦,٩٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ١٤,٤٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، بينما بلغت نسبة من يرون أن القسم/ الكلية تعمل على تطوير مهارات أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة إلى حدا ما من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر بلغت ٥٠,٠٠% ، موزعة بين ٤١,٦٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٥٦,٨٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، وبلغت نسبة من يرون أن القسم/ الكلية لا تعمل على تطوير مهارات أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة إلى حدا ما من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر بلغت ٣٤,٥٠% ، موزعة بين ٤١,٦٠% من

إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٢٨,٨٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية.

وبحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية =٢ ، وجد أنها = ٤,٧٩٣ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجامعة (جامعات العاصمة – الجامعات الإقليمية) ومدي رؤية أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر أن القسم/ الكلية تعمل على تطوير مهارات أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة.

١٧- مدي موافقة أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر على إشراك الخبراء والمهنيين والممارسين في تدريس المهارات العملية للطلاب:

جدول (١٧) يوضح

مدي موافقة أعضاء هيئة التدريس على إشراك الخبراء في تدريس المهارات العملية للطلاب

مدي الموافقة	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
موافق إلى حد ما	١٥	١٦,٩٠	١٣	١١,٧٠	٢٨	١٤,٠٠
غير موافق	٧٤	٨٣,١٠	٩٨	٨٨,٣٠	١٧٢	٨٦,٠٠
موافق	–	–	–	–	–	–
الإجمالي	**٨٩**	**١٠٠**	**١١١**	**١٠٠**	**٢٠٠**	**١٠٠**

قيمة كا^{٢} = ١,٠٨٥ درجة الحرية = ١ المعنوية= ٠,٢٩٨ الدلالة =غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يوافقون إلى حد ما على إشراك الخبراء والمهنيين والممارسين في تدريس المهارات العملية للطلاب من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر بلغت ١٤,٠٠% ، موزعة بين ١٦,٩٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ١١,٧٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، بينما بلغت نسبة من لا يوافقون على إشراك الخبراء والمهنيين والممارسين في تدريس المهارات العملية للطلاب من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر بلغت ٨٦,٠٠%، موزعة بين ٨٣,١٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٨٨,٣٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية.

وبحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية =١ ، وجد أنها = ١,٠٨٥ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجامعة (جامعات العاصمة – الجامعات الإقليمية) ومدي موافقة أعضاء

هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر على إشراك الخبراء والمهنيين والممارسين في تدريس المهارات العملية للطلاب.

١٨- أهم امهارات التي يضيفها الممارسون من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات الإعلام

جدول (١٨) يوضح

أهم المهارات التي يضيفها الممارسون من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في مصر

المهارات	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي		قيمة z	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
نقل المهارات العملية للطلاب	١٠	٦٦,٦٧	١٠	٧٦,٩٢	٢٠	٧١,٤٣	٠,٩٤٥	**غير دالة**
اتاحة فرص عمل للخريجين المتميزين	٧	٤٦,٦٧	١١	٨٤,٦٢	١٨	٦٤,٢٩	٢,٠٠٥	**٠,٠٥**
إتاحة فرص لتدريب الطلاب في المؤسسات الإعلامية.	٨	٥٣,٣٣	٩	٦٩,٢٣	١٧	٦٠,٧١	٠,٩٤١	**غير دالة**
جملة من سئلوا	**١٥**		**١٣**		**٢٨**			

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم المهارات التي يضيفها الممارسون من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر، حيث جاء نقل المهارات العملية للطلاب فى الترتيب الأول بنسبة بلغت ٧١,٤٣% من إجمالى مفردات عينة الدراسة، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠,٠٠ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الثانى اتاحة فرص عمل للخريجين المتميزين بنسبة بلغت ٦٤,٢٩% من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ٤٦,٦٧% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٨٤,٦٢% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠,٠١، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٢,٠٥ وهى قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الثالث إتاحة فرص لتدريب الطلاب في المؤسسات الإعلامية بنسبة بلغت ٦٠,٧١% من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ٥٣,٣٣% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٦٩,٢٣% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠,٩٤١ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

١٩- كيفية اسهام القيادات الإعلامية الحالية- الذين تخرجوا في التخصص- في تحسين العملية التعليمية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر:

جدول (١٩) يوضح كيفية اسهام القيادات الإعلامية الحالية- الذين تخرجوا في التخصص- في تحسين العملية التعليمية من بكليات وأقسام الإعلام في مصر

الاسهامات	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي		قيمة z	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
فتح فرص تدريب للخريجين	٩	٦٠,٠	١٠	٧٦,٩٠	١٩	٦٧,٩٠	٠,٣٤٨	غير دالة
تقديم المشورة في تطوير العمل الإعلامي والعملية التعليمية.	٦	٤٠,٠	٣	٢٣,١٠	٩	٣٢,١٠	٠,٣٤٨	غير دالة
جملة من سئلوا	١٥		١٣		٢٨			

تشير بيانات الجدول السابق إلى كيفية اسهام القيادات الإعلامية الحالية- الذين تخرجوا في التخصص- في تحسين العملية التعليمية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ، حيث جاء فتح فرص تدريب للخريجين فى الترتيب الأول بنسبة بلغت ٦٧,٩٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٠٠,٠٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٦٠,٠٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠,٣٤٧ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الثانى تقديم المشورة في تطوير العمل الإعلامي والعملية التعليمية بنسبة بلغت ٣٢,١٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ٤٠,٠٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٢٣,١٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠,٣٤٨ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

٢٠- أهم المواصفات التي يراها أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر مهمة وضرورية لخريجي الإعلام في الوقت الحالي:

جدول (٢٠) يوضح

أهم المواصفات التي يراها أعضاء هيئة التدريس مهمة وضرورية لخريجي الإعلام في الوقت الحالي

المواصفات	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي		قيمة z	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
إكساب مهارات الاتصال	٦٦	٧٤,٢٠	٨٥	٧٦,٦٠	١٥١	٧٥,٥٠	-٠,٣٩٤	غير دالة
تحصيل المعارف الأساسية في الإعلام	٦١	٦٨,٥٠	٨٨	٧٩,٣٠	١٤٩	٧٤,٥٠	-١,٧٢٧	غير دالة
تحصيل المهارات العملية والمهنية	٣٧	٤١,٦٠	٥٧	٥١,٤٠	٩٤	٤٧,٠٠	-١,٣٧٤	غير دالة
الثقافة العامة	٢٨	٣١,٥٠	٤٥	٤٠,٥٠	٧٣	٣٦,٥٠	-١,٣٢٢	غير دالة
جملة من سئلوا	٨٩		١١١		٢٠٠			

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم المواصفات التي يراها أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر مهمة وضرورية لخريجي الإعلام في الوقت الحالي ، حيث جاء إكساب مهارات الاتصال فى الترتيب الأول بنسبة بلغت ٧٥,٥٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٤,٢٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٧٦,٦٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠,٣٩٤ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الثانى تحصيل المعارف الأساسية في الإعلام بنسبة بلغت ٧٤,٥٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ٦٨,٥٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٧٩,٣٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١,٧٢٧ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الثالث تحصيل المهارات العملية والمهنية بنسبة بلغت ٤٧,٠٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ٤١,٦٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٥١,٤٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١,٣٧٤ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الرابع الثقافة العامة بنسبة بلغت ٣٦,٥٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ٣١,٥٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٤٠,٥٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١,٣٢٢ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

٢١- رأي أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر حول ضرورة فتح أقسام وكليات إعلام جديدة والتوسع في التدريس الإعلامي في الوقت الحاضر:

جدول (٢١) يوضح رأي أعضاء هيئة التدريس بضرورة فتح أقسام وكليات إعلام جديدة في الوقت الحاضر

الرأي	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	١٢	١٣,٥٠	١٣	١١,٧٠	٢٥	١٢,٥٠
لا	٧٧	٨٦,٥٠	٩٨	٨٨,٣٠	١٧٥	٨٧,٥٠
الإجمالي	٨٩	١٠٠	١١١	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

قيمة كا^{٢} = ٠,١٤٢ درجة الحرية = ١ المعنوية= ٠,٧٠٧ الدلالة =غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أن هناك ضرورة فتح أقسام وكليات إعلام جديدة والتوسع في التدريس الإعلامي في الوقت الحاضر من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر بلغت ١٢,٥٠% ، موزعة بين ١٣,٥٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ١١,٧٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، بينما بلغت نسبة من يرون أنه ليس هناك ضرورة لفتح أقسام وكليات إعلام جديدة والتوسع في التدريس الإعلامي في الوقت الحاضر من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر بلغت ٨٧,٥٠%، موزعة بين ٨٦,٥٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٨٨,٣٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية.

وبحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية =١ ، وجد أنها = ٠,١٤٢ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجامعة (جامعات العاصمة – الجامعات الإقليمية) ورأي أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر حول ضرورة فتح أقسام وكليات إعلام جديدة والتوسع في التدريس الإعلامي في الوقت الحاضر.

٢٢- رأي أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر حول تفضيل تحويل أقسام الإعلام إلى كليات إعلام مستقلة:

جدول (٢٢) يوضح

رأي أعضاء هيئة التدريس حول تفضيل تحويل أقسام الإعلام إلى كليات إعلام مستقلة

الرأي	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم موافق	١٥	١٦,٩٠	٢٠	١٨,٠٠	٣٥	١٧,٥٠
غير موافق	٧٤	٨٣,١٠	٩١	٨٢,٠٠	١٦٥	٨٢,٥٠
الإجمالي	٨٩	١٠٠	١١١	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

قيمة كا^{٢} = ٠,٠٤٦ درجة الحرية = ١ المعنوية= ٠,٨٣٠ الدلالة =غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يفضلون تحويل أقسام الإعلام إلى كليات إعلام مستقلة من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بلغت ١٧,٥٠% ، موزعة بين ١٦,٩٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ١٨,٠٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، بينما بلغت نسبة من لا يفضلون تحويل أقسام الإعلام إلى كليات إعلام مستقلة من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ٨٢,٥٠%، موزعة بين ٨٣,١٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٨٢,٠٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية.

وبحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية =١ ، وجد أنها = ٠,٠٤٦ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجامعة (جامعات العاصمة – الجامعات الإقليمية) ورأي أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر حول تفضيل تحويل أقسام الإعلام إلى كليات إعلام مستقلة.

٢٣- أسباب تفضيل أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام تحويل أقسام الإعلام إلى كليات

جدول (٢٣) يوضح

أسباب تفضيل أعضاء هيئة التدريس تحويل أقسام الإعلام إلى كليات إعلام مستقلة

أسباب التفضيل	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي		قيمة z	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
زيادة التخصص.	٧	٤٦,٦	٨	٤٠	١٥	٤٢,٨٦	٠,٨٤٢	غير دالة
للتوسع في البرامج التدريسية في الإعلام.	٥	٣٣,٣	٩	٤٥	١٤	٤٠,٠٠	١,٦٥٢	غير دالة
زيادة الطلب على خريجي الإعلام من المؤسسات الإعلامية.	٣	٢٠,٠٠	٥	٢٥	٨	٢٢,٨٦	٠,٦٧٥	غير دالة
رغبة كثير من الطلاب في الالتحاق بالتعليم الإعلامي كإرضاء لطموحهم الاجتماعي.	٥	٣٣,٣	٣	١٥	٨	٢٢,٨٦	١,٥٢٣	غير دالة
حاجة بعض الأقاليم لتخصص الإعلام الذي حرم منه لفترة طويلة	٢	١٣,٣	٢	١٠	٤	١١,٣٤	١,٢٥٨	غير دالة
جملة من سئلوا	١٥		٢٠		٣٥			

تشير بيانات الجدول السابق إلى **أسباب تفضيل أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر تحويل أقسام الإعلام إلى كليات إعلام مستقلة** ، حيث جاء **زيادة التخصص** فى الترتيب الأول بنسبة بلغت ٤٢,٨٦% من إجمالى مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٦,٦% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٤٠,٠٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠,٨٤٢ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الثانى **للتوسع في البرامج التدريسية في الإعلام**.بنسبة بلغت ٤٠,٠٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ٣٣,٣٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٤٥,٠٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١,٦٥٢ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الثالث **زيادة الطلب على خريجي الإعلام من المؤسسات الإعلامية**.بنسبة بلغت ٢٢,٨٦% من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ٢٠,٠٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٢٥,٠٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠,٦٧٥ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الرابع **رغبة كثير من الطلاب في الالتحاق بالتعليم الإعلامي كإرضاء لطموحهم**.بنسبة بلغت ٢٢,٨٦% من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ٣٣,٣٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ١٥,٠٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١,٥٢٣ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الخامس **حاجة بعض الأقاليم لتخصص الإعلام الذي حرم منه لفترة طويلة**.بنسبة بلغت ١١,٣٤% من إجمالى مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٣,٣٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ١٠,٠٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١,٢٥٨ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

٢٤- أسباب عدم تفضيل أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام تحويل أقسام الإعلام إلى كليات

جدول (٢٤) يوضح

أسباب عدم تفضيل أعضاء هيئة التدريس تحويل أقسام الإعلام إلى كليات إعلام مستقلة

أسباب عدم التفضيل	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي		قيمة z	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
تحول الشعب لأقسام غير مجدى	٥	٣٣,٣	٣	١٥	٨	٦٦,٨	١,٥٢	غير
لا جديد فى المقررات والمناهج	٢	١٣,٣	٢	١٠	٤	٣٣,١	١,٢٥	غير
جملة من سئلوا	٧		٥		١٢			

تشير بيانات الجدول السابق إلى **أسباب عدم تفضيل أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر تحويل أقسام الإعلام إلى كليات إعلام مستقلة** ، حيث جاء **أن تحويل الشعب إلى اقسام كما هى غير مجدى** فى الترتيب الأول بنسبة بلغت ٦٦,٨٦% من إجمالى مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٣,٣% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ١٥,٠٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد

بلغت قيمةZ المحسوبة ٠,٥٢٣ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الثانى **عدم وجود جديد فى المقررات والمناهج** بنسبة بلغت ٣٣,١٤% من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ١٣,٣% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ١٠,٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١,٢٥٢٨ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

٢٥- استجابات أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر علي مقياس تدريس مقررات الإعلام الجديد بالكلية أو القسم :

جدول (٢٥) يوضح

استجابات أعضاء هيئة التدريس علي مقياس تدريس مقررات الإعلام الجديد بالكلية أو القسم

العبارات		معارض	محايد	موافق	المتوسط	الإنحراف المعياري
ينبغي أن يصبح الإعلام الجديد تخصصاً قائماً بذاته	ك	٢٨	١٠	١٦٢	٢,٦٧	٠,٧١
	%	١٤,٠٠	٥,٠٠	٨١,٠٠		
أعتقد أن اتقان المهارات الإلكترونية بالغ الأهمية لطالب الإعلام	ك	١٠	٥٩	١٣١	٢,٦١	٠,٥٨
	%	٥,٠٠	٢٩,٥٠	٦٥,٥٠		
ينبغي أن ينصب التطوير في الإعلام الجديد على المضمون	ك	٣٦	٤٦	١١٨	٢,٤١	٠,٧٨
	%	١٨,٠٠	٢٣,٠٠	٥٩,٠٠		
ينبغي التركيز في تدريس الإعلام الجديد على المستحدثات التي تواكب العالم الخارجي	ك	١٧	١٧	١٦٦	٢,٧٥	٠,٦
	%	٨,٥٠	٨,٥٠	٨٣,٠٠		
ينبغي إعداد عضو هيئة التدريس إعداداً خاصاً للاضطلاع بمهام تدريس الإعلام الجديد	ك	٠	٨٥	١١٥	٢,٥٨	٠,٥
	%	٠,٠٠	٤٢,٥٠	٥٧,٥٠		
ينبغي أن يكون الجانب العملي في الإعلام الجديد ٦٠ والنظري ٤٠	ك	٢٧	٨٤	٨٩	٢,٣١	٠,٧
	%	١٣,٥٠	٤٢,٠٠	٤٤,٥٠		
ضرورة الاهتمام بتدريس كل ما يتعلق بالانترنت ضمن المناهج	ك	٩	٦٦	١٢٥	٢,٥٨	٠,٥٨
	%	٤,٥٠	٣٣,٠٠	٦٢,٥٠		
ضرورة قيام أعضاء التدريس باستخدام الانترنت في التواصل مع الطلاب لتسهيل العملية التعليمية	ك	١٠	٤٥	١٤٥	٢,٦٨	٠,٥٧
	%	٥,٠٠	٢٢,٥٠	٧٢,٥٠		
يسود اعتقاد بين الباحثين أن المستقبل سيشهد تطوراً ملحوظاً في التعليم الإعلامي الإلكتروني	ك	١٩	١٤	١٦٧	٢,٧٤	٠,٦٢
	%	٩,٥٠	٧,٠٠	٨٣,٥٠		
أعتقد أن كليات وأقسام الإعلام لا تهتم بالتعليم الإلكتروني بالدرجة الكافية	ك	١٩	١١٠	٧١	٢,٢٦	٠,٦٢
	%	٩,٥٠	٥٥,٠	٣٥,٥٠		
يمكن للإعلام الإلكتروني أن يساهم في تطوير المهارات والقدرات الفكرية والاستدلالية لدى الطلاب	ك	٠	١٢٥	٧٥	٢,٣٨	٠,٤٩
	%	٠,٠٠	٦٢,٥	٣٧,٥٠		
ينبغي وضع توصيف المواد الخاصة بالإعلام الجديد بشكل يواكب معايير الجودة والتميز في أقسام الإعلام	ك	١٩	٠	١٨١	٢,٨١	٠,٥٩
	%	٩,٥٠	٠,٠٠	٩٠,٥٠		
من الأفضل تدريس الإعلام الجديد وفقاً لأربعة مستويات خلال سنوات البكالوريوس	ك	٠	٧٦	١٢٤	٢,٦٢	٠,٤٩
	%	٠,٠٠	٣٨,٠٠	٦٢,٠٠		
جملة من سئلوا		٢٠٠				

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر علي مقياس تدريس مقررات الإعلام الجديد بالكلية أو القسم، حيث جاءت ينبغي أن يصبح الإعلام الجديد تخصصاً قائماً بذاته بمتوسط حسابى ٢,٦٧، وجاءت أعتقد أن اتقان المهارات الإلكترونية بالغ الأهمية لطالب الإعلام بمتوسط حسابى ٢,٦١، وجاءت ينبغي أن ينصب التطوير في الإعلام الجديد على المضمون بمتوسط حسابى ٢,٤١، وجاءت ينبغي التركيز في تدريس الإعلام الجديد على المستحدثات التي تواكب العالم الخارجي بمتوسط حسابى ٢,٧٥، وجاءت ينبغي إعداد عضو هيئة التدريس إعداداً خاصاً للاضطلاع بمهام تدريس الإعلام الجديد بمتوسط حسابى ٢,٥٨، وجاءت أثناء ينبغي أن يكون الجانب العملي في الإعلام الجديد ٦٠ والنظري ٤٠ بمتوسط حسابى ٢,٣١، وجاءت ضرورة الاهتمام بتدريس كل ما يتعلق بالانترنت ضمن المناهج بمتوسط حسابى ٢,٥٨، وجاءت ضرورة قيام أعضاء التدريس باستخدام الانترنت في التواصل مع الطلاب لتسهيل العملية التعليمية بمتوسط حسابى ٢,٦٨، وجاءت يسود اعتقاد بين الباحثين أن المستقبل سيشهد تطوراً ملحوظاً في التعليم الإعلامي الإلكتروني بمتوسط حسابى ٢,٧٤، وجاءت أعتقد أن كليات وأقسام الإعلام لا تهتم بالتعليم الإلكتروني بالدرجة الكافية بمتوسط حسابى ٢,٢٦، وجاءت يمكن للإعلام الإلكتروني أن يساهم في تطوير المهارات والقدرات الفكرية والاستدلالية لدى الطلاب بمتوسط حسابى ٢,٣٨، وجاءت ينبغي وضع توصيف المواد الخاصة بالإعلام الجديد بشكل يواكب معايير الجودة والتميز في أقسام الإعلام بمتوسط حسابى ٢,٨١، وجاءت من الأفضل تدريس الإعلام الجديد وفقاً لأربعة مستويات خلال سنوات البكالوريوس بمتوسط حسابى ٢,٦٢.

٢٦- رأي أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر حول وجود بعض المقررات الموجودة باللائحة الحالية تسمح للطالب بالتدريب داخل الكلية / القسم العلمي:

جدول (٢٦) يوضح

رأي أعضاء هيئة التدريس فى وجود مقررات باللائحة الحالية تسمح للطالب بالتدريب

الرأي	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	٣٥	٣٩,٣٠	٤٥	٤٠,٥٠	٨٠	٤٠,٠٠
لا	٥٤	٦٠,٧٠	٦٦	٥٩,٥٠	١٢٠	٦٠,٠٠
الإجمالي	٨٩	١٠٠	١١١	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

قيمة كا^2 = ٠,٠٣٠ درجة الحرية = ١ المعنوية= ٠,٨٦٢ الدلالة =غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أنه توجد بعض المقررات الموجودة باللائحة الحالية تسمح للطالب بالتدريب داخل الكلية / القسم العلمي من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء

هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر بلغت ٤٠,٠٠% ، موزعة بين ٣٩,٣٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٤٠,٥٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، بينما بلغت نسبة من لا يرون أنه لا توجد بعض المقررات الموجودة باللائحة الحالية تسمح للطالب بالتدريب داخل الكلية / القسم العلمي من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ٦٠,٠٠%، موزعة بين ٦٠,٧٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٥٩,٥٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية.

وبحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية =١ ، وجد أنها = ٠,٠٣٠ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجامعة (جامعات العاصمة – الجامعات الإقليمية) ورأي أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر حول وجود بعض المقررات الموجودة باللائحة الحالية تسمح للطالب بالتدريب داخل الكلية / القسم العلمي.

٢٧- رؤية أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر للتعليم الاعلامى خلال السنوات القادمة:

جدول (٢٧) يوضح

رؤية أعضاء هيئة التدريس بالتعليم الاعلامى فى الجامعات المصرية خلال السنوات القادمة

الرؤية	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي		قيمة z	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
تغيير إداري في النظم واللوائح التي تحكم التعليم الإعلامي.	٥٩	٦٦,٣٠	٨٧	٧٨,٤٠	١٤٦	٧٣,٠٠	١,٩٠٩	غير دالة
تطوير المقررات حتى تناسب التطورات الحالية.	٥١	٥٧,٣٠	٧٧	٦٩,٤٠	١٢٨	٦٤,٠٠	١,٧٦٢	غير دالة
إعادة تأهيل معلمي الإعلام لمسايرة التقدم	٢٣	٢٥,٨٠	٣٩	٣٥,١٠	٦٢	٣١,٠٠	١,٤٠٩	غير دالة
مناسب ويبقى كما هو.	١٠	١١,٢٠	٢٤	٢١,٦٠	٣٤	١٧,٠٠	١,٩٣٨	غير دالة
جملة من سئلوا	٨٩		١١١		٢٠٠			

تشير بيانات الجدول السابق إلى رؤية أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر للتعليم الاعلامى خلال السنوات القادمة ، حيث جاء تغيير إداري في النظم واللوائح التي تحكم التعليم الإعلامي فى الترتيب الأول بنسبة بلغت ٧٣,٠٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٦,٣٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٧٨,٤٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١,٩٠٩ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الثانى تطوير المقررات حتى تناسب التطورات الحالية.بنسبة بلغت ٦٤,٠٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ٥٧,٣٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٦٩,٤٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١,٧٦٢ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الثالث إعادة تأهيل معلمي الإعلام لمسايرة التقدم.بنسبة بلغت ٣١,٠٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ٢٥,٨٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٣٥,١٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١,٤٠٩ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الرابع إعادة تأهيل معلمي الإعلام لمسايرة التقدم.بنسبة بلغت ١٧,٠٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ١١,٢٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٢١,٦٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١,٩٣٨ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

٢٨- استجابات أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر علي مقياس تقييم العملية التعليمية في الإعلام بعناصرها المختلفة في الوقت الراهن:

جدول (٢٨) يوضح استجابات أعضاء هيئة التدريس علي مقياس تقييم العملية التعليمية في الإعلام في الوقت الراهن

العبارات			ضعيفة	إلي حد ما	جيدة	المتوسط	الإنحراف المعياري
القائمون بالعملية التعليمية من معاوني وأعضاء هيئة التدريس	كأسلوب تدريسي	ك	٣٠	١٢٦	٤٤	٢,٩٢	٠,٩
		%	١٥,٠٠	٦٣,٠٠	٢٢,٠٠		
	كقدرة على الممارسة التطبيقية	ك	٤٣	١٠١	٥٦	٢,٨٥	١,٠٦
		%	٢١,٥٠	٥٠,٥٠	٢٨,٠٠		
	كمعرفة وإطلاع	ك	٤٧	١٠٧	٤٦	٢,٧٦	١,٠٦
		%	٢٣,٥٠	٥٣,٥٠	٢٣,٠٠		
ساعات التدريب التطبيقي (العملي)	قاعة التدريبات	ك	٩٥	٩٢	١٣	٢,١٢	١,٠٩
		%	٤٧,٥٠	٤٦,٠٠	٦,٥٠		
	أدوات التدريب	ك	٨٣	٩٢	٢٥	٢,٣	١,١٤
		%	٤١,٥٠	٤٦,٠٠	١٢,٥٠		
	تفاعلية التدريب	ك	٥٣	٥٩	٨٨	٢,٩١	١,٢٢
		%	٢٦,٥٠	٢٩,٥٠	٤٤,٠٠		
	توقيت التدريب	ك	٣٨	٩٧	٦٥	٢,٩٥	١,٠٤
		%	١٩,٠٠	٤٨,٥٠	٣٢,٥٠		
	مدة التدريب	ك	٢٧	١٢٧	٤٦	٢,٩٦	٠,٨٨
		%	١٣,٥٠	٦٣,٥٠	٢٣,٠٠		
	حداثة التدريب	ك	٤٨	١٢٥	٢٧	٢,٦٦	٠,٩٩
		%	٢٤,٠٠	٦٢,٥٠	١٣,٥٠		
جملة من سئلوا				٢٠٠			

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر علي مقياس تقييم العملية التعليمية في الإعلام بعناصرها المختلفة في الوقت الراهن.

أولاً فيما يتعلق بالقائمون بالعملية التعليمية من معاوني وأعضاء هيئة التدريس حيث جاءت كأسلوب تدريسي فى الترتيب الأول بمتوسط حسابى ٢,٩٢، وجاءت كقدرة على الممارسة التطبيقية فى الترتيب الثانى بمتوسط حسابى ٢,٨٥، وجاءت كمعرفة وإطلاع فى الترتيب الثالث بمتوسط حسابى ٢,٧٦.

ثانياً فيما يتعلق بساعات التدريب التطبيقي (العملي) حيث جاءت مدة التدريب فى الترتيب الأول بمتوسط حسابى ٢,٩٦، وجاءت توقيت التدريب فى الترتيب الثانى بمتوسط حسابى ٢,٩٥، وجاءت تفاعلية التدريب فى الترتيب الثالث بمتوسط حسابى ٢,٩١، وجاءت حداثة التدريب فى الترتيب الرابع بمتوسط حسابى ٢,٦٦، وجاءت أدوات التدريب فى الترتيب الخامس بمتوسط حسابى ٢,٣٠، وجاءت قاعة التدريبات فى الترتيب السادس بمتوسط حسابى ٢,١٢.

٢٩- أهم المشكلات التي تواجه التعليم الإعلامي اليوم من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر:

جدول (٢٩) يوضح

أهم المشكلات التي تواجه التعليم الإعلامي اليوم من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس

المشكلات	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي		قيمة z	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
كثرة عدد الطلاب مقابل قلة أعداد أعضاء هيئة التدريس.	٦٣	٧٠,٨٠	٧٥	٦٧,٦٠	١٣٨	٦٩,٠٠	٠,٤٨٨	غير دالة
التغيرات التكنولوجية تستلزم أجهزة حديثة ومكلفة لا يستطيع القسم تدبيرها.	٤٢	٤٧,٢٠	٧٤	٦٦,٧٠	١١٦	٥٨,٠٠	٢,٧٦٦	٠,٠١
اللوائح الدراسية تعوق الإبداع وتحد من إيجاد مقررات تواكب التطورات في المهنة.	٤٨	٥٣,٩٠	٦٣	٥٦,٨٠	١١١	٥٥,٥٠	٠,٣٩٨	غير دالة
الضغوط المالية وقلة الميزانية المخصصة.	٤٥	٥٠,٦٠	٥٨	٥٢,٣٠	١٠٣	٥١,٥٠	-٠,٢٣٧	غير دالة
الفجوة بين ما يقدمه الأكاديميون من مناهج ومواد وما يتم تطبيقه في الحياة العملية	٢٥	٢٨,١٠	٥٦	٥٠,٥٠	٨١	٤٠,٥٠	٣,١٩٣	٠,٠١
قلة الوظائف لخريجين الإعلام.	٣٢	٣٦,٠٠	٣٨	٣٤,٢٠	٧٠	٣٥,٠٠	٠,٢٥٣	غير دالة
جملة من سئلوا	٨٩		١١١		٢٠٠			

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم المشكلات التي تواجه التعليم الإعلامي اليوم من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ، حيث جاء كثرة عدد الطلاب مقابل قلة أعداد أعضاء هيئة التدريس فى الترتيب الأول بنسبة بلغت ٦٩,٠٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٠,٨٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٦٧,٦٠% من إجمالى مفردات

مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠,٤٨٨ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الثانى التغيرات التكنولوجية تستلزم أجهزة حديثة ومكلفة لا يستطيع القسم/الكلية.بنسبة بلغت ٥٨,٠٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ٤٧,٢٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٦٦,٧٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠,٠١، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٢,٧٦٦ وهى قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩%.

وجاء فى الترتيب الثالث اللوائح الدراسية تعوق الإبداع وتحد من إيجاد مقررات تواكب التطورات في المهنة. بنسبة بلغت ٥٥,٥٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ٥٣,٩٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٥٦,٨٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠,٣٩٨ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الرابع الضغوط المالية وقلة الميزانية المخصصة. بنسبة بلغت ٥١,٥٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ٥٠,٦٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٥٢,٣٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠,٢٣٧ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء فى الترتيب الخامس الفجوة بين ما يقدمه الأكاديميون من مناهج ومواد وما يتم تطبيقه في الحياة العملية. بنسبة بلغت ٤٠,٥٠% من إجمالى مفردات عينة الدراسة ، موزعة بين ٢٨,١٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٥٠,٥٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية ، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠,٠٠١، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٣,١٩٣ وهى قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩٩%.

٣٠- مدي وجود اقتراحات تطوير التعليم الإعلامي مستقبلاً من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر:

جدول (٣٠) يوضح

مدي وجود اقتراحات تطوير التعليم الإعلامي مستقبلاً من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس

مقترحات	جامعات العاصمة		الجامعات الإقليمية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	٧٠	٧٨,٧٠	٩٨	٨٨,٣٠	١٦٨	٨٤,٠٠
لا	١٩	٢١,٣٠	١٣	١١,٧٠	٣٢	١٦,٠٠
الإجمالي	٨٩	١٠٠	١١١	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

قيمة كا^{٢} = ٣,٤١٣ درجة الحرية = ١ المعنوية= ٠,٠٦٥ الدلالة =غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أنه توجد اقتراحات لتطوير التعليم الإعلامي مستقبلاً من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر بلغت ٨٤,٠٠% ، موزعة بين ٧٨,٧٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ٨٨,٣٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية، بينما بلغت نسبة من يرون أنه لا توجد اقتراحات لتطوير التعليم الإعلامي مستقبلاً من إجمالى مفردات عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ١٦,٠٠%، موزعة بين ٢١,٣٠% من إجمالى مفردات مبحوثى جامعات العاصمة فى مقابل ١١,٧٠% من إجمالى مفردات مبحوثى الجامعات الإقليمية.

وبحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية =١ ، وجد أنها = ٣,٤١٣ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجامعة (جامعات العاصمة – الجامعات الإقليمية) ومدي وجود اقتراحات تطوير التعليم الإعلامي مستقبلاً من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر.

مناقشة النتائج العامة للدراسة:

أوضحت نتائج الدراسة الحالية رؤية أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر نحو التعليم الإعلامي ويمكن مناقشة نتائج الدراسة كما يلي:

١. يري أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر أن أهداف التعليم الإعلامي تتبلور في إعداد الطالب للعمل بمؤسسات الدولة المختلفة والقطاع الخاص في مقدمة تلك الأهداف، وفي المرتبة الثالثة إعداد الطالب للعمل في إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات المختلفة، وفي المرتبة الرابعة إعداد الطالب للعمل بالإعلام الجديد، وفي المرتبة الرابعة اكتساب القدرة على التعامل مع وسائل الإعلام.

٢. بلغت نسبة من يرغبون فى بقاء إسم الكلية أو القسم كما هو من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ٨٩,٥٠%، بينما بلغت نسبة من يرغبون فى تغيير أسم الكلية أو القسم من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ١٠,٥٠%.

٣. بلغت نسبة من يرغبون أن يبقى كتخصص عام سنة أولى ثم يبدأ التشعيب من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر بلغت ٤٥,٥٠%، بينما بلغت نسبة من يرغبون فى أن يكون تخصص عام سنتان والتشعيب سنتان ٢٨,٥٠%، وبلغت نسبة من يرون أن أفضل التشعيب من العام الأول ٢٠,٠٠%، وبلغت نسبة من يرون أن يبقى تخصص عام لمدة أربع سنوات بدون تشعيب ٦,٠٠%.

٤. يري أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر أن هناك بعض التخصصات التي ينبغي أن يتفرع عنها تعليم الإعلام اليوم إذا كان التشعيب مطلوباً وفي مقدمتها الإعلام الجديد بنسبة بلغت ٦٨,٠٠%، وجاء فى الترتيب الثانى التليفزيون بنسبة بلغت ٦٦,٥٠%، وجاء فى الترتيب الثالث صحافة ونشر بنسبة بلغت ٥٠,٥٠%. وجاء فى الترتيب الرابع علاقات عامة بنسبة بلغت ٤٩,٠٠%.

٥. يحتل تخصص الإذاعة والتليفزيون مقدمة التخصصات الموجودة بكليات وأقسام الإعلام في مصر من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بنسبة بلغت ٩١,٠٠% وجاء فى الترتيب الثانى الصحافة والنشر بنسبة بلغت ٨١,٥٠%. وجاء فى الترتيب الثالث علاقات عامة وإعلان بنسبة بلغت ٧٣,٥٠%. وجاء فى الترتيب االرابع الإعلام الجديد بنسبة بلغت ٢٧,٥٠%.

٦. بلغ نسبة من يتفقون تماماً مع القول بأن الإعلام الجديد وثورة الإعلام والتي تتصف بالدمج الإعلامى تؤدي إلى إلغاء التشعيب التقليدي المتبع من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ٢٢,٠٠%، بينما بلغت نسبة من يتفقون معها إلى حد ما ٧٣,٥٠%، وبلغت نسبة من لا يتفقون مطلقاً مع القول ٤,٥٠%.

٧. بلغت نسبة من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر من يرضون تماماً عن النسبة التي تشغلها المقررات التدريبية بكليتهم أو بقسمهم ٢٩,٥٠%، بينما بلغت نسبة من يرضون إلى حد ما ١٦,٠٠%، وبلغت نسبة من لا يرضون مطلقاً عن هذه النسبة.

٨. بلغت نسبة أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر الذين يرون أن المقررات النظرية المعرفية مناسبة تماماً مع تأهيل الخريج ٨,٥٠%، بينما بلغت نسبة من يرون أن المقررات النظرية المعرفية مناسبة إلى حد ما ٥٤,٥٠%، وبلغت نسبة من يرون أن المقررات النظرية المعرفية غير مناسبة مطلقاً مع تأهيل الخريج ٣٧,٠٠%.

٩. بلغت نسبة من يرون أن دور عضو هيئة التدريس مهم إلى حد ما في العملية التعليمية في ظل الاتجاه الحديث نحو التحول من التعليم إلى التعلم من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ٣٠,٠٠%، بينما بلغت نسبة من يرون أن دور عضو هيئة التدريس غير مهم في العملية التعليمية ٧٠,٠٠%.

١٠. بلغت نسبة أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر من يوافقون تماماً على مشاركة المؤسسات الإعلامية وتحملها جزء من التكلفة في العملية التعليمية على أن تستفيد من الخريجين بعد تخرجهم ٤,٥٠%، بينما بلغت نسبة من يوافقون إلى حد ما على مشاركة المؤسسات الإعلامية وتحملها جزء من التكلفة في العملية التعليمية على أن تستفيد من الخريجين بعد تخرجهم ٣٤,٠٠%، وبلغت نسبة من لا يوافقون مطلقاً ٦١,٥٠%.

١١. يري أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر أن المناهج الحالية تساير التغيرات السريعة والمتلاحقة في صناعة الإعلام تماماً ٢٦,٠٠%، بينما بلغت نسبة من يرون أنها صناعة الإعلام إلى حد ما ٤٩,٥٠%، وبلغت نسبة من يرون أن المناهج الحالية لا تساير التغيرات السريعة والمتلاحقة في صناعة الإعلام مطلقاً ٢٤,٥٠%.

١٢. يري ٨,٥٠% أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر أن الكلية أو القسم تهتم دائماً بالتعرف على آراء المسئولين بالمؤسسات الإعلامية في إعداد الطلبة ومستوى أدائهم، بينما بلغت نسبة من يرون أن الكلية أو القسم تهتم إلى حد ما بتلك الأراء ٥٨,٠٠%، وبلغت نسبة من يرون أن الكلية أو القسم لا تهتم مطلقاً بالتعرف على تلك الآراء ٣٣,٥٠%.

١٣. يري ٢٥,٥٠% من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر أن الكلية أو القسم تتواصل مع المؤسسات الإعلامية، بينما بلغت نسبة من يرون أن الكلية أو القسم لا تتواصل مع المؤسسات الإعلامية ٧٤,٥٠%.

١٤. تحتل زيارة وفود من المؤسسات التعليمية إلى المؤسسات الإعلامية وأيضاً عقد مؤترات مشتركة بين المؤسسات الأكاديمية والمؤسسات الإعلامية أهم التغيرات السريعة والمتلاحقة في صناعة الإعلام من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام بنسبة بلغت ٤٩%.

١٥. يري ١٥,٥٠% من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر أن القسم/ الكلية تعمل على تطوير مهارات أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة دائماً، بينما بلغت نسبة من يرون أن القسم/ الكلية تعمل على تطوير مهارات أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة إلى حد ما ٥٠,٠٠%، وبلغت نسبة من يرون أن القسم/ الكلية لا تعمل على تطوير مهارات أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة بلغت ٣٤,٥٠%.

١٦. يري ١٤% من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر ممن يوافقون إلى حد ما على إشراك الخبراء والمهنيين والممارسين في تدريس المهارات العملية للطلاب، بينما بلغت نسبة من لا يوافقون على إشراك الخبراء والمهنيين والممارسين في تدريس المهارات العملية للطلاب ٨٦,٠٠%.

١٧. جاء مشاركة الأكاديميين في إنجاح العملية التعليمية مقدمة أهم القيم التي يضيفها الممارسون من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر بنسبة بلغت ١٠٠,٠٠%. بينما جاء في المرتبة الثانية نقل المهارات العملية للأكاديميين بنسبة بلغت ٧١,٤٣%، وجاء فى الترتيب الثالث تعريف الأقسام الأكاديمية بما تتطلبه وتحتاجه المؤسسات الإعلامية من ما هو مطلوب من الخريج بنسبة بلغت ٦٧,٩٠%. وجاء فى الترتيب الرابع اتاحة فرص عمل للخريجين المتميزين بنسبة بلغت ٦٤,٢٩%. وجاء فى الترتيب الخامس إتاحة فرص لتدريب الطلاب في المؤسسات الإعلامية بنسبة بلغت ٦٠,٧١%.

١٨. جاء فتح فرص تدريب للخريجين في مقدمة كيفية إسهام القيادات الإعلامية الحالية– الذين تخرجوا في التخصص– في تحسين العملية التعليمية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر بنسبة ٦٧,٩٠%. وجاء فى الترتيب الثانى تقديم المشورة في تطوير العمل الإعلامي والعملية التعليمية بنسبة بلغت ٣٢,١٠%.

١٩. تحتل إكساب مهارات الاتصال مقدمة أهم المواصفات التي يراها أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر مهمة وضرورية لخريجي الإعلام في الوقت الحالي بنسبة ٧٥,٥٠%. وجاء فى الترتيب الثانى تحصيل المعارف الأساسية في الإعلام بنسبة بلغت ٧٤,٥٠%. وجاء فى الترتيب الثالث تحصيل المهارات العملية والمهنية بنسبة بلغت ٤٧,٠٠%. وجاء فى الترتيب الرابع الثقافة العامة بنسبة بلغت ٣٦,٥٠%.

٢٠. يري ١٢,٥٠% من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر أن هناك ضرورة فتح أقسام وكليات إعلام جديدة والتوسع في التدريس الإعلامي في الوقت الحاضر، بينما بلغت نسبة من يرون أنه ليس هناك ضرورة لفتح أقسام وكليات إعلام جديدة والتوسع في التدريس الإعلامي في الوقت الحاضر ٨٧,٥٠%.

٢١. يفضل ١٧,٥٠% من أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر تحويل أقسام الإعلام إلى كليات إعلام مستقلة، بينما بلغت نسبة من لا يفضلون تحويل أقسام الإعلام إلى كليات إعلام مستقلة ٨٢,٥٠%.

٢٢. جاء زيادة التخصص في مقدمة أسباب تفضيل أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر تحويل أقسام الإعلام إلى كليات إعلام مستقلة بنسبة ٧٣,٠٠%، وجاء فى الترتيب الثانى

للتوسع في البرامج التدريسية في الإعلام بنسبة بلغت ٤٠,٠٠%، وجاء فى الترتيب الثالث زيادة الطلب على خريجي الإعلام من المؤسسات الإعلامية.بنسبة بلغت ٢٢,٨٦%، وجاء فى الترتيب الرابع رغبة كثير من الطلاب في الالتحاق بالتعليم الإعلامي كإرضاء لطموحهم بنسبة بلغت ٢٢,٨٦%.

٢٣. جاء كثرة عدد الطلاب مقابل قلة أعداد أعضاء هيئة التدريس في مقدمة أهم المشكلات التي تواجه التعليم الإعلامي اليوم من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام في مصر بنسبة بلغت ٦٩,٠٠%، وجاء فى الترتيب الثانى التغيرات التكنولوجية تستلزم أجهزة حديثة ومكلفة لا يستطيع القسم/الكلية بنسبة بلغت ٥٨,٠٠%، وجاء فى الترتيب الثالث اللوائح الدراسية تعوق الإبداع وتحد من إيجاد مقررات تواكب التطورات في المهنة بنسبة بلغت ٥٥,٥٠%، وجاء فى الترتيب الرابع الضغوط المالية وقلة الميزانية المخصصة بنسبة بلغت ٥١,٥٠%، وجاء فى الترتيب الخامس الفجوة بين ما يقدمه الأكاديميون من مناهج ومواد وما يتم تطبيقه في الحياة العملية بنسبة بلغت ٤٠,٥٠%.

مقترحات الدراسة :

فى ضوء النتائج العامة للدراسة يقترح الباحث التالى :

١. التوسع فى تأهيل الطلاب على المستوى المهنى فى مجال الاعلام الجديد بمعامل حديثة .
٢. عدم التوسع فى فتح أقسام وكليات اعلام باستثناء أقسام الاعلام الرقمى والتقنية الحديثة.
٣. تنمية مهارات اعضاء هيئة التدريس بأقسام وكليات الاعلام بالجامعات المصرية فى جوانب التقنية ومهارة التعامل مع الاعلام الجديد .

هوامش الدراسة :

أولاً : هوامش الدراسة باللغة العربية :

١. ابتسام الجندي (٢٠٠٤) قسم الإعلام بجامعة قطر والاتجاهات الحديثة للتعليم الإعلامي: دراسة استطلاعية .**المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، أكتوبر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
٢. أحمد أبو السعيد.(٢٠٠٩) واقع تعليم الإعلام في الجامعات الفلسطينية في ضوء تطبيق مبادئ الجودة الشاملة بالتطبيق على أقسام الإعلام في جامعات قطاع غزة"، **المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي**، العدد (٣) .
٣. أشرف جلال حسن.(٢٠٠٥) واقع ومستقبل التعليم والتدريب الإعلامي في الوطن العربي (دراسة حالة على التجربة المصرية)"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد ٦ العدد الثاني ٢٠٠٥م ص ص: ٣٥٥-٣٩٣م.

٤. أمين سعيد عبد الغني (٢٠٠٧) استخدام التعليم الإلكتروني في التعليم والتدريب الإعلامي في الوطن العربي، **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، الرياض، السنة الثانية العدد الثاني ربيع الثاني/مايو ٢٠٠٧م، ص ص ٢٣١-٢٧٨.

٥. أنور الرواس (٢٠٠٢) "خريجو قسم الإعلام بجامعة السلطان قابوس العاملون في الإعلام الرسمي (دراسة تقويمية)". (في) **البصائر، جامعة البترا**. المجلد ٦، العدد ٢. ص ص: ١٦٣-٢٢٩.

٦. بركات محمد عبد العزيز، والأميرة سماح فرج عبد الفتاح(٢٠١١)" بحوث تعليم الإعلام والإتصال فى الوطن العربي-الواقع الراهن وتحديات المستقبل"، **المؤتمر الدولى السابع عشر لكلية الإعلام** جامعة القاهرة، ٢٠١١.

٧. خضير كاظم حمود(٢٠٠٠): **إدارة الجودة الشاملة**، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ص ٧٥.

٨. سحر فاروق الصادق(٢٠١٢) مدخلات تأهيل الصحفى المتخصص وتدريبة فى النظم الإعلامية الأكاديمية والصحفية"، **المؤتمر العلمى الدولى الثامن عشر**" الإعلام وبناء الدولة الحديثة"، جامعة القاهرة، يوليو٢٠١٢.

٩. سفران بن سفر المقاطي (٢٠٠٧) دور القطاع الخاص في تطوير التعليم والتدريب الإعلامي في المملكة: دراسة استطلاعية ، **مجلة العلوم الإنسانية**، السنة الخامسة، العدد ٣٦.

١٠. سناء أبو دقة (٢٠٠٥) اتجاهات طلبة برنامج التأهيل التربوي بالجامعة الإسلامية بغزة نحو مهنة التعليم وعلاقتها بكفاية التدريب الميداني" **مجلة جامعة النجاح للأبحاث و العلوم الإنسانية**، المجلد ١٩، العدد ٤ (غزة، فلسطين، الجامعة الإسلامية، كلية التربية،)ص ١١٤١-١١٦٧.

١١. شعبان شمس أبو اليزيد(٢٠٠١). " المشكلات التعليمية والتدريبية في قسم الصحافة والإعلام، **مجلة كلية اللغة العربية**، عدد رقم ٢٠ (جامعة الأزهر: كلية اللغة العربية).

١٢. صفية خليفة بن مسعود(٢٠١٥) " الإعداد الأكاديمي والمهني للقائم بالإتصال فى الصحافة الليبية- دراسة تحليلية وميدانية"، دراسة على عينة من أقسام الصحافة فى الجامعات الليبية،**رسالة دكتوراة**، جامعة القاهرة، ٢٠١٥.

١٣. عبد الله بن ناصر الحمود، وفهد عبدالعزيز العسكر (٢٠٠٢) مدى تلبية مخرجات قسم الإعلام في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية لاحتياجات سوق العمل : دراسة مسحية لآراء قياديي العمل الإعلامي حول تأهيل المتخرجين في القسم، **بحث منشور في مجلة جامعة الإمام**، العدد الرابع والأربعون، شوال ١٤٢٤هـ/ مارس.

١٤. عبدالله بن الخميس الكندي، (٢٠٠٨) الاتجاهات العالمية المعاصرة في التأهيل الإعلامي الأكاديمي في العالم العربي وبريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية " دراسة وصفية مقارنة "، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد ٩ العدد الثاني ، ص ص: ٢٤٣-٢٨٠.

١٥. عماد الدين على أحمد جابر(٢٠٠٩)" إتجاهات طلاب الصحافة في الجامعات المصرية نحو ممارسة المهنة بعد التخرج– دراسة ميدانية"، دراسة مقدمة إلى **المؤتمر العلمي الدولى الخامس عشر لكلية** الإعلام بجامعة القاهرة، ٧–٩ يونيو.

١٦. محمد بن عبد العزيز الجيزان (٢٠٠٧)، تدريس الإعلام في الجامعات السعودية والأمريكية، دراسة تحليلية مقارنة لمقررات المرحلة الجامعية، **الجمعية السعودية للإعلام والاتصال**، السنة الثانية، العدد الثاني، ربيع الثاني.

١٧. محمد عبد الفتاح (٢٠٠٨) *إدارة الجودة الشاملة* ***، الإسكندرية، مكتبة القلم، ص ١٧٣.***

١٨. مساعد بن عبد الله المحيا (٢٠٠٢) اتجاهات الطلاب نحو البرامج التدريبية في أقسام الإعلام في المملكة وآفاقها المستقبلية، دراسة ميدانية علي عينة من طلاب قسمي الإعلام في جامعتي الإمام محمد بن سعود الإسلامية والملك سعود " **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد ١٧ يناير ، جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، ٢٠٠٢) ص ٢٤٩ . ٣١٦.

١٩. وفاء عبد الخالق ثروت(٢٠٠٥م) "التدريب الإذاعي والتليفزيوني لطلاب أقسام الإعلام : دراسة حالة تقويمية لقسم الإعلام جامعة المنيا "، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** المجلد ٦ العدد الثاني ٢٠٠٥م (ص ص: ٢٣٧–٣١٢).

ثانياً: هوامش الدراسة باللغة الأجنبية :

1. Ellen Hume .2007. University Journalism Education: A Global Challenge . A report to center international Media assistance.
2. Tudor Vlad & Madaline Balasescu. 2007 . Few Educators، Many Media and Journalism and mass communication Education in Romania After Fall of Communism. Paper Presented to The professional Education section of the Conference of the International Association for media and communication Research. Paris، July 23- 25، 2007.
3. Alexander Federov.2007. Condition of Media Education A round the world: Experts' opinion. Available at: www.ifap.ru/library/book119b.pdf.
4. Berganza، M.R، Hanna، M، Sanders، Snchez Aranza" Becoming Journalists: A comparison of the professional attitudes and values of British and Spanish Journalism students" European Journal of Communication23(2)،pp. 133-152.
5. Berkeley، L. (2009). Media education and new technology: a case study of major curriculum change within a university media degree. *Journal of Media Practice*، 10 (2&3)، 185-197.
6. Dickson، T.، Brandon، W. (2000). The Gap between Educators and Professional Journalists. **Journalism& Mass Communication educator**، pp. 50-67

7. Dickson، T.، Brandon، W. (2000). The Gap between Educators and Professional Journalists. Journalism& Mass Communication educator، pp. 50-67.
8. Fedler، F.، Carey، A. and Counts، T. (1998). Journalism's Status in Academia: A Candidate for Elimination? **Journalism& Mass Communication educator**، pp. 31-39.
9. Fujimori،s، English،D،Ekman،E،Stones" Collaboration among social work and Journalism students and Faculty: an Introduction Model" Journal of Social Work Education44.No(1)،pp163-172.
10. Harner، S. & Rich، A. (2005). Trends in Undergraduate Curriculum in Scientific and Technical Communication Programs. ***Technical Communication***، 52، (2)، pp. 209-220.
11. Introduction to the Special Issue: Critical versus Administrative Policy Studies—Celebrating 75 Years since Paul Lazarsfeld's "Remarks on Administrative and Critical Communication Research". (2016). Journal of Information Policy، 6(1)، 1-3. doi:10.5325/jinfopoli.6.2016.0001.
12. J P- HUBERAC , Guide des méthodes qualité, maxima, (Paris, 1998),p 65.
13. Lowrey، W.، Daniels، G. L.، & Becker، L. B. (2005). Predictors of Convergence Curricula in Journalism and Mass Communication Programs. *Journalism & Mass Communication Educator*. Pp 32-46.
14. Lowrey، W.، Daniels، G. L.، & Becker، L. B. (2005). Predictors of Convergence Curricula in Journalism and Mass Communication Programs. *Journalism & Mass Communication Educator*. Pp 32-46
15. UNESCO (2007) UNESCO model curricula for journalism education. Available at: http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209e.pdf (accessed 10 May 2018).p. 6

ثالثاً: السادة المحكمين مرتبة ترتيبًا أبجديًّا وحسب الدرجة العلمية:

- أ.د/ ابتسام الجندي: أستاذ الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- أ.د/ خالد صلاح: أستاذ الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- أ.د/ سلوي إمام: أستاذ الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- أ.د/ شيماء ذو الفقار: أستاذ الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- أ.د/ عادل عبدالغفار: أستاذ الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- أ.م.د/ عادل فهمي: أستاذ الإذاعة والتليفزيون المساعد، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.