

البحث العلمي والتطبيقي ودوره في تأهيل الكوادر وفق متطلبات سوق العمل الإعلامي
(بحث وصفي تحليلي)

إعداد

دعاء سعيد حمودة محمد

ماجستير شعبة العلاقات العامة والإعلان
قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة حلوان

البحث العلمي والتطبيقي ودوره في تأهيل الكوادر وفق متطلبات سوق العمل الإعلامي (دراسة وصفية تحليلية)

تتحدد مشكلة البحث في التعرف على واقع الحركة البحثية الإعلامية في المجتمع العربي. حيث يسعى لرصد مجموعة من النقاط حول الأبحاث بثتى صورها، حيث يهدف بشكلٍ أساسي إلى التَعَرُّفِ على واقع وطبيعة الحركة البحثية العلمية في مجالات الدراسة الإعلامية، وتعرض لمجموعة من الأهداف التفصيلية لمعرفة ماهية سير أعماق الدراسات الإعلامية في المجتمعات العربية. وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، وتمثلت أهم النتائج فيما يلي:

- هناك تنوعاً كبيراً في تواريخ نشر الدراسات حيث كانت أقدم دراسة تم رصدها في العام 2000، وأحدث دراسة في العام 2022. ونظراً لكثرة سنوات المدة فقد تم إعادة توزيعها على فترات عقدية.
- فيما يخص عناصر العملية الاتصالية الأساسية: المصدر، والرسالة، والوسيلة والمتلقي. وأظهرت النتائج ما يقرب من نصف الأبحاث أو الدراسات الإعلامية التي تم تحليلها كانت متعلقة بالرسالة (المحتوى)، تلاها المصدر أو القائم بالاتصال بنسبة 30.1%.
- تم اعتماد المناهج المتعارف عليها في أبحاث الإعلام وهي: الوصفي، والمسحي، وتحليل المحتوى، والتاريخي، والتجربة.

English Abstract

Scientific and applied research and its role in qualifying cadres according to the requirements of the media labor market (descriptive analytical study)

The research problem is determined by identifying the reality of the media research movement in the Arab society. Where it seeks to monitor a set of points about research in its various forms, as it mainly aims to identify the reality and nature of the scientific research movement in the fields of media study, and we are exposed to a set of detailed objectives to know what the depths of media studies in Arab societies are. It is a descriptive study that relied on the survey method in both its descriptive and analytical parts. The most important results were as follows:

There is a great diversity in the dates of publication of the studies, as the oldest study was monitored in the year 2000, and the most recent study in the year 2022. Due to the many years of duration, it was re-distributed over decadal periods.

With regard to the elements of the basic communication process: the source, the message, the means and the recipient. The results showed that nearly half of the analyzed media research or studies were related to the message (content), followed by the source or the communicator with a percentage of 30.1%.

The accepted methods have been adopted in media research, which are: descriptive, survey, content analysis, historical, and experiment.

مقدمة

شهدت ساحة العمل في مجال الصناعة الإعلامية في المجتمعات العربية في الآونة الأخيرة جدلاً واسعاً بين المنظمات الإعلامية ومنظمات إعداد الكوادر الإعلامية المهنية من أقسام وكليات الإعلام في الجامعات العربية ، للعمل في هذه المنظمات . و لم يقتصر الجدل الذي تمثل في مواجهة بين الممارسين للمهنة في الواقع والأكاديميين الإعلاميين، بل تعدى ذلك إلى إثارة موضوع دور الأبحاث التي تنتجها منظمات التعليم الإعلامي في تطوير العمل الإعلامي في المجتمعات العربية .

ويتلخص رأي الممارسين للعمل الإعلامي على أرض الواقع في الأكاديميين الإعلاميين في نقطتين:

الأولى تتعلق بقصور في المناهج التعليمية في كليات وأقسام الإعلام في المجتمعات العربية في إعداد الكوادر البشرية المؤهلة للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية.

والثانية تتعلق بأن ما ينتجوه الأكاديميين من أبحاث أو ما يقومون بالإشراف عليها في رسائل الماجستير والدكتوراه في أقسامهم و كلياتهم ما هي إلا أبحاث نظرية لا تضيف ولا تلبي حاجة المنظمات الإعلامية من الأبحاث التطبيقية لتطوير عمل هذه المنظمات على أرض الواقع .

مقابل ذلك نجد أن الوسط الأكاديمي بالرغم من عدم تقبله لهذه الأقاويل الذين وصفوها بالإدعاءات من خلال الممارسين والمهنيين، لم تتراخى عملية تطوير المناهج التعليمية عن التغيرات العملية والتقنية المتسارعة في الوسط الإعلامي. و يبدو من خلال المناقشات الجدلية المطروحة من جميع الجهات المعنية بهذا الإتجاه، أن هناك احتياج من الجميع لفهم احتياجات ودور كل الأطراف المعنية .

مشكلة الدراسة

هناك اتجاه من المنظمات الإعلامية والقائمين عليها بأن تعيد النظر في مناهجها التعليمية والأبحاث بما يتوافق مع احتياجات ومتطلبات سوق العمل في المجال الإعلامي . وكانت هذه المطالبات واضحة في العديد من المقالات التي تم نشرها في السنوات الماضية من قيادات مهنة الصحافة من والمهنيين والممارسين في الصحف.

من هنا تتحدد مشكلة البحث في التعرف على واقع الحركة البحثية الإعلامية في المجتمع العربي . حيث يسعى لرصد مجموعة من النقاط حول الأبحاث بشتى صورها، حيث يهدف بشكلٍ أساسي إلى التَّعَرُّفِ على واقع وطبيعة الحركة البحثية العلمية في مجالات الدراسة الإعلامية ، وتعرض لمجموعة من الأهداف التفصيلية لمعرفة ماهية سير أعمق الدراسات الإعلامية في المجتمعات العربية.

أهمية البحث :

تتعلق بمكونات العملية الاتصالية، و يقصد بها ذلك المكون من العملية الاتصالية التي اهتم الباحث بالتركيز عليها من خلال دراسته.

1. المصدر (القائم بالاتصال): يقصد به كل الدراسات التي تتناول المؤسسة الإعلامية كمصدر للمواد الإعلامية، ويدخل ضمنها: المؤسسة الصحفية - المحطات الإذاعية - القنوات التلفزيونية و غيرها.
2. الرسالة: المقصود به كل دراسات تحليل المحتوى الاتصالي من (صحف و برامج و مجلات و إنترنت).
3. الوسيلة: نعني به كل الدراسات المتعلقة بدراسة الوسيلة نفسها، مثل: الإذاعة المصرية - الصحف - القنوات الفضائية - الإنترنت و غيرها.
4. المتلقي: المقصود منها هو أن الدراسة تهتم بالجمهور المتلقي للرسالة، مثل: (جمهور التلفزيون - قراء صحيفة - مستمعي إذاعة - متصفحو إنترنت - مجتمع معين و غيرها).
5. مشترك: نعني به أن الدراسة تناقش موضوعين أو أكثر مما سبق.

أهداف البحث:

1. تهدف الدراسة إلى التعرف على واقع وطبيعة البحث العلمي في مجال الدراسات الإعلامية في مصر خاصة والمجتمعات العربية عامة.
2. التعريف بأشكال الدراسات الإعلامية.
3. التعريف بالوسائل التي تم التعرض لها في الدراسات الإعلامية.
4. التعريف بأوعية النشر في الدراسات الإعلامية.
5. التعريف بالموضوعات التي تهتم بها الدراسات الإعلامية.
6. التعريف بالاهتمامات الاتصالية للدراسات الإعلامية.
7. التعريف بنوعية بحوث الدراسات الإعلامية.
8. التعريف بالمناهج العلمية المستخدمة في الدراسات الإعلامية.
9. التعريف بالنطاق الجغرافي الذي تهتم به الدراسات الإعلامية.

الدراسات السابقة:

1. دراسة فيصل الشميري، ومحمود أحمد (2022)¹ وهدفت الدراسة في دراسة كيفية تأهيل الطلاب ذوي الهمم لدراسة الإعلام في الجامعات والمعاهد المصرية والسعودية، ورصد أهم استراتيجيات التعليم والتعلم الخاصة بالطلاب ذوي الهمم، وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح باستخدام دليل المقابلة على أعضاء هيئة التدريس والطلاب ذوي الهمم بكليتي الإعلام بجامعة السويس، وبنو سويف، ومعهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال، وكذلك أعضاء هيئة التدريس والطلاب ذوي الهمم بقسم الإعلام بجامعة أم القرى، وكلية الإعلام بجامعة الملك سعود. وتمثلت أهم النتائج أنه يتم مراعاة ظروف الطلاب ذوي الهمم من حيث تطبيق كافة استراتيجيات التعليم والتعليم. وهناك أكاديميين متخصصين من أعضاء هيئة التدريس يقومون بأبحاث تتعلق بهذا الموضوع واحتياجات الطلاب وكيفية الارتقاء بالخدمات التي تقدم إليهم.
2. دراسة هيا مروح (2020)². ناقشت الدراسة المتطلبات لمعلمي الإعلام والإعلام التربوي وبناء عليه وجد أن المؤسسات التربوية التعليمية من أهم المؤسسات التي ينبغي عليها أن تعنى بوسائل الإعلام وتدرج أهميتها وتعمل على الاستفادة منها في كثير من مناشطها وبرامجها التي تهدف إلى تنشئة الأجيال وتنمية معارفهم وبناء توجهاتهم وقناعاتهم على نحو إيجابي يسهم في تنمية المجتمع واستقراره وازدهاره.

3. دراسة عبدالله أحمد (2019)³، تحددت مشكلة الدراسة في الإجابة على سؤال الدراسة الرئيسي: ما تصور أعضاء هيئة التدريس لمقترح لإفراز كوادرمؤهلة؟ وهدفت الدراسة إلى التعرف على مدى التزام المؤسسات الأكاديمية التربوية في مجال الإعلام بأبعاد التعليم التطبيقي ومحاكاة سوق العمل ومعرفة أهم مجالات تطبيق مناهج الإعلام على أرض الواقع، وتحديد الأنشطة والبرامج التعليمية التي تعكس التزام المؤسسات الأكاديمية بدورها نحو التأهيل لسوق العمل كذلك معرفة المعوقات التي تحول دون تحقيق تلك الأهداف. مجتمع الدراسة وعينتها: تكون مجتمع الدراسة من طلاب كليات الإعلام ال ثلاثة بالأردن وعددهم (105) فرداً.

4. دراسة مروة شمس، (2019)⁴، تناولت هذه الدراسة موضوعاً حيويًا، فبرغم الإكثار من النقاش عن التحديات التي تواجهها مؤسسات التعليم والتأهيل الإعلامي في العقود الأخيرة، إلا أن هذا النقاش مازال في طوره الأول دون تطور فعال.

وتكمن أهمية تفعيل دور المؤسسات التعليمية في تنمية أساليب ومواد التأهيل لسوق العمل الاعلامي مع تعاونها مع القطاع العام والمجتمع المدني لكي تحدث نقلة حقيقية في المجتمع الاعلامي، مع الأخذ في الاعتبار أن بمصر 20,000 رجل أعمال لديهم 60 جمعية ترعى مصالحهم واستثماراتهم. ومن الملاحظ في الآونة الأخيرة أن هناك بعض الجهود الفردية لبعض منظمات رجال الاعمال تجاه الاستثمار في تكنولوجيا التعليم الاعلامي. ولكن معظم هذه الجهود غير مؤثرة أو محسوسة.

5. دراسة لينا ماجد أحمد (2019)⁵، وهدفت إلى التعرف على تقييم طلاب الإعلام بجامعة الاردن لأنشطة والمواد الاعلامية في اقسام الاعلام الثلاثة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المقارن ، إذ أنها قامت بوصف مجالات الدراسة التطبيقية لطلاب الاعلام في كليات الاعلام واقسامها بالأردن ، وقامت بإجراء مقارنة بينهما استرشدت الدراسة في إطارها النظري "بنظرية النظم" واعتمدت المنهج الوصفي المسحي، واستخدمت الدراسة الإستبيان كأداة لها على عينة من (339) مبحوثاً من طلاب الإعلام، وقد أوصت الدراسة بمجموعة من التوصيات في مجال التدريس الاعلامي للجامعات الأردنية أهمها ضرورة قيام الجهات الحكومية ومنظمات المجتمع المدني بنشر ثقافة التأهيل لسوق العمل بين الطلاب والموظفين على حد سواء.

6. دراسة محمد فيصل (2019)⁶، قامت الدراسة بالتعرف على دور البرامج الدراسية لأقسام الإعلام في التأهيل لسوق العمل بين الطلاب، حيث تم اجراء دراسة ميدانية وتحليلية في الفترة من شهر نوفمبر 2018 حتى شهر يناير 2019، على قطاع طلاب الجامعات في مصر وهي " القاهرة – حلوان – عين شمس"، وتوصلت النتائج الى أنتعرض الطلاب لمناهج الإعلام وانعكاساته على توقعات سوق العمل ونتج أنه نجد أيضاً بطريق غير مباشر عن موضوع علاقة المواد الأكاديمية وبشخصية المعلم أو الطالب وبطريقة تلقى المعلومة وإن العمل الاعلامي التربوي المشترك يحتاج إلى كثير من الإصلاح والجهود ليصبح في إمكانه تأهيل كوادر.

7. دراسة إبراهيم التوام (2019)⁷، وهدفت إلى التعرف على معوقات تحقيق الجودة في التعليم الاعلامي في بعض الجامعات العربية، حيث استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي عن طريق استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية spss2 . وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها وجود علاقة إيجابية بين المناهج التي يتم تدريسها (البعد الإقتصادي، البعد القانوني، البعد الأخلاقي، البعد الإنساني) وتأهيل الخريجين لسوق العمل.

8. دراسة نورا عثمان ال حسين (2018)⁸، وتفترض الدراسة أن العوامل التي تؤثر فيتطور التعليم والتدريب الاعلامي يتوسط العلاقة بين أنشطة الاعلام في الدراسة الجامعية واتجاهات هيئة التعليم نحو الخريجين، وباستخدام المنهج التجريبي وتصميم تجريبيين لإختبار الفروض، أوضحت نتائج الدراسة أن طبيعة مبادرات التدريب الاعلامي تؤثر في التأثير الخاص بسمات وانتماءات الطلاب والخريجين، وأن هذه السمات والانتماءات تمثل وسائط تفسر استجابات المعلمين لها. وأن مصدر رسائل التدريب الاعلامي تتوسط تأثيرها على سمات وانتماءات الخريجين، وهذا التأثير المتوسط لسمات وانتماءات الطلاب ، وأهمية مصدر المعلومات تقترح أن البرامج الاعلامية التدريبية الملائمة الخاصة بهذه المشروعات التطويرية يمكن أن تكون طريقة فعالة للإشارة الى الارتباطات الإيجابية لدى الطلاب وتأهيلهم لسوق العمل..

9. دراسة قيس أبو عياش (2017)⁹، تكمن أهمية هذا البحث في أن الدراسة الحالية إحدى الدراسات التي تتعلق باتجاه القيادات كرؤساء الأقسام وعمداء الكليات في مجال الاعلام والإفصاح عنها نحو صعوبات تدريس الاعلام ، والتي تعد واحدة من اهم مجالات البحث المعاصر، وذلك من خلال إجراء دراسة منهجية عن تلك الممارسات والاتجاهات وعلاقتها بالاداء السوقي العملي للطلاب في البيئة العربية. ونتج عن الدراسة أن برامج تطوير البرامج الدراسية الاعلامية احتلت الإهتمام سواء أكانت من الناحية الأكاديمية أم من الناحية التطبيقية، والتي تقوم بإدماج الأهداف الأكاديمية والتطبيقية للمجتمع من أجل تعظيم أهداف التدريس الاعلامي في الوقت. كذلك تتضح أهمية المؤشر العربي لصعوبات التدريس التطبيقي للاعلام في أنه يمكن استخدامه في قياس حجم المعلومات التي تتيحها الاقسام الاعلامية.

10. دراسة أشرف رجب (2017)¹⁰، ويتطرق هذا البحث إلى دور المؤسسة الأكاديمية في بناء اتجاهات أخصائين الإعلام التربوي، من منطلق الأهمية البالغة للاتجاهات التي يمكن أن تتكون لدى هذه الفئة الأساس في العملية التربوية التعليمية خاصة في مجال الإعلام، ذلك أن نوعية الاتجاهات بين أطراف العملية التعليمية تربط ارتباطاً وثيقاً بنجاح هذه العملية في تحقيق أهدافها. وتكتسب الاتجاهات أهميتها في دراسة العلاقة بين تدريس الإعلام والقضايا التربوية التعليمية وعلاقتها بتأهيل كوادر مؤهلة لسوق العمل، من ارتباط السلوك الإنساني في العديد من جوانبه بمفردات التعليم الإعلامي، وتزايد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في الحصول على المعارف والمعلومات اللازمة، ومنها المعلومات المتعلقة بالقضايا التربوية التعليمية .

11. دراسة عيسى عبد الباقي (2016)¹¹، سعت الدراسة إلى التعرف على أسلوب إدارة الجودة الشاملة في تحسين مستوى جودة الخدمة التعليمية بكليات وأقسام الإعلام في مصر، إلى جانب التعرف على دور هذه الكليات والأقسام في تطوير أساليب التدريس الإعلامي، في إطار نظرية الشرعية التنظيمية المنبثقة من نظرية العقد الاجتماعي ذلك من خلال تساؤل رئيسي: هل تدار الخدمة التعليمية بكليات وأقسام الإعلام في مصر استراتيجياً؟ وما هو الدور الذي تلعبه استخدام إدارة الجودة الشاملة في تحسين مستوى جودة الخدمة التعليمية والعمل على تحسينها والمحافظة على جودتها؟ واعتمدت الدراسة على أكثر من نوع من أنواع البحوث هي البحوث الكيفية والتحليلية وكذلك البحوث الوصفية والتفسيرية في التطبيق.

12. دراسة صالح العراقي (2015)¹²، وتهدف هذه الدراسة أولاً التعرف على أداء خريجي كليات وأقسام الإعلام والإعلام التربوي ، وشمل مجتمع الدراسة خريجي الاعلام عشوائياً عن طريق شبكة الانترنت ضمن جروبات قصدت الخريجين والبالغ عددها (8) كليات خاصة، أما عينة الدراسة فتتكون من (360) من خريجي الاعلام يعملون في مجال الاعلام، وقد اعتمد الباحث على مصدرين رئيسيين لجمع المعلومات والبيانات هما البيانات الأولية والبيانات الثانوية.

13. دراسة سحر فاروق (2012)¹³، تقييم الدور الاعلامي الذي يقدمه الصحفي المتخصص في المؤسسات الصحفية وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، كان من أبرزها: أن النظم الإعلامية الأكاديمية والصحفية في مصر أصبحت القضية الأكثر اهتماماً في سياق التنمية الاعلامية والتي يتطلب من المؤسسات الصحفية أن يؤدي دوراً أعظم في رفع مستوى العمل الصحفي والاعلامي ، وإن حصر وقياس التكاليف التدريبيّة في النظم الإعلامية الأكاديمية مع الإفصاح عن تلك التكاليف في التقارير والقوائم المالية الصادرة عن المنظمة الأكاديمية مما يوفر أداة لها للتنافس مع غيرها من المنظمات الصحفية على بعض الامتيازات التي قد توفرها الحكومة، أو الاتحادات والغرف الصحفية والاعلامية.

14. دراسة Hollins & Foley 2013¹⁴، وهدفت إلى التعرف على تجارب الطلبة ذوي صعوبات التعليم الجامعيين خاصة في حال استخدام الإنترنت. وقد إجريت الدراسة على 16 طالباً من ذوي صعوبات التعليم، وخلصت الدراسة إلى أن الطلبة وجدوا صعوبة في القراءة والحصول على المعلومات التي يتم الحصول عليها من أجهزة الحاسوب حيث أن الاستراتيجيات المتبعة لم تراعي اختلاف الإعاقات لدى الطلبة، وأوصت الدراسة بضرورة الانتباه من قبل الموظفين والإداريين لتطوير الخدمات الإلكترونية المقدمة بحيث تتناسب وحاجة الطلبة فضلاً عن إعادة النظر في الاستراتيجيات المتبعة من قبل الجامعة.

تساؤلات البحث :

يسعى الباحث للإجابة على التساؤلات البحثية التالية:

1. ما أشكال الدراسات الإعلامية؟
2. ما نوعية بحوث الدراسات الإعلامية؟
3. ما الوسائل الإعلامية التي تم التعرض لها في الدراسات الإعلامية؟
4. ما المواضيع التي اهتمت الدراسات الإعلامية بدراستها؟
5. ما المناهج العلمية التي اعتمدت عليها الدراسات الإعلامية؟
6. ما المجال الجغرافي للدراسات الإعلامية؟
7. ما الأشكال المطبوعة التي تتوفر بها الدراسات الإعلامية؟

التعريفات الإجرائية للبحث

1- البحث العلمي

و يقصد به تلك العملية العلمية التي تقوم على جمع المعلومات و الحقائق عن طريق دراسة عينات و إجراء تجارب ثم عرض تلك المعلومات على المناهج العلمية بغية التوصل إلى نتائج.

2- الصناعة الإعلامية

و يقصد به كل ما يتعلق بصناعة الإعلام من مؤسسات صحفية و دور نشر و وكالات إعلان و محطات تلفزيونية و إذاعات.

3- الكوادر البشرية

و يقصد بها القوة البشرية القادرة على العمل في المجال الاعلامي.

4- سوق العمل

و يقصد به المكان الذي تتنافس فيه الكوادر البشرية في سبيل الحصول على العمل وممارسة خبراتها العملية.

5- الوسائل المدروسة

يقصد بها الوسائل الإعلامية التي تصدى الباحث لها بالدراسة.

و تم تقسيمها كالآتي:

1. إعلام عام: يقصد به أن الدراسة تتناول مجال وسائل الإعلام عموماً دونما تحديد.
2. الإذاعة: و يقصد به أن ما تصدت له الدراسة هو تقنية الاتصال المسموع عبر المحطات الإذاعية.
3. الصحافة: المقصود به أن الدراسة تتناول وسائل الاتصال المطبوع من صحف و مجلات.
4. التلفزيون: يقصد به أن الدراسة تتناول مجال الإعلام المرئي عبر القنوات التلفزيونية.
5. الإنترنت و الوسائط المتعددة: يقصد به أن الدراسة تتناول مجال الشبكة العنكبوتية و ما يتعلق بها من الاتصالات و الوسائط الإلكترونية.
6. العلاقات العامة: و يقصد به أن الدراسة تتصدى لمجال العلاقات العامة.
7. الإعلان: المقصود بهذه الجزئية هو أن الدراسة تهتم بجانب الإعلان سواء كان مقروءاً أو مسموعاً أو مرئياً.

8. الاتصال العام: يقصد به أن تتناول الدراسة فن الاتصال بصورة عامة، و يدخل فيه صور الاتصال العامة كالالاتصال الجمعي و الشخصي.
9. مشترك: نعني به أن الدراسة تناقش موضوعين أو أكثر مما سبق.
10. وكالات أنباء: و يقصد به أن الدراسة تتصدى لوكالات الأنباء كوسيلة إعلامية.

نوع ومنهج البحث :

ينتمي هذا البحث إلى البحوث والدراسات الوصفية، باستخدام منهج المسح بشقيه (الوصفي والتحليلي) .

- النطاق الجغرافي للبحث:

يقصد به المنطقة التي تتناولها الدراسة والتي تسلط نتائج الدراسة الضوء عليها.

تأخذ أحد التقسيمات التالية:

1. مصري (محلي): و يقصد به أن الدراسة تتناول الدولة المصرية والشأن المحلي .
2. إقليمي: و يقصد به أن الدراسة تتناول مجموعة من الدول ذات الخصائص المتشابهة مثل المغرب العربي أو دول مجلس التعاون لدول الخليج العربي.
3. عربي: و نعني بها الدراسات التي تتناول أحد البلدان العربية.
4. عام: و يقصد به أن الدراسة لا تتناول أي نطاق جغرافي محدد وإنما تتوجه بشكل عام، دون تحديد منطقة جغرافية.
5. خليجي: و يقصد به أن الدراسة تتناول أحد دول مجلس التعاون لدول الخليج العربي.
6. مشترك: و يقصد به أن الدراسة تتناول نطاقين جغرافيين أو أكثر.

نتائج البحث :

بلغ مجموع الأبحاث و الدراسات التي تم تحليلها في هذا البحث 173 مادة. و تتضمن الفقرات التالية عرض لأهم النتائج التي أظهرها التحليل ...

1- حدود الدراسة الزمانية :

جدول رقم (1)

توزيع عقود النشر

نسبة مئوية	عدد	فئة عقد النشر
6.5 %	11	ما قبل 2000
23.1 %	40	2000م إلى 2009

2010م إلى 2019م	24	13.9 %
2020م إلى 2022م	98	56.7 %
المجموع	173	100 %

أظهرت النتائج تنوعاً كبيراً في تواريخ نشر الدراسات حيث كانت أقدم دراسة تم رصدها في العام 2000، و أحدث دراسة في العام 2022. و نظراً لكثرة سنوات المدة فقد تم إعادة توزيعها على فترات عقدية. و يبين الجدول رقم (1) توزيع عقود النشر.

و يبدو من الجدول أن أكثر عقد شهد نشرًا هو عقد (2020-2022م)، بما مجموعه 98 مادة و بنسبة 56.7%. تلاه عقد (2000 إلى 2009م) بنسبة 23.1% من الدراسات.

2- شكل البحث

جدول رقم (2)

توزيع شكل الدراسة

فئات شكل الدراسة	عدد	نسبة مئوية
كتاب	10	5.8 %
بحث	61	35.3 %
رسالة ماجستير	66	38.2 %
رسالة دكتوراه	36	20.8 %
المجموع	173	100 %

يقصد بشكل الدراسة التعرف عليها من حيث كونها: كتاب أم بحث أم رسالة علمية. و قد أظهرت النتائج كما هو موضح في الجدول رقم (2) أن رسائل الماجستير كانت هي الأغلب بنسبة 38.2%، و أقلها كانت الكتب بنسبة 5.8%.

3- الوسائل المدروسة

جدول رقم (3)

توزيع الوسائل الإعلامية

فئات الوسائل المدروسة	عدد	نسبة مئوية
إعلام عام	45	26 %
الإذاعة	3	1.7 %

الصحافة	76	% 43.9
التلفزيون	23	% 13.3
الإنترنت والوسائط المتعددة (البريد الإلكتروني والتصفح)	4	% 2.3
العلاقات العامة	4	% 2.3
الإعلان	0	% 0
الاتصال العام	9	% 5.2
مشترك	4	% 2.3
وكالات أنباء	5	% 2.9
المجموع	173	% 100

يقصد بالوسائل المدروسة الوسيلة الإعلامية التي تصدى الباحث لها بالدراسة. و قد قسمت إلعشر فئات. أظهرت النتائج أنأعلى وسيلة حصلت على اهتمام الباحثين كانت الصحافة بنسبة ما يقرب من نصف مجموع الأبحاث التي تم تحليلها (43.9 %)، كما هو موضح في الجدول رقم (3).

4- وعاء النشر

جدول رقم (4)

توزيع فئات أوعية النشر

فئات وعاء النشر	عدد	النسبة المئوية
دوريات علمية محكمة	10	% 5.8
كتب	1	% 0.6
رسائل جامعية	101	% 58.4
مجلات علمية غير محكمة	61	% 35.3
المجموع	173	% 100

هو الشكل المادي الملموس للدراسة، وتم حصرها في: دوريات علمية محكمة، كتب، رسائل جامعية، ومجلات علمية غير محكمة. و قد أظهرت النتائج أن الرسائل الجامعية كانت هي الأغلب بنسبة 58.4%. والكتب كانت هي الأقل، كما هو موضح في الجدول رقم (4)

5- موضوع البحث

جدول رقم (5)

توزيع موضوعات الدراسة

فئات المواضيع	عدد	نسبة مئوية
الإعلام و الطفل	4	% 2.3
الاتصال و السياسة	3	% 1.7
بحوث الرأي العام	0	% 0
دراسات الصورة	25	% 14.5
الفضائيات و البث المباشر	5	% 2.9
بحوث الإعلان	4	% 2.3
الإعلام و الشباب	3	% 1.7
تكنولوجيا الاتصال و المعلومات (الإنترنت)	3	% 1.7
الاتصال الثقافي	2	% 1.2
الكتابة الصحفية و التحرير	11	% 6.4
المرأة و الإعلام	3	% 1.7
الدراما	1	% 0.6
الإعلام وإدارة الأزمات	0	% 0
المهنية الإعلامية	19	% 11
أخلاقيات الإعلام	0	% 0
الإعلام و التنمية	0	% 0
الإعلام الدولي	2	% 1.2
الإخراج الصحفي و الطباعة	3	% 1.7
حرية الإعلام و تشريعاته	3	% 1.7
الإعلام و التعليم	0	% 0
الإعلام الصحي	0	% 0
تأثير وسائل الإعلام	6	% 3.5
تاريخ الإعلام	8	% 4.6
الخطاب الإعلامي	4	% 2.3
الإعلام و ذوي الاحتياجات الخاصة	0	% 0
الإعلام العربي	4	% 2.3
الصحافة الإلكترونية	0	% 0
القارئية	1	% 0.6
الإعلام و الإرهاب	0	% 0
السينما	0	% 0
الخاصة بالفيديو كليب (الأغاني المصورة)	0	% 0

الاتصال التسويقي	0	% 0
الحملات الإعلامية	0	% 0
العلاقات العامة	0	% 0
المصداقية	0	% 0
الإعلام المحلي	25	% 14.5
بحوث الإعلام	7	% 4
نظريات الإعلام	1	% 0.6
الإعلام وكبار السن	0	% 0
اقتصاديات وسائل الإعلام	1	% 0.6
إدارة المؤسسات الإعلامية	3	% 1.7
الإعلام الإسلامي	2	% 1.2
التدريب	20	% 11.6
المجموع	173	% 100

هو الموضوع الذي تهتم الدراسة بمناقشته و الذي تدور حوله النتائج، وشملت موضوعات الدراسة 43 فئة. و يوضح الجدول رقم (5) توزيع موضوعات الدراسات أو الأبحاث التي تم تحليلها.

6- اهتمام البحث الاتصالي

جدول رقم (6)

توزيع الاهتمام الاتصالي للدراسة

فئات الاهتمام الاتصالي للدراسة	عدد	نسبة مئوية
المصدر (القائم بالاتصال)	52	% 30.1
الرسالة	85	% 49.1
الوسيلة	1	% 0.6
المتلقي، الجمهور أو المجتمع بشكل عام	33	% 19.1
مشترك	2	% 1.2
المجموع	173	% 100

والمقصود هو مجال الدراسة فيما يتعلق بعناصر العملية الاتصالية الأساسية: المصدر، والرسالة، والوسيلة والمتلقي. وأظهرت النتائج أن ما يقرب من نصف الأبحاث أو الدراسات الإعلامية التي تم تحليلها كانت متعلقة بالرسالة (المحتوى)، تلاها المصدر أو القائم بالاتصال بنسبة 30.1%، كما هو موضح في الجدول رقم (6).

7- نوعية البحث :

والمقصود بها الأسلوب العلمي الذي تتبعه الدراسة وتم تقسيمها إلى ثلاثة أقسام :

الأبحاث التي اهتمت ببناء النظريات العلمية واختبارها، والأبحاث التطبيقية التي اعتمدت بصورة كبيرة على (الدراسات الأساسية) وتدعمها وتقوم بتطبيق نتائجها. أما الثالثة فهي أبحاث التقييم، وغالباً ما تقوم هذه الأنواع إلى إفادة جهة معينة لدراسة مشكلة بعينها، واقتراح الحلول المناسبة لها، ويطلق عليها أحياناً الأبحاث المؤسسية أو المهنية، وغالباً ما يكون تعميم نتائجها محدود جداً.

أظهرت النتائج أن ثلاثة من اربعة ابحاث (75.7%)، كانت أبحاث تطبيقية، كما هو موضح في الجدول رقم (7).

جدول رقم (7)

توزيع نوعية موضوع الدراسة

فئات نوعية الدراسة	عدد	نسبة مئوية
أساسي	12	6.9 %
تطبيقي	131	75.7 %
تقويمي	30	30 %
المجموع	173	100 %

8- منهج البحث :

وهو المنهج العلمي الذي تم استخدامه في تنفيذ الدراسة. وتم اعتماد المناهج المتعارف عليها في أبحاث الإعلام وهي: الوصفي، والمسحي، وتحليل المحتوى، والتاريخي، والتجربة.

جدول رقم (8)

توزيع منهج الدراسة

فئات منهج الدراسة	عدد	نسبة مئوية
تحليل مضمون	70	40.5 %
مسحي	36	20.8 %
وصفي	61	35.3 %

تاريخي	6	3.5 %
تجربة	0	0 %
المجموع	173	100 %

أظهرت النتائج أن تحليل المحتوى جاء في المرتبة الأولى بأعلى نسبة مئوية بلغت 40.5%، تلاه الأبحاث الوصفية بنسبة 35.3%. ويلاحظ من جدول رقم (8) غياب للمنهج التجريبي.

9- النطاق الجغرافي للدراسة

يقصد بها الحدود المكانية للدراسة. و قد تقسمت إلى ثمان فئات: مصري (محلي)، وخليجي، وإقليمي، وعربي، ودولي، وإسلامي، و عام، أو مشترك.

جدول رقم (9)

توزيع النطاق الجغرافي للدراسة

فئات النطاق الجغرافي	عدد	نسبة مئوية
مصري (محلي)	93	53.8 %
إقليمي	1	0.6 %
عربي	38	22 %
دولي	16	9.2 %
إسلامي	3	1.7 %
عام	11	6.4 %
خليجي	8	4.6 %
مشترك	3	1.7 %
المجموع	173	100 %

أظهرت النتائج أن ما يقرب من نصف الأبحاث (53.8%)، كانت محلية، وكانت بقية المناطق الجغرافية النصفالآخر، كما هو موضح في الجدول رقم (9).

أهم النتائج

- هناك تنوعاً كبيراً في تواريخ نشر الدراسات حيث كانت أقدم دراسة تم رصدها في العام 2000، و أحدث دراسة في العام 2022. و نظراً لكثرة سنوات المدة فقد تم إعادة توزيعها على فترات عقدية.
- رسائل الماجستير كانت هي الأغلب بنسبة 38.2%، و أقلها كانت الكتب بنسبة 5.8%.
- قد قسمت الوسائل المدروسة الوسيلة الإعلامية التي تصدى الباحثون لها بالدراسة إلى عشر فئات. أظهرت النتائج أن أعلى وسيلة حصلت على اهتمام الباحثين كانت الصحافة بنسبة ما يقرب من نصف مجموع الأبحاث التي تم تحليلها (43.9%).
- الرسائل الجامعية كانت هي الأغلب بنسبة 58.4%. والكتب كانت هي الأقل.
- فيما يخص عناصر العملية الاتصالية الأساسية: المصدر، والرسالة، والوسيلة والمتلقي. وأظهرت النتائج أن ما يقرب من نصف الأبحاث والدراسات الإعلامية التي تم تحليلها كانت متعلقة بالرسالة (المحتوى)، تلاها المصدر أو القائم بالاتصال بنسبة 30.1%.
- أظهرت النتائج أن ثلاثة من أربعة أبحاث (75.7%)، كانت أبحاث تطبيقية.
- تم اعتماد المناهج المتعارف عليها في أبحاث الإعلام وهي: الوصفي، والمسحي، وتحليل المحتوى، والتاريخي، والتجربة.
- أظهرت النتائج أن تحليل المحتوى جاء في المرتبة الأولى بأعلى نسبة مئوية بلغت 40.5%، تلاه الأبحاث الوصفية بنسبة 35.3%. ويلاحظ غياب للمنهج التجريبي.
- أظهرت النتائج أن ما يقرب من نصف الأبحاث (53.8%)، كانت محلية، وكانت بقية المناطق الجغرافية النصف الآخر.

الكلمات المفتاحية :

الكوادر / المهنية / الواقع / الأبحاث الاتصالية / العمل الإعلامي / وسائل الإعلام / الأكاديميين .

الخاتمة

مما سبق يتضح لنا أنه على الرغم من وجود حركة بحثية مقبولة إلا أنه هناك بعض الجوانب التي يظهر بها النقص، كالتركيز على موضوعات معينة دون غيرها، و عدم الاهتمام والتركيز الكافي بالعالم الخارجي الذي بدأ واضحاً في تركيز الدراسات على النطاق المحلي الداخلي، إضافة إلى التركيز على مناهج علمية بحد ذاتها على الرغم من تعدد المناهج العلمية وتنوعها.

¹ - فيصل أحمد صالح الشميري، محمود أحمد لطفي السيد، تأهيل الطلاب ذوي الهمم لدراسة الإعلام في مصر والسعودية، مجلة بحوث الإعلام وعلوم الاتصال، 2022م.

² - هيا مروح، متطلبات القرن الحادي والعشرين لمعلمي التربية الخاصة في مجال الإعلام، المجلة الدولية للبحوث في العلوم التربوية، المجلد 3 العدد 1 يناير 2020.

³ - عبدالله أحمد، تصور مقترح للمساءلة الذكية لدى أعضاء هيئة التدريس لكليات الاعلام في القرن الحادي والعشرين، دراسة حالة جامعة البلقاء التطبيقية، المجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 21 لعام 2019 .

- ⁴ - مروة شمس، ملامح التحديات الإستثمارية والتكنولوجية التي تواجهها مؤسسات التعليم والتأهيل الإعلامي، دراسة استطلاعية ، المؤتمر الدولي الخامس والعشرين بعنوان: صناعة الإعلام 2019 في ظل الفرص والتحديات التكنولوجية والاستثمارية (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، في الفترة من 17:18 ابريل 2019 .
- ⁵ - لينا ماجد أحمد، تصورات هيئة التدريس في الجامعات الاردنية للمهارات التي يفضل أن يمتلكها الطالب الجامعي في القرن الحادى والعشرين 2019
- ⁶ - محمد فيصل ، البرامج الدراسية لأقسام الإعلام وإنعكاسها على سوق العمل بعد التخرج في إطار الجودة الشاملة ، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة بنى سويف) كلية الإداب قسم إعلام 2019
- ⁷ - إبراهيم التوأم، معوقات تحقيق الجودة في التعليم الإعلامي في ضوء معياري أعضاء هيئة التدريس والتعليم، دراسة ميدانية : المؤتمر الدولي الخامس والعشرون بعنوان: صناعة الإعلام في ظل الفرص والتحديات التكنولوجية والإستثمارية (جامعة القاهرة ، كلية الاعلام) 2019
- 8 - نورا عثمان ال حسين، العوامل المؤثرة في تطور التعليم والتدريب الإعلامي في مملكة البحرين 2018.
- 9- قيس أبو عياش، اتجاهات رؤساء الأقسام والطلاب نحو صعوبات تدريس الإعلام في الجامعات الفلسطينية 2017
- ¹⁰ - أشرف رجب، الكفايات المهنية لدى أخصائي الإعلام التربوى في ظل متطلبات التربية الإعلامية ومهارات القرن الحادى والعشرين 2017
- ¹¹ - عيسى عبد الباقي بعنوان : فاعلية استخدام إدارة الجودة الشاملة في تحسين مستوى جودة الخدمة التعليمية بكليات وأقسام الإعلام المصرية ، دراسة حالة ، مجلة العلوم التربوية المجلد 25 العدد يونيو 2016
- ¹² - صالح العراقي، تقييم الخبراء للمعايير الأكاديمية القياسية ولاداء خريجي كليات وأقسام الإعلام والإعلام التربوى بالجامعات المصرية ، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، المجلد الرابع عشر ، العدد الأول 2015
- ¹³ - سحر فاروق بعنوان : مدخلات تأهيل الصحفى المتخصص وتدريبه في النظم الإعلامية الأكاديمية والصحفية ، دراسة ميدانية ، المؤتمر الدولي الثامن عشر ، بعنوان : الإعلام وبناء الدولة الحديثة (كلية الإعلام جامعة القاهرة 2012

¹⁴ - Hollins, Nancy and Foley, Alan R. The Experiences of students with learning disabilities in a higher education virtual campus (Association for Educational Communication and Technology, Vol. 20, No.3, 2013).