

التأهيل الأكاديمي لطلاب أقسام وكليات الإعلام وفق متطلبات سوق العمل في العصر الرقمي

د. أريج محمد فخر الدين*

الملخص:

تناولت الدراسة رصد وتقييم التأهيل الأكاديمي لطلاب أقسام وكليات الإعلام المصرية الحكومية والخاصة وتحديد مدى ملائمة لمتطلبات سوق العمل المتغيرة، واعتمدت على منهج المسح بالعينة لمجتمع طلاب وخريجي أقسام وكليات الإعلام المصرية الحكومية والخاصة ومجتمع الخبراء والعاملين في المجال الإعلامي وبلغت العينة الإجمالية للمبحوثين 620 مبحوثاً تضمنت 363 طالباً و156 خريجاً و101 خبيراً يشملون كافة المجالات الإعلامية.

نتائج الدراسة:

- أظهرت النتائج الأهمية الكبيرة لإتقان التكنولوجيا كأهم مهارة مطلوبة لسوق العمل في العصر الرقمي وأن المواصفات الجديدة لخريجي الإعلام تتضمن ضرورة إتقان استخدام تكنولوجيا الاتصال في المجال الإعلامي والإلمام بحاجات سوق العمل الإعلامي الجديد ومتطلباته المتغيرة.
- أوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بتطوير التأهيل الأكاديمي خاصة في أقسام وكليات الإعلام الحكومية بما يتواءم مع الاحتياجات الحقيقية لسوق العمل، وأوضحت النتائج الأهمية المتزايدة لدراسة التكنولوجيا الحديثة في مجال الإعلام مما يتطلب إضافة مقررات دراسية جديدة أكثر مواكبة للتطورات التقنية .
- قدمت الدراسة اقتراحات لمقررات دراسية مناسبة لمفهوم نظرية "حتمية اندماج وسائل الإعلام Media Convergence Theory" والتي اعتمدت عليها الدراسة في إطارها النظري ووظفتها للمرة الأولى في دراسة موضوع التأهيل الأكاديمي

*مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة

Academic qualification for students of media departments and colleges in accordance with the requirements of the labor market in the digital age

Abstract

- The academic qualification of Egyptian governmental and private Mass Communication departments and faculties students is the first building block for the graduation of communicators in various journalistic, radio and television, public relations, advertising, websites and social media platforms majors.
- The study covered the monitoring and evaluation of the academic qualification of Egyptian governmental and private Mass Communication departments and faculties students and determining their suitability to the requirements of the changing labor market, in addition to submitting proposals to update the Mass Communication academic regulations in order to reach a graduate who is able to keep pace with the labor market in the context of the clear change in the form of the new media.
- The study is a descriptive research and relied on the sample survey method for the community of students and graduates of the Egyptian governmental and private Mass Communication departments and faculties and the community of experts and workers in the Mass Media field. The total sample of respondents reached 620 respondents, including 363 students, 156 graduates, and 101 experts covering all media fields.
- The results showed the great importance of mastering technology as the most important skill required for the labor market in the digital age, and that the new specifications for Mass Communication graduates include the necessity of mastering the use of communication technology in the media field and familiarity with the needs and changing requirements of the new media job market.
- The study recommended the need to pay attention to developing academic qualification, especially in governmental Mass Communication departments and faculties, in line with the real needs of the labor market, and the results indicated the increasing importance of studying modern technology in the field of media, which requires adding new academic courses that are more in line with technical developments.
- The study also proposed courses appropriate to the concept of “Media Convergence Theory” on which the study relied in its theoretical framework and employed it for the first time in studying the topic of academic qualification.

مقدمة:

يعد التأهيل الأكاديمي لطلاب أقسام وكليات الإعلام المصرية الحكومية والخاصة اللبنة الأولى لتخريج قائمين بالاتصال في مختلف التخصصات الصحفية والإذاعية والتلفزيونية والعلاقات العامة والإعلان والمواقع الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي.

وفي العصر الرقمي ومع التطورات السريعة والمتلاحقة في مجال تكنولوجيا الاتصال، يبرز التساؤل حول مدى اختلاف مواصفات خريجي أقسام وكليات الإعلام والمؤهلات العلمية التي يجب توافرها في ظل بيئة المنافسة الشديدة والأعداد المتزايدة من الخريجين.

ومع تعاضم التحديات التي فرضها التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال والذكاء الاصطناعي، والتغيرات السريعة المتلاحقة في سوق العمل الإعلامي، وضعف فرص تشغيل خريجي أقسام وكليات الإعلام، يزداد إلحاح الحاجة إلى تطوير الدراسات الإعلامية بما يتناسب مع هذا التطور التكنولوجي المتسارع في بنية وسائل الإعلام وأنظمة إدارتها وتشغيلها، وآليات العمل بها.

مشكلة الدراسة:

تتحدد مشكلة الدراسة في رصد وتقييم التأهيل الأكاديمي لطلاب أقسام وكليات الإعلام المصرية الحكومية والخاصة، وتحديد مدى ملائمتها لمتطلبات سوق العمل المتغيرة، ومن ثم الخلوص إلى مقترحات لتحديث اللوائح الدراسية الإعلامية قصد الوصول إلى خريج قادر على مواكبة سوق العمل في إطار التغير الواضح في شكل الإعلام الجديد، وظهور إعلام الهاتف المحمول وصحافة المواطن وإعلام الشبكات الاجتماعية، ومع زيادة تنافس الذكاء الاصطناعي للبشر في العمل الإعلامي.

أهمية الدراسة:

ترجع أهمية الدراسة العلمية النظرية لتناولها واقع التأهيل الأكاديمي بأقسام وكليات الإعلام المصرية الحكومية والخاصة، حيث توظف للمرة الأولى في دراسة الموضوع نظرية "اندماج وسائل الإعلام Media Convergence". أما أهميتها العملية فتتمثل في محاولة تقديم طرح علمي يساعد في الوصول إلى خريج إعلامي قادر على المنافسة بكفاءة في سوق العمل الإعلامي الجديد ومتطلباته المتغيرة في العصر الرقمي.

أهداف الدراسة:

- 1- رصد اتجاهات طلاب أقسام وكليات الإعلام المصرية الحكومية والخاصة نحو مستوى التأهيل الأكاديمي المقدم لهم.
- 2- التعرف على آراء الطلاب عن مدى جودة المقررات الدراسية وأساليب التدريس والتدريب المقدمة لهم.
- 3- قياس مدى تلبية المقررات الدراسية بأقسام وكليات الإعلام لمتطلبات سوق العمل الإعلامي الجديد وفقاً لمفهوم اندماج وسائل الإعلام Media Convergence.
- 4- تحديد مدى مواكبة المقررات الدراسية بأقسام وكليات الإعلام للتطورات التكنولوجية الحديثة في الصناعة الإعلامية.
- 5- استكشاف آراء خريجي أقسام وكليات الإعلام بشأن جوانب القصور خلال دراستهم الأكاديمية.
- 6- الوقوف على مدى ممارسة خريجي أقسام وكليات الإعلام للعمل الإعلامي بعد التخرج.
- 7- رصد مواصفات خريج الإعلام والمؤهلات التي يجب الحصول عليها من جهة نظر الخبراء والعاملين في المجال الإعلامي.
- 8- بحث اتجاهات الخبراء والعاملين في المجال الإعلامي نحو التأهيل الأكاديمي وعلاقته بمدى توفر المهارات المهنية المطلوبة لسوق العمل.
- 9- تقديم مقترحات لتطوير وتحديث اللوائح الدراسية الإعلامية للوصول إلى خريج قادر على مواكبة سوق العمل.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما مستوى التأهيل الأكاديمي لطلاب أقسام وكليات الإعلام المصرية الحكومية والخاصة؟
- 2- ما مدى جودة المقررات الدراسية الإعلامية وأساليب التدريس والتدريب؟
- 3- إلى أي مدى تلبي المقررات الدراسية بأقسام وكليات الإعلام متطلبات سوق العمل وفقاً لمفهوم اندماج وسائل الإعلام؟
- 4- هل تواكب المقررات الدراسية بأقسام وكليات الإعلام التطورات التكنولوجية الحديثة في الصناعة الإعلامية؟
- 5- كيف هي جوانب القصور في التأهيل الأكاديمي لخريجي الإعلام؟
- 6- ما مدى ممارسة خريجي الإعلام للعمل الإعلامي بعد التخرج؟

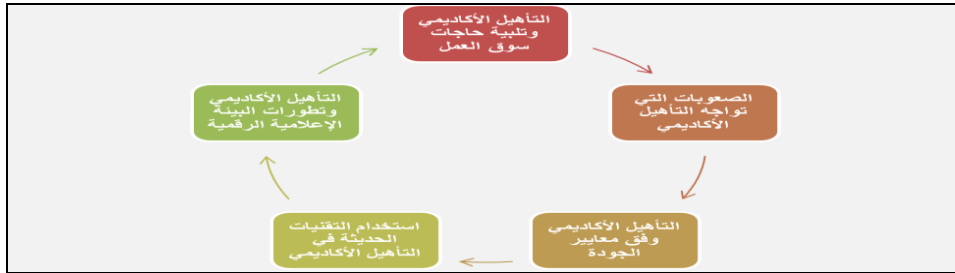
- 7- ما مواصفات خريج الإعلام والمهارات التي يجب أن تتوفر لديه؟
8- ما مقترحات كل من خريجي أقسام وكليات الإعلام والخبراء والعاملين في المجال الإعلامي لتطوير وتحديث اللوائح الدراسية الإعلامية؟

فروض الدراسة:

- 1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب والخريجين والخبراء في اتجاهاتهم نحو مستوى التأهيل الأكاديمي.
2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب والخريجين في كل من اتجاهاتهم نحو مدى تلبية المقررات الدراسية لمتطلبات سوق العمل ومدى مواكبة المقررات الدراسية للتطورات التكنولوجية.
3- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاهات الطلاب نحو مستوى التأهيل الأكاديمي واتجاهاتهم نحو مدى تلبية المقررات الدراسية لمتطلبات سوق العمل.
4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب في اتجاهاتهم نحو مستوى التأهيل الأكاديمي بحسب نوع الجامعة.
5- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخريجين في اتجاهاتهم نحو مستوى التأهيل الأكاديمي بحسب مدى ممارسة العمل الإعلامي بعد التخرج ونوع الجامعة.
6- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاهات الخبراء نحو مستوى التأهيل الأكاديمي ومدى توفر المهارات المهنية المطلوبة لسوق العمل.

الدراسات السابقة:

يمكن تقسيم الدراسات السابقة إلى خمسة محاور على نحو ما يعرض الشكل البياني التالي:



شكل رقم (1): محاور الدراسات السابقة للتأهيل الأكاديمي لطلاب أقسام وكليات الإعلام

أولاً: التأهيل الأكاديمي وتلبية حاجات سوق العمل:

حاولت دراسة (راللا أحمد محمد وهبة محمد شفيق 2018) 1 رصد وتقييم مستوى التأهيل الأكاديمي لطلاب أقسام الصحافة بالجامعات المصرية، وتحديد مدى ملائمة لسوق العمل بالمؤسسات الصحفية، بالإضافة إلى تقديم عدد من السيناريوهات المتوقعة حول مستقبل التأهيل الإعلامي الأكاديمي في مصر، فالسيناريو التفاؤلي أشار إلى ضرورة وجود تنسيق مستمر بين المؤسسات الأكاديمية والصحفية وتطوير اللوائح الخاصة بالمقررات الدراسية لمواكبة أحدث التكنولوجيا وتقليص أعداد الطلاب المقبولين، بينما حذر السيناريو التشاؤمي من ضعف التأهيل وعدم الاستعانة بصحفيين في التدريبات العملية، وتزايد أعداد الملتحقين بأقسام الصحافة، وعدم قدرة المؤسسات الصحفية على استيعاب هذا العدد الكبير في ظل اكتظاظها بالعاملين.

قامت دراسة (Khalaf Tahat وآخرون 2018) 2 بتحليل مناهج 95 برنامجاً أكاديمياً يدرس الصحافة والإعلام في 13 بلداً شرق أوسطياً، وأظهرت النتائج أن التدريب الداخلي لم يكن أولوية قصوى في معظم كليات الصحافة وأقسام الإعلام الأكاديمية، ولم يكن لمعظم البرامج تفاعل كبير مع المنظمات الإعلامية، كما أكدت النتائج وجود فجوة كبيرة بين المفاهيم النظرية والعملية فالتأهيل الأكاديمي يركز كثيراً على النظرية وقليلاً على التطبيق في ممارسة الصحافة والإعلام.

حاولت دراسة (Elena Vartanova و Maria Lukina 2017) 3 التعرف على تدريس الصحافة في روسيا في ظل تحديات الثورة الإعلامية وظروف السوق المختلفة، وأظهرت النتائج أن هناك تنوعاً في تعليم الصحافة ومجالاتها الفرعية الأخرى من إذاعة وتلفزيون وإعلام جديد، كما تقدم الجامعات برامج تدريبية باللغات القومية المختلفة بما يسهم في تعزيز التعددية الثقافية، وتحفيز المهارات المهنية المستقبلية للطلاب، والاستمرار في المنافسة في سوق الإعلام.

تناولت دراسة (Damir Jugo 2017) 4 نوعية التعليم التي يحتاجها محترفو العلاقات العامة في المستقبل من وجهة نظر أصحاب الأعمال والمجتمع الأكاديمي خاصة مع تناقص عدد الوظائف في صناعة الإعلام والانتقاد الموجه إلى المؤسسات التعليمية بأن برامجها الدراسية لا تتلائم مع احتياجات سوق العمل.

استهدفت دراسة (سكينة إبراهيم 2017) 5 قياس فاعلية برنامج مقترح قائم على أسلوب التعلم التعاوني مطبق على مجموعة تجريبية من طلبة كلية الإعلام بجامعة بنغازي بهدف الاستفادة من نتائج التطبيق التجريبي في تطوير البرنامج الأكاديمي

للكلية، وتحولها من كلية تقليدية إلى كلية معاصرة يتوافق برنامجها الأكاديمي مع احتياجات سوق العمل الإعلامي. وأوضحت النتائج أن البرنامج المقترح يساعد في تنمية المعارف والمعلومات النظرية ومستوى المهارات الاتصالية والذهنية والوظيفية لدى المجموعة التجريبية المشاركة في البرنامج، ويمكن الاعتماد عليه في تطوير مقررات كليات الإعلام الأخرى.

استهدفت دراسة (محمد بن علي السويد 2016)6 التشخيص العميق لواقع توظيف الخريجين الإعلاميين وعوائقه، واستشراف مستقبله، وتقديم الحلول المقترحة بشأنه بمشاركة الأكاديميين والمسؤولين والمهنيين بمختلف الجهات الإعلامية الحكومية والخاصة. وأشارت النتائج إلى ندرة فرص التوظيف الحكومي، ووجود عوائق تحد من التحاقهم بالقطاع الخاص، إلا أن المتقائلين بمستقبل التوظيف استندوا إلى توجه الجامعات نحو إكساب طلابها للمهارات، والاتجاه نحو فتح آفاق توظيفية جديدة للخريجين، فيما تنتهي الرؤى المتشائمة ببقاء الوضع الراهن بقلة الوظائف وكثرة الخريجين واستمرار عمل معظم الأقسام الأكاديمية بعيداً عن واقع احتياجات السوق الإعلامية.

استهدفت دراسة (Waleed Rashidi 2016)7 وصف الخبرات التعليمية للخريجين الجدد لبرامج الاتصال الجماهيري فيما يتعلق بالرضا عن اختيار برنامج التخصص والمقررات الدراسية وفرص العمل المتاحة ومستويات المعرفة. وأوضحت النتائج رضا الخريجين عن البرامج الدراسية التي قدمت رؤية مفصلة لسوق العمل الذي دخل فيه العديد من الخريجين مهنيًا.

قامت دراسة (صالح عراقي 2015)8 برصد رؤية الخبراء الإعلاميين والتربويين وتقييمهم المعايير الأكاديمية القياسية وأداء خريجي كليات وأقسام الإعلام والإعلام التربوي بالجامعات المصرية بما يتوافق مع متطلبات سوق العمل. وأوضحت النتائج أن التعامل مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخداماتها في المجالات الإعلامية المختلفة شكل أهم المواصفات التي يجب أن يتحلى بها خريج الإعلام، كما شكل التعرف على المتغيرات المتصلة بوسائل الإعلام محلياً وإقليمياً ودولياً وبيئة العمل الإعلامي أهم المعارف والمفاهيم التي يجب أن يكتسبها الخريج، وأوصت الدراسة بضرورة أن تنتج المناهج الإعلامية نحو الربط بين النظريات والتطبيق، والتأكيد على تضمين أهداف المقررات الدراسية إكساب الطلاب مهارات التحليل والنقد والإبداع.

سعت دراسة (محمد بن علي السويد 2015) 9 إلى قياس أهم عوامل توجه بعض خريجي أقسام الإعلام إلى العمل بوظائف غير إعلامية، وكشفت النتائج عن تدني الوعي بالوظائف المتاحة في سوق العمل الإعلامي، وبيّن الخريجون أن من أهم عوامل توجههم إلى الوظائف غير الإعلامية المرتب الجيد والمستقبل الوظيفي وتوافرها مقابل ندرة الوظائف المتخصصة، ورأى الخريجون تقصيراً بأقسام الإعلام في تعريفهم بأحوال سوق العمل الإعلامي ومتطلباته، وعدم ملائمة ما درسوه فيها مع الوظائف الإعلامية المتاحة، واعتماد الدراسة على الجانب النظري، وتدني مستوى تأهيل طلابها بما يتناسب مع وظائف السوق.

رصدت دراسة (Trevor Cullen 2014) 10 آراء المحررين الإخباريين بالصحافة المطبوعة والإلكترونية والإذاعة والتلفزيون في برامج الصحافة بجامعة أستراليا، وانعكاسها على تمكين الطلبة من الالتحاق بالعمل بعد التخرج، وتوصلت الدراسة إلى أن لتلك البرامج دوراً رئيسياً في تقديم الخلفيات التعليمية للطلبة، والتفكير في مهنة الصحافة، والتوظيف على أساس المهارات المكتسبة.

توصلت دراسة (Eric Lo و Ying Roselyn 2014) 11 إلى وجود فجوة في تصورات الصحفيين المهنيين وطلبة الصحافة بهونج كونج فيما يتعلق بالمهارات الأساسية والواجبات والمفاهيم المرتبطة بمجالات صحافة الإنترنت، وأن هناك تبايناً بشأن المهارات خاصة استخدام الوسائط المتعددة وإدارة الأعمال ومهارات إنتاج صفحة الويب.

استهدفت دراسة (نصر الدين عبد القادر 2013) 12 التعرف على فاعلية التدريب الإعلامي في بناء الشخصية الإعلامية، وأوضحت النتائج أن التدريب الإعلامي استثمار للمستقبل من خلال برامج تدريب تتفق وحاجات سوق العمل، وأشارت الدراسة إلى اعتماد كليات الإعلام في الوطن العربي على القواعد الإعلامية النظرية وإهمال الجانب التطبيقي، مما يؤكد أهمية توثيق العلاقة مع وسائل الإعلام وغيرها من المؤسسات التدريبية بما يدعم فرص اكتساب الطلاب الخبرة اللازمة للكتابة والإبداع من العالم الواقعي للممارسة الإعلامية، لجعلهم أكثر قدرة على التعامل بشكل أفضل مع احتياجات الإعلام.

أشارت دراسة (منة الله عادل 2011) 13 إلى أهمية إعداد الكوادر الإعلامية القادرة على تلبية احتياجات العمل الحرفي والمهني بالمؤسسات الإعلامية المختلفة، وتناولت الدراسة توصيف محتوى المقررات الدراسية بأقسام الصحافة بكليات الإعلام بجامعة القاهرة وجامعة أكتوبر وأكاديمية أخبار اليوم ومقارنتها بمهارات

الثقافة المعلوماتية، وأوصت الدراسة بضرورة التنسيق بين الوحدات الأكاديمية والمؤسسات الصحفية في مجالات تحديد المتطلبات العلمية والعملية لتلك الوحدات وتصميم مناهجها الدراسية وأنشطتها التدريسية.

أكدت دراسة (هيفاء بنت سعود المخلفي 2010) أهمية افتتاح الأقسام الإعلامية للطالبات بالجامعات السعودية، والتنسيق فيما بينها لتكامل تلك الأقسام لتلبية الاحتياج الأكاديمي الإعلامي لتأسيس هيئة تعليمية نسائية على أعلى المستويات حتى تلبى حاجات سوق العمل الإعلامي السعودي، وتطوير المناهج الإعلامية بصفة مستمرة وفقاً للتطورات التكنولوجية بجانب التدريب العملي والتطبيقي المستمر.

استهدفت دراسة (هبة الله السمري وآخرون 2009) التعرف على أثر عولمة المناهج الدراسية الإعلامية على الارتقاء بمستوى العملية التعليمية، وتلبية احتياجات الطلبة، وكذلك احتياجات سوق العمل الإعلامي، وأوضحت النتائج وفقاً لآراء طلبة وأعضاء هيئة التدريس بقسم الاتصال الجماهيري بجامعة الإمارات الذين يمثلون أطراف العملية التعليمية والمسؤولين بمختلف المؤسسات الإعلامية أن الرؤية الجديدة جاءت انعكاساً للمستجدات التي تبنتها مفاهيم العولمة دون تلبية احتياجات الطلبة ومتطلبات سوق العمل الإعلامي بالشكل الأمثل.

ثانياً: الصعوبات التي تواجه التأهيل الأكاديمي:

استهدفت دراسة (قيس أبو عياش 2017) التعرف على اتجاهات طلبة الإعلام ورؤساء أقسامهم في الجامعات الفلسطينية نحو الصعوبات المتعلقة بالجوانب النظرية والجوانب التعليمية والصعوبات المتعلقة بالنواحي التقنية والبشرية، والصعوبات التي تواجه الطلبة في عملية التدريب العملي داخل المؤسسات الإعلامية. وأوضحت النتائج أن اتجاهات الطلبة نحو الصعوبات التي تواجههم كانت مرتفعة، كما اتفق رؤساء أقسام الإعلام على وجود صعوبات في تدريس الإعلام بالجامعات الفلسطينية، ومن أكثرها عدم كفاية الأجهزة اللازمة للعملية التعليمية.

سعت دراسة (مناور بيان الراجحي 2011) إلى تقييم البحوث التي أجريت بهدف معرفة الإشكاليات التي تقف أمام برامج التدريب والتأهيل العملي لطلاب أقسام الإعلام وولاياته بالجامعات العربية، وتوصلت الدراسة إلى وجود إشكاليات تقف عقبة في وجه التأهيل العملي للطلاب وتقديم خريجين مؤهلين لاقترام سوق العمل الإعلامي بمجالاته المختلفة ومتطلباته المتطورة، ومن هذه الإشكاليات اقتصار محاولات تطوير برامج التأهيل والتدريب في أقسام الإعلام وولاياته على

تعديل اللوائح الدراسية، وجلب أجهزة ومعدات دون توفير الكوادر القادرة على التعامل معها والاستفادة منها في برامج التدريب، وأوصت الدراسة بضرورة إعادة النظر في برامج الإعلام وخطته الدراسية بالجامعات العربية من أجل تطويرها والارتقاء بها.

حاولت دراسة (معتمد الحاج عوض 2011) التعرف على واقع البحث العلمي في مجال الدراسات الإعلامية، وعلاقته بالمنهج والمقررات الدراسية، والوقوف على العقبات والصعوبات التي تواجه البحث العلمي والتأهيل الأكاديمي في المجال، وتقديم الخطوات الإرشادية التي تكفل الاستخدام الأمثل لمصادر دراسات علوم الاتصال للارتقاء بالخدمات التي تسهم بالضرورة في حل القضايا الأنية والمستقبلية لمجتمع المعلومات على المستوى المحلي والإقليمي، وأوضحت النتائج أن المنهج والمقررات الدراسية أسهمت بصورة واضحة في بناء وتنمية القدرات، وصقل الكوادر، وتوفير الكفاءات الإعلامية.

ثالثاً: التأهيل الأكاديمي وفق معايير الجودة:

اهتمت دراسة (هبة إبراهيم 2019) بكفاءة وفاعلية أعضاء هيئة التدريس بأقسام الإعلام التربوي من حيث المهارات التدريسية، وتقويم أدائهم، والوقوف على جوانب القصور والقوة في ممارساتهم التدريسية لتحسين جودة العملية التعليمية لمواكبة تحديات العصر، وأسفرت أهم النتائج عن ضعف تنوع أساليب التقويم المستخدمة، كما أن توصيف المقررات جاء بعيداً عن الحداثة والتجديد، في حين جاء التفاعل بين الأساتذة والطلاب بنسبة متوسطة من خلال المناقشة بالمحاضرات والتكليفات.

طورت دراسة (محمد بن سليمان الصبيحي 2018) نموذجاً لقياس الأداء الفعلي لبرامج تدريس الإعلام في المرحلة الجامعية وفق معايير الجودة الشاملة مكوناً من تسعة أبعاد رئيسية هي: (أعضاء هيئة التدريس، وأساليب التدريس والتعلم، والمنهج الدراسية، وأساليب التقييم، والكتب والمراجع الدراسية، واحتياجات سوق العمل، ومواكبة تطور صناعة الإعلام، وقاعات التدريس، والمعامل والاستوديوهات)، وأظهرت النتائج درجة متوسطة لمستوى رضا طلاب وطالبات كليات الإعلام وأقسامه في الجامعات السعودية عن مستوى الخدمات التعليمية التي يتلقونها، وكشفت الدراسة عن وجود تباين في آراء الطلاب والطالبات في تقييمهم لجودة الخدمات التعليمية لاختلاف النوع والجامعة والخدمات التعليمية المقدمة، واحتياجات التأهيل لكل تخصص، ودرجة التقدم في تطبيق معايير الجودة.

تناولت دراسة (Ed Madison وآخرون 2018) 21 العوامل التي تدفع الطلاب لاختيار الاتصال الجماهيري مجالاً لدراساتهم الجامعية خاصة الصحافة، ومستوى رضاهم عن البرامج الدراسية الأمريكية المقدمة لهم، ودرجة التوافق بين الاتجاهات التحفيزية للطلاب ومتطلبات المقررات الدراسية في التنمية الذاتية والمهنية لديهم، وأشارت النتائج إلى وجود ارتباط إيجابي قوي بين الرضا الكلي للطلاب عن تخصصهم في الاتصال الجماهيري وقدرة هذا التخصص على تلبية الاحتياجات الذاتية لديهم لتسهيل مخرجات التعلم الرئيسية والانتقال بنجاح إلى الحياة المهنية.

اهتمت دراسة (2015 M. Nejat Ozupek) 22 بتزايد عدد كليات الإعلام وخريجيتها في تركيا وسط مخاوف من مؤهلات أعضاء هيئة التدريس وجودة التعليم الذي يقدمونه، وأوصت الدراسة بحلول مقترحة من خلال منظور أكاديمي من بينها تحقيق التوازن بين الأسس النظرية والتطبيقات العملية في المناهج الدراسية وتخفيض عدد الطلاب.

حاولت دراسة (نسيم الطويسى وآخرون 2015) 23 التعرف على واقع التدريب الإعلامي في الأردن، وتقييم جودة التعليم والتدريب في مجالات الإعلام من وجهة نظر الإعلاميين، وتوصلت الدراسة إلى أن مناهج تعليم الصحافة والإعلام في الجامعات الأردنية لا تتطابق في بعض جوانبها ومعايير جودة التعليم والتأهيل في مجال الإعلام، فالمناهج تعاني عدم التوازن ما بين الجانب النظري والتطبيقي.

تناولت دراسة (عبد الباسط الحطامي 2012) 24 اتجاهات طلبة الإعلام بالجامعات اليمنية نحو جودة الأستاذ الجامعي والمقررات الدراسية والدور العلمي والتربوي في عملية الغرس والتدريب ومدى استفادة الطالب من ذلك حتى يكون قادراً على الممارسة الفعلية في سوق العمل بعد التخرج.

أشارت دراسة (وليد عبد الفتاح ودعاء فتحي 2009) 25 إلى وجود اتجاهات إيجابية لأعضاء هيئة تدريس الإعلام ومعاونيهم في ثماني جامعات مصرية حكومية نحو تطبيق معايير الجودة والاعتماد، وأوضحت النتائج ارتفاع نسبة الاستفادة من تطبيق تلك المعايير ومن أهمها الالتزام في التدريس بما ورد في توصيف المقررات الدراسية، والاهتمام بالتنمية المهنية لعضو هيئة التدريس، واستخدام طرق تدريس متنوعة.

رابعاً: استخدام التقنيات الحديثة في التأهيل الأكاديمي:

كشفت دراسة (فريدة فلاك وآخرون 2019) 26 دور وسائل الإعلام الجديدة بمختلف وسائطها وتقنياتها وتطبيقاتها في العملية التعليمية وعلى وجه الخصوص

المنصات التعليمية الإلكترونية، وبحثت في كيفية توظيف هذه الوسائل من قبل المتعلمين، وسلطت الضوء على دور المنصات التعليمية الإلكترونية في إيجاد بيئة تعليمية مناسبة مع التركيز على أهم فوائدها.

استعرضت دراسة (2018 Elsayed Bekhit Darwish) 27 حجم اهتمام برامج الإعلام في الدول العربية بوسائل التواصل الاجتماعي سواء طرحها كبرامج مستقلة كالإذاعة والتلفزيون والصحافة والعلاقات العامة أو كمقررات دراسية مستقلة أو دمجا ضمن المقررات الدراسية التقليدية، وخلصت الدراسة إلى قلة الاهتمام بدمج وسائل التواصل الاجتماعي إلى حد ما ضمن البرامج الإعلامية الأكاديمية، واستمرارية تركيز هذه البرامج الأكاديمية على تدريس الوسائل التقليدية، ووافق كل من الطلبة وأساتذة الإعلام على الحاجة لدمج أو تضمين وسائل التواصل الاجتماعي ضمن المقررات الإعلامية، وضرورة تأهيل أعضاء هيئة التدريس تكنولوجياً.

أشارت دراسة (2018 Amanda Bright) 28 إلى أنه في الوقت الذي تتصارع فيه الصحافة مع التطورات السريعة في أدوات الوسائط الرقمية، يواجه التأهيل الأكاديمي الصحفي إشكاليات حول كيفية تجهيز الطلاب لهذا المجال، وأظهرت النتائج الحاجة إلى مراجعة واضحة وعاجلة للمناهج الدراسية في ثلاثة برامج لتدريس الصحافة بسبب الوسائط الرقمية وتطوراتها المستقبلية المتلاحقة وكانت العقبة الرئيسية أمام مراجعة المناهج عدم قدرة أعضاء هيئة التدريس أو عدم رغبتهم في تعلم أدوات تقنية جديدة.

حددت دراسة (مهداوي نصر الدين 2018) 29 أبرز الخصائص والسمات التكنولوجية التي تنسم بها الصحافة الإلكترونية والوسائط المتعددة، ومساهمتها في تغيير أنماط وعادات جمهور طلاب علوم الإعلام والاتصال من خلال استخدامهم لها، ودوافع تعرضهم لمضامينها سواء على مواقع الصحف الإلكترونية أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تسعى لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المعرفية.

توصلت دراسة (ميرهان محسن 2018) 30 إلى أن العلاقة بين اللغة العربية واللغة الإنجليزية هي علاقة تكامل وليست علاقة صراع، وأن تدريس الإعلام باللغة الإنجليزية لا يعني إهمال أو إغفال اللغة الأم وإنما يشكل مطلباً ملحاً لفتح آفاق أرحب في سوق العمل باعتبارها لغة المستقبل والعصر والتكنولوجيا.

تناولت دراسة (علاء جاسم وسهاد عادل 2017) 31 استخدام التكنولوجيا الحديثة كالوسائط المتعددة Multimedia وغيرها في التعليم الإلكتروني لمناهج الإعلام

كأسلوب حديث للتعليم بالجامعات، وأوضحت النتائج تقبل الطلاب لأسلوب التعليم الجديد، فضلاً عن امتلاكهم مهارات جيدة تمكنهم من استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة لمواكبة هذا الأسلوب للتعلم، وأوصت الدراسة بتطوير مناهج تعليم الإعلام لتلائم مع آليات التقدم العلمي والتكنولوجي الحديثة.

اهتمت دراسة (عزة مصطفى الكحكي 2016) 32 برصد العلاقة بين التعليم الإلكتروني بتخصص الإعلام ودافعية التعلم وتقرير الذات لدى المتعلمين، وأكدت أهمية الدور المستقبلي للتعليم الإلكتروني في تدريس المقررات الدراسية عامةً ومقررات تخصص الإعلام بشكل خاص التي تحتاج لتدعيم مهارات التفاعل والتواصل والعمل التعاوني، ومسيرة الاتجاهات العالمية المعاصرة في توظيف المستحدثات التكنولوجية في تعليم الإعلام.

حاولت دراسة (وليد عبد الفتاح 2016) 33 التعرف على درجة الرضا التعليمي لدى طلاب الإعلام بالجامعات المصرية باستخدام وسائل الإعلام الجديد، وأوضحت النتائج وجود علاقة ارتباطية بين اعتماد طلاب الإعلام لوسائل الإعلام الجديد وزيادة درجة الرضا التعليمي لديهم، كما أظهرت وجود فروق بين طلاب الجامعات الحكومية وطلاب الجامعات الخاصة عينة الدراسة في درجة الاعتماد لوسائل الإعلام الجديد واختلاف أوجه الاستفادة في الحصول على المعلومات التعليمية لتلك الوسائل.

استهدفت دراسة (ناصر أبو القاسم محمد 2016) 34 الكشف عن فاعلية استخدام الإنترنت في تدريس مقررات الإعلام والعلاقات العامة بالجامعات الليبية، وأوضحت النتائج أن تغير أسلوب التدريس له علاقة بتنظيم المقرر الدراسي بشكل أفضل نتيجة تعزيزه بالمطالعات الإضافية والقراءات والمواقع التي يتم إحالة الطلاب إليها، وأوصت الدراسة بإنشاء موقع نشط لكل قسم من أقسام الإعلام والعلاقات العامة على الإنترنت يتضمن كافة المعلومات التي تهم أعضاء هيئة التدريس والطلاب.

استهدفت دراسة (فريد أبو ضهير 2012) 35 التعرف على مدى استفادة الطلبة من الإنترنت في مجال تعزيز قدراتهم الصحفية، والمجالات التي تستخدم فيها، بالإضافة إلى استكشاف المشكلات التي تعيق تلك الاستفادة، وصولاً إلى بلورة رؤية للاستخدام الأمثل للإنترنت في العملية التعليمية في مجال الصحافة من قبل الطلبة، وتعزيز ذلك الاستخدام بما يحقق الأهداف المرجوة للتعليم، وأوصت الدراسة

بضرورة أن يكون لقسم الصحافة دور في توفير استخدام الإنترنت في تدريس الإعلام، وفي توجيه الطلبة لاستخدامه بشكل فاعل لتطوير قدراتهم الصحفية.

أوضحت دراسة (مروة محمد شبل 2011) 36 توفير التقنيات الإلكترونية للطلاب في عملية التعلم بالجامعة الأمريكية - عينة الدراسة- مما يؤهلهم لإمكانية العمل في بيئة شبكية، وأكدت نتائج الدراسة أن استخدام التقنيات الإلكترونية يؤثر في جودة العملية التعليمية، وأن استخدام الطلاب للتقنيات الإلكترونية يدفعهم إلى تكوين اتجاهات إيجابية نحو تحسين هذه التقنيات لجودة التعليم، وأشارت الدراسة إلى التوافق بين رؤية الطلاب ورؤية أعضاء هيئة التدريس بخصوص تأثير التقنيات الإلكترونية على جودة العملية التعليمية.

خامساً: التأهيل الأكاديمي وتطورات البيئة الإعلامية الرقمية:

اهتمت دراسة (Andrew Mills وآخرون 2019) 37 ببرامج تدريس الصحافة والاتصال الجماهيري بالجامعات الأمريكية التي تساعد في إعداد الطلاب للمستقبل الرقمي، وسط مخاوف بتأثير ذلك على تدريس المقررات المفاهيمية الأساسية المتعلقة بأخلاقيات وسائل الإعلام أو تقديم مقررات جديدة تتضمن القيادة الإعلامية، وأوضحت النتائج أن أخلاقيات وسائل الإعلام لا تزال تلعب دوراً رئيسياً في التأهيل الأكاديمي الإعلامي، وأن التدريب على القيادة لطلاب الإعلام هو مفهوم جديد ولم يشكل أهمية تذكر في التعليم الإعلامي، وأوصت الدراسة أنه مع استجابة برامج التأهيل الإعلامي لإصلاح المناهج فإنها يجب ألا تهتم فقط بإعداد الطلاب لسوق العمل ولكن أيضاً يجب الفهم الشديد للمعرفة الضرورية للتكيف مع الاضطرابات المستمرة في صناعة الإعلام.

استهدفت دراسة (إيمان أحمد عزمي 2019) 38 استكشاف مهارات سوق العمل المطلوبة لوظائف المستقبل، وكيف يمكن لنظام التعليم الرقمي أن يلعب دوراً جوهرياً وأساسياً في دعمها من خلال معرفة القوى المؤثرة فيه كمحددات أساسية له في عصر الثورة الرقمية، وأوضحت النتائج أن سوق العمل الحالي والمستقبلي يحتاج إلى وظائف لا يتم تأهيل الطلاب وتدريبهم على مهاراتها في مؤسسات التعليم العالي للوفاء بمتطلبات العصر الرقمي ذي القدرات الهائلة والمتجددة في مجال تقنيات المعلومات والاتصال، وأوصت الدراسة بأهمية التحول إلى النموذج المفتوح في التعليم من خلال محاكاة بيئات العمل الفعلية، والتعامل مع تحديات العصر الرقمي في إطار المنظومة التعليمية.

أشارت دراسة (محمد بن سليمان الصبيحي 2017) 39 إلى ضعف ملائمة الأدوار المهنية التي يتبناها الإعلاميون السعوديون في تحقيق أدوارهم الوظيفية، الذي ربما ارتبط بمتغيرات أخرى تتعلق ببيئة الممارسة من جهة، ومهارات الإعلامي من جهة أخرى، ومستوى التأهيل الإعلامي والتدريب المهني من جهة ثالثة. وأكدت الدراسة أن البيئة الرقمية غيرت في طبيعة الممارسة الإعلامية، وأن الأدوار المهنية ذات البعد الاستقصائي والتفسيري والنقدي هي للخيار المهني للإعلاميين في التعامل مع البيئة الرقمية، بما يسهم في تحقيق توافق الأدوار الوظيفية التي يضطلع بها الإعلاميون السعوديون مع الأدوار المهنية لبناء المحتوى الإعلامي بطريقة مهنية احترافية تحمي المجتمع وتحافظ على قيمه وهويته.

توصلت دراسة (Peiqin Chen و Ke Guo 2017) 40 إلى أن تعليم الصحافة والإعلام في الصين في ظل العصر الرقمي يخضع لتغييرات كثيرة، وأن بنية الإعلام المتغيرة في الصين تشكل تحدياً للتعليم الإعلامي كان من نتائجه انخفاض جودة الخدمة في البرامج الدراسية المقدمة، وأشارت النتائج إلى أن معظم برامج تدريس الصحافة في الصين غير قادرة على تقديم مقررات دراسية كافية حول المعرفة والمهارات متعددة التخصصات لتوسيع نطاق معرفة ومهارات طلابها من أجل البقاء في أسواق العمل التنافسية.

سعت دراسة (Kathy R. Fitzpatrick و Carolyn Bronstein 2015) 41 إلى التعرف على التحولات الجذرية في مجال الصناعة الإعلامية، وانعكاساتها على تدريس الإعلام في ضوء متطلبات الجودة الشاملة، والتحول الذي يتواكب مع المنصات الإعلامية الجديدة، والريادة في العمل الإعلامي. وأشارت النتائج إلى ضرورة إعادة النظر في البرامج الدراسية الإعلامية من خلال نموذج المبادرة والابتكار بالتركيز على تحسين التفكير النقدي وتعميقه لدى الطلبة لخلق قيادات إعلامية قادرة على مواكبة العصر الجديد.

بحثت دراسة (Janet Fulton 2015) 42 المسارات البديلة للإعلام عبر مقابلات مع منتجي وسائل الإعلام في الفضاء الرقمي بما في ذلك المدونين ومنتجي المجالات الإلكترونية ومنتجي إذاعات الإنترنت ومنتجي المواقع الإلكترونية لاكتشاف المهارات المطلوبة للعمل في الفضاء الرقمي، ونماذج الأعمال الناجحة، والتقنيات المستخدمة فيها.

تناولت دراسة (Michelle Barrett Ferrier 2013) 43 مدى إدراك كليات الإعلام الأمريكية لأهمية تطوير المقررات الدراسية بما يحقق الريادة الإعلامية في

ظل المتغيرات المتسارعة في الصناعة، ورصد اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو تطوير مناهج الإعلام وما يجب أن يتعلمه الطلبة، والبحث عن دور الكليات في تعزيز مهارات تنظيم المشاريع المنفردة وتطوير الجوانب الابتكارية للصناعات الإعلامية.

التعليق على الدراسات السابقة:

بعد استعراض الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة، فقد لوحظ:

1- تناول الدراسات العربية والأجنبية للتأهيل الأكاديمي الإعلامي وفقاً لمستويات مختلفة منها مدى تلبية هذا التأهيل لحاجات سوق العمل، والصعوبات التي تواجهه، ومدى تطبيق برامج تدريس الإعلام لمعايير الجودة الشاملة، وكيفية استخدام التقنيات الحديثة في المناهج الإعلامية، ومدى اهتمام التأهيل الأكاديمي بتطورات البيئة الإعلامية الرقمية.

2- تنوع الدراسات ما بين دراسات وصفية تحليلية لرصد البرامج الدراسية وتوصيف المقررات والمناهج لمعرفة مدى ملائمتها للمهارات المهنية في سوق العمل والتطور التكنولوجي، ودراسات وصفية ميدانية عبر الاستبيان أو المقابلة المتعمقة لطلاب وخريجي الإعلام وأعضاء هيئة التدريس والمسؤولين والإعلاميين والقائمين بالاتصال في الصحف والمحطات الإذاعية والقنوات التليفزيونية ومواقع الإعلام الجديد، ودراستين كيفيتين تناولت إحداهما تقييم الإعلاميين لواقع توظيف خريجي الإعلام، والأخرى رصدت الجوانب الابتكارية والمشاريع المنفردة للطلاب، ودراسة شبه تجريبية على طلبة الإعلام لبرنامج قائم على التعلم التعاوني.

3- أغلب الدراسات لم تحدد أطر نظرية لها، وكانت أهم النظريات التي استندت إليها بعض الدراسات هي: مداخل جودة الخدمة (وتضم ثلاثة نماذج هي نموذج جودة الخدمة Servqual ونموذج الأداء الفعلي للخدمة Servperf ونموذج أداء التعليم العالي Hedperf) ونظرية الدور Role Theory ونموذج قبول التكنولوجيا Technology Acceptance Model ونظرية ثراء الوسيلة Media Richness Theory ومدخل تحليل النظم System Analysis Approach ومدخل استشراق المستقبل Foresight Approach ونظرية تقرير الذات Self Determination Theory ودافعية التعلم Learning Motivation ونظرية الأنساق المعرفية The Cognitive Schemas Theory ونموذج تقييم الأداء لتدريس الإعلام Entry- Experience- Exit Model.

4- اتفاق أغلب الدراسات -على تعددها وتنوعها بين عربية وأجنبية- على وجود شكل أو آخر من أشكال الانفصال بين تدريس الإعلام أكاديمياً وممارسته مهنيًا، حيث أظهرت النتائج أن الواقع الأكاديمي إما أنه مغرق في التنظير، أو لا تواكب عناوين مقرراته وموضوعاتها التغيرات الهائلة في سوق العمل، أو لا تولي الأهمية الكافية لإكساب الطلاب المهارات الضرورية لبيئة العمل الإعلامي الجديدة.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة في إطارها النظري على نظرية "اندماج وسائل الإعلام Media Convergence theory" التي يمكن استخدامها كنموذج لفهم تدفق المحتوى عبر المنصات الإعلامية المتعددة، والتعاون بين الصناعات الإعلامية المتعددة، وظاهرة تنقل الجماهير بين وسائل الإعلام المختلفة، وتجارب عرض المنتجات الإعلامية عبر المنصات التي تحولت من النموذج التقليدي للقصة الفردية الخطية إلى سياقات أوسع في الفضاء المادي للمستهلك. ومن خلال الفضاء الاجتماعي والتكنولوجي الذي يتقاسمه المستهلك والمنتج يأتي مفهوم بناء العالم عبر وسائل الإعلام Transmedia world-building⁴⁴، وهو ما يجب أن يدركه خريجو الإعلام لمواكبة سوق العمل الجديد.

ويعد الاندماج بين وسائل الإعلام استراتيجية اقتصادية تسعى المؤسسات الإعلامية من خلالها إلى تحقيق منفعة مالية من خلال الجمع بين خصائص وسائل الإعلام المختلفة. وتاريخياً، فقد شكلت المؤسسات الإعلامية سلاسل صحفية وشبكات من محطات الإذاعة والتلفزيون لتحقيق العديد من هذه المزايا ذاتها، ويمكن اعتبار "نظرية اندماج وسائل الإعلام Media Convergence" توسعاً وتكثيفاً لهذا المنطق نفسه⁴⁵.

إن التفاعل في "اندماج وسائل الإعلام" يصبح واضحاً خاصةً في النصوص الإعلامية، فقد نما المحتوى الإعلامي من حيث النوع والشكل، وعلى الأخص على شبكة الإنترنت حيث يتم الدمج بانتظام بين النص المكتوب والمحتوى السمعي البصري والعناصر التفاعلية.

ومن ناحية أخرى، أدى تضاعف قنوات التوزيع والإنتاج الفعال من حيث التكلفة للمحتوى الرقمي إلى ظهور العديد من المنصات، والمفاضلة بين الأشكال الإعلامية، ونتيجة لذلك فإنه يتوفر للمستخدمين خيارات أكثر من أي وقت مضى لتحديد المحتوى الذي يحبونه، بينما يمكن للمنتجين تلبية الاهتمامات المتخصصة بسهولة أكبر⁴⁶.

ويرجع تطور عمليات "اندماج وسائل الإعلام Media Convergence" بشكل رئيسي إلى العوامل الثلاثة التالية⁴⁷:

1. الرقمنة Digitalization: إذ توفر فرصاً جديدة لإنشاء المنتجات الإعلامية، وعرضها، وتخزينها، وتوزيعها.

2. إلغاء القيود التنظيمية لأسواق وسائل الإعلام والاتصال: فقد تم اتخاذ تدابير لتحرير قطاعات الاتصالات في عدة دول، ما أدى لظهور هياكل تنافسية في صناعة المعلومات والإعلام.

3. التغييرات في تفضيلات المستخدم: حيث يستخدم المستهلكون عدداً متزايداً من الخدمات المختلفة لتلبية احتياجاتهم من المعلومات والترفيه، فقد مكن "اندماج وسائل الإعلام" المستخدمين من إنتاج وتوزيع المحتوى الخاص بهم، وتخصيص جداول العرض والاستماع عبر الطلب أو البحث في المحتوى، ومن خلال خدمات الهاتف المحمول.

ويسعى المستخدمون في عصر الوسائط الإلكترونية إلى تحقيق حياة أكثر إثراء وإشباعاً في كل من الواقع الحقيقي والافتراضي بوصفهم مشاركين نشطين وفعالين في شبكة الإنترنت العالمية السلسة من حيث الترابط والانسجام⁴⁸.

ووفقاً لمفهوم "اندماج وسائل الإعلام" فإنه يمكن تفسير عملية الاتصال المعقدة من خلال "نموذج اتصال تفاعلي مطور" ⁴⁹ يشمل كافة عناصر الاتصال الفاعلة كبيئة الاتصال، ورجع الصدى، وطبيعة المضمون الاتصالي وتبادل الأدوار ودرجة التحكم والاتجاهات التي يرسمها الوسيط الإلكتروني وصولاً إلى درجة التفاعلية، بحيث يمكن وصفه بأنه نموذج تبادلي متعدد بين أطراف الاتصال والبيئة الاتصالية المحيطة بهم.

واندماج وسائل الإعلام يمثل عملية مستمرة، فيفضل انتشار القنوات والتنامي المستمر في الحوسبة والاتصالات، فإننا ندخل عصرًا أصبح فيه اندماج الوسائل الإعلامية أمراً حتمياً يستند إلى فهم المهارات المستحدثة في إدارة المعلومات والبنى الجديدة لنقلها عبر القنوات المختلفة⁵⁰.

ويمثل الإعلام منظومة جديدة تحقق مجالاً شبيكياً يتحول فيه الفرد باستمرار ما بين موقعي الإرسال والتلقي، وتنصهر في داخله العوالم الفردية وتمثل شبكة الويب فضاءً جماعياً يشترك المستخدمون في إنتاجه، مما أحدث تغييرات بنوية في خريطة الإعلام بشكل عام وفتح المجال لقيام تعددية إعلامية افتراضية⁵¹.

فالإعلام الجديد يساهم في تقديم أبعاد افتراضية لمختلف الأنشطة والأعمال الإنسانية كالكتابة والمحادثة والنشر وتقاسم الملفات والأفكار والمشاركة في الأحداث

والبناء والتعمير، ويعطيها شكلاً شمولياً من خلال قدرته على معالجة المعلومات بتقنيات متجددة وأشكال أكثر مرونة واحتواء لحاجات الأفراد والجماعات⁵².

وركزت العديد من الدراسات على تصنيف مدى "اندماج وسائل الإعلام" والتمييز بين مراحلها والتي تمت تسميتها بـ"5Cs" وتتألف من التعزيز المتبادل cross-promotion والاستنساخ cloning والتعاون التنافسي coopetition ومشاركة المحتوى content sharing والاندماج الكامل full convergence وتختلف تلك المراحل وفقاً لدرجة التفاعل والتعاون بين المؤسسات الإعلامية⁵³.

مع انتشار القنوات الإعلامية المختلفة وتزايد إمكانيات تكنولوجيا الاتصالات الحديثة، دخلنا في عصر تحاصرنا فيه وسائل الإعلام باستمرار، علاوة على ذلك مكنت التكنولوجيا المستهلكين الذين لا يستهلكون المحتوى من المصادر المختلفة فحسب بل يشاركون أيضاً، ويساهمون في أنشطة إنتاج المحتوى⁵⁴.

فوسائل الإعلام تتوسط العلاقات الاجتماعية، إذ بات الجمهور العريض في المجتمع لا يعيش دون ممارستها في شكل رمزي، وهي بالفعل تؤدي أساس التغيير الاجتماعي والثقافي من خلال تنوع وظائفها الترفيهية والتعليمية والتنشيطية، وبذلك انتقل مجال الفعل الإعلامي إلى نوع جديد من الممارسة أصبحت معها الكفاءة الاجتماعية تقاس بشفافية الفاعلية التواصلية بين الأفراد كمشاركين في بناء الرسالة الإعلامية⁵⁵.

وتتسم المرحلة الحالية بالتوجه نحو الاندماج بين وسائل الإعلام، حيث بدأت تتقلص الحدود بين وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية، وتتوجه نحو المنطقة الإلكترونية الجديدة، ومن ثم ظهور مجتمع المعلومات الذي تتزاوج فيه نظم الاتصال ونظم معالجة البيانات، وأصبح بالإمكان اندماج معدات تخزين الأصوات والصور وآلات المعالجة مع الأقمار الاصطناعية في شبكات تتيح للفرد الوصول للمعلومات والبيانات التي يحتاجها، بالإضافة إلى إمكانية الاتصال وضبط تواصله مع الأفراد والمؤسسات الإعلامية الأخرى وصولاً إلى المرحلة التفاعلية في عصر الوسائط المتعددة عبر الشبكة الدولية والإعلام الجديد⁵⁶.

من جهة أخرى، هناك اتجاهات تتيح فهماً أكثر سلاسة للحقل الإعلامي منها⁵⁷: سقوط الحدود بين صانعي المضامين الإعلامية ومستهلكيها خاصة في الفضاء الإلكتروني، وتفتيت سوق العمل من خلال العدد الهائل للصحف والمجلات والقنوات الإذاعية والتلفزيونية بكل أشكالها وأنواعها، والاستثمار المبدع للإمكانيات التكنولوجية المتجددة من طرف جيل جديد من الإعلاميين الذين لم ينشأوا حسب المعايير التقليدية للعمل الإعلامي.

وقد شهدت صناعة الإعلام تحولات متنامية تعتمد على التفاعل بين عمليات متناقضة ومتكاملة في آن واحد لمنصات إعلامية مختلفة ما انعكس في إعادة هيكلة المؤسسات الإعلامية، وتطوير النماذج الاقتصادية والإدارية والتحريرية التي تتبعها، من أجل الوصول لإدارة إعلامية أكثر كفاءة لمنصات إعلامية أكثر تعدداً⁵⁸. ومن ثم يتحتم على صناعات الاتصال اليوم أن تكافح كثيراً لتحديد أفضل الطرق الملائمة لها للدخول في نماذج اتصالية معقدة يتمثل عنصرها الجوهرى في مجموعة من الخدمات المتطورة المعتمدة على الكمبيوتر التي ستنافس جميع وسائل إنتاج التسليية وصناعة المعلومات الأخرى، كما تتضمن هذه الخدمات توفير تليفزيون عالي الجودة، ورايو ذي بث رقمي، وحواسب ذات وسائط متعددة، وخدمات لاسلكية وهواتف ذكية، وصحف إلكترونية، وأنواع متعددة من خدمات النصوص المصورة⁵⁹.

وتشير الأنشطة البحثية الحديثة إلى العديد من الاحتمالات المثيرة للاهتمام تتضمن محتوى تنشيط الصوت والمحتوى المنشط بالذكاء الاصطناعي، حيث أنه من الممكن على سبيل المثال للتليفزيون التفاعلي أو الكمبيوتر الشخصي أو الهاتف المحمول التعرف على ما يشاهده المشاهد أثناء التفاعل مع المحتوى وإبلاغ المشاهد بأنواع مماثلة من المحتوى، باستخدام رسائل البريد الإلكتروني أو رسائل الوسائط المتعددة، بالإضافة إلى ذلك، يتم التركيز بشكل خاص على تطبيق أحداث الواقع المختلط mixed reality (الافتراضي virtual والحقيقي real) في اندماج وسائل الإعلام⁶⁰. إن اندماج وسائل الإعلام أكثر من مجرد تحول تكنولوجي، فالاندماج يغير العلاقة بين التقنيات والصناعات والأسواق والأنواع الجماهير المتواجدة، وفي نموذج "اندماج وسائل الإعلام" تتطور وسائل الإعلام في عملية مستمرة تتسم بدرجة أقل من الإحلال أو الاستبدال، وإنما تتكيف بتغيير وظائفها عبر إدخال تقنيات جديدة⁶¹. ولا يركز اندماج وسائل الإعلام بشكل خاص على القصة نفسها، إنما يهتم بدلاً من ذلك بالعملية التي يتم بها سرد القصة من خلال الجمع بين وسائل الإعلام المختلفة⁶². ومع نشر محتوى وسائل الإعلام على منصات مختلفة وبأشكال جديدة متطورة من السرد الرقمي عبر الوسائط، يتعين على المناهج المتبعة لتحليل سلوكيات الجمهور دراسة هذا الجانب من أجل توفير نتائج ذات مغزى للأنماط الحالية لاستخدام وسائل الإعلام⁶³.

ويستخدم مصطلحاً "صحافة المواطن Citizen journalism" و"المحتوى الذي ينشئه المستخدم User-generated content UGC" في الإشارة إلى تحولات أوسع في خيارات مشاركة الجمهور⁶⁴.

ويمكن لعشرات الآلاف من المدونين Bloggers إنشاء قصص إخبارية فردية خاصة بهم يومياً باستخدام مصادر من عدة وسائل إخبارية دون الحاجة إلى امتلاك أي شيء سوى جهاز كمبيوتر شخصي واتصال بشبكة الإنترنت⁶⁵.
الإجراءات المنهجية:

تعد الدراسة من البحوث الوصفية Descriptive Research، وتعتمد على منهج المسح بالعينة باستخدام أداة الاستبيان المقنن. وتمثل مجتمع الدراسة في مجتمع طلاب أقسام وكليات الإعلام المصرية الحكومية والخاصة ومجتمع خريجي أقسام وكليات الإعلام المصرية الحكومية والخاصة ومجتمع الخبراء والعاملين في المجال الإعلامي، حيث تم سحب عينة عمدية من كل مجتمع من المجتمعات الثلاثة. وبلغت العينة الإجمالية للمبحوثين 620 مبحوثاً، وتشمل الدراسة ثلاثة محاور:

المحور الأول: يشمل مسح آراء عينة عمدية من طلاب أقسام وكليات الإعلام المصرية الحكومية والخاصة لتقييم مدى استقادتهم من المقررات الدراسية التي درسوها والتدريب الذي تلقوه، وتطلعاتهم لما يريدون دراسته، وذلك بتوظيف أداة الاستبيان المقنن. وبلغ حجم عينة الطلاب 363 طالباً يشملون 241 من طلاب كلية الإعلام جامعة القاهرة ممثلين لكليات الإعلام الحكومية بنسبة 66.4% و 55 من طلاب قسم الإعلام بكلية الآداب جامعة عين شمس ممثلين لأقسام الإعلام الحكومية بنسبة 15.2% و 67 من طلاب كلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات MTI وطلاب المعهد الكندي للإعلام CIC ممثلين لكليات الإعلام الخاصة بنسبة 18.4%.

المحور الثاني: يشمل مسح آراء عينة عمدية من خريجي أقسام وكليات الإعلام المصرية الحكومية والخاصة لمعرفة مدى ممارستهم للعمل الإعلامي والتخصصات التي التحقوا بالعمل بها وجوانب القصور خلال دراستهم الأكاديمية، وذلك بتوظيف أداة الاستبيان المقنن. وبلغ حجم عينة الخريجين 156 خريجاً يشملون 110 من خريجي كلية الإعلام جامعة القاهرة ممثلين لكليات الإعلام الحكومية بنسبة 70.5% و 24 من خريجي قسم الإعلام بكلية الآداب جامعة عين شمس ممثلين لأقسام الإعلام الحكومية بنسبة 15.4% و 22 من خريجي كلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات MTI وخريجي المعهد الكندي للإعلام CIC ممثلين لكليات الإعلام الخاصة بنسبة 14.1%.

المحور الثالث: يشمل مسح آراء عينة عمدية من الخبراء والعاملين في مجال الإعلام لمعرفة مواصفات خريج الإعلام والمؤهلات التي يجب الحصول عليها في ظل

التطور التكنولوجي والمنافسة الشديدة. وبلغ حجم عينة الخبراء 101 خبيراً يشملون كافة المجالات الإعلامية الصحفية والإذاعية والتلفزيونية والعلاقات العامة والإعلان من مؤسسات إعلامية متنوعة: الهيئة الوطنية للإعلام ERTU بقطاعاتها الإذاعية والتلفزيونية ووكالة أنباء الشرق الأوسط والهيئة العامة للاستعلامات وقناة المحور وقناة CBC وقناة Extra News وقناة صدى البلد وقناة ON TV وقناة MBC مصر وقناة الغد وقناة Sky News عربية وقناة الحدث اليوم ومؤسسة On Air Studios للتدريب الإعلامي ومؤسسة الأهرام وصحيفة المصري اليوم وصحيفة الوطن وصحيفة اليوم السابع وصحيفة الدستور وموقع Tera Media وموقع القاهرة 24 وموقع Egyptanaa وموقع Goal.com والمركز الإعلامي لوزارة الداخلية وقطاعات العلاقات العامة بشركات خاصة وO2 Media Group وD Media للإعلان وولاد البلد للخدمات الإعلامية وإطار للإنتاج الإعلامي.

متغيرات الدراسة:

* الاتجاه نحو مستوى التأهيل الأكاديمي (ثبات ألفا كرونباخ=0.791، معامل الصدق الذاتي=0.889) واشتمل على 12 عبارة يحدد المبحوث موقفه منها على مقياس ثلاثي، ببدائل إجابة موافق (3 درجات) ومحايد (درجتين) ومعارض (درجة واحدة)، بإجمالي درجات يتراوح بين 12 و36.

* الاتجاه نحو مدى تلبية المقررات الدراسية لمتطلبات سوق العمل (ثبات ألفا كرونباخ=0.7321، معامل الصدق الذاتي=0.855) واشتمل على 8 عبارات يحدد المبحوث موقفه منها على مقياس ثلاثي، ببدائل إجابة موافق (3 درجات) ومحايد (درجتين) ومعارض (درجة واحدة)، بإجمالي درجات يتراوح بين 8 و24.

* الاتجاه نحو مدى مواكبة المقررات الدراسية للتطورات التكنولوجية (ثبات ألفا كرونباخ=0.638، معامل الصدق الذاتي=0.798) واشتمل على 6 عبارات يحدد المبحوث موقفه منها على مقياس ثلاثي، ببدائل إجابة موافق (3 درجات) ومحايد (درجتين) ومعارض (درجة واحدة)، بإجمالي درجات يتراوح بين 6 و18.

النتائج العامة للدراسة:

1- تقييم مستوى التأهيل الأكاديمي في أقسام وكليات الإعلام المصرية الحكومية والخاصة:

كشفت نتائج الدراسة عن اتفاق تقييم كل من الخبراء وطلاب وخريجي الإعلام لمستوى التأهيل الأكاديمي في أقسام وكليات الإعلام المصرية الحكومية والخاصة

بأنه جيد وذلك بنسبة 52.5% و49% و51.9% على التوالي، ولم يؤثر نوع الجامعة سواء كانت حكومية أو خاصة على مستوى التقييم بالنسبة للطلاب والخريجين. تتفق هذه النتيجة مع دراسة (محمد بن سليمان الصبيحي 2018) التي أظهرت نتائجها درجة متوسطة لمستوى رضا طلاب وطالبات كليات الإعلام وأقسامه في الجامعات السعودية عن مستوى الخدمات التعليمية التي يتلقونها⁶⁶.

2- الاتجاهات نحو التأهيل الأكاديمي الإعلامي:

كشفت نتائج الدراسة عن توافق اتجاهات كل من الخبراء وطلاب وخريجي الإعلام نحو التأهيل الأكاديمي الإعلامي وكان الاتجاه الغالب هو المحايد بنسبة 53.4% و46.8% و43.6% على التوالي، وقد كان لنوع الجامعة تأثير على اتجاهات الطلاب الإيجابية والسلبية، فبينما ارتفعت نسبة الاتجاه الإيجابي لطلاب الكلية الخاصة 35.8% كانت نسبتها منخفضة لطلاب الكلية الحكومية 13.3% وطلاب القسم الحكومي 14.5%، وفي المقابل انخفضت نسبة الاتجاه السلبي لطلاب الكلية الخاصة 6% وارتفعت نسبتها لطلاب الكلية الحكومية 41.9% وطلاب القسم الحكومي 43.7%.

كما كان لنوع الجامعة تأثير أيضاً على اتجاهات الخريجين الإيجابية والسلبية، فبينما ارتفعت نسبة الاتجاه الإيجابي لخريجي الكلية الخاصة 36.4% كانت نسبتها منخفضة لخريجي الكلية الحكومية 14.5% وخريجي القسم الحكومي 4.2%، وفي المقابل انخفضت نسبة الاتجاه السلبي لخريجي الكلية الخاصة 22.7% وارتفعت نسبتها لخريجي الكلية الحكومية 40% وخريجي القسم الحكومي 58.3%. وتشير هذه النتيجة إلى ضرورة اهتمام أساتذة الإعلام بتطوير التأهيل الأكاديمي لزيادة اتجاهات الطلاب الإيجابية نحوه خاصة في الأقسام والكليات الحكومية.

3- اتجاهات الطلاب نحو جودة المقررات الدراسية:

أوضحت نتائج الدراسة أن الاتجاه المحايد كان الغالب في اتجاهات الطلاب نحو جودة المقررات الدراسية بنسبة 54.8%، بينما كان لنوع الجامعة تأثير على اتجاهات الطلاب الإيجابية والسلبية، حيث ارتفعت نسبة الاتجاه الإيجابي لطلاب الكلية الخاصة 46.2% بينما كانت نسبتها منخفضة لطلاب الكلية الحكومية 23.2% وطلاب القسم الحكومي 21.8%، وتؤكد هذه النتيجة مجدداً على الاتجاهات الإيجابية لطلاب الكلية الخاصة نحو التأهيل الأكاديمي الذي يتلقونه في مقابل طلاب الكلية الحكومية وطلاب القسم الحكومي.

4- اتجاهات الطلاب نحو جودة أساليب التدريس والتدريب:

أوضحت نتائج الدراسة أن الاتجاه المحايد كان الغالب أيضاً في اتجاهات الطلاب نحو جودة أساليب التدريس والتدريب بنسبة 50.4%، بينما ارتفعت نسبة الاتجاه الإيجابي

لطلاب الكلية الحكومية 34.9% وطلاب القسم الحكومي 25.5% إلا أنها لا تقارن بالنسبة المرتفعة للاتجاه الإيجابي لطلاب الكلية الخاصة والتي بلغت 61.2%، وهو ما يؤكد مجدداً على ارتفاع نسبة رضا الطلاب عن أساليب التدريس والتدريب بالكلية الخاصة مقارنةً بالكلية الحكومية والقسم الحكومي.

5- تقييم مدى تلبية المقررات الدراسية لمتطلبات سوق العمل:

أظهرت نتائج الدراسة أن الاتجاه السلبي كان الغالب في اتجاهات كل من الطلاب والخريجين نحو مدى تلبية المقررات الدراسية لمتطلبات سوق العمل بنسبة 44.6% و57.7% على التوالي، ويلاحظ أن طلاب الكلية الخاصة فقط من كان لهم اتجاه إيجابي بنسبة 46.3%، فيما لم يؤثر نوع الجامعة سواء كانت حكومية أو خاصة على مستوى التقييم بالنسبة للخريجين حيث كان الاتجاه السلبي هو السائد.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (محمد بن علي السويد 2015) التي أظهرت نتائجها تدني مستوى تأهيل خريجي أقسام الإعلام بما يتناسب مع وظائف السوق⁶⁷، بينما تختلف مع دراسة (2016 Waleed Rashidi) التي أشارت إلى رضا الخريجين عن البرامج الدراسية التي قدمت رؤية مفصلة لسوق العمل⁶⁸.

6- تقييم مدى مواكبة المقررات الدراسية للتطورات التكنولوجية الحديثة في الصناعة الإعلامية:

أظهرت نتائج الدراسة أن الاتجاه المحايد كان الغالب في اتجاهات كل من الطلاب والخريجين نحو مدى مواكبة المقررات الدراسية للتطورات التكنولوجية الحديثة في الصناعة الإعلامية بنسبة 52.9% و53.2% على التوالي، ويلاحظ أيضاً أن طلاب وخريجي الكلية الخاصة فقط من كان لهم اتجاه إيجابي بنسبة 46.3% و45.5% على التوالي.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (محمد بن سليمان الصبيحي 2018) التي أشارت إلى مستوى متوسط من مواكبة البرامج الدراسية في كليات الإعلام وأقسامه بالجامعات السعودية للتطور السريع في صناعة الإعلام وتكنولوجيا الاتصال⁶⁹.

7- العدد المثالي للساعات المعتمدة للحصول على شهادة التخرج في مجال الإعلام:

كشفت نتائج الدراسة عن توافق كل من الخبراء وطلاب وخريجي الإعلام حول العدد المثالي للساعات المعتمدة للحصول على شهادة التخرج في مجال الإعلام وهو 120 ساعة معتمدة (40 مقررًا دراسيًا) وذلك بنسبة 34.7% و48.5% و47.4% على التوالي.

وتتفق هذه النتيجة مع الاتجاه السائد حالياً في الولايات المتحدة والدول الأوروبية بتقليل عدد الساعات المعتمدة في البرامج الدراسية الإعلامية.

بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة (صالح عراقي 2015)⁷⁰ التي أظهرت أن خبراء الإعلام يرون أن العدد المثالي للحصول على الدرجة الجامعية الأولى في الإعلام هو 141 ساعة معتمدة (48 مقررًا دراسيًا).

8- التوزيع المناسب للمقررات الدراسية:

أولاً: مقررات عامة إجبارية متطلبات الجامعة:

كشفت نتائج الدراسة عن توافق كل من الخبراء وطلاب وخريجي الإعلام حول العدد المثالي للمقررات العامة الإجبارية متطلبات الجامعة وهو مقرران وذلك بنسبة 49.5% و48.5% و49.4% على التوالي.

ثانياً: مقررات اللغات العربية والأجنبية:

كشفت نتائج الدراسة عن توافق كل من طلاب وخريجي الإعلام حول العدد المثالي لمقررات اللغات العربية والأجنبية وهو مقرران وذلك بنسبة 43.5% و34.6% على التوالي، فيما اختلف الخبراء وحدد 40.6% منهم العدد المثالي بـ6 مقررات، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن الخبرة العملية في المجال الإعلامي تقتضي إجادة اللغات العربية والأجنبية.

ثالثاً: مقررات الثقافة العامة من العلوم الاجتماعية والآداب والفنون:

كشفت نتائج الدراسة عن توافق كل من طلاب وخريجي الإعلام حول العدد المثالي لمقررات الثقافة العامة من العلوم الاجتماعية والآداب والفنون وهو 6 مقررات وذلك بنسبة 57.3% و55.2% على التوالي، فيما اختلف الخبراء وحدد 36.6% منهم العدد المثالي بـ8 مقررات.

رابعاً: المقررات الإعلامية العامة لجميع الأقسام:

كشفت نتائج الدراسة عن توافق كل من طلاب وخريجي الإعلام حول العدد المثالي للمقررات الإعلامية العامة لجميع الأقسام وهو 7 مقررات وذلك بنسبة 40.8% و36.5% على التوالي، فيما اختلف الخبراء وحدد 40.5% منهم العدد المثالي بـ8 مقررات.

خامساً: مقررات التخصص:

كشفت نتائج الدراسة عن توافق كل من الخبراء وطلاب وخريجي الإعلام حول العدد المثالي لمقررات التخصص وهو 10 مقررات وذلك بنسبة 48.5% و46.8% و53.9% على التوالي.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (صالح عراقي 2015) التي أوضحت أن تركيز الخبراء كان على الاهتمام بمواد التخصص بنسبة 50% من إجمالي نسب المقررات الدراسية (24 مقررًا من 48 مقررًا دراسيًا)⁷¹.

سادساً: مقررات التخصص الدقيق:

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

كشفت نتائج الدراسة عن توافق كل من الخبراء وطلاب وخريجي الإعلام حول العدد المثالي لمقررات التخصص الدقيق وهو 5 مقررات وذلك بنسبة 58.4% و56.2% و60.3% على التوالي.

سابعاً: مقررات التدريب ومشروعات التخرج:

كشفت نتائج الدراسة عن توافق كل من الخبراء وطلاب وخريجي الإعلام حول العدد المثالي لمقررات التدريب ومشروعات التخرج وهو 8 مقررات وذلك بنسبة 60.4% و43.3% و44.2% على التوالي.

9- تقييم أهمية بعض المقررات الدراسية المناسبة لمفهوم "اندماج وسائل الإعلام Media Convergence" في العصر الرقمي:

جدول رقم (1)

درجة أهمية بعض المقررات الدراسية المناسبة لمفهوم "اندماج وسائل الإعلام Media Convergence" في العصر الرقمي

الخبراء	الخريجون				الطلاب				الفئة المقررات
	الإجمالي	كلية خاصة	قسم حكومي	كلية حكومية	الإجمالي	كلية خاصة	قسم حكومي	كلية حكومية	
97%	92.3%	83.3%	93.1%	93.9%	90.9%	89.6%	92.1%	91%	الإعلام في العصر الرقمي
95.4%	94.7%	89.4%	95.8%	95.5%	91.6%	89.6%	92.7%	91.8%	الكتابة لوسائل الإعلام الرقمي
98.7%	94.2%	89.4%	94.4%	95.2%	92.8%	92%	92.1%	93.2%	أدوات ومهارات الإعلام الرقمي
85.8%	84%	77.3%	80.6%	86.1%	79.9%	83.6%	81.8%	78.4%	السرد الرقمي
90.1%	91.9%	84.8%	93.1%	93%	90.8%	87.1%	92.7%	91.4%	كتابة وإنتاج الوسائط المتعددة
86.1%	82.7%	86.4%	79.2%	82.7%	82.8%	87.6%	85.5%	80.9%	"اندماج وسائل الإعلام"
93.4%	93.2%	89.4%	93.1%	93.9%	92.5%	92.5%	92.7%	92.4%	الإنتاج الإعلامي الإلكتروني
94.1%	94.7%	90.9%	93.1%	95.8%	91.6%	95.5%	91.5%	90.5%	تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي
95%	93.4%	90.9%	90.3%	94.5%	92%	88.6%	95.8%	92.1%	صحافة الموبايل
90.8%	95.5%	90.9%	97.2%	96.1%	94.9%	94%	93.3%	95.6%	التسويق الإلكتروني
93.7%	94%	92.4%	91.7%	94.8%	94.7%	94%	94.5%	94.9%	الإعلان عبر وسائل التواصل الاجتماعي
87.1%	85.5%	81.8%	81.9%	87%	82.8%	86.1%	81.8%	82.2%	تحليل بيانات الوسائط الرقمية

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

الخبراء	الخريجون			الطلاب			الفئة المقررات		
	الإجمالي	كلية خاصة	قسم حكومي	كلية حكومية	الإجمالي	كلية خاصة		قسم حكومي	
%90.1	%83.8	%80.3	%76.4	%86.1	%80.3	%84.6	%82.4	%78.7	إدارة غرف الأخبار المدمجة
%95	%92.7	%92.4	%90.3	%93.3	%90.9	%87.6	%93.3	%91.3	نشر الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي
%91.7	%91.2	%81.8	%94.4	%92.4	%84.6	%81.1	%83.6	%85.8	إنشاء وإدارة المنصات الرقمية
%92.7	%91.9	%84.8	%88.9	%93.9	%89.4	%90	%86.1	%90	استراتيجيات صناعة المحتوى في الوسائل الرقمية
%90.4	%91	%86.4	%84.7	%93.3	%90.6	%91	%92.1	%90.2	إذاعات وقنوات الويب
%88.4	%86.5	%84.8	%90.3	%86.1	%87.7	%88.1	%89.1	%87.3	تطبيقات الذكاء الاصطناعي
%89.8	%88	%89.4	%79.2	%89.7	%86.5	%86.1	%90.3	%85.8	التربية الإعلامية الأخلاقية
%96	%94.4	%93.9	%91.7	%95.2	%93.1	%94	%92.1	%93.1	الإعلام عبر وسائل التواصل الاجتماعي

يتضح من الجدول السابق توافق كل من الخبراء وطلاب وخريجي الإعلام حول أهمية بعض المقررات الدراسية المناسبة لمفهوم "اندماج وسائل الإعلام" في العصر الرقمي حيث كانت نسب جميع المقررات مرتفعة، وحاز مقرر "التسويق الإلكتروني" على أعلى درجة أهمية لكل من الطلاب والخريجين وذلك بنسبة 94.9% و95.5% على التوالي، فيما حاز مقرر "أدوات ومهارات الإعلام الرقمي" على أعلى درجة أهمية للخبراء بنسبة 98.7%.

10- جوانب القصور في التأهيل الأكاديمي لخريجي الإعلام:

جدول رقم (2)

جوانب القصور في التأهيل الأكاديمي لخريجي الإعلام

الإجمالي (ن=156)	كلية خاصة (ن=22)	قسم حكومي (ن=24)	كلية حكومية (ن=110)	الفئة	
				ك	جوانب القصور
83	6	11	66	ك	تزايد أعداد الملتحقين بأقسام وكليات الإعلام
%53.2	%27.3	%45.8	%60	%	
110	17	18	75	ك	عدم تطوير اللوائح الدراسية وعدم تحديث المقررات
%70.5	%77.3	%75	%68.2	%	
94	11	16	67	ك	عدم مواكبة التطورات المتلاحقة في تكنولوجيا الإعلام
%60.3	%50	%66.7	%60.9	%	
81	9	18	54	ك	عدم وجود معامل متطورة للتدريب على الوسائط المتعددة والتكنولوجيا الحديثة
%51.9	%40.9	%75	%49.1	%	

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

الإجمالي (ن=156)	كلية خاصة (ن=22)	قسم حكومي (ن=24)	كلية حكومية (ن=110)	الفئة	
				ك	جوانب القصور
91	11	17	63	ك	عدم المزج الفعال بين الجانبين النظري والتطبيقي
%58.3	%50	%70.8	%57.3	%	
110	10	15	85	ك	عدم إتاحة فرص التدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية
%70.5	%45.5	%62.5	%77.3	%	
41	7	4	30	ك	عدم الاستعانة بخبرات إعلامية في التطبيقات العملية
%26.3	%31.8	%16.7	%27.3	%	
54	6	11	37	ك	عدم اكتساب المعارف والمهارات اللازمة لممارسة العمل الإعلامي.
%34.6	%27.3	%45.8	%33.6	%	
95	12	17	66	ك	عدم الربط بين المناهج النظرية وواقع العمل الإعلامي
%60.9	%54.5	%70.8	%60	%	
53	5	14	34	ك	قاعات التدريب غير مهيأة من حيث صلاحيتها لتطبيقات الإنتاج الإعلامي
%34	%22.7	%58.3	%30.9	%	
38	5	11	22	ك	عدم توفر الفنيين المتخصصين لتشغيل المعامل والاستوديوهات
%24.4	%22.7	%45.8	%20	%	
67	9	16	42	ك	عدم توفر المعدات والأجهزة الحديثة المخصصة لتنفيذ مشاريع التخرج
%42.9	%40.9	%66.7	%38.2	%	

يتضح من الجدول السابق أن "عدم تطوير اللوائح الدراسية وعدم تحديث المقررات" و"عدم إتاحة فرص التدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية" احتلا المركز الأول في جوانب القصور في التأهيل الأكاديمي لخريجي الإعلام بنسبة 70.5% تلاهما "عدم الربط بين المناهج النظرية وواقع العمل الإعلامي" بنسبة 60.9% ثم "عدم مواكبة التطورات المتلاحقة في تكنولوجيا الإعلام" بنسبة 60.3%.

11- مدى ممارسة العمل الإعلامي بعد التخرج:

أظهرت نتائج الدراسة أن 71.2% من الخريجين (عينة الدراسة) مارسوا العمل الإعلامي بعد التخرج وهي نسبة تعتبر مرتفعة مع تزايد أعداد خريجي أقسام وكليات الإعلام، ويلاحظ ارتفاع نسبة من لم يمارس العمل الإعلامي من خريجي الكلية الخاصة بنسبة 45.5% مقارنة مع خريجي الكلية الحكومية والقسم الحكومي الذين لم يمارسوا العمل الإعلامي بنسبة 25.5% و29.2% على التوالي.

والوظائف الإعلامية التي مارسها الخريجون (عينة الدراسة) كانت الوظيفة الأبرز فيها هي "عمل مستقل (Free Lancer) عبر وسائل التواصل الاجتماعي" بنسبة 31.5% تلاها وظيفة "محرر صحفي" بنسبة 28.8% ثم وظيفة "معد تليفزيوني" بنسبة 9.9% وانخفضت نسب الوظائف الإعلامية الأخرى عن 6.3%.

12- مواصفات خريج الإعلام:

جدول رقم (3)

أهمية مواصفات خريج الإعلام من وجهة نظر الخبراء

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	غير مهمة		لا أستطيع التحديد		مهمة		الأهمية المواصفات
		%	ك	%	ك	%	ك	
99.7%	2.99	-	-	1%	1	99%	100	إتقان استخدام تكنولوجيا الاتصال في المجال الإعلامي
99%	2.97	-	-	3%	3	97%	98	إجادة مهارات الاتصال
98.7%	2.96	-	-	4%	4	96%	97	قوة الشخصية والذكاء الاجتماعي
98.3%	2.95	-	-	5%	5	95%	96	الإلمام بالمعارف المتنوعة في تخصص الإعلام
98.3%	2.95	-	-	5%	5	95%	96	المظهر اللائق والمقبول
98%	2.94	-	-	5.9%	6	94.1%	95	معرفة آداب وأخلاقيات مهنة الإعلام
97%	2.91	1%	1	6.9%	7	92.1%	93	الإلمام بحاجات سوق العمل الإعلامي الجديد ومتطلباته المتغيرة في العصر الرقمي
96.4%	2.89	1%	1	8.9%	9	90.1%	91	الإبداع والابتكار في التخصص الإعلامي
96%	2.88	2%	2	7.9%	8	90.1%	91	الوعي بالمتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية محلياً وإقليمياً ودولياً
94.7%	2.84	3%	3	9.9%	10	87.1%	88	التفكير النقدي والقدرة على اتخاذ القرار
92.4%	2.77	1%	1	20.8%	21	78.2%	79	التمتع بمهارات القيادة والعمل الجماعي
89.8%	2.69	5%	5	20.8%	21	74.3%	75	إجادة اللغات المختلفة
83.8%	2.51	12.9%	13	22.8%	23	64.4%	65	الإلمام بأسس إدارة المؤسسات الإعلامية واقتصادياتها

يتضح من الجدول السابق أن "إتقان استخدام تكنولوجيا الاتصال في المجال الإعلامي" جاء في المرتبة الأولى من حيث أهمية مواصفات خريج الإعلام من وجهة نظر الخبراء بوزن نسبي 99.7% وتلاه "إجادة مهارات الاتصال" بوزن نسبي 99% ثم "قوة الشخصية والذكاء الاجتماعي" بوزن نسبي 98.7%، وحازت باقي المواصفات على أوزان نسبية تراوحت بين 98.3% و 83.8% مما يدل على أهميتها، إلا أن النتيجة تظهر أيضاً الدور الكبير للتكنولوجيا الحديثة وضرورة إتقانها كمهارة أساسية لا غنى عنها لخريج الإعلام.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (صالح عراقي 2015) التي أشارت إلى أن التعامل مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخداماتها في المجالات الإعلامية المختلفة من أهم المواصفات التي يجب أن يتحلى بها خريج الإعلام من وجهة نظر الخبراء⁷².

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

13- المهارات المهنية المطلوبة لسوق العمل والتي يجب أن تتوافر لدى خريج الإعلام:

جدول رقم (4)

مدى أهمية المهارات المهنية المطلوبة لسوق العمل والتي يجب أن تتوافر لدى خريج الإعلام من وجهة نظر الخبراء

الاهمية المهارات	مهمة		لا أستطيع التحديد		غير مهمة		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	%	ك	%	ك	%	ك		
استخدام الأدوات والإمكانيات التكنولوجية الملائمة للتخصص الإعلامي	96%	97	4%	4	-	-	2.96	98.7%
الكتابة السليمة والواضحة باستخدام القوالب الملائمة للتخصص الإعلامي وبما يناسب الجمهور المستهدف	95%	96	3%	3	2%	2	2.93	97.7%
الدقة والسرعة والموضوعية في التناول الإعلامي والتحقق من صدق الوقائع	94%	95	5%	5	1%	1	2.93	97.7%
القدرة على حل المشكلات بأسلوب علمي وواقعي	91.1%	92	8.9%	9	-	-	2.91	97%
الإلمام بالقضايا المحلية والإقليمية والدولية	94%	95	2%	2	4%	4	2.90	96.7%
التواصل الاجتماعي مع أفراد المجتمع.	92.1%	93	5.9%	6	2%	2	2.90	96.7%
تحديد مبادئ وقوانين حرية التعبير والالتزام بمواثيق الشرف الإعلامي	91.1%	92	6.9%	7	2%	2	2.89	96.4%
القدرة على جمع البيانات والمعلومات من مصادرها المختلفة بسهولة	90.1%	91	7.9%	8	2%	2	2.88	96%
إتقان فن إدارة الحوار بأسلوب ديمقراطي	91.1%	92	5.9%	6	3%	3	2.88	96%
إتقان فن الإلقاء وتقديم الذات (Self Presentation)	83.2%	84	10.9%	11	5.9%	6	2.77	92.4%
إتقان الاتصال غير اللفظي Non Verbal Communication عبر تعبيرات الوجه والإشارات ولغة الجسد	82.1%	83	12.9%	13	5%	5	2.77	92.4%
تخطيط وتنفيذ الإنتاج الإعلامي وفقاً للتخصص	74.3%	75	19.8%	20	5.9%	6	2.68	89.4%
معرفة أساليب قياس الرأي العام واتجاهاته نحو القضايا.	74.3%	75	18.8%	19	6.9%	7	2.67	89.1%
معرفة استراتيجيات الاتصال في إدارة الأزمات	74.3%	75	16.8%	17	8.9%	9	2.65	88.4%
إدراك تطور علوم الإعلام ونظرياته	72.3%	73	18.8%	19	8.9%	9	2.63	87.8%
معرفة أسس التسويق الاجتماعي للافكار المستحدثة	72.3%	73	17.8%	18	9.9%	10	2.62	87.5%
إتقان الترجمة باللغات المختلفة	59.4%	60	28.7%	29	11.9%	12	2.48	82.5%
إجراء البحوث العلمية وتقييم المعلومات للتخصص الإعلامي	57.4%	58	20.8%	21	21.8%	22	2.36	78.5%

يتضح من الجدول السابق أن "استخدام الأدوات والإمكانيات التكنولوجية الملائمة للتخصص الإعلامي" جاء في المرتبة الأولى من حيث أهمية المهارات المهنية المطلوبة لسوق العمل والتي يجب أن تتوافر لدى خريج الإعلام من وجهة نظر الخبراء بوزن نسبي 98.7% ثم "الكتابة السليمة والواضحة باستخدام القوالب

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

الملائمة للتخصص الإعلامي وبما يناسب الجمهور المستهدف" و"الدقة والسرعة والموضوعية في تناول الإعلام والتحقق من صدق الوقائع" بوزن نسبي 97.7% لكل منهما، وتؤكد النتيجة من جديد على الأهمية الكبيرة لإتقان التكنولوجيا كأهم مهارة مطلوبة لسوق العمل في العصر الرقمي.

14- مقترحات تطوير اللوائح الدراسية الإعلامية:

جدول رقم (5)

مقترحات الخبراء لتطوير اللوائح الدراسية الإعلامية (ن=101)

مقترحات الخبراء	ك	%
الاهتمام بزيادة نسبة التطبيق العملي	35	34.7%
مواكبة التطورات التقنية في سوق العمل بإضافة مواد دراسية جديدة مثل صحافة الفيديو وصحافة البيئات والافتوجراف وتقنيات الذكاء الاصطناعي	21	20.8%
تحسين جودة ومحتوى التدريب العملي	14	13.9%
الاستعانة بخبراء الإعلام لمعاونة الأساتذة في تدريس مواد التخصص	10	9.9%
عقد شراكات تدريب وعمل مع المؤسسات الإعلامية	8	7.9%

جدول رقم (6)

مقترحات الخريجين لتطوير اللوائح الدراسية الإعلامية (ن=156)

مقترحات الخريجين	ك	%
إعطاء وزن نسبي أكبر للتدريب العملي ضمن الدرجة النهائية	55	35.3%
إضافة مواد دراسية جديدة أكثر مواكبة للتطورات في مجال الإعلام	34	21.8%
استحداث أساليب جديدة للشرح	21	13.5%
ربط الجامعات بسوق العمل من خلال اتفاقات تعاون وشراكة	13	8.3%
بدء التدريب العملي منذ التحاق الطالب بالكلية	8	5.1%
رفع كفاءة العنصر البشري القائم بعملية التدريس	6	3.8%
تنمية مهارات الطلاب في الكتابة والتعبير	3	1.9%
الاهتمام بتقوية الطلاب في النواحي المنهجية	2	1.3%

يتضح من الجدولين السابقين توافق كل من الخبراء وخريجي الإعلام في مقترحاتهم لتطوير اللوائح الدراسية الإعلامية حول أهمية التطبيق والتدريب العملي وذلك بنسبة 34.7% و 35.3% على التوالي ثم إضافة مواد دراسية جديدة أكثر مواكبة للتطورات التقنية في سوق العمل الإعلامي وذلك بنسبة 20.8% و 21.8% على التوالي، وهو ما يؤكد النتائج السابقة التي أشارت إلى الأهمية المتزايدة لدراسة التكنولوجيا الحديثة في مجال الإعلام.

نتائج اختبارات الفروض:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب والخريجين والخبراء في اتجاهاتهم نحو مستوى التأهيل الأكاديمي.

جدول رقم (7)

معنوية الفروق بين الطلاب والخريجين والخبراء في اتجاهاتهم نحو مستوى التأهيل الأكاديمي

الدالة	مستوى المعنوية	درجتنا الحرية	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الفئة
دالة	0.005	2 397	5.299	5.825	22.62	363	طلاب
				5.796	21.84	156	خريجون
				5.871	24.25	101	خبراء

يوضح الجدول السابق باستخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه (ف) One Way Anova معنوية الفروق بين الطلاب والخريجين والخبراء في اتجاهاتهم نحو مستوى التأهيل الأكاديمي، حيث بلغت قيمة (ف) 5.299، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجتنا حرية 2 و 397 ومستوى معنوية 0.005. فقد كانت مجموعة الخبراء الأكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو مستوى التأهيل الأكاديمي بمتوسط 5.871، تليها مجموعة الطلاب بمتوسط 5.825، ثم جاءت أخيراً مجموعة الخريجين بمتوسط 5.796. وتؤكد تلك النتيجة ثبوت صحة الفرض الأول.

ولتحديد مصدر الفروق بين الطلاب والخريجين والخبراء في اتجاهاتهم نحو مستوى التأهيل الأكاديمي قامت الباحثة بإجراء اختبار بعدي PostHoc بطريقة LSD، الذي جاءت نتيجته على النحو التالي:

جدول رقم (8)

اختبار LSD لمصدر الفروق بين الطلاب والخريجين والخبراء في اتجاهاتهم نحو مستوى التأهيل الأكاديمي

الدالة	مستوى المعنوية	الخطأ المعياري	الفرق بين المتوسطين	المجموعة المقارنة	المجموعة الأولى
غير دالة	0.162	0.558	0.780	خريجون	طلاب
دالة	0.013	0.655	*1.628-	خبراء	خريجون
دالة	0.001	0.744	*2.408-	خبراء	خريجون

* دالة عند مستوى معنوية 0.05

يوضح الجدول السابق النتائج التالية:

- معنوية الفروق بين مجموعة الخبراء من جانب ومجموعة الطلاب من جانب آخر، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين -1.628 بمستوى معنوية 0.013.
- معنوية الفروق بين مجموعة الخبراء من جانب ومجموعة الخريجين من جانب آخر، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين -2.408 بمستوى معنوية 0.001.

- عدم معنوية الفروق بين مجموعة الخريجين من جانب ومجموعة الطلاب من جانب آخر، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين 0.780.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب والخريجين في كل من اتجاهاتهم نحو مدى تلبية المقررات الدراسية لمتطلبات سوق العمل ومدى مواكبة المقررات الدراسية للتطورات التكنولوجية.

جدول رقم (9)

معنوية الفروق بين الطلاب والخريجين في كل من اتجاهاتهم نحو مدى تلبية المقررات الدراسية لمتطلبات سوق العمل ومدى مواكبة المقررات الدراسية للتطورات التكنولوجية

الاتجاهات نحو	الفئة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت T	درجة الحرية	مستوى المعنوية	الدلالة
مدى تلبية المقررات الدراسية لمتطلبات سوق العمل	طلاب	363	14.68	4.390	2.573	517	0.010	دالة
	خريجون	156	13.62	4.126				
مدى مواكبة المقررات الدراسية للتطورات التكنولوجية	طلاب	363	12.82	3.005	2.258	517	0.024	دالة
	خريجون	156	12.16	3.173				

يوضح الجدول السابق باستخدام اختبار (ت) T Test معنوية الفروق بين الطلاب والخريجين في اتجاهاتهم نحو مدى تلبية المقررات الدراسية لمتطلبات سوق العمل حيث بلغت قيمة (ت) 2.573 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.010، ومعنوية الفروق بين الطلاب والخريجين في اتجاهاتهم نحو مدى مواكبة المقررات الدراسية للتطورات التكنولوجية حيث بلغت قيمة (ت) 2.258 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.024.

وتؤكد تلك النتيجة ثبوت صحة الفرض الثاني.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاهات الطلاب نحو مستوى التأهيل الأكاديمي واتجاهاتهم نحو مدى تلبية المقررات الدراسية لمتطلبات سوق العمل.

جدول رقم (10)

معنوية العلاقة بين اتجاهات الطلاب نحو مستوى التأهيل الأكاديمي واتجاهاتهم نحو مدى تلبية المقررات الدراسية لمتطلبات سوق العمل

معامل بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
**0.784	0.000	دالة

** دالة عند مستوى معنوية 0.01

يوضح الجدول السابق معنوية العلاقة الارتباطية بين اتجاهات الطلاب نحو مستوى التأهيل الأكاديمي واتجاهاتهم نحو مدى تلبية المقررات الدراسية لمتطلبات سوق

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

العمل، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.784، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وهي علاقة طردية مرتفعة الشدة، ما يعني أنه كلما كانت اتجاهات الطلاب نحو مستوى التأهيل الأكاديمي أكثر إيجابية كانت اتجاهاتهم نحو مدى تلبية المقررات الدراسية لمتطلبات سوق العمل أكثر إيجابية أيضاً والعكس بالعكس.

وتؤكد تلك النتيجة ثبوت صحة الفرض الثالث.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب في اتجاهاتهم نحو مستوى التأهيل الأكاديمي بحسب نوع الجامعة.

جدول رقم (11)

معنوية الفروق بين الطلاب في اتجاهاتهم نحو مستوى التأهيل الأكاديمي بحسب نوع الجامعة

الفئة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	درجتا الحرية	مستوى المعنوية	الدلالة
كلية حكومية	241	21.62	5.535	23.061	2 360	0.000	دالة
قسم حكومي	55	21.98	6.084				
كلية خاصة	67	26.73	4.823				

يوضح الجدول السابق باستخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه (ف) One Way Anova معنوية الفروق بين الطلاب في اتجاهاتهم نحو مستوى التأهيل الأكاديمي بحسب نوع الجامعة، حيث بلغت قيمة (ف) 23.061، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجتا حرية 2 و360 ومستوى معنوية 0.000. فقد كانت مجموعة طلاب الكلية الخاصة الأكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو مستوى التأهيل الأكاديمي بمتوسط 26.73، تليها مجموعة طلاب القسم الحكومي بمتوسط 21.98، ثم جاءت أخيراً مجموعة طلاب الكلية الحكومية بمتوسط 21.62.

وتؤكد تلك النتيجة ثبوت صحة الفرض الرابع.

ولتحديد مصدر الفروق بين الطلاب في اتجاهاتهم نحو مستوى التأهيل الأكاديمي بحسب نوع الجامعة قامت الباحثة بإجراء اختبار بعدي PostHoc بطريقة LSD، الذي جاءت نتيجته على النحو التالي:

جدول رقم (12)

اختبار LSD لمصدر الفروق بين الطلاب في اتجاهاتهم نحو مستوى التأهيل الأكاديمي بحسب نوع الجامعة

المجموعة الأولى	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى المعنوية	الدلالة
كلية حكومية	قسم حكومي	-0.359	0.822	0.662	غير دالة
كلية حكومية	كلية خاصة	-5.109*	0.760	0.000	دالة
قسم حكومي	كلية خاصة	-4.750*	1.001	0.000	دالة

* دالة عند مستوى معنوية 0.05

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

- يوضح الجدول السابق النتائج التالية:
- معنوية الفروق بين مجموعة طلاب الكلية الخاصة من جانب ومجموعة طلاب القسم الحكومي من جانب آخر، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين -4.750 بمستوى معنوية 0.000.
 - معنوية الفروق بين مجموعة طلاب الكلية الخاصة من جانب ومجموعة طلاب الكلية الحكومية من جانب آخر، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين -5.109 بمستوى معنوية 0.000.
 - عدم معنوية الفروق بين مجموعة طلاب القسم الحكومي من جانب ومجموعة طلاب الكلية الحكومية من جانب آخر، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين -0.359.
- الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخريجين في اتجاهاتهم نحو مستوى التأهيل الأكاديمي بحسب مدى ممارسة العمل الإعلامي بعد التخرج ونوع الجامعة.

جدول رقم (13)

معنوية الفروق بين الخريجين في اتجاهاتهم نحو مستوى التأهيل الأكاديمي بحسب مدى ممارسة العمل الإعلامي بعد التخرج ونوع الجامعة

الدلالة	مستوى المعنوية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الفئة	الفئة
غير دالة	0.548	154	T= 0.602	5.945	22.02	111	نعم	مدى ممارسة العمل الإعلامي بعد التخرج
				5.450	21.40	45	لا	
دالة	0.004	2 153	F= 5.780	5.829	21.88	110	كلية حكومية	نوع الجامعة
				4.686	19.04	24	قسم حكومي	
				5.489	24.68	22	كلية خاصة	

يوضح الجدول السابق باستخدام اختبار (ت) T Test عدم معنوية الفروق بين الخريجين في اتجاهاتهم نحو مستوى التأهيل الأكاديمي بحسب مدى ممارسة العمل الإعلامي بعد التخرج حيث بلغت قيمة (ت) 0.602 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.548، بينما يوضح الجدول باستخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه (ف) One Way Anova معنوية الفروق بين الخريجين في اتجاهاتهم نحو مستوى التأهيل الأكاديمي بحسب نوع الجامعة، حيث بلغت قيمة (ف) 5.780، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجتى حرية 2 و153 ومستوى معنوية 0.004. فقد كانت مجموعة خريجي الكلية الخاصة الأكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو مستوى التأهيل الأكاديمي بمتوسط 24.68، تليها مجموعة خريجي الكلية الحكومية بمتوسط 21.88، ثم جاءت أخيراً مجموعة خريجي القسم الحكومي بمتوسط 19.04.

وتؤكد تلك النتيجة ثبوت صحة الفرض الخامس جزئياً حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخريجين في اتجاهاتهم نحو مستوى التأهيل الأكاديمي بحسب نوع

الجامعة بينما لا توجد فروق بينهم بحسب مدى ممارسة العمل الإعلامي بعد التخرج.

ولتحديد مصدر الفروق بين الخريجين في اتجاهاتهم نحو مستوى التأهيل الأكاديمي بحسب نوع الجامعة، قامت الباحثة بإجراء اختبار بعدي PostHoc بطريقة LSD، الذي جاءت نتيجته على النحو التالي:

جدول رقم (14)

اختبار LSD لمصدر الفروق بين الخريجين في اتجاهاتهم نحو مستوى التأهيل الأكاديمي بحسب نوع الجامعة

المجموعة الأولى	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى المعنوية	الدلالة
كلية حكومية	قسم حكومي	*2.840	1.267	0.026	دالة
قسم حكومي	كلية خاصة	*2.800-	1.314	0.035	دالة
قسم حكومي	كلية خاصة	*5.640-	1.660	0.001	دالة

* دالة عند مستوى معنوية 0.05

يوضح الجدول السابق النتائج التالية:

- معنوية الفروق بين مجموعة خريجي الكلية الخاصة من جانب ومجموعة خريجي القسم الحكومي من جانب آخر، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين -5.640 بمستوى معنوية 0.001.
- معنوية الفروق بين مجموعة خريجي الكلية الخاصة من جانب ومجموعة خريجي الكلية الحكومية من جانب آخر، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين -2.800 بمستوى معنوية 0.035.
- معنوية الفروق بين مجموعة خريجي القسم الحكومي من جانب ومجموعة خريجي الكلية الحكومية من جانب آخر، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين 2.840 بمستوى معنوية 0.026.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاهات الخبراء نحو مستوى التأهيل الأكاديمي ومدى توفر المهارات المهنية المطلوبة لسوق العمل.

جدول رقم (15)

معنوية العلاقة بين اتجاهات الخبراء نحو مستوى التأهيل الأكاديمي ومدى توفر المهارات المهنية المطلوبة لسوق العمل

معامل بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
*0.230	0.021	دالة

* دالة عند مستوى معنوية 0.05

يوضح الجدول السابق معنوية العلاقة الارتباطية بين اتجاهات الخبراء نحو مستوى التأهيل الأكاديمي ومدى توفر المهارات المهنية المطلوبة لسوق العمل، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.230، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.05.

وتؤكد تلك النتيجة ثبوت صحة الفرض السادس.

مناقشة عامة للنتائج:

أظهر تقييم كل من الخبراء وطلاب وخريجي الإعلام للتأهيل الأكاديمي في أقسام وكليات الإعلام المصرية الحكومية والخاصة بأنه جيد المستوى، ولم يؤثر نوع الجامعة سواء كانت حكومية أو خاصة على مستوى التقييم بالنسبة للطلاب والخريجين، ما يشير إلى ضرورة الارتقاء بمستوى التأهيل الأكاديمي للوصول إلى تقييم أعلى بما يتناسب مع دوره المهم في تخريج جيل جديد من الإعلاميين قادرين على المنافسة في سوق العمل.

مما يتفق مع نتائج دراسة (Kathy R. Fitzpatrick و Carolyn Bronstein) (2015)⁷³ التي أشارت إلى ضرورة التركيز في البرامج الدراسية الإعلامية على تحسين التفكير النقدي وتعميقه لدى الطلاب لخلق قيادات إعلامية قادرة على مواكبة العصر الجديد.

ويوجد توافق في اتجاهات كل من الخبراء وطلاب وخريجي الإعلام نحو التأهيل الأكاديمي الإعلامي وكان الاتجاه الغالب هو المحايد، وقد كان لنوع الجامعة تأثير على اتجاهات الطلاب والخريجين الإيجابية والسلبية، حيث ارتفعت نسبة الاتجاه الإيجابي لطلاب وخريجي الكلية الخاصة، في المقابل ارتفعت نسبة الاتجاه السلبي لطلاب وخريجي الكلية الحكومية والقسم الحكومي، وتشير هذه النتيجة إلى ضرورة اهتمام أساتذة الإعلام بتطوير التأهيل الأكاديمي لزيادة اتجاهات الطلاب الإيجابية نحوه خاصة في الأقسام والكليات الحكومية.

وعلى الرغم من أن الاتجاه المحايد كان الغالب في اتجاهات الطلاب نحو جودة المقررات الدراسية وأساليب التدريس والتدريب، إلا أنه كان لنوع الجامعة تأثير على اتجاهات الطلاب الإيجابية والسلبية، حيث ارتفعت نسبة الاتجاهات الإيجابية لطلاب الكلية الخاصة، وهو ما يؤكد مجدداً على ارتفاع نسبة رضا طلاب الكلية الخاصة عن جودة المقررات الدراسية وأساليب التدريس والتدريب مقارنةً بالقسم الحكومي والكلية الحكومية.

أما فيما يتعلق بمدى تلبية المقررات الدراسية لمتطلبات سوق العمل، فقد كانت اتجاهات كل من الطلاب والخريجين سلبية نحوها، وتشير هذه النتيجة إلى ضرورة تطوير المقررات الدراسية بحيث تواكب متطلبات سوق العمل الإعلامي المتغيرة في إطار "اندماج وسائل الإعلام" ووجود المنصات الإعلامية المتعددة.

ويتوافق ذلك مع دراسة (إيمان أحمد عزمي 2019)⁷⁴ التي توصلت إلى أن سوق العمل الحالي والمستقبلي يحتاج إلى وظائف لا يتم تأهيل الطلاب وتدريبهم على

مهاراتها في مؤسسات التعليم العالي للوفاء بمتطلبات العصر الرقمي ذي القدرات الهائلة والمتجددة في مجال تقنيات المعلومات والاتصال، ودراسة (Andrew Mills وآخرون 2019)⁷⁵ التي أوضحت أن برامج التأهيل الإعلامي يجب ألا تهتم فقط بإعداد الطلاب لسوق العمل ولكن أيضاً يجب الفهم الشديد للمعرفة الضرورية للتكيف مع الاضطرابات المستمرة في صناعة الإعلام.

وحول مدى مواكبة المقررات الدراسية للتطورات التكنولوجية الحديثة في الصناعة الإعلامية، فقد كانت اتجاهات كل من الطلاب والخريجين محايدة نحوها، ما يؤكد على ضرورة الاهتمام بتدريس التقنيات الجديدة لأنه وفقاً لنموذج "اندماج وسائل الإعلام" فهذه الوسائل تتطور في عملية مستمرة وتتكيف بتغيير وظائفها.

وهو ما يتفق مع نتائج الدراسات السابقة، حيث أشارت دراسة (Elsayed Bekhit Darwish 2018)⁷⁶ إلى الحاجة لدمج أو تضمين وسائل التواصل الاجتماعي ضمن المقررات الإعلامية، وضرورة تأهيل أعضاء هيئة التدريس تكنولوجياً، وأكدت دراسة (Amanda Bright 2018)⁷⁷ على الحاجة إلى مراجعة واضحة وعاجلة للمناهج الدراسية في ثلاثة برامج لتدريس الصحافة بسبب الوسائط الرقمية وتطوراتها المستقبلية المتلاحقة، وأوصت دراسة (علاء جاسم وسهاد عادل 2017)⁷⁸ بتطوير مناهج تعليم الإعلام لتتلائم مع آليات التقدم العلمي والتكنولوجي الحديثة، وأكدت دراسة (عزة مصطفى الكحكي 2016)⁷⁹ ضرورة مساهمة الاتجاهات العالمية المعاصرة في توظيف المستحدثات التكنولوجية في تعليم الإعلام. واتفق كل من الخبراء وطلاب وخريجي الإعلام حول أهمية المقررات الدراسية المناسبة لمفهوم "اندماج وسائل الإعلام" في العصر الرقمي، حيث كانت نسب جميع المقررات مرتفعة، وفي إطار المطالبات المستمرة بتطوير اللوائح الدراسية لأقسام وكليات الإعلام، تبرز أهمية تضمينها لتلك المقررات التي تناسب المرحلة التفاعلية في عصر الوسائط المتعددة والإعلام الجديد.

ويتوافق ذلك مع السيناريو التفاضلي حول مستقبل التأهيل الإعلامي الأكاديمي في مصر الذي توصلت إليه دراسة (رالا أحمد محمد وهبة محمد شفيق 2018)⁸⁰ والذي أشار إلى ضرورة وجود تنسيق مستمر بين المؤسسات الأكاديمية والصحفية وتطوير اللوائح الخاصة بالمقررات الدراسية لمواكبة أحدث التكنولوجيات.

وقد كان من أهم جوانب القصور في التأهيل الأكاديمي لخريجي الإعلام "عدم تطوير اللوائح الدراسية وعدم تحديث المقررات" و"عدم إتاحة فرص التدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية" و"عدم الربط بين المناهج النظرية وواقع العمل الإعلامي" و"عدم مواكبة التطورات المتلاحقة في تكنولوجيا الإعلام".

وقد مارس حوالي ثلثي الخريجين (عينة الدراسة) العمل الإعلامي بعد التخرج وهي نسبة تعتبر مرتفعة مع تزايد أعداد خريجي أقسام وكليات الإعلام، وكانت الوظيفة الأبرز هي "عمل مستقل (Free Lancer) عبر وسائل التواصل الاجتماعي"، وهو ما يتفق مع مفهوم "اندماج وسائل الإعلام" الذي يتيح نشر محتوى وسائل الإعلام على منصات مختلفة وبأشكال جديدة متطورة من السرد الرقمي عبر الوسائط.

وتتضمن المواصفات الجديدة لخريجي الإعلام ضرورة إتقان استخدام تكنولوجيا الاتصال في المجال الإعلامي والإلمام بحاجات سوق العمل الإعلامي الجديد ومتطلباته المتغيرة في العصر الرقمي والإبداع والابتكار في التخصص الإعلامي وذلك بالإضافة إلى قوة الشخصية والذكاء الاجتماعي والمظهر اللائق والمقبول ومعرفة آداب وأخلاقيات مهنة الإعلام.

وتعد الأهمية الكبيرة لإتقان التكنولوجيا أهم مهارة مطلوبة لسوق العمل في العصر الرقمي الذي أصبح فيه اندماج الوسائل الإعلامية أمراً حتمياً يستند إلى فهم المهارات المستحدثة في إدارة المعلومات والبنى الجديدة لنقلها عبر القنوات المختلفة، وذلك عبر استخدام الأدوات والإمكانيات التكنولوجية الملائمة للتخصص الإعلامي والكتابة السليمة والواضحة باستخدام القوالب الملائمة وبما يناسب الجمهور المستهدف.

توصيات الدراسة:

1. تطوير التأهيل الأكاديمي خاصة في أقسام وكليات الإعلام الحكومية بحيث يتواءم مع الاحتياجات الحقيقية لسوق العمل.
2. الأهمية المتزايدة لدراسة التكنولوجيا الحديثة في مجال الإعلام مما يتطلب إضافة مقررات دراسية جديدة أكثر مواكبة للتطورات التقنية في سوق العمل الإعلامي.
3. زيادة الاهتمام بالمقررات الدراسية المناسبة لمفهوم "اندماج وسائل الإعلام" في العصر الرقمي ومنها: "أدوات ومهارات الإعلام الرقمي" و"التسويق الإلكتروني" و"صحافة الموبايل" و"إذاعات وقنوات الويب" و"أخلاقيات الإعلام عبر وسائل التواصل الاجتماعي" و"الإنتاج الإعلامي الإلكتروني" و"تطبيقات الذكاء الاصطناعي".
4. تدريب أعضاء هيئة التدريس على تكنولوجيا الإعلام المتطورة لتمكينهم من الاستفادة منها في المقررات الدراسية الجديدة المناسبة للعصر الرقمي.

5. أهمية إنشاء صحف ومحطات إذاعية وتلفزيونية ووكالات إعلان ومواقع إلكترونية خاصة بكل قسم أو كلية إعلام لإتاحة التدريب العملي للطلاب من خلالها، وإكسابهم المهارات اللازمة لسوق العمل الفعلي.
6. توقيع بروتوكولات تعاون بين أقسام وكليات الإعلام والمؤسسات الإعلامية المختلفة لتدريب طلابها المتميزين مما يؤهلهم لفرص العمل فيها بعد تخرجهم.
7. أوصت النتائج بأن العدد المثالي للساعات المعتمدة للحصول على شهادة التخرج في مجال الإعلام 120 ساعة معتمدة (40 مقررًا دراسيًا)، وأن التوزيع المناسب للمقررات الدراسية يتضمن: مقررين ضمن المقررات العامة الإجبارية متطلبات الجامعة، ومقررين ضمن مقررات اللغات العربية والأجنبية، و6 مقررات ضمن مقررات الثقافة العامة من العلوم الاجتماعية والآداب والفنون، و7 مقررات ضمن المقررات الإعلامية العامة لجميع الأقسام، و10 مقررات ضمن مقررات التخصص، و5 مقررات ضمن مقررات التخصص الدقيق، و8 مقررات ضمن مقررات التدريب ومشروعات التخرج، وهذه النتائج من الممكن أن يتم الاسترشاد بها عند تطوير اللوائح الدراسية لأقسام وكليات الإعلام.

مراجع الدراسة:

- ¹ راللا أحمد محمد، وهبة محمد شفيق. (2018). مستقبل التأهيل الإعلامي في أقسام الصحافة بالجامعات الحكومية والخاصة: دراسة مستقبلية خلال العقدين القادمين 2018-2038. *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، 5، 343-385.
<https://search.mandumah.com/Record/943822>
- ² Tahat, K., et al. (2018). An Examination of Curricula in Middle Eastern Journalism Schools In light of Suggested Model Curricula. *Jordan Journal of Social Sciences*, 11(3), 429-443.
<https://search.mandumah.com/Record/945332>
- ³ Vartanova, E., & Lukina, M. (2017). Russian Journalism Education: Challenging Media Change and Educational Reform. *Journalism & Mass Communication Educator*, 72(3), 274–284. <https://doi.org/10.1177/1077695817719137>
- ⁴ Jugo, D., et al. (2017). Trends in education of communication professionals: The perspective of educators and employers in Croatia. *Public Relation Review*, 43(5), 998-1006.
<https://081017ku3-1104-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1016/j.pubrev.2017.06.002>
- ⁵ سكينه إبراهيم. (2017). فاعلية برنامج مقترح قائم على التعلم التعاوني لتنمية المعرفة والمهارات لدى طلبة الجامعة: بحث تجريبي على طلبة كلية الإعلام بجامعة بنغازي. *مجلة كلية الفنون والإعلام*، كلية الفنون والإعلام - جامعة مصراتة، 5، 81-127.
<https://search.mandumah.com/Record/944017>
- ⁶ محمد بن علي السويد. (2016). تقييم الإعلاميين لواقع توظيف خريجي الإعلام ومستقبلهم الوظيفي: دراسة كيفية على عينة من الأكاديميين والمسؤولين والمهنيين الإعلاميين في مدينة الرياض. *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 40، 145-209.
<https://search.mandumah.com/Record/773368>
- ⁷ Rashidi, W. (2016). Alumni experiences of specialized undergraduate communications programs, *Ph.D. diss.*, University of La Verne.
<https://search.proquest.com/docview/1839358096?accountid=178282>
- ⁸ صالح عراقي. (2015). تقييم الخبراء للمعايير الأكاديمية القياسية ولأداء كليات وأقسام الإعلام والإعلام التربوي بالجامعات المصرية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، 14(1)، 187-250.
<https://search.mandumah.com/Record/888681>
- ⁹ محمد بن علي السويد. (2015). عوامل توجه بعض خريجي أقسام الإعلام إلى العمل في وظائف غير إعلامية: دراسة ميدانية على عينة من خريجي التخصصات الإعلامية العاملين في وظائف خارج نطاق إختصاصاتهم الأكاديمية في مدينة الرياض. *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 38، 173-264.
<https://search.mandumah.com/Record/689385>
- ¹⁰ Cullen, T. (2014). News Editors Evaluate Journalism Courses and Graduate Employability. *Asia Pacific Media Educator*, 24(2), 209–224.
<https://doi.org/10.1177/1326365X14555283>
- ¹¹ Roselyn, Y. & Lo, E. (2014). The Gap between Online Journalism Education and Practice: A Hong Kong Study. *Journalism & Mass Communication Educator*, 69(4), 415–434. <https://doi.org/10.1177/1077695814554294>

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

- ¹² نصر الدين عبد القادر. (2013). التدريب الإعلامي وأثره في بناء الشخصية الإعلامية: دراسة مسحية على عينة من الإعلاميين العرب في الفترة من يناير 2012 - يونيو 2012. *مجلة البحوث جامعة أم درمان الإسلامية*، معهد البحوث والدراسات الإستراتيجية - جامعة أم درمان الإسلامية، 23، 391-439. <https://search.mandumah.com/Record/499341>
- ¹³ منة الله عادل. (2011). الثقافة المعلوماتية للصحفيين: دراسة استكشافية للبرامج الدراسية في الجامعات، *مكتبات نت*، 12(3)، 27-36. <https://search.mandumah.com/Record/154165>
- ¹⁴ هيفاء بنت سعود المخلفي. (2010). تدريس الإعلام للطالبات في الجامعات السعودية: دراسة وصفية تقييمية لتجربة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، *رسالة ماجستير*، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية: كلية الدعوة والإعلام.
- <https://search.mandumah.com/Record/611788>
- ¹⁵ هبة الله السمري، وآخرون. (2009). عولمة المناهج الدراسية الإعلامية وعلاقتها باحتياجات الطلبة ومتطلبات سوق العمل: دراسة تقييمية على مناهج الرؤية الجديدة لجامعة الإمارات. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، 9(3)، 261-282.
- <https://search.mandumah.com/Record/954444>
- ¹⁶ قيس أبو عياش. (2017). اتجاهات رؤساء الأقسام والطلاب نحو صعوبات تدريس الإعلام في الجامعات الفلسطينية: دراسة ميدانية. *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، 17، 239-272.
- <https://search.mandumah.com/Record/825436>
- ¹⁷ مناور بيان الراجحي. (2011). بحوث إشكاليات التأهيل والتدريب في أقسام الإعلام وكلياته بالجامعات العربية: دراسة تقييمية. *مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية*، جامعة الزرقاء، 11(2)، 18-36.
- <https://search.mandumah.com/Record/431985>
- ¹⁸ معتصم الحاج عوض. (2011). دور التأهيل الأكاديمي في بناء وتنمية القدرات الإعلامية: دراسة ببيولومترية لأطروحات علوم الاتصال بجامعة إفريقيا العالمية 1999-2010. *المؤتمر الثاني والعشرون: نظم وخدمات المعلومات المتخصصة في مؤسسات المعلومات العربية: الواقع، التحديات، والطموح*، الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، 1716-1751. <https://search.mandumah.com/Record/106464>
- ¹⁹ هبة إبراهيم. (2019). دراسة تقييمية للأداء التدريسي لأعضاء هيئة التدريس بأقسام الإعلام التربوي من وجهة نظر رؤساء الأقسام والطلاب. *المجلة الدولية للبحوث في العلوم التربوية*، 2(4)، 431-499. http://search.shamaa.org/PDF/Articles/FC/ER/jres/IjresVol2No4Y2019/ijres_2019-v2-n4_431-499.pdf
- ²⁰ محمد بن سليمان الصبيحي. (2018). اتجاهات الطلاب نحو البرامج التعليمية في كليات الإعلام وأقسامها وعلاقتها بمتطلبات الجودة الشاملة: دراسة ميدانية على الجامعات السعودية. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، 18، 9-56. <https://search.mandumah.com/Record/902256>
- ²¹ Madison, E., et al. (2018). A Motivational Perspective on Mass Communication Students' Satisfaction with Their Major: Investigating Antecedents and Consequences. *Journalism & Mass Communication Educator*, 73(1), 50-66. <https://doi.org/10.1177/1077695816687408>
- ²² Ozupek, M. Nejat. (2015). Investigation into the Education at Communication Faculties in Turkey. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 191, 227-234. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.359>
- ²³ نسيم الطويسي، وآخرون. (2015). جودة التدريب الإعلامي في الأردن. *المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية*، الجامعة الأردنية، 8(2)، 307-328. <https://search.mandumah.com/Record/670825>

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

²⁴ عبد الباسط الحطامي. (2012). اتجاهات طلبة الإعلام بالجامعات اليمنية نحو جودة أداء الأستاذ الجامعي ومناهج التدريس: دراسة ميدانية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، 11(2)، 413-321.

<https://search.mandumah.com/Record/958226>

²⁵ وليد عبد الفتاح، ودعاء فتحي. (2009). اتجاهات أعضاء هيئة تدريس الإعلام ومعاونيهم بالجامعات المصرية نحو تطبيق معايير الجودة والاعتماد: دراسة ميدانية. *مجلة دراسات الطفولة*، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، 12(45)، 211-189.

<https://search.mandumah.com/Record/82149>

²⁶ فريدة فلاك، وآخرون. (2019). وسائل الإعلام الجديدة ودورها في التعليم والتعلم الإلكتروني: المنصات التعليمية الإلكترونية نموذجاً. *المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل*، 6، 128-111.

http://search.shamaa.org/PDF/Articles/EGAjci/AjciNo6Y2019/ajci_2019-n6_111-128.pdf

²⁷ Darwish, Elsayed B. (2018). Arab Media Faculty and Students' Perceptions and Attitudes towards Using Social Media in Education. *Arab Journal of Information and Communication*, 19, 278-311. <https://search.mandumah.com/Record/913043>

²⁸ Bright, A. (2018). Adaptation of journalism curricula in the age of digital media: A qualitative multiple case study of small programs, *Ph.D. diss.*, Indiana State University. <https://search.proquest.com/docview/2130617851?accountid=178282>

²⁹ مهدي نصر الدين. (2018). استخدامات وسائط الميديا للقراءة والعادات المنجزة عنها في الصحافة الإلكترونية: دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة سطيف. *مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية*، 2(7)، 31-10.

http://search.shamaa.org/PDF/Articles/AEJerms/JermsVol2No7Y2018/jerms_2018-v2-n7_010-031.pdf

³⁰ ميرهان محسن. (2018). تقييم الشباب لدراسة تخصص الإعلام باللغة الإنجليزية وانعكاسه على لغتهم العربية: دراسة ميدانية. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، 19، 200-167.

<https://search.mandumah.com/Record/902219>

³¹ علاء جاسم، وسهاد عادل. (2017). دور التكنولوجيا الحديثة بالتعليم الإلكتروني للإعلام: استخدامات اللغة الاتصالية وتكنولوجيا الميديا الإعلامية. *مجلة علوم الإنسان والمجتمع*، 22، 330-309.

<http://revues.univ-biskra.dz/index.php/fshs/article/view/2155/1956>

³² عزة مصطفى الكحكي. (2016). تطبيق برامج التعليم الإلكتروني بمقررات الإعلام وعلاقتها بدافعية التعلم المستندة إلى نظرية تقرير الذات: دراسة على عينة من طالبات قسم الإعلام جامعة أم القرى. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، 54، 157-103.

<https://search.mandumah.com/Record/887898>

³³ وليد عبد الفتاح. (2016). الإعلام الجديد وعلاقته بدرجة الرضا التعليمي لدى طلاب الإعلام بالجامعات المصرية في إطار نظرية ثراء الوسيلة: دراسة ميدانية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، 15(1)، 239-147.

<https://search.mandumah.com/Record/888925>

³⁴ ناصر أبو القاسم محمد. (2016). استخدام الإنترنت في تدريس مقررات الإعلام والعلاقات العامة بالجامعات الليبية: دراسة ميدانية. *عالم التربية*، المؤسسة العربية للاستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية، 17(53)، 49-1.

<https://search.mandumah.com/Record/751942>

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

³⁵ فريد أبو زهير. (2012). استخدام طلبة الصحافة في جامعة النجاح الوطنية لشبكة الإنترنت والإشباع المتحققة منها في تعزيز قدراتهم الصحفية. *مجلة الجامعة الإسلامية: سلسلة الدراسات الإنسانية*، 20(1)، 489-423.

<https://journals.iugaza.edu.ps/index.php/TUGJHR/article/view/749/696>

³⁶ مروة محمد شبل. (2011). استخدام التقنيات الإلكترونية في تدريس مقررات الإعلام وأثره في جودة الخدمة التعليمية: دراسة ميدانية على أعضاء هيئة تدريس وطلاب الجامعة الأمريكية بالقاهرة. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، 37، 376-293.

<https://search.mandumah.com/Record/956893>

³⁷ Mills, A., et al. (2019). Fitting It All In? A Census of Undergraduate Ethics and Leadership Courses in Accredited U.S. Journalism and Mass Communication Programs. *Journalism & Mass Communication Educator*, 74(3), 265–275.

<https://doi.org/10.1177/1077695818777588>

³⁸ إيمان أحمد عزمي. (2019). التعليم الرقمي ومهارات سوق العمل: المفاهيم الأساسية والتجارب العملية في عصر الثورة الرقمية. *المجلة العربية للاداب والدراسات الإنسانية*، 7، 102-67.

http://search.shamaa.org/PDF/Articles/EGAjah/AjahNo7Y2019/ajah_2019-n7_067-102.pdf

³⁹ محمد بن سليمان الصبيحي. (2017). إدراك الإعلاميين السعوديين لأدوارهم الوظيفية والمهنية في بيئة الإعلام الرقمي. *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، 18، 112-39.

<https://search.mandumah.com/Record/862359>

⁴⁰ Guo, K., & Chen, P. (2017). The Changing Landscape of Journalism Education in China. *Journalism & Mass Communication Educator*, 72(3), 297–305.

<https://doi.org/10.1177/1077695817720763>

⁴¹ Bronstein, C., & Fitzpatrick, K. (2015). Preparing Tomorrow's Leaders: Integrating Leadership Development in Journalism and Mass Communication Education. *Journalism & Mass Communication Educator*, 70(1), 75–88.

<https://doi.org/10.1177/1077695814566199>

⁴² Fulton, J. (2015). Are You A Journalist? New Media Entrepreneurs and Journalists in the Digital Space. *Javnost-The Public Journal of the European Institute for Communication and Culture*, 22(4), 362–374.

<https://doi.org/10.1080/13183222.2015.1091624>

⁴³ Ferrier, M. (2013). Media Entrepreneurship: Curriculum Development and Faculty Perceptions of What Students Should Know. *Journalism & Mass Communication Educator*, 68(3), 222–241.

<https://doi.org/10.1177/1077695813494833>

⁴⁴ Kalogeras, S. (2014). *Transmedia Storytelling and the New Era of Media Convergence in Higher Education*. London: Palgrave Macmillan, 9.

<https://doi.org/10.1057/9781137388377>

⁴⁵ Chakaveh, S. & Bogen, M. (2007). Media Convergence, an Introduction. In: Jacko J.A. (eds), *Human-Computer Interaction: HCI Intelligent Multimodal Interaction Environments, Lecture Notes in Computer Science, Vol. 4552*. Berlin: Springer Heidelberg, 812. https://doi.org/10.1007/978-3-540-73110-8_88

⁴⁶ Sparviero, S., et al. (2017). *Media Convergence and Deconvergence*. Cham: Palgrave Macmillan, 10. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-51289-1>

- ⁴⁷ Lugmayr, A., & Dal Zotto, C. (2016). *Media Convergence Handbook - Vol. 2. Media Business and Innovation*. Berlin: Springer Heidelberg, 5. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-54487-3>
- ⁴⁸ Zhong, B., & Sun, T. (2020). Multitasking as multisensory behavior: Revisiting media multitasking in the perspective of media ecology theory. *Computers in human behavior*, 104, 7. <https://081018j96-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1016/j.chb.2019.09.027>
- ⁴⁹ محمد أحمد فياض. (2019). تكنولوجيا الاتصال التفاعلي ذو الأبعاد المتعددة في العصر الحديث: رؤية لنموذج مطور. *مجلة العربي للدراسات الإعلامية*، المركز العربي للأبحاث والدراسات الإعلامية، 1، 27. <https://search.mandumah.com/Record/953194>
- ⁵⁰ أحمد علي الزهراني، ومروة عطية. (2019). استخدامات الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة مقارنة بين المواقع العربية والغربية. *مجلة الآداب*، كلية الآداب – جامعة الملك سعود، 31(2)، 135. <https://search.mandumah.com/Record/959895>
- ⁵¹ ياس خضير البياتي. (2018). الإعلام الجديد وإشكاليات الوعي الاجتماعي بالمتغيرات السياسية في الوطن العربي: رؤية مستقبلية. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، 21، 12 و 13. <https://search.mandumah.com/Record/962740>
- ⁵² صبرينة حمال، وليلى بن لطرش. (2018). الميديا الجديدة والبعد المكافئ للإنسان الرقمي: دراسة في اتجاهات الأفراد نحو استخدام النيوميديا وعلاقته بتغيير الهوية الثقافية. *مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية*، 10(4)، 829. <https://search.mandumah.com/Record/950384>
- ⁵³ Pak, H. (2017). Perceptions and Influence of Newspaper-Led Convergence with Broadcast Stations: The Cases of Three South Korean Multimedia Groups. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 23(5), 479. <https://doi.org/10.1177/1354856515619246>
- ⁵⁴ Lugmayr, A., & Dal Zotto, C. (2016). *Media Convergence Handbook - Vol. 1, Journalism, Broadcasting, and Social Media Aspects of Convergence*. Berlin: Springer Heidelberg, 4. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-54484-2>
- ⁵⁵ مراد كموش. (2016). الإعلام الجديد في البيئة الرقمية قراءة في تغير الممارسة الإعلامية. *المؤتمر الدولي الحادي عشر لمركز جيل البحث العلمي بجامعة تيبازة بظرابلس بعنوان: التعلم في عصر التكنولوجيا الرقمية، في الفترة من 22- 24 إبريل 2016*، 199. <https://search.mandumah.com/Record/746732>
- ⁵⁶ صفاء محمد خليل. (2016). الممارسة الصحفية في ظل الاندماج الإعلامي: دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على عينة من الصحف السودانية. *مجلة كلية الدعوة والإعلام*، جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، 3، 15. <https://search.mandumah.com/Record/951723>
- ⁵⁷ الصادق رابح. (2015). السياقات الشبكية والاندماج الإعلامي وأثرهما على الممارسة الإعلامية المعاصرة. *مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية*، 34، 222 و 223. <https://search.mandumah.com/Record/690541>
- ⁵⁸ فاطمة الزهراء عبد الفتاح. (2015). نماذج إدارة غرف الأخبار متعددة المنصات. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، 2، 341. <https://search.mandumah.com/Record/889839>

- ⁵⁹ عبد الرحمن الشامي. (2014). الإعلام الجديد والإعلام القديم: التحديات والفرص. *المجلة العربية للعلوم الإنسانية*، جامعة الكويت، 32(125)، 117. <https://search.mandumah.com/Record/495472>
- ⁶⁰ Chakaveh, S. & Bogen, M. *Op. Cit.*, 813.
- ⁶¹ Stenport, A., et al. (2014). Charting and Challenging Digital Media Convergence Practice and Rhetoric through Longitudinal Media Population Surveys. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 20(2), 142. <https://doi.org/10.1177/1354856513501416>
- ⁶² Cosner, T. (2014). Lost in trans'media': Where the intersection between media convergence and missions is found. *Master. diss.*, Liberty University, 12. <https://search.proquest.com/docview/1530298636?accountid=178282>
- ⁶³ Diehl, S., & Karmasin, M. (2013). *Media and Convergence Management*. Berlin: Springer Heidelberg. 191. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-36163-0>
- ⁶⁴ Dickinson, R., et al. (2013). Studying Journalists in Changing Times: Understanding News Work as Socially Situated Practice. *International Communication Gazette*, 75(1), 11. <https://doi.org/10.1177/1748048512461759>
- ⁶⁵ Buckland, A. (2007). Inter-networked news: Media convergence and the relationship between blogging and journalism. *Master. diss.*, University of Calgary, 18, <https://search.proquest.com/docview/304899270?accountid=178282>
- ⁶⁶ محمد بن سليمان الصبيحي. *مرجع سابق*، 33.
- ⁶⁷ محمد بن علي السويد. *مرجع سابق*، 249.
- ⁶⁸ Rashidi, W. *Op. Cit.*, 67.
- ⁶⁹ محمد بن سليمان الصبيحي. *مرجع سابق*، 40.
- ⁷⁰ صالح عراقي. *مرجع سابق*، 232.
- ⁷¹ *المرجع السابق*. 233.
- ⁷² *المرجع السابق*. 204.
- ⁷³ Bronstein, C., & Fitzpatrick, K. *Op. Cit.*, 83.
- ⁷⁴ إيمان أحمد عزمي. *مرجع سابق*، 86.
- ⁷⁵ Mills, A., et al. *Op. Cit.*, 273.
- ⁷⁶ Darwish, Elsayed B. *Op. Cit.*, 284.
- ⁷⁷ Bright, A. *Op. Cit.*, 112.
- ⁷⁸ علاء جاسم، وسهاد عادل. *مرجع سابق*، 327.
- ⁷⁹ عزة مصطفى الكحكي. *مرجع سابق*، 121.
- ⁸⁰ رالا أحمد محمد، وهبة محمد شفيق. *مرجع سابق*، 378.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

ملاحق الدراسة:

جدول رقم (16)

تقييم الطلاب لمستوى التأهيل الأكاديمي في أقسام وكليات الإعلام المصرية الحكومية والخاصة

الإجمالي	كلية خاصة	قسم حكومي	كلية حكومية	الفئة التقييم	
				ك	%
16	4	2	10	ك	ممتاز
%4.4	%6	%3.6	%4.1	%	
99	25	9	65	ك	جيد جداً
%27.3	%37.3	%16.4	%27	%	
178	35	32	111	ك	جيد
%49	%52.2	%58.2	%46.1	%	
70	3	12	55	ك	ضعيف
%19.3	%4.5	%21.8	%22.8	%	
363	67	55	241	ك	الإجمالي
%100	%100	%100	%100	%	

جدول رقم (17)

تقييم الخريجين لمستوى التأهيل الأكاديمي في أقسام وكليات الإعلام المصرية الحكومية والخاصة

الإجمالي	كلية خاصة	قسم حكومي	كلية حكومية	الفئة التقييم	
				ك	%
7	3	-	4	ك	ممتاز
%4.5	%13.6	-	%3.6	%	
42	6	4	32	ك	جيد جداً
%26.9	%27.3	%16.7	%29.1	%	
81	10	16	55	ك	جيد
%51.9	%45.5	%66.6	%50	%	
26	3	4	19	ك	ضعيف
%16.7	%13.6	%16.7	%17.3	%	
156	22	24	110	ك	الإجمالي
%100	%100	%100	%100	%	

جدول رقم (18)

تقييم الخبراء لمستوى التأهيل الأكاديمي في أقسام وكليات الإعلام المصرية الحكومية والخاصة

التقييم	ك	%
ممتاز	8	%7.9
جيد جداً	28	%27.7
جيد	53	%52.5
ضعيف	12	%11.9
الإجمالي	101	%100

جدول رقم (19)

اتجاهات الطلاب نحو التأهيل الأكاديمي الإعلامي

الإجمالي	كلية خاصة	قسم حكومي	كلية حكومية	الاتجاهات	
				ك	%
129	4	24	101	ك	سلبي
%35.5	%6	%43.7	%41.9	%	
170	39	23	108	ك	محايد
%46.8	%58.2	%41.8	%44.8	%	
67	24	8	32	ك	إيجابي
%17.6	%35.8	%14.5	%13.3	%	
363	67	55	241	ك	الإجمالي
%100	%100	%100	%100	%	

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول رقم (20)

اتجاهات الخريجين نحو التأهيل الأكاديمي الإعلامي

الاتجاهات	كلية حكومية	قسم حكومي	كلية خاصة	الإجمالي
سلبية	ك	14	5	63
	%	%58.3	%22.7	%40.4
محايد	ك	9	9	68
	%	%37.5	%40.9	%43.6
إيجابي	ك	1	8	25
	%	%4.2	%36.4	%16
الإجمالي	ك	24	22	156
	%	%100	%100	%100

جدول رقم (21)

اتجاهات الخبراء نحو التأهيل الأكاديمي الإعلامي

الاتجاه	ك	%
سلبية	23	%22.8
محايد	54	%53.4
إيجابي	24	%23.8
الإجمالي	101	%100

جدول رقم (22)

اتجاهات الطلاب نحو جودة المقررات الدراسية

الاتجاهات	كلية حكومية	قسم حكومي	كلية خاصة	الإجمالي
سلبية	ك	13	4	65
	%	%23.6	%6	%17.9
محايد	ك	30	32	199
	%	%54.6	%47.8	%54.8
إيجابي	ك	12	31	99
	%	%21.8	%46.2	%27.3
الإجمالي	ك	55	67	363
	%	%100	%100	%100

جدول رقم (23)

اتجاهات الطلاب نحو جودة أساليب التدريس والتدريب

الاتجاهات	كلية حكومية	قسم حكومي	كلية خاصة	الإجمالي
سلبية	ك	11	3	41
	%	%20	%4.5	%11.3
محايد	ك	30	23	183
	%	%54.5	%34.3	%50.4
إيجابي	ك	14	41	139
	%	%25.5	%61.2	%38.3
الإجمالي	ك	55	67	363
	%	%100	%100	%100

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول رقم (24)

اتجاهات الطلاب نحو مدى تلبية المقررات الدراسية لمتطلبات سوق العمل

الاتجاهات	ك	كلية حكومية	قسم حكومي	كلية خاصة	الإجمالي
سلبية	120	49.8%	28	14	162
	%	%49.8	%50.9	%20.9	%44.6
محايد	81	33.6%	17	22	120
	%	%33.6	%30.9	%32.8	%33.1
إيجابي	40	16.6%	10	31	81
	%	%16.6	%18.2	%46.3	%22.3
الإجمالي	241	100%	55	67	363
	%	%100	%100	%100	%100

جدول رقم (25)

اتجاهات الخريجين نحو مدى تلبية المقررات الدراسية لمتطلبات سوق العمل

الاتجاهات	ك	كلية حكومية	قسم حكومي	كلية خاصة	الإجمالي
سلبية	63	57.3%	17	10	90
	%	%57.3	%70.8	%45.4	%57.7
محايد	34	30.9%	4	6	44
	%	%30.9	%16.7	%27.3	%28.2
إيجابي	13	11.8%	3	6	22
	%	%11.8	%12.5	%27.3	%14.1
الإجمالي	110	100%	24	22	156
	%	%100	%100	%100	%100

جدول رقم (26)

اتجاهات الطلاب نحو مدى مواكبة المقررات الدراسية للتطورات التكنولوجية الحديثة في الصناعة الإعلامية

الاتجاهات	ك	كلية حكومية	قسم حكومي	كلية خاصة	الإجمالي
سلبية	35	14.5%	13	8	56
	%	%14.5	%23.6	%11.9	%15.4
محايد	137	56.8%	27	28	192
	%	%56.8	%49.1	%41.8	%52.9
إيجابي	69	28.7%	15	31	115
	%	%28.7	%27.3	%46.3	%31.7
الإجمالي	241	100%	55	67	363
	%	%100	%100	%100	%100

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول رقم (27)

اتجاهات الخريجين نحو مدى مواكبة المقررات الدراسية للتطورات التكنولوجية الحديثة في الصناعة الإعلامية

الاتجاهات	كلية حكومية	قسم حكومي	كلية خاصة	الإجمالي
ك	20	9	4	33
%	18.1%	37.5%	18.2%	21.2%
ك	61	14	8	83
%	55.5%	58.3%	36.3%	53.2%
ك	29	1	10	40
%	26.4%	4.2%	45.5%	25.6%
ك	110	24	22	156
%	100%	100%	100%	100%

جدول رقم (28)

العدد المثالي لدى الطلاب للساعات المعتمدة للحصول على شهادة التخرج في مجال الإعلام

العدد المثالي	كلية حكومية	قسم حكومي	كلية خاصة	الإجمالي
ك	128	24	24	176
%	53.2%	43.6%	35.8%	48.5%
ك	83	16	12	111
%	34.4%	29.1%	17.9%	30.6%
ك	30	15	31	76
%	12.4%	27.3%	46.3%	20.9%
ك	241	55	67	363
%	100%	100%	100%	100%

جدول رقم (29)

العدد المثالي لدى الخريجين للساعات المعتمدة للحصول على شهادة التخرج في مجال الإعلام

العدد المثالي	كلية حكومية	قسم حكومي	كلية خاصة	الإجمالي
ك	59	9	6	74
%	53.6%	37.5%	27.3%	47.4%
ك	32	4	2	38
%	29.1%	16.7%	9.1%	24.4%
ك	19	11	14	44
%	17.3%	45.8%	63.6%	28.2%
ك	110	24	22	156
%	100%	100%	100%	100%

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول رقم (30)

العدد المثالي لدى الخبراء للساعات المعتمدة للحصول على شهادة التخرج في مجال الإعلام

العدد المثالي	ك	%
120 ساعة معتمدة (40 مقرراً دراسياً)	35	34.7%
132 ساعة معتمدة (44 مقرراً دراسياً)	35	34.7%
138 ساعة معتمدة (46 مقرراً دراسياً)	31	30.6%
الإجمالي	101	100%

جدول رقم (31)

العدد المثالي لدى الطلاب للمقررات العامة الإجبارية متطلبات الجامعة

العدد المثالي	كلية حكومية	قسم حكومي	كلية خاصة	الإجمالي
مقرران = 6 ساعات	ك	124	24	28
	%	51.5%	43.6%	48.5%
مقرر واحد = 3 ساعات	ك	86	22	32
	%	35.7%	40%	38.6%
لا يوجد مقرر	ك	31	9	7
	%	12.8%	16.4%	10.4%
الإجمالي	ك	241	55	67
	%	100%	100%	100%

جدول رقم (32)

العدد المثالي لدى الخريجين للمقررات العامة الإجبارية متطلبات الجامعة

العدد المثالي	كلية حكومية	قسم حكومي	كلية خاصة	الإجمالي
مقرران = 6 ساعات	ك	57	11	9
	%	51.9%	45.8%	40.9%
مقرر واحد = 3 ساعات	ك	38	9	10
	%	34.5%	37.5%	45.5%
لا يوجد مقرر	ك	15	4	3
	%	13.6%	16.7%	13.6%
الإجمالي	ك	110	24	22
	%	100%	100%	100%

جدول رقم (33)

العدد المثالي لدى الخبراء للمقررات العامة الإجبارية متطلبات الجامعة

العدد المثالي	ك	%
مقرران = 6 ساعات	50	49.5%
مقرر واحد = 3 ساعات	39	38.6%
لا يوجد مقرر	12	11.9%
الإجمالي	101	100%

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول رقم (34)

العدد المثالي لدى الطلاب لمقررات اللغات العربية والأجنبية

الإجمالي	كلية خاصة	قسم حكومي	كلية حكومية	العدد المثالي	
83	22	11	50	ك	6 مقررات = 18 ساعة
%22.9	%32.8	%20	%20.7	%	
122	26	14	82	ك	4 مقررات = 12 ساعة
%33.6	%38.8	%25.5	%34	%	
158	19	30	109	ك	مقرران = 6 ساعات
%43.5	%28.4	%54.5	%45.3	%	
363	67	55	241	ك	الإجمالي
%100	%100	%100	%100	%	

جدول رقم (35)

العدد المثالي لدى الخريجين لمقررات اللغات العربية والأجنبية

الإجمالي	كلية خاصة	قسم حكومي	كلية حكومية	العدد المثالي	
52	9	9	34	ك	6 مقررات = 18 ساعة
%33.3	%40.9	%37.5	%30.9	%	
50	6	7	37	ك	4 مقررات = 12 ساعة
%32.1	%27.3	%29.2	%33.6	%	
54	7	8	39	ك	مقرران = 6 ساعات
%34.6	%31.8	%33.3	%35.5	%	
156	22	24	110	ك	الإجمالي
%100	%100	%100	%100	%	

جدول رقم (36)

العدد المثالي لدى الخبراء لمقررات اللغات العربية والأجنبية

العدد المثالي	ك	%
6 مقررات = 18 ساعة	41	%40.6
4 مقررات = 12 ساعة	39	%38.6
مقرران = 6 ساعات	21	%20.8
الإجمالي	101	%100

جدول رقم (37)

العدد المثالي لدى الطلاب لمقررات الثقافة العامة من العلوم الاجتماعية والآداب والفنون

الإجمالي	كلية خاصة	قسم حكومي	كلية حكومية	العدد المثالي	
44	14	5	25	ك	10 مقررات = 30 ساعة
%12.1	%20.9	%9.1	%10.4	%	
111	20	15	76	ك	8 مقررات = 24 ساعة
%30.6	%29.9	%27.3	%31.5	%	
208	33	35	140	ك	6 مقررات = 18 ساعة
%57.3	%49.2	%63.6	%58.1	%	
363	67	55	241	ك	الإجمالي
%100	%100	%100	%100	%	

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول رقم (38)

العدد المثالي لدى الخريجين لمقررات الثقافة العامة من العلوم الاجتماعية والآداب والفنون

الإجمالي	كلية خاصة	قسم حكومي	كلية حكومية	العدد المثالي	
28	6	5	17	ك	10 مقررات=30 ساعة
%17.9	%27.3	%20.8	%15.5	%	
42	3	7	32	ك	8 مقررات=24 ساعة
%26.9	%13.6	%29.2	%29.1	%	
86	13	12	61	ك	6 مقررات=18 ساعة
%55.2	%59.1	%50	%55.4	%	
156	22	24	110	ك	الإجمالي
%100	%100	%100	%100	%	

جدول رقم (39)

العدد المثالي لدى الخبراء لمقررات الثقافة العامة من العلوم الاجتماعية والآداب والفنون

العدد المثالي	ك	%
10 مقررات=30 ساعة	28	%27.7
8 مقررات=24 ساعة	37	%36.6
6 مقررات=18 ساعة	36	%35.6
الإجمالي	101	%100

جدول رقم (40)

العدد المثالي لدى الطلاب للمقررات الإعلامية العامة لجميع الأقسام

الإجمالي	كلية خاصة	قسم حكومي	كلية حكومية	العدد المثالي	
94	19	16	59	ك	9 مقررات=27 ساعة
%25.9	%28.4	%29.1	%24.5	%	
121	26	18	77	ك	8 مقررات=24 ساعة
%33.3	%38.8	%32.7	%32	%	
148	22	21	105	ك	7 مقررات=21 ساعة
%40.8	%32.8	%38.2	%43.5	%	
363	67	55	241	ك	الإجمالي
%100	%100	%100	%100	%	

جدول رقم (41)

العدد المثالي لدى الخريجين للمقررات الإعلامية العامة لجميع الأقسام

الإجمالي	كلية خاصة	قسم حكومي	كلية حكومية	العدد المثالي	
57	10	9	38	ك	9 مقررات=27 ساعة
%36.5	%45.5	%37.5	%34.5	%	
42	8	6	28	ك	8 مقررات=24 ساعة
%27	%36.3	%25	%25.5	%	
57	4	9	44	ك	7 مقررات=21 ساعة
%36.5	%18.2	%37.5	%40	%	
156	22	24	110	ك	الإجمالي
%100	%100	%100	%100	%	

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول رقم (42)

العدد المثالي لدى الخبراء للمقررات الإعلامية العامة لجميع الأقسام

العدد المثالي	ك	%
9 مقررات= 27 ساعة	35	34.7%
8 مقررات= 24 ساعة	41	40.5%
7 مقررات= 21 ساعة	25	24.8%
الإجمالي	101	100%

جدول رقم (43)

العدد المثالي لدى الطلاب لمقررات التخصص

العدد المثالي	كلية حكومية	قسم حكومي	كلية خاصة	الإجمالي
10 مقررات= 30 ساعة	104	25	41	170
8 مقررات= 24 ساعة	80	10	15	105
6 مقررات= 18 ساعة	57	20	11	88
الإجمالي	241	55	67	363
	43.2%	45.5%	61.2%	46.8%
	33.1%	18.1%	22.4%	28.9%
	23.7%	36.4%	16.4%	24.2%
	100%	100%	100%	100%

جدول رقم (44)

العدد المثالي لدى الخريجين لمقررات التخصص

العدد المثالي	كلية حكومية	قسم حكومي	كلية خاصة	الإجمالي
10 مقررات= 30 ساعة	58	15	11	84
8 مقررات= 24 ساعة	28	6	8	42
6 مقررات= 18 ساعة	24	3	3	30
الإجمالي	110	24	22	156
	52.7%	62.5%	50%	53.9%
	25.5%	25%	36.4%	26.9%
	21.8%	12.5%	13.6%	19.2%
	100%	100%	100%	100%

جدول رقم (45)

العدد المثالي لدى الخبراء لمقررات التخصص

العدد المثالي	ك	%
10 مقررات= 30 ساعة	49	48.5%
8 مقررات= 24 ساعة	34	33.7%
6 مقررات= 18 ساعة	18	17.8%
الإجمالي	101	100%

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول رقم (46)
العدد المثالي لدى الطلاب لمقررات التخصص الدقيق

الإجمالي	كلية خاصة	قسم حكومي	كلية حكومية	العدد المثالي	
204	42	23	139	ك	5 مقررات = 15 ساعة
%56.2	%62.7	%41.8	%57.7	%	
96	18	18	60	ك	4 مقررات = 12 ساعة
%26.4	%26.9	%32.7	%24.9	%	
63	7	14	42	ك	3 مقررات = 9 ساعات
%17.4	%10.4	%25.5	%17.4	%	
363	67	55	241	ك	الإجمالي
%100	%100	%100	%100	%	

جدول رقم (47)
العدد المثالي لدى الخريجين لمقررات التخصص الدقيق

الإجمالي	كلية خاصة	قسم حكومي	كلية حكومية	العدد المثالي	
94	14	16	64	ك	5 مقررات = 15 ساعة
%60.3	%63.7	%66.7	%58.2	%	
34	3	5	26	ك	4 مقررات = 12 ساعة
%21.8	%13.6	%20.8	%23.6	%	
28	5	3	20	ك	3 مقررات = 9 ساعات
%17.9	%22.7	%12.5	%18.2	%	
156	22	24	110	ك	الإجمالي
%100	%100	%100	%100	%	

جدول رقم (48)
العدد المثالي لدى الخبراء لمقررات التخصص الدقيق

العدد المثالي	ك	%
5 مقررات = 15 ساعة	59	%58.4
4 مقررات = 12 ساعة	23	%22.8
3 مقررات = 9 ساعات	19	%18.8
الإجمالي	101	%100

جدول رقم (49)
العدد المثالي لدى الطلاب لمقررات التدريب ومشروعات التخرج

الإجمالي	كلية خاصة	قسم حكومي	كلية حكومية	العدد المثالي	
157	22	21	114	ك	8 مقررات = 24 ساعة
%43.3	%32.8	%38.2	%47.3	%	
80	20	10	50	ك	7 مقررات = 21 ساعة
%22	%29.9	%18.2	%20.7	%	
126	25	24	77	ك	6 مقررات = 18 ساعة
%34.7	%37.3	%43.6	%32	%	
363	67	55	241	ك	الإجمالي
%100	%100	%100	%100	%	

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول رقم (50)

العدد المثالي لدى الخريجين لمقررات التدريب ومشروعات التخرج

الإجمالي	كلية خاصة	قسم حكومي	كلية حكومية	العدد المثالي	
69	5	11	53	ك	8 مقررات= 24 ساعة
%44.2	%22.7	%45.8	%48.2	%	
32	5	8	19	ك	7 مقررات= 21 ساعة
%20.5	%22.7	%33.4	%17.3	%	
55	12	5	38	ك	6 مقررات= 18 ساعة
%35.3	%54.6	%20.8	%34.5	%	
156	22	24	110	ك	الإجمالي
%100	%100	%100	%100	%	

جدول رقم (51)

العدد المثالي لدى الخبراء لمقررات التدريب ومشروعات التخرج

%	ك	العدد المثالي
%60.4	61	8 مقررات= 24 ساعة
%16.8	17	7 مقررات= 21 ساعة
%22.8	23	6 مقررات= 18 ساعة
%100	101	الإجمالي

جدول رقم (52)

مدى ممارسة العمل الإعلامي بعد التخرج

الإجمالي	كلية خاصة	قسم حكومي	كلية حكومية	مدى الممارسة	
111	12	17	82	ك	نعم
%71.2	%54.5	%70.8	%74.5	%	
45	10	7	28	ك	لا
%28.8	%45.5	%29.2	%25.5	%	
156	22	24	110	ك	الإجمالي
%100	%100	%100	%100	%	