

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جامعة عين شمس

كلية البنات قسم أصول التربية أكاديمية طيبة المتكاملة للعلوم

المؤتمر العلمي السنوي الأول عن مستقبل التعليم في مصر

بين الجهود الحكومية والخاصة 29-30 يونية 2002 م

بحث

التعليم الإعلامي في الجامعات المصرية الحكومية والخاصة

دراسة ميدانية مقارنة

إعداد

الدكتور محمد عبد البديع السيد

قسم الإعلام بكلية الآداب بينها

مقدمة

وافق مجلس الوزراء المصري في 27 فبراير عام 1925 على إنشاء جامعة حكومية بعد أن تقدم عدلى يكن باشا وزير المعارف بمذكرة للمجلس اقترح فيها بإنشاء الجامعة نظرا لارتفاع عدد الناجحين في الثانوية العامة من 28 طالبا في عام 1891 إلى 535 طالبا في عام 1915 و 682 طالبا في عام 1916 وأن عدداً كبيراً من أثرياء المصريين يرسلون أبناءهم إلى الجامعات الأوروبية وفي اجتماع بين الملك فؤاد الذي كان رئيساً للجامعة الأهلية حين كان أميراً وبين أحمد لطفى السيد أول رئيس لجامعة القاهرة (فؤاد الأول) ، اقترح ضم الجامعة الأهلية التي كانت عبارة عن كلية الآداب فقط إلى الجامعة الحكومية وبناء على ذلك قرر مجلس الجامعة الأهلية تسليم الجامعة لوزارة المعارف على أن تتعهد الحكومة بأن تكون الجامعة المصرية محتفظة بشخصيتها المعنوية المستقلة (د. محمد أبو الغار ، 2001 : 20) (1) من المعروف أن نظام الجامعات في العالم يختلف من دولة إلى أخرى فالجامعات الأمريكية معظمها جامعات خاصة وهذا لايعنى أنها مملوكة لفرد أو عدة أفراد وإنما يعنى أنها مؤسسة لاتبغى الربح والجامعات الأوروبية معظمها مملوكة ومدعومة من الدولة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة والطلبة يتلقون التعليم شبه مجاني في معظم الجامعات وقد وافقت الحكومة المصرية ووزارة التعليم العالى على إنشاء عدد من الجامعات الخاصة في مصر تحت ضغط شديد من بعض رجال الأعمال (د . محمد أبو الغار ، 2001 : 78) (2) ، بقرار وزاري رقم 101 لسنة 1992 بهدف مساهمة هذه الجامعات (3) في رفع مستوى التعليم والبحث العلمى وتوفير التخصصات العلمية الحديثة لاعداد المتخصصين والفنيين والخبراء في شتى المجالات بما يحقق الربط بين أهداف الجامعة واحتياجات المجتمع . وقد أصبح التعليم الإعلامى في الجامعات المصرية الحكومية والخاصة في عالمنا المعاصر ضرورة يحتمها التطور الاقتصادى والسياسى والاجتماعى للمجتمعات الحديثة وهذا يفرض على الكليات والأقسام الإعلامية أن تطور أو تتبنى الوسائل الكفيلة للنجاح في رفع كفاءة طلبة الإعلام التعليمية والإنتاجية ويقصد هنا بالكفاءة في التعليم مدى مقدرة التعليم الإعلامى الأكاديمي على تحقيق الأهداف المنشودة منه وتركز هذه الدراسة على التعرف على جوانب القوة والضعف في عملية التعليم الإعلامى في كليات الإعلام الحكومية والخاصة ومدى توفر الإمكانيات المادية والبشرية في هذه الكليات والتعرف على آراء أعضاء هيئة التدريس والطلاب بوصفهم لب العملية التعليمية لتصبح دليلاً إرشادياً عند محاولة تطوير وتحسين المناهج والمقررات الدراسية والتعرف على مدى قدرة التعليم الإعلامى في الجامعات المصرية الحكومية والخاصة على القيام بالأدوار المتوقعة منه خاصة ونحن في حاجة إلى إعلاميين تتوافر لديهم القدرة على إقناع الجماهير والتأثير فيهم كما تتوافر لديهم القدرة على توصيل المعلومات وتفسير مدلولاتها وتوضيحها ومعرفة الآثار الناتجة عنها لدى الجماهير عن طريق تقديم الرسالة الإعلامية السوية لغوياً ودينياً وسلوكياً واجتماعياً وصحياً ونفسياً ولاشك أن تأهيل رجال الإعلام عن طريق التعليم والتدريب المستمر هو الطريق المفتوح لكل ما نصبو إليه ونتمناه من وسائل الإعلام (د . فوزية فهم ، 1992) (4) .

مشكلة البحث :

تسعى هذه الدراسة لرصد وتوصيف وتحليل واقع التعليم الإعلامي في كليات الإعلام بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة وذلك من خلال مناقشة الجوانب المرتبطة والمؤثرة على العملية التعليمية لطلاب هذه الكليات ويرتبط ذلك أساساً برصد هذا الواقع من خلال رؤية الأطراف الرئيسية الممثلة طلاباً وأساتذة ولتدعيم هذه الرؤية وتفسيرها بشكل علمي وعملي كان من الضروري استطلاع آراء عينة من طلاب السنة النهائية في كلية الإعلام بجامعة القاهرة كجامعة حكومية وطلاب السنة النهائية في كلية الإعلام وفنون الاتصال بجامعة 6 أكتوبر كجامعة خاصة للوقوف على آرائهم بشأن ما يفتقدونه من مهارات علمية وعملية واقتراحاتهم بشأن ضرورة تكثيف العناية بها في العملية التعليمية التي تقدم للطلاب أثناء دراسته .

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى رصد وتقييم واقع التعليم الإعلامي في الجامعات المصرية الحكومية والخاصة ومدى قدرة كليات الإعلام في هذه الجامعات على توفير الإمكانيات المادية والبشرية التي تساهم بفاعلية في تخريج كوادر إعلامية متخصصة وقادرة على تحمل المسؤولية والمنافسة في عصر السماوات المفتوحة . كما تسلط الدراسة الضوء على أهم المشاكل التي يتعرض لها التعليم الإعلامي في كليات الإعلام الحكومية والخاصة ووضع التصورات والمقترحات لتطوير هذا التعليم .

الدراسات السابقة :

لم يعثر الباحث على أية دراسة عربية أو أجنبية تناولت موضوع هذه الدراسة غير أن هناك مجموعة قليلة جداً من الدراسات التي تطرقت إلى موضوعات مرتبطة ببعض جوانب هذا الموضوع وهي :-

- دراسة (د. نجوى كامل ود. أميرة العباسي ، 1997) (5) ، عن التعليم والتدريب الصحفي في الجامعات المصرية وهي دراسة ميدانية على طلاب أقسام الإعلام والصحافة بجامعات القاهرة والأزهر وجنوب الوادي والإسكندرية والزقازيق بهدف تقييم واقع التعليم والتدريب الصحفي في الجامعات المصرية ومدى توفر الإمكانيات البشرية والمادية في أقسام الصحافة بهذه الجامعات .
- دراسة (د. ناهد أحمد فؤاد أبو العيون ، 1988) (6) ، عن تقييم التجربة المصرية في الأعداد الأكاديمي والتدريب المهني للصحفيين بهدف التعرف على خصائص التجربة المصرية في مجالي الأعداد الأكاديمي والتدريب المهني للصحفيين وتقييمها وذلك من خلال إجراء دراسة وصفية تحليلية شاملة للوحدات الأكاديمية وجميع المناهج الدراسية التي تم تطبيقها في كل من تلك الوحدات وأوضاع التدريب الصحفي والأنشطة التدريبية التي تمت في مصر من خلال المؤسسات الصحفية ونقابة الصحفيين .

- دراسة (د. سامي عزيز جيد ، 1985 : 866) (7) ، عن تأهيل الإعلاميين وتدريبهم ويستعرض فيها النظم والمناهج الدراسية التي تدرس في أقسام الصحافة بكليات الإعلام والآداب واللغة العربية بجامعات القاهرة والأزهر وأسيوط والجامعة الأمريكية في القاهرة كما استعرض الباحث أهمية التدريب الإعلامي في مصر وإسهامات المراكز والهيئات والأجهزة المختلفة في تدريب الصحفيين المصريين
- دراسة (د. سمير محمد حسين ، 1981) (8) ، بعنوان نحو استراتيجية جديدة في مجالي التعليم والتدريب الإعلامي في مصر وتعرضت للتدريس الإعلامي في بعض الدول العربية وأهم المشكلات التي تواجه أعضاء هيئة التدريس والمناهج الدراسية وكتب الإعلام المترجمة والمؤلفة وتدريس اللغات الأجنبية وبرامج التدريب العملي وأهمية التنسيق والتعاون بين كليات ومعاهد الإعلام بعضها البعض والمؤسسات الإعلامية الأخرى .

تساؤلات الدراسة :

- تسعى الدراسة إلى الإجابة عن سؤال رئيسي مؤداه : ما هو واقع التعليم الإعلامي في الجامعات المصرية الحكومية والخاصة ؟ . وينبثق من هذا السؤال عدة تساؤلات فرعية وهي :
- ما الفرق بين المقررات الدراسية الإعلامية في كليات الإعلام الحكومية والخاصة ؟
- هل توفر المقررات الدراسية الحالية التي يتلقاها الطالب في كليات الإعلام الحكومية والخاصة المقومات اللازمة لأعداد وتأهيل إعلامي متخصص في المستقبل ؟
- ما مدى الاهتمام بالجوانب التطبيقية في المقررات النظرية في كليات الإعلام الحكومية والخاصة ؟
- كيف تؤثر أساليب التدريس والتقويم المتبعة على مستوى الأداء التعليمي للطلاب ؟
- ما مدى اهتمام كليات الإعلام في الجامعات الحكومية والخاصة بالتدريب الإعلامي ؟
- ما أهم المشكلات التي تواجه التعليم الإعلامي في الجامعات الحكومية والخاصة ؟
- ما أهم المقترحات لمواجهة المشكلات التعليمية في كليات الإعلام الحكومية والخاصة ؟
- ما أهم المقترحات المطروحة لتطوير العملية التعليمية في كليات الإعلام الحكومية والخاصة ؟

الإجراءات المنهجية للدراسة

تعد هذه الدراسة دراسة وصفية لواقع التعليم الإعلامي في الجامعات المصرية الحكومية والخاصة وتعتمد منهج المسح الإعلامي حيث تم توظيفه في مسح الدراسات السابقة إلى جانب استخدامه في المسح الميداني لعينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس والطلاب في كليات الإعلام الحكومية والخاصة كما استخدم المنهج المقارن لإبراز أوجه التشابه والاختلاف بين المقررات والمناهج الإعلامية في هذه الكليات ورؤية أعضاء هيئة التدريس والطلاب لتطوير التعليم الإعلامي الحكومي والخاص واعتمدت الدراسة في جمع البيانات اللازمة لها على صحفيي استبيان

عينة الدراسة :

أولا عينة الجامعات الحكومية والخاصة :

تم تطبيق الدراسة على كلية الإعلام جامعة القاهرة وكلية الإعلام وفنون الاتصال جامعة 6 أكتوبر وقد خضع اختيار هذه العينة لعدة معايير هي :

1- تم اختيار كلية الإعلام جامعة القاهرة ككلية حكومية للأسباب التالية (د . محمد على حوات ، 1998 : 143 ، 163) (9) : -

__ لكونها أقدم كلية إعلام متخصصة في مصر والعالم العربي .

__ لكونها تضم الأساتذة الرواد والمرجعية في علوم الاتصال وفي وضع وصياغة المناهج التعليمية الإعلامية في الكليات والأقسام الإعلامية المناظرة الأخرى .

__ لكونها الكلية الأكثر تخصصا والأقدر كفاءة مقارنة بما عداها من مراكز تدريب وإعداد الإعلاميين الأخرى

2- تم اختيار كلية الإعلام وفنون الاتصال جامعة 6 أكتوبر ككلية خاصة للأسباب التالية (الباحث ، 2002) (10) : -

__ توافر خبرة تعليمية للطلاب حيث تم تخريج عدة دفعات ومعظم الطلبة يقع في سنوات التخصص

__ تملك مقومات تقويم التجربة التعليمية الإعلامية في الجامعات الخاصة .

__ تعد أكبر جامعة خاصة حديثة تضم عددا كبيرا من الكليات مقارنة بغيرها من الجامعات الخاصة .

__ ارتفاع عدد الطلاب فيها مقارنة بغيرها من كليات الإعلام الخاصة .

ثانيا : عينة الطلاب :

تم اختيار عينة عشوائية بسيطة بلغ حجمها 199 مفردة من طلاب الفرقة الرابعة بكلية الإعلام جامعة القاهرة وكلية الإعلام وفنون الاتصال جامعة 6 أكتوبر للأسباب التالية :

• إن هؤلاء الطلاب متجانسون إلى حد ما في المستويين السني والعلمي وبالتالي ستكون آرائهم حول موضوع الدراسة مؤشراً له دلالة خاصة .

• لم يتعرض هؤلاء الطلبة بعد لأية ضغوط مهنية قد يفرضها مجال العمل ولذلك فإن آرائهم تشمل رأى الدارس المتخصص .

• درس هؤلاء الطلبة خلال سنوات الدراسة الأربع بالكليتين الحكومية والخاصة العديد من المواد والمناهج الإعلامية التي تؤهلهم لفهمها وتقييمها والحكم عليها .

هذا وقد قام الباحث بحصر كل مفردات مجتمع الدراسة من واقع بيانات الكليتين حيث تبين أن إجمالي طلبة

وطالبات السنة الرابعة بالكليتين للعام الجامعي 2001-2002 م يبلغ 505 طالباً وطالبة موزعة كالتالي :

كلية الإعلام جامعة القاهرة		كلية الإعلام جامعة 6 أكتوبر		
القسم	طلبة	طالبات	الإجمالي	(11)
صحافة	38	61	99	17
إذاعة وتلفزيون	32	118	150	10
علاقات عامة	48	136	184	45
الإجمالي	118	315	433	72

وقد اختار الباحث مائتي مفردة من طلبة وطالبات كلية الإعلام جامعة القاهرة من الأقسام الثلاثة وتم توزيع استمارات الاستبيان عليهم وطلب من كل واحد منهم استيفاء الاستمارة في منزله كي لا يتأثر الطالب بآراء الآخرين ويسجل رأيه بكل حرية وتسلم الباحث (170) استمارة من المبحوثين تم استبعاد (34) استمارة غير صحيحة وبلغ إجمالي الاستمارات الصحيحة (136) استمارة كما اختار الباحث (63) مفردة من طلبة وطالبات الفرقة الرابعة بكلية الإعلام وفنون الاتصال جامعة 6 أكتوبر وبهذا بلغ إجمالي مجتمع الدراسة (199) مفردة من الكليتين تم توزيعها كالتالي :

الكلية والقسم والعدد والنسبة	كلية إعلام جامعة القاهرة		كلية إعلام جامعة 6 أكتوبر	
	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %
صحافة	43	31,6 %	12	19 %
إذاعة وتلفزيون	45	33,1 %	8	12,7 %
علاقات عامة	48	35,3 %	43	68,3 %
الإجمالي	136	100 %	63	100 %

ثالثا : عينة أعضاء هيئة التدريس :

نظرا لقيام بعض أعضاء هيئة التدريس بكلية الإعلام جامعة القاهرة بالتدريس بكليات الإعلام في الجامعات الخاصة إما بالندب أو الإعارة ونظرا للعجز الشديد في أعضاء هيئة التدريس في كليات الإعلام الخاصة فقد اختار الباحث عينة عشوائية بسيطة من أعضاء هيئة التدريس من كلية الإعلام جامعة القاهرة وأقسام الإعلام بجامعة الأزهر وحلوان والزقازيق بلغت 44 مفردة موزعة على النحو التالي :

الدرجة	العدد
أستاذ متفرغ	2
أستاذ	3
أستاذ مساعد	10
مدرس	29

أدوات جمع البيانات

أولا : تصميم الاستبيان :

فى ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها تم تصميم صحفيى استبيان لأعضاء هيئة التدريس والطلاب مرتا قبل أن تأخذا شكلهما النهائي بفترة تجريب واختبار وتم طرح أول عناصر الاستبيان فى شكل أسئلة على مجموعة من 30 طالباً وطالبة و10 مدرسين من أعضاء هيئة التدريس بكلية الإعلام جامعة القاهرة وأقسام الإعلام تم اختيارهم عشوائياً من مجتمع الدراسة وذلك للاستفادة من استجاباتهم فى تصميم صحفيى الاستبيان وكانت استجاباتهم بمثابة المؤشرات للأبعاد التى تندرج تحت كل عنصر من عناصر الاستبيان وبهذه الطريقة توصل الباحث للصورة الأولى لصحيفتى الاستبيان تم عرضهما على مجموعة من السادة المحكمين المتخصصين فى الإعلام وفى المناهج وطرق التدريس (12) للاستشارة والاستفادة بأرائهم بصدد صحفيى الاستبيان ومدى ارتباطهما بالأهداف المنشودة من الدراسة وفى ضوء ملاحظاتهم تم تعديل صياغة بعض الأسئلة وإضافة بدائل للبعض الآخر

● صحيفة استبيان أعضاء هيئة التدريس :

تضمنت صحيفة أعضاء هيئة التدريس أربعة وعشرين سؤالاً وزعت على عدة محاور هي :

— محور المناهج والمقررات الدراسية الإعلامية واشتمل على عدد من الأسئلة تدور حول أهمية تحديث المناهج الإعلامية وتطويرها وجودتها نظرياً وعمقها ومدى فائدتها وإشباعها لميول الطلبة واتجاهاتهم وربطها بحاجة المجتمع وإيجاد التوازن بين الجوانب النظرية والعملية ومدى رضا عضو هيئة التدريس عن هذه المناهج التى يقوم بتدريسها فى الجامعة ورؤيته الى كيفية تغييرها أو تجديدها .

— محور طرق التدريس واشتمل على عدة تساؤلات حول المحاضرة وأهميتها لتحسين معارف الطالب ومهاراته واتجاهاته نحو الآخرين وأنواع المحاضرات التى تناسب طالب الإعلام ومدى اشتراكه فى النقاش حول موضوع المحاضرة ومدى الاعتماد على الكتاب الجامعي وأفضل طرق أداء أستاذ الإعلام .

— محور التدريب الإعلامي وتناول عدة تساؤلات تتعلق بمدى توافر الأجهزة التدريبية فى كليات الإعلام الحكومية والخاصة ودرجة الاستفادة منها وتصورات أستاذ الإعلام لكيفية تطوير أساليب التدريب وتطوير القدرات التدريبية لعضو هيئة التدريس والعلاقة بين كليات الإعلام والمؤسسات الإعلامية الأخرى .

— محور الامتحانات والتقويم واشتمل على عدة تساؤلات تدور حول مدى رضا عضو هيئة التدريس عن نظام الدراسة الجامعية الحالي وتقييمه لنظام الفصلين الدراسيين وأسلوب امتحانات آخر الفصل الدراسي ومدى قياسها لقدرات الطالب التعليمية والمعرفية .

— محور تطوير التعليم الإعلامي الحكومي والخاص وضم هذا المحور سؤالين مفتوحين حول أهم المشكلات التى تواجه هذا التعليم ومقترحات أعضاء هيئة التدريس وتصوراتهم لكيفية حل هذه المشكلات وتطوير التعليم .

* صحيفة استبيان الطلاب :

اشتملت صحيفة استبيان طلاب كليتي الإعلام الحكومية والخاصة أربعة وثلاثين سؤالاً وزعت على عدة محاور هي :

— محور المناهج والمقررات الإعلامية واشتمل على عدة تساؤلات تدور حول مدى إشباعها لميول الطالب واتجاهاته ومدى استفادته منها نظرياً وعملياً وكيفية تحديثها أو تطويرها وربطها بحاجة المجتمع .

— محور طرق التدريس واشتمل على عدة تساؤلات تدور حول مدى رضا الطالب عن المحاضرة كأسلوب لتلقى المعرفة ومدى ملاءمتها له وفائدتها في تحسين معارفه واتجاهاته .

— محور التدريب الإعلامي وتناول عدة تساؤلات تدور حول أهمية التدريب الإعلامي للطلاب وأساليب التدريب ومدى قيام كليات الإعلام الحكومية والخاصة بتوفير الأجهزة التدريبية ودرجة استفادة الطالب منها والعلاقة بين هذه الكليات والمؤسسات الإعلامية .

— محور المكتبة الجامعية ودورها في إثراء العملية التعليمية وتناول عدة تساؤلات حول تردد الطالب على مكتبة الكلية أو الجامعة أو المكتبات العامة والفترة التي يقضيها داخل المكتبة وأسباب تردده على المكتبة .

— محور الامتحانات وتناول عدة تساؤلات حول أسلوب الامتحانات ومدى تركيزها على تفكير الطالب وفهمه للمقررات والمناهج الدراسية أو حفظه لها أو قدرته على التحليل وأفضل الأساليب لقياس قدرات الطالب المعرفية والتعليمية .

— محور تطوير التعليم الإعلامي الحكومي والخاص وركز على سؤالين حول أهم المشكلات التي يواجهها هذا التعليم وتصور الطالب ورؤيته لكيفية تطوير التعليم الإعلامي .

— محور المتغيرات الديموجرافية واشتمل على عدة تساؤلات ركزت على سن الطالب ونوعه ومستواه الاجتماعي والاقتصادي وتقديراته في سنوات الدراسة السابقة بالكلية (13) .

ثانيا : العمل الميداني :

استغرق العمل الميداني لتطبيق استمارات الدراسة ثلاثة شهور (مارس - مايو 2002) وقد تم تفريغ الاستمارات يدوياً مع احتساب التكرارات والنسب المئوية للخروج بدلالات كمية تم تحليلها وتفسيرها كميّاً

تعريفات إجرائيه

- **التعليم الإعلامي الحكومي :** يقصد به الإعداد الإعلامي الأكاديمي المتخصص الذي يتضمن جميع المناهج والمواد والأجهزة والإنشاءات الحكومية الرسمية ككلية الإعلام جامعة القاهرة .
- **التعليم الإعلامي الخاص :** يقصد به الإعداد الإعلامي الأكاديمي الذي يتضمن جميع المناهج والمواد والأجهزة والإنشاءات التابعة للجامعات المصرية الخاصة ككلية الإعلام وفنون الاتصال جامعة 6 أكتوبر

- **التدريب الإعلامي :** يقصد به التدريب العملى التطبيقي لطلبة الإعلام أثناء الدراسة سواء داخل الجامعة أو فى المؤسسات الإعلامية بهدف تنمية قدرات الطلبة على أداء الفنون الإعلامية المختلفة .

نتائج الدراسة ومؤشراتها

يعرض الباحث فى هذا الجزء نتائج الدراسة الميدانية على عينة عشوائية بسيطة قوامها 44 مفردة من أعضاء هيئة التدريس و136 مفردة من طلاب كلية الإعلام جامعة القاهرة ممثلة لعينة التعليم الحكومي و63 مفردة من طلاب كلية الإعلام وفنون الاتصال جامعة 6 أكتوبر ممثلة لعينة التعليم الخاص . وهذه النتائج تجيب مباشرة عن تساؤلات الدراسة الأساسية من خلال المحاور التالية :

أولاً : محور التعليم الإعلامي . ثانياً : محور التدريب الإعلامي .

ثالثاً : محور مشكلات التعليم الإعلامي والحلول المقترحة .

أولاً : التعليم الإعلامي

يتناول هذا المحور مناقشة النتائج الخاصة بالجوانب التالية :

1_ المناهج والمقررات الدراسية فى كليتي الإعلام جامعتي القاهرة و6 أكتوبر الحكومية والخاصة .

أ - مدى رضا أعضاء هيئة التدريس وطلاب كليتي الإعلام جامعة القاهرة و6 أكتوبر عن المناهج والمقررات الدراسية الإعلامية .

جدول رقم (1)

يوضح الجدول التالي درجة رضا أعضاء هيئة التدريس وطلاب كليتي الإعلام الحكومية والخاصة عينة

الدراسة عن المناهج والمقررات الإعلامية التي يدرسونها حالياً .

الكلية	أعضاء هيئة التدريس		طلاب إعلام جامعة القاهرة		طلاب إعلام جامعة 6 أكتوبر	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
نعم	8	2و18 %	9	6و6 %	17	27 %
إلى حد ما	24	5و54 %	89	4و65 %	43	3و68 %
لا	12	3و27 %	38	28 %	3	4و7 %
الإجمالي	44	100 %	136	100 %	63	100 %

بقراءة بيانات الجدول السابق يتضح الآتي :

- إن نسبة 54و5 % من أعضاء هيئة التدريس راضون إلى حد ما عن المناهج والمقررات الدراسية الإعلامية التي تدرس للطلبة فى كليتي الإعلام بجامعتي القاهرة و6 أكتوبر الحكومية والخاصة مقابل نسبة 27و3 % غير راضية تماماً عن هذه المناهج والمقررات الدراسية الإعلامية .

● إن نسبة 72 و 1% من طلاب كلية الإعلام جامعة القاهرة راضية إلى حد ما عن المناهج والمقررات الدراسية الإعلامية التي يدرسونها حاليا في الكلية مقابل 27 و 9% غير راضية تماما عن هذه المناهج والمقررات .

● إن نسبة 95 و 3% من طلاب كلية الإعلام وفنون الاتصال جامعة 6 أكتوبر راضية إلى حد ما عن المناهج والمقررات الدراسية الإعلامية التي يدرسونها في الكلية الخاصة مقابل نسبة 7 و 4% غير راضية تماما عن هذه المناهج والمقررات الإعلامية .

● هناك اتفاق كبير في آراء طلاب الكليتين الحكومية والخاصة حول رضاهم إلى حد ما عن المناهج والمقررات الدراسية الإعلامية التي يدرسونها حاليا في الكليتين .
ويوضح الجدول التالي أسباب رضا أعضاء هيئة التدريس والطلاب عن المناهج والمقررات الدراسية الإعلامية .

ب - آراء عينة الدراسة في المناهج والمقررات الدراسية الإعلامية .

جدول رقم (2)

يوضح الجدول التالي آراء أعضاء هيئة التدريس وطلاب كليتي الإعلام الحكومية والخاصة في المناهج الإعلامية

الكلية والتكرار		أعضاء هيئة التدريس		طلاب إعلام جامعة القاهرة		طلاب إعلام 6 أكتوبر	
آراء عينة الدراسة		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
المناهج جيدة من الناحية النظرية		46	28 و 3 %	60	33 و 5 %	38	43 و 7 %
المناهج تحتاج الى عمق أكثر		42	33 و 1 %	54	30 و 2 %	23	26 و 4 %
المناهج تشبع الميول والاتجاهات		32	25 و 2 %	21	11 و 7 %	19	21 و 8 %
المناهج غير مفيدة		17	13 و 4 %	44	24 و 6 %	7	8 %
الإجمالي		127	100 %	179	100 %	87	100 %

بيانات الجدول السابق توضح الآتي :

● إذا كانت نسبة 33 و 1% من أعضاء هيئة التدريس عينة الدراسة ترى أن المناهج والمقررات الإعلامية تحتاج إلى عمق أكثر فإن نسبة 28 و 3% ونسبة 25 و 2% من العينة نفسها ترى أن المناهج والمقررات الإعلامية جيدة من الناحية النظرية وتشبع ميول واتجاهات طلبة الإعلام في حين أن نسبة

و13و4 % ترى أن المناهج غير مفيدة وتحتاج الى ارتباطها بالواقع واهتمامها بالجانب العملي والتطبيقي وأن تركز على التفكير والتحليل .

- إن نسبة 33و5 % من طلبة كلية الإعلام جامعة القاهرة الحكومية ترى أن المناهج الإعلامية جيدة من الناحية النظرية في حين ترتفع هذه النسبة الى 43و7 % من عينة طلبة كلية الإعلام جامعة 6 أكتوبر الخاصة والتي لها نفس الرؤية .
- إن نسبة 30و2 % من طلبة كلية الإعلام جامعة القاهرة عينة الدراسة ترى أن المناهج الإعلامية تحتاج إلى عمق أكثر في حين تنخفض هذه إلى 26و4 % من عينة طلبة كلية الإعلام جامعة 6 أكتوبر والتي ترى أن المناهج والمقررات الإعلامية تحتاج إلى عمق أكثر .
- إذا كانت نسبة 11و7 % من عينة طلبة كلية الإعلام جامعة القاهرة منخفضة مقارنة بنسبة 21و8 % من عينة طلبة كلية الإعلام جامعة 6 أكتوبر الخاصة مرتفعة فإن العينة المدروسة ترى أن المناهج والمقررات الإعلامية تشبع ميول الطلبة واتجاهاتهم .
- ارتفعت نسبة من ترى أن المناهج والمقررات الإعلامية غير مفيدة إلى 24و6 % من عينة طلبة كلية الإعلام جامعة القاهرة في حين انخفضت هذه النسبة إلى 8 % من عينة طلبة كلية الإعلام جامعة 6 أكتوبر الخاصة وتثير هذه النتيجة مدى الحاجة إلى مناهج جديدة سواء في مرحلة الجامعة أو في مراحل التعليم المختلفة فمناهجنا مع كل التطور الذي يحدث فيها تتباعد المسافة بينها وبين المتطلبات القادمة ولابد أن ترتبط المناهج بحاجات المجتمع وان تنهض بمسئولية تمكين الطلاب من التعامل الذكي والكفاء مع المتطلبات الحقيقية والمتطورة للمجتمع فلا يليق أن يمضى الطلاب سنوات طوال في التعليم ثم ينسون غالبية ما يكتبون بمجرد انتهائهم من كتابة إجاباتهم في أوراق الامتحان أو تخرجهم من مرحلة تعليمية معينة أو ذهابهم إلى الحياة العملية (د . حسين كامل بهاء الدين ، 2000 : 133 ، 134) (14) .

ج -آراء عينة الدراسة حول تغيير المناهج والمقررات الإعلامية

جدول رقم (3)

يوضح الجدول التالي آراء أعضاء هيئة التدريس وطلاب كليتي الإعلام الحكومية والخاصة حول تغيير المناهج الإعلامية التي يدرسونها حالياً في جامعتي القاهرة و6 أكتوبر

الكلية والتكرار والاستجابة	أعضاء هيئة التدريس		طلاب كلية إعلام ج. القاهرة		طلاب كلية إعلام ج 6 أكتوبر	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
نعم	32	72و7 %	111	81و6 %	38	60و3 %
لا	12	27و3 %	25	18و4 %	25	39و7 %
الأجمال	44	100 %	136	100 %	63	100 %

بقراءة بيانات الجدول السابق يتضح الآتي :

- ترى نسبة 72و7 % من أعضاء هيئة التدريس عينة الدراسة أن المناهج والمقررات الإعلامية التي يقومون بتدريسها حاليا في الجامعة تحتاج إلى تحديد في حين ترى نسبة 27و3 % من العينة أن هذه المناهج لا تحتاج إلى تغيير أو تحديد .
- اتفقت نسبة 81و6 % من طلاب كلية الإعلام جامعة القاهرة الحكومية مع نسبة 60و3 % من طلاب كلية الإعلام جامعة 6 أكتوبر الخاصة عينة الدراسة في آرائهم حول ضرورة تغيير أو تحديد المناهج والمقررات الإعلامية التي يدرسونها في الجامعتين .
- انخفاض نسبة طلاب كلية الإعلام الحكومية الى 18و4 % عن نسبة 39و7 % من طلاب كلية الإعلام الخاصة عينة الدراسة والتي ترى أن المناهج الإعلامية لا تحتاج إلى تغيير أو تحديد

د - آراء عينة الدراسة حول نوعية تغيير المناهج والمقررات الإعلامية

جدول رقم (4)

يوضح الجدول التالي رؤية أعضاء هيئة التدريس وطلاب كليتي الإعلام الحكومية والخاصة لنوعية تغيير

المناهج

الكلية والتكرار ونوعية التغيير		أعضاء هيئة التدريس		طلاب كلية إعلام ج القاهرة		طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
33و3 %	38	40و9 %	90	32و4 %	48	33و3 %	114
37و7 %	43	25و9 %	57	28و4 %	42	37و7 %	148
29 %	33	33و2 %	73	39و2 %	58	29 %	73
100 %	114	100 %	220	100 %	148	100 %	220

توضح بيانات الجدول السابق مايلي :

- ترى نسبة 33و3 % من أعضاء هيئة التدريس عينة الدراسة أن المناهج والمقررات الإعلامية التي يدرسونها للطلبة تحتاج إلى إيجاد توازن بين الجانبين النظري والعملي كما ترى نسبة 37و7 % من العينة نفسها أن المناهج والمقررات تحتاج إلى تحديث وتطوير لأن هناك تداخل وتكرار فيما بينها وتعتمد على الحفظ والتلقين وغير مرتبطة بواقع المجتمع .

- ارتفعت نسبة طلاب كلية الإعلام جامعة القاهرة الحكومية 9 و40 % في حين انخفضت نسبة طلاب كلية الإعلام الخاصة إلى 4 و32 % عينة الدراسة والتي ترى ضرورة إيجاد التوازن بين الجوانب النظرية والعملية في المناهج الإعلامية .
- انخفضت نسبة طلاب كلية الإعلام الحكومية إلى 9 و25 % في حين ارتفعت نسبة طلاب كلية الإعلام الخاصة عينة الدراسة إلى 4 و28 % والتي ترى أن المناهج والمقررات الإعلامية التي يدرسونها حاليا في الجامعتين تحتاج إلى تحديث وتطوير .
- انخفضت نسبة طلاب كلية الإعلام الحكومية إلى 2 و33 % عن نسبة طلاب كلية الإعلام الخاصة 2 و39 % عينة الدراسة والتي ترى ضرورة ربط المناهج والمقررات الإعلامية بحاجة المجتمع .
- تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة د . نجوى كامل ود . أميرة العباسي حيث كشفت الدراسة عن عدم التوازن في المناهج الدراسية لأقسام الصحافة بين المقررات ذات الطابع النظري بالمقررات العملية وإغفال الاهتمام بالجوانب التطبيقية في بعض هذه المقررات النظرية رغم أهميتها في إعداد الصحفي الجيد .

هـ-مدى اهتمام عينة الدراسة وعدم اهتمامها بالمحاضرة كأسلوب لتلقى المعرفة .

جدول رقم (5)

يوضح الجدول التالي مدى اهتمام وعدم اهتمام أعضاء هيئة التدريس وطلاب كليتي الإعلام الحكومية والخاصة عن المحاضرة كأسلوب لتلقى المعرفة .

الكلية والتكرار الاستجابة	أعضاء هيئة التدريس		طلاب كلية إعلام ج القاهرة		طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
نعم	75 %	33	43 و4 %	59	71 و4 %	45
لا	25 %	11	56 و6 %	77	28 و6 %	18
الإجمالي	100 %	44	100 %	136	100 %	63

بيانات الجدول السابق توضح ما يلي :

- إن نسبة 75 % من أعضاء هيئة التدريس عينة الدراسة راضون تماما عن المحاضرة كأسلوب لتلقى طالب الإعلام المعرفة سواء في الجامعة الحكومية أو الخاصة حيث أكدت نسبة 4 و39 % من العينة نفسها أن المحاضرة تحسن معارف الطالب في حين ترى نسبة 2 و31 % أن المحاضرة تحسن اتجاهات الطالب إزاء الآخرين كما ترى نسبة 4 و29 % أن المحاضرة تحسن مهارات الطالب .
- توجد فروق في رؤى طلاب كليتي الإعلام جامعتي القاهرة و6 أكتوبر الحكومية والخاصة حول المحاضرة كأسلوب لتلقى الطالب المعرفة حيث انخفضت نسبة طلاب كلية إعلام القاهرة إلى 4 و43 % في

حين ارتفعت نسبة طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر إلي 71 و4 % والذين أكدوا أن المحاضرة أسلوب مهم لتلقيهم المعرفة .

- ارتفعت نسبة طلاب كلية إعلام القاهرة 0 إلي 77 % الذين يرفضون تماماً المحاضرة كأسلوب لتلقيهم المعرفة في حين انخفضت نسبة طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر الذين أكدوا ذلك .
- وفي سؤال مفتوح حول مساعدات أخرى تقدمها المحاضرة للطلاب جاءت إجابات عينة الدراسة كالتالى :

- المحاضرة تساعد الطالب على فهم محتويات الكتاب الجامعى المقرر وتوضيح الغموض فيه .
- المحاضرة تساعد الطالب على المذاكرة والإجابة فى الامتحانات .
- المحاضرة تساعد الطالب على اكتساب المعلومات المتنوعة وفهم الموضوعات المتعددة .
- تحقق المحاضرة اتصالاً مباشراً بين الأستاذ والطالب حيث تتيح الفرصة للطالب للتعرف على شخصية الأستاذ ومناقشته فى مختلف الموضوعات .

6 - أسباب اهتمام عينة الدراسة وعدم اهتمامها بالمحاضرة كأسلوب لتلقى المعرفة .

جدول رقم (6)

يوضح الجدول التالى أسباب اهتمام وعدم اهتمام طلاب كليتي الإعلام جامعتي القاهرة و6 أكتوبر بالمحاضرة كأسلوب لتلقيهم المعرفة

الكلية والتكرار وأسباب الاهتمام بالمحاضرة		طلاب كلية الإعلام جامعة القاهرة		طلاب كلية الإعلام جامعة 6 أكتوبر	
التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
68	30 و9 %	28	31 و9 %	المحاضرة جيدة ومفيدة	
72	32 و7 %	32	35 و8 %	أفكار المحاضرة واضحة	
80	36 و4 %	29	33 و3 %	المحاضرة توضح الكتاب المقرر	
220	100 %	89	100 %	الإجمالي	
85	38 و6 %	23	25 و8 %	المحاضرة تلقينية وجامدة	
42	19 و1 %	20	22 و5 %	المحاضرة غير ملائمة	
41	18 و6 %	24	27 %	المحاضرة تخرج عن موضوعها	
52	23 و6 %	22	24 و7 %	تعتمد المحاضرة على الكتاب	
220	100 %	89	100 %	الإجمالي	

بيانات الجدول السابق تقول مايلى :

- -انخفضت نسبة طلب كلية الإعلام جامعة القاهرة إلي 30 و9 % والتي ترى أن المحاضرة جيدة ومفيدة في حين ارتفعت نسبة من يروا ذلك من طلاب كلية الإعلام جامعة 6 أكتوبر إلي 31 و9 % كما

ارتفعت نسبة طلاب كلية الإعلام جامعة القاهرة إلي 38 و6 % والتي ترى أن المحاضرة تلقينية وجامدة مقابل نسبة 25 و8 % من طلبة إعلام 6 أكتوبر والتي ترى عكس ذلك .

- انخفضت نسبة طلاب كلية الإعلام جامعة القاهرة إلى 32 و7 % والتي ترى أن أفكار المحاضرة واضحة ومبسطة في حين ارتفعت هذه النسبة إلي 35 و8 % من طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر .
 - ارتفعت نسبة طلاب كلية إعلام القاهرة إلي 36 و4 % والتي ترى أن المحاضرة توضح لهم محتويات الكتاب الجامعي المقرر في حين انخفضت هذه النسبة إلي 33 و3 % من طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر والتي لها نفس الرؤية .
 - يوجد فرق بنسبة 3 و4 % بين رؤى طلاب كليتي الإعلام حول مدى ملائمة المحاضرة لهم كأسلوب لتلقي المعرفة حيث ترى نسبة 19 و1 % من طلاب كلية إعلام القاهرة أن المحاضرة غير ملائمة كما ترى ذلك نسبة 22 و5 % من طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر .
 - يوجد فرق بنسبة 4 % تقريبا بين رؤى طلاب كليتي الإعلام حول مدى اعتماد المحاضرة على الكتاب المقرر عليهم حيث ترى نسبة 23 و6 % من طلاب كلية الإعلام جامعة القاهرة أن المحاضرة تعتمد كثيرا على الكتاب المقرر عليهم كما ترى ذلك نسبة 27 % من طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر .
 - يوجد فرق كبير بنسبة 6 % بين رؤى طلاب كليتي الإعلام حول مدى التزام الأستاذ المحاضر بموضوع المحاضرة حيث ترى نسبة 18 و6 % من طلاب كلية إعلام القاهرة أن المحاضرة تخرج كثيرا عن لب موضوعها كما ترى ذلك نسبة 24 و7 % من طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر .
- 7 _ دور المحاضرة في تحسين اتجاهات الطلبة ومعارفهم ومهاراتهم .**

جدول رقم (7)

يوضح الجدول التالي رؤية أعضاء هيئة التدريس وطلاب كليتي الإعلام جامعتي القاهرة و6 أكتوبر للمحاضرة ودورها في تحسين المعارف والاتجاهات والمهارات .

الكلية والتكرار		أعضاء هيئة التدريس		طلاب إعلام جامعة القاهرة		طلاب إعلام جامعة 6 أكتوبر	
التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
34	31 و2 %	68	30 و9 %	28	31 و5 %		
43	39 و4 %	72	32 و7 %	32	36 %		
32	29 و4 %	80	36 و4 %	29	32 و5 %		
109	100 %	220	100 %	89	100 %		

بيانات الجدول السابق توضح ما يلي :

- _ يوجد اتفاق كبير فى رأى أعضاء هيئة التدريس وطلاب كليتى الإعلام جامعتى القاهرة و6 أكتوبر حول أهمية المحاضرة كأسلوب لتحسين معارف الطلاب حيث ترى نسبة 4 و39 % من أعضاء هيئة التدريس ونسبة 7 و32 % من طلاب إعلام القاهرة ونسبة 36 % من طلاب إعلام 6 أكتوبر أن المحاضرة تحسن معارف الطلبة .

- - يوجد اختلاف بسيط بنسبة تقارب 1 % فى رأى طلاب كليتى الإعلام حول أهمية المحاضرة كأسلوب لتحسين اتجاهات الطلبة آراء الآخرين حيث ترى ذلك نسبة 9 و30 % من طلاب كلية إعلام القاهرة مقابل نسبة 5 و31 % من طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر . - يوجد اختلاف بنسبة 1 و4 % بين رأى طلاب كليتى الإعلام حول أهمية المحاضرة كأسلوب لتحسين مهارات الطلبة حيث ترى ذلك نسبة 4 و36 % من طلاب كلية إعلام القاهرة مقابل نسبة 5 و32 % من طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر .

8 _ نوعية المحاضرات التى تناسب طلاب كليتى الإعلام الحكومية والخاصة عينة الدراسة

جدول رقم (8)

يوضح الجدول التالى رأى أعضاء هيئة التدريس وطلاب كليتى الإعلام جامعتى القاهرة و6 أكتوبر لنوعية المحاضرات التى تناسب طالب الإعلام .

المحاضرات		أعضاء هيئة التدريس		طلاب إعلام جامعة القاهرة		طلاب إعلام جامعة 6 أكتوبر	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
14 و1 %	10	—	—	—	—	—	—
47 و9 %	34	53 و2 %	108	55,4 %	56	—	—
38 %	27	46 و8 %	95	44,6 %	45	—	—
100 %	71	100 %	203	100 %	101	100 %	101

بيانات الجدول السابق توضح مايلى :

- _ احتلت المحاضرة النقاشية المرتبة الأولى بالنسبة لباقي المحاضرات النظرية والنظرية العملية حيث ارتفعت نسبة أعضاء هيئة التدريس إلى 47,9 % والى ترى أن المحاضرة النقاشية تعد أنسب المحاضرات بالنسبة لطلاب كليتى الإعلام جامعتى القاهرة و6 أكتوبر كما ارتفعت نسبة من يرون ذلك فى مجتمع الطلاب عينة الدراسة حيث وصلت نسبة طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر إلى 55,4 % فى حين انخفضت هذه النسبة إلى 2 و53 % من طلاب كلية إعلام القاهرة .
- إن نسبة لاشيء للمحاضرة النظرية تساوت تماما بين طلاب كليتى الإعلام جامعتى القاهرة و6 أكتوبر الحكومية والخاصة .

- يوجد فارق بنسبة 2 و 2% في رؤى طلاب كليتي الإعلام حول المحاضرة النظرية العملية حيث ارتفعت نسبة طلاب كلية إعلام القاهرة إلي 8 و 46% والتي ترى أن المحاضرة النظرية العملية تعد أنسب أنواع المحاضرات لهم في حين انخفضت نسبة من ترى ذلك من طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر إلي 6 و 44%.
- 9 _ مدى تردد مجتمع الدراسة على مكتبة الكلية أو الجامعة .

جدول رقم (9)

يوضح الجدول التالي مدى تردد طلاب كليتي الإعلام جامعتي القاهرة و 6 أكتوبر عينة الدراسة على مكتبة الكلية

الكلية والتكرار والاستجابة	طلاب إعلام جامعة القاهرة		طلاب إعلام جامعة 6 أكتوبر	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائما	24	17,6 %	3	4,8 %
أحيانا	66	48,5 %	31	49,2 %
نادرا	46	33,8 %	29	46 %
الإجمالي	136	100 %	63	100 %
مرة واحدة أسبوعيا	45	33 %	31	49,2 %
مرتان في الأسبوع	27	19,9 %	7	11,1 %
ثلاث مرات	27	19,9 %	5	8 %
ولا مرة	37	27,2 %	20	31,7 %
الإجمالي	136	100 %	63	100 %
ساعة واحدة	59	43,4 %	35	55,6 %
ساعتان	28	20,6 %	15	23,8 %
ثلاث ساعات	26	19,1 %	8	12,7 %
أربع ساعات	23	16,9 %	5	7,9 %
الإجمالي	136	100 %	63	100 %

من قراءة بيانات الجدول السابق يتضح الآتي :

- يوجد فارق كبير بنسبة 8 و 12% بين طلاب كليتي الإعلام جامعتي القاهرة و 6 أكتوبر الذين يترددون على مكتبة الكلية أو الجامعة دائما حيث ارتفعت نسبة طلاب كلية إعلام القاهرة الذين يترددون على المكتبة بصفة دائمة بنسبة 6 و 17% في حين انخفضت نسبة طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر إلي 8 و 4% .
- تساوت النسبة تقريبا بين طلاب كليتي الإعلام جامعتي القاهرة و 6 أكتوبر الذين يترددون على المكتبة أحيانا .

- انخفضت نسبة طلاب كلية إعلام القاهرة عينة الدراسة إلى 33 % الذين يترددون على مكتبة الكلية أو الجامعة مرة واحدة في الأسبوع في حين ارتفعت نسبة طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر إلى 49 و2 %.
 - ارتفعت نسبة طلاب كلية إعلام القاهرة عينة الدراسة إلى 19 و9 % الذين يترددون على مكتبة الكلية والجامعة مرتين في الأسبوع في حين انخفضت نسبة طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر إلى 1 و11 %
 - ارتفعت نسبة طلاب كلية إعلام القاهرة إلى 19 و9 % الذين يترددون على مكتبة الكلية أو الجامعة ثلاث مرات في الأسبوع في حين انخفضت بفارق كبير نسبة طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر إلى 8 %
 - انخفضت نسبة طلاب كلية إعلام القاهرة إلى 27 و2 % الذين لم يذهبوا إلى مكتبة الكلية أو الجامعة ولا مرة خلال العام الدراسي في حين ارتفعت هذه النسبة إلى 31 و7 % بين طلاب كلية الإعلام جامعة 6 أكتوبر .
 - انخفضت نسبة طلاب كلية إعلام القاهرة إلى 4 و43 % الذين يقضون ساعة واحدة أسبوعيا في المكتبة في حين ارتفعت نسبة طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر إلى 6 و55 % .
 - انخفضت نسبة طلاب كلية إعلام القاهرة إلى 6 و20 % الذين يقضون ساعتين أسبوعيا في المكتبة في حين ارتفعت نسبة طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر إلى 8 و23 % .
 - ارتفعت نسبة طلاب كلية إعلام القاهرة إلى 36 % الذين يقضون ثلاث أو أربع ساعات أسبوعيا في المكتبة في حين انخفضت نسبة طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر إلى 6 و20 % .
- 10 _ أسباب تردد طلاب كليتي الإعلام جامعتي القاهرة و6 أكتوبر عينة الدراسة على مكتبة الكلية أو الجامعة**

جدول رقم (10)

يوضح الجدول التالي أسباب تردد طلاب كليتي الإعلام جامعتي القاهرة و6 أكتوبر على المكتبة

الكلية والتكرار والأسباب		طلاب كلية إعلام جامعة القاهرة		طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر	
التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
للقراءة الحرة	47	3 و22 %	35	7 و40 %	
لإعداد البحوث	91	1 و43 %	31	36 %	
لاستعارة الكتب	43	4 و20 %	9	5 و10 %	
مواعيد المكتبة لاتتعارض ومحاضرات	30	2 و14 %	11	8 و12 %	
الإجمالي	211	100 %	86	100 %	

توضح بيانات الجدول السابق مايلي :

- انخفضت نسبة طلب كلية إعلام القاهرة إلى 3 و 22 % الذين يترددون على مكتبة الكلية أو الجامعة للقراءة الحرة في حين ارتفعت نسبة طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر عينة الدراسة إلى 7 و 40 % .
- ارتفعت نسبة كلية إعلام القاهرة إلى 1 و 43 % الذين يترددون على مكتبة الكلية أو الجامعة لإعداد البحوث العلمية في حين انخفضت نسبة طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر عينة الدراسة إلى 36 % .
- ارتفعت نسبة طلاب كلية إعلام القاهرة إلى 4 و 20 % الذين يترددون على المكتبة لاستعارة الكتب في حين انخفضت نسبة طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر إلى 5 و 10 % .
- ارتفعت نسبة طلاب كلية إعلام القاهرة إلى 2 و 14 % الذين يترددون على المكتبة لأن مواعيدها لا تتعارض مع مواعيد محاضراتهم في حين انخفضت نسبة طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر إلى 8 و 12 % .

11 _ تقويم عينة الدراسة لامتحانات آخر الفصل الدراسي .

جدول رقم (11)

يوضح الجدول التالي مدى رضا أو عدم رضا أعضاء هيئة التدريس وطلاب كليتي الإعلام جامعتي القاهرة و6 أكتوبر عن أسلوب امتحانات آخر الفصل الدراسي .

الكلية والتكرار	أعضاء هيئة التدريس		طلاب إعلام جامعة القاهرة		طلاب إعلام جامعة 6 أكتوبر	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
نعم	8	2 و 18 %	31	8 و 22 %	16	4 و 25 %
إلى حد ما	30	2 و 68 %	64	1 و 47 %	42	7 و 66 %
لا	6	6 و 13 %	41	1 و 30 %	5	9 و 7 %
الإجمالي	44	100 %	136	100 %	63	100 %

بيانات الجدول السابق توضح التالي :

- يوجد رضا إلى حد ما بين أعضاء هيئة التدريس وطلاب كليتي الإعلام جامعتي القاهرة و6 أكتوبر عينة الدراسة عن أسلوب امتحانات آخر الفصل الدراسي حيث أكدت ذلك نسبة 2 و 68 % من أعضاء هيئة التدريس ونسبة 1 و 47 % من طلاب كلية إعلام القاهرة ونسبة 7 و 66 % من طلاب كلية إعلام جامعة 6 أكتوبر .
- يوجد فارق كبير بنسبة 2 و 22 % بين طلاب كليتي الإعلام الذين يرفضون تماماً أسلوب امتحانات آخر الفصل الدراسي حيث أكدت نسبة 1 و 30 % من طلاب كلية إعلام القاهرة إنهم يرفضون تماماً هذا الأسلوب في أكدت ذلك نسبة 9 و 7 % من طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر الخاصة .
- يوجد اختلاف بسيط بنسبة 6 و 2 % في رأى طلاب كليتي الإعلام عينة الدراسة حول درجة رضاهم عن أسلوب امتحانات آخر الفصل الدراسي حيث أكدت نسبة 8 و 22 % من طلاب إعلام القاهرة

أنهم راضون تماما عن هذا الأسلوب في حين أكدت ذلك نسبة 4 و 25 % من طلاب إعلام 6 أكتوبر عينة الدراسة .

12 _ أسباب رضا عينة الدراسة عن امتحانات آخر الفصل الدراسي .

جدول رقم (12)

يوضح الجدول التالى أسباب رضا أعضاء هيئة التدريس وطلاب كليتي الإعلام جامعتي القاهرة و 6 أكتوبر عينة الدراسة عن أسلوب امتحانات آخر الفصل الدراسي .

الكلية والتكرار وأسباب رضا العينة عن الامتحانات		أعضاء هيئة التدريس		طلاب إعلام جامعة القاهرة		طلاب إعلام جامعة 6 أكتوبر	
التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
25	36 و 2 %	64	36 %	26	27 و 4 %		
10	14 و 5 %	29	16 و 3 %	21	22 و 1 %		
23	33 و 3 %	54	30 و 3 %	31	32 و 6 %		
11	16 %	31	17 و 4 %	17	17 و 9 %		
69	100 %	178	100 %	95	100 %		

بقراءة بيانات الجدول السابق يتضح مايلي :

- ترى نسبة 2 و 36 % من أعضاء هيئة التدريس عينة الدراسة أن امتحانات آخر الفصل الدراسي تركز على حفظ الطالب للمنهج الدراسي فقط في حين ترى نسبة 3 و 33 % أن الامتحانات تركز على حفظ الطالب للمنهج وفهمه لمحتوياته كما ترى نسبة 16 % أن الامتحانات لا تركز على تفكير الطالب وتحليله للمناهج والمقررات الإعلامية مقابل نسبة 5 و 14 % من العينة نفسها التي ترى أن الامتحانات تركز على فهم الطالب للمنهج والمقررات الإعلامية وتفكيره .
- يوجد فارق كبير في رؤى طلاب كليتي الإعلام جامعتي القاهرة و 6 أكتوبر عينة الدراسة لأسلوب امتحانات آخر الفصل الدراسي حيث ترى نسبة 36 % من طلاب إعلام جامعة القاهرة أن الامتحانات تركز على الحفظ فقط مقابل نسبة 4 و 27 % من طلاب إعلام جامعة 6 أكتوبر التي ترى ذلك .
- وترى نسبة 3 و 16 % من طلاب إعلام القاهرة مقابل نسبة 1 و 22 % من طلاب إعلام 6 أكتوبر أن الامتحانات تركز على الفهم والتفكير وترى نسبة 3 و 30 % من طلاب إعلام القاهرة مقابل نسبة 6 و 32 % من طلاب إعلام 6 أكتوبر أنها تركز على الحفظ والفهم .
- يوجد فارق بنسبة ضئيلة جدا 5 , % في رؤى طلاب كليتي الإعلام لأسلوب الامتحانات الذي لا يركز على تفكير الطالب وتحليله للمناهج والمقررات الإعلامية .

- وتثير النتائج السابقة إشكالية ضرورة تحويل التعليم الجامعي من كم معين من المعلومات تحشو بها عقول الطلاب إلى مفهوم مغاير تماما وهو اكتساب المهارات والقدرات التي تمكنهم من أداء واجبهم نحو وطنهم وأسرهم وأنفسهم وأنه يجب أن يتحول التعليم من مجرد الحفظ والتلقين إلى التعليم الإيجابي الذي يشارك خلاله الطالب وأنه لا بد من الإصرار على تغيير أسلوب التعليم وطريقته من الحفظ والتلقين إلى التفكير والتحليل (مدحت البيومي ، 1993 : 85) (15).

13 _ أساليب قياس القدرات المعرفية والتعليمية لطلاب الجامعتين الحكومية والخاصة عينة الدراسة

جدول رقم (13)

يوضح الجدول التالي رؤية أعضاء هيئة التدريس وطلاب كليتي الإعلام جامعتي القاهرة و6 أكتوبر عينة الدراسة لأساليب قياس قدرات الطالب المعرفية والتعليمية .

الكلية والتكرار وأساليب قياس قدرات الطالب		أعضاء هيئة التدريس		طلاب إعلام جامعة القاهرة		طلاب إعلام جامعة 6 أكتوبر	
التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
22	35 و 5 %	62	32 و 8 %	20	24 و 4 %		
28	45 و 2 %	84	44 و 4 %	48	58 و 5 %		
12	19 و 3 %	43	22 و 8 %	14	17 و 1 %		
62	100 %	189	100 %	82	100 %		

من بيانات الجدول السابق يتضح الآتي :

- ترى نسبة 45 و 2 % من أعضاء هيئة التدريس عينة الدراسة أن عقد حلقات بحثية نقاشية يعد أفضل أسلوب لقياس قدرات الطالب المعرفية والتعليمية في حين ترى نسبة 35 و 5 % من العينة أن امتحانات آخر الفصل الدراسي يعد أفضل أسلوب لقياس قدرات الطالب أما نسبة 19 و 3 % من العينة نفسها فتري أن تقديم الطالب للبحوث فقط يعد أفضل أسلوب لقياس قدراته .
- ارتفاع نسبة الطلاب من كليتي الإعلام جامعتي القاهرة و6 أكتوبر عينة الدراسة الذين يرون أن عقد حلقات بحثية نقاشية يعد أفضل أسلوب لقياس قدرات الطالب المعرفية والتعليمية حيث ترى ذلك نسبة 44 و 4 % من طلاب كلية إعلام القاهرة مقابل نسبة 58 و 5 % من طلاب كلية الإعلام جامعة 6 أكتوبر .
- يوجد فارق كبير بنسبة 8 و 4 % في رؤى طلاب الكليتين لامتحانات آخر الفصل الدراسي كأفضل أسلوب لقياس قدرات الطالب التعليمية والمعرفية حيث ترى ذلك نسبة 32 و 8 % من طلاب إعلام القاهرة مقابل 24 و 4 % من طلاب إعلام 6 أكتوبر .

- يوجد فارق بنسبة 5 و 7 % في رؤى طلاب الكليتين لتقديم البحوث العلمية فقط كأفضل أسلوب لقياس قدرات الطالب المعرفية والتعليمية حيث ترى ذلك نسبة 22 و 8 % من طلاب إعلام القاهرة مقابل نسبة 1 و 17 % من طلاب إعلام جامعة 6 أكتوبر الخاصة .
- وفي الإجابة عن سؤال مفتوح حول أساليب أخرى لقياس قدرات الطالب المعرفية والتعليمية ذكرت عينة الدراسة ما يلي :
 - عقد مناظرات ومناقشات بين الطلبة تحت إشراف أستاذ المادة .
 - عقد امتحانات شفوية وتطبيقية شهرية للطلبة .

ثانيا : التدريب الإعلامي

يتناول هذا المحور مناقشة النتائج الخاصة بالجوانب التالية :

- 1 - اهتمام كليتي الإعلام الحكومية والخاصة عينة الدراسة بالتدريبات العملية الإعلامية .
- أ - مدى اهتمام كليتي الإعلام جامعتي القاهرة و 6 أكتوبر بالتدريب العملي على فنون الإعلام المختلفة للطلاب خلال الدراسة .

جدول رقم (14)

يوضح الجدول التالي مدى اهتمام كليات الإعلام الحكومية والخاصة التي يعمل بها أعضاء هيئة التدريس بالتدريب الإعلاميا لطلبة خلال الدراسة .

الكلية والتكرار والاستجابة	أعضاء هيئة التدريس		طلاب كلية إعلام جامعة القاهرة		طلاب إعلام جامعة 6 أكتوبر	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
نعم	36	81 و 8 %	69	50 و 7 %	40	63 و 5 %
لا	8	18 و 2 %	67	49 و 3 %	23	36 و 5 %
الإجمالي	44	100 %	136	100 %	63	100 %

بيانات الجدول السابق تقول مايلي :

- تؤكد نسبة 81 و 8 % من أعضاء هيئة التدريس عينة الدراسة أن الطلاب يتلقون تدريبات عملية خلال الدراسة سواء فبالكلية أو في بعض المؤسسات الإعلامية في حين تنفى نسبة 18 و 2 % من العينة خاصة أقسام الإعلام في جامعات الأزهر وحلوان والزقازيق وجود أية تدريبات عملية للطلبة في الكلية خلال الدراسة .
- تؤكد نسبة 50 و 7 % من طلاب كلية الإعلام جامعة القاهرة ونسبة 63 و 5 % من طلاب كلية الإعلام جامعة 6 أكتوبر عينة الدراسة أنهم يتلقون تدريبات عملية خلال الدراسة سواء في الكلية حيث يتدرب الطلبة في جريدة صوت الجامعة التي تصدرها كلية إعلام القاهرة وجريدة أوراق أكتوبر

التي تصدرها كلية إعلام 6 أكتوبر أو في إحدى المؤسسات الإعلامية مثل جريدة الأهرام (9 مفردات) وجريدة الجمهورية (10 مفردات) وجريدة أخبار الناس (مفردة واحدة) وجريدة الحقيقة الأسبوعية (مفردة واحدة) وجريدة الأسبوع (مفردة واحدة) وجريدة البيان العربي (مفردة) وجريدة الأخبار (5 مفردات) والجريدة التعليمية (مفردتان) وجريدة القاهرة (مفردتان) وجريدة أخبار اليوم (ثلاث مفردات) ومجلة أحداث الأسبوع الدولية (مفردة واحدة) ومجلة روز اليوسف (4 مفردات) وجريدة الأهالي (مفردة واحدة) وجريدة الأنباء الكويتية (مفردة واحدة) وقناة المحور (مفردتان) وقناة النيل للأخبار (مفردة واحدة) وقناة دريم (مفردتان) وقناة النيل للمتنوعات (مفردة واحدة) واتحاد الإذاعة والتلفزيون (6 مفردات) . وتوضح هذه النتيجة أن التدريب في هذه المؤسسات الإعلامية يتم غالباً بمبادرات فردية من جانب الطلبة أنفسهم.

- تؤكد نسبة 49 و 3 % من طلاب كلية إعلام القاهرة كما تؤكد نسبة 36 و 5 % من طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر عينة الدراسة أنهم لا يتلقون أية تدريبات عملية في الكلية أو في أية مؤسسة إعلامية أخرى خاصة طلبة قسم العلاقات العامة والإعلان في الكليتين الحكومية والخاصة وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة ، توصلت إلى أن هناك قصوراً في التدريب العملي في الكلية وهي من نقاط الضعف التي يجب معالجتها وتلافيها فالعلاقات العامة هي أولاً وأخيراً تدريب عملي وممارسة فعلية ولذلك لا بد من إدخال البعد التدريبي في كل المواد الدراسية التخصصية في القسم، (د . كريم محمد فريد ود . سلوى العوادلى ، 1998 : 56) (16) .

2 - أساليب التدريب التي تفيد طلاب كليتي الإعلام جامعتي القاهرة و 6 أكتوبر عينة الدراسة

جدول رقم (15)

يوضح الجدول التالي رؤية أعضاء هيئة التدريس وطلاب كليتي الاعلام جامعتي القاهرة و 6 أكتوبر عينة الدراسة لأنواع أساليب التدريب الإعلامي .

الكلية والتكرار وأساليب التدريب	أعضاء هيئة التدريس		طلاب إعلام جامعة القاهرة		طلاب إعلام جامعة 6 أكتوبر	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
الشرح العملي التطبيقي	42	38 و 5 %	71	39 %	24	27 و 9 %
زيارة المؤسسات الإعلامية	35	32 و 1 %	76	41 و 8 %	46	53 و 5 %
المحاضرة النظرية النقاشية	32	29 و 4 %	35	19 و 2 %	16	18 و 6 %
الإجمالي	109	100 %	182	100 %	86	100 %

من بيانات الجدول السابق يتضح التالي :

- ترى نسبة 38 و 5 % من أعضاء هيئة التدريس عينة الدراسة أن الشرح العملي التطبيقي يعد أهم أساليب التدريب الإعلامي التي تفيد الطالب خلال الدراسة بينما ترى نسبة 32 و 1 % من العينة

نفسها أن أهم أساليب التدريب هو الزيارات الميدانية للمؤسسات الإعلامية في حين ترى نسبة 4 و 29 % أن المحاضرة النظرية النقاشية تعد أهم أساليب التدريب المفيدة للطلاب .

- ارتفاع نسبة طلاب كليتي الإعلام جامعتي القاهرة و 6 أكتوبر عينة الدراسة الذين يرون أن زيارات الطلاب للمؤسسات الإعلامية يعد أفضل أساليب التدريب العملية التي تفيد الطالب أكدت ذلك نسبة 8 و 41 % من طلاب إعلام القاهرة ونسبة 5 و 53 % من طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر .
- يوجد فارق كبير بنسبة 1 و 11 % في رؤية طلاب الكليتين لأهمية الشرح العملي التطبيقي التي تفيد الطالب حيث أكدت ذلك نسبة 39 % من طلاب كلية إعلام القاهرة ونسبة 9 و 27 % من طلاب كلية إعلام 6 أكتوبر .
- يوجد فارق ضئيل للغاية بنسبة 6 و % في رؤية طلاب الكليتين لأهمية المحاضرة النظرية النقاشية حيث أكدت ذلك نسبة 2 و 19 % من طلاب إعلام القاهرة ونسبة 6 و 18 % من طلاب إعلام 6 أكتوبر .
- وتؤكد هذه النتائج أن برامج التدريب في قسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة يتخذ مسارات ثلاثة المسار الأول تمثله صحيفة صوت الجامعة التي تصدر عن القسم ويشارك طلاب القسم في السنتين الثالثة والرابعة في جمع مادتها وتحريرها وإخراجها وإنتاجها تحت إشراف أعضاء هيئة التدريس والمدرسين المساعدين والمعيدين والمسار الثاني ويتمثل في زيارات الطلاب الميدانية إلى المؤسسات الصحفية حيث تتوزع هذه الزيارات بين جانبين أحدهما يتجه إلى أقسام التحرير المختلفة في المؤسسات الصحفية والآخر يتجه نحو أقسام السكرتارية الفنية والإخراج الصحفي حيث تتاح للطلاب فرص التعرف على المراحل المختلفة للعمل في أقسام التحرير وزيارة مطابع المؤسسات الصحفية ومراكز المعلومات وأقسام التصوير والمونتاج والمسار الثالث يتمثل في استضافة صحفيين من مختلف الأجيال وذوى الرؤى والخبرات على النحو الذى يضع أمام الطالب صورة متكاملة لملامح النظام الصحفى في مصر (دليل كلية الإعلام جامعة القاهرة ، 2001 - 2002 : 21 ، 22 ، 23) (17) .
- وتؤكد النتائج السابقة حرص قسم الإذاعة بكلية الإعلام جامعة القاهرة على تعميق مهارات الطلاب وقدراتهم الاتصالية في المجال الإذاعي من خلال خطة تدريب تغطي عدة مجالات :
- المجال الأول التدريب في السنة الثالثة حيث يتم تدريب الطلاب في مجالي الإذاعة والتلفزيون معاً ويقسم الطلاب إلى أربع مجموعات ويتم تدريبهم على معدات وأجهزة الاستديو مثل الميكروفونات وطاولة مراقبة الصوت والتسجيل الموسيقى والمؤثرات الصوتية في مجال التدريب الإذاعي ومن حيث المحتوى يدرس الطلاب كيفية انتقاء الأخبار الإذاعية وصياغتها وكتابة النشرات وإعداد التعليق والتحليل

الإذاعي وبرامج الحوار بينما يتم تدريبهم في مجال الإنتاج التلفزيوني على أسس استخدام كاميرا التصوير التلفزيوني وإجراء المونتاج 0

- المجال الثاني التدريب في شعبة الإذاعة حيث يتم تقسيم طلاب السنة الرابع إلى ثلاث مجموعات تقوم كل منها بإنتاج أشكال مختلفة من البرامج مثل التحقيقات الإذاعية والمناقشات والبرامج الخاصة والبرامج الوثائقية كما يقوم كل طالب منفرداً بإعداد برنامج إذاعي متكامل يمثل مشروع التخرج كذلك يتم تدريب الطلاب على القيام بأعمال المونتاج للبرامج الإذاعية 0

- المجال الثالث التدريب في شعبة التلفزيون حيث تتجه خطة التدريب في هذا المجال نحو طلاب السنة الرابعة بعد أن يختار كل منهم التخصص في مجال الإنتاج التلفزيوني ويختلف التدريب من فصل دراسي لآخر ففي الفصل الدراسي الأول يقسم الطلاب إلى مجموعات تتلقى تدريباً عملياً في مجالات الريبورتاج والفيلم التسجيلي والمجلة التلفزيونية ونشرة الأخبار والإعلان التلفزيوني التجاري والاجتماعي وفي الفصل الدراسي الثاني يقسم الطلاب إلى مجموعات تضم كل مجموعة خمسة أفراد وتختار كل منها شكلاً برامجياً معيناً من تلك الأشكال التي تم التركيز عليها في الفصل الدراسي الأول وتتولى كل مجموعة إنتاج هذا الشكل المختار كاملاً يشمل سائر المراحل بدءاً من اختيار الفكرة وانتهاء بإنتاجها (دليل كلية الإعلام جامعة القاهرة ، 2001 - 2002 : 24) (18) .

-تكشف النتائج السابقة عن غلبة الطابع النظري على الدراسة في كليتي الإعلام الحكومية والخاصة حيث إن أسلوب المحاضرة هو الأسلوب الدراسي السائد وأن الجانب التطبيقي من الدراسة ينحصر في معظم المناهج الدراسية في المناقشات والتمرينات التطبيقية التي تتم في قاعات البحث ولا بد من إدخال البعد التدريبي والتطبيقي في كل المناهج والمقررات الدراسية التخصصية بالكليتين فالإعلام علم وفن وممارسة يتطلب الدراسة النظرية والعملية معاً.

ثالثاً : محور المشكلات التي تواجه التعليم الإعلامي .

يتناول هذا المحور مناقشة النتائج الخاصة بالمشكلات التي تواجه التعليم الإعلامي في كليات الاعلام الحكومية والخاصة وذلك على النحو التالي :

1 - مشكلات التعليم الإعلامي في كليتي الإعلام جامعتي القاهرة و6 أكتوبر الحكومية والخاصة عينة الدراسة .

جدول رقم (16)

يوضح الجدول التالي رؤية أعضاء هيئة التدريس وطلاب كليتي الإعلام جامعتي القاهرة و6 أكتوبر لأهم المشكلات التي تواجه التعليم الإعلامي .

الكلية والتكرار وأهم المشكلات	أعضاء هيئة التدريس		طلاب إعلام جامعة القاهرة		طلاب إعلام جامعة 6 أكتوبر	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
زيادة أعداد الطلبة	15	14,8 %	29	13,2 %	35	22,9 %
عدم وجود برامج تدريبية	34	33,7 %	55	25 %	25	16,3 %
قلة وسائل الإيضاح	22	21,8 %	36	16,4 %	37	24,2 %
قلة الإمكانيات المادية	19	18,8 %	42	19,1 %	36	23,2 %
المناهج لا تتصل بالحياة العملية	11	10,9 %	58	26,3 %	20	13,1 %
الإجمالي	101	100 %	220	100 %	153	100 %

من بيانات الجدول السابق يتضح مايلي :

- ترى نسبة 33,7 % من أعضاء هيئة التدريس عينة الدراسة أن أهم المشكلات التي تواجه التعليم الإعلامي هي عدم وجود برامج تدريبية كما ترى نسبة 21,8 % من العينة أن أهم مشكلة هي قلة وسائل الإيضاح وترى نسبة 18,8 % أن قلة الإمكانيات المادية تعد أهم مشكلة وترى نسبة 14,8 % أن الزيادة الكبيرة في أعداد الطلبة أهم المشاكل بينما ترى نسبة 10,9 % أن المقررات الدراسية الإعلامية لا تتصل بالحياة العامة تعد أهم مشكلة تواجه التعليم الإعلامي .
- توجد فروق بنسب كبيرة في رؤى طلاب كليتي الإعلام جامعتي القاهرة و6 أكتوبر عينة الدراسة لأهم المشكلات التي تواجه التعليم الإعلامي الجامعي وذلك على النحو التالي :
 - . يرى طلاب كلية الإعلام جامعة القاهرة عينة الدراسة أن أهم المشاكل هي :
 - المقررات الدراسية لا تتصل بالحياة العامة ترى ذلك نسبة 26,3 % .
 - عدم وجود برامج إعلامية تدريبية ترى ذلك نسبة 25 % .
 - قلة الإمكانيات المادية ترى ذلك نسبة 19,1 % .
 - قلة وسائل الإيضاح ترى ذلك نسبة 16,4 % .
 - الزيادة الكبيرة في أعداد الطلبة ترى ذلك نسبة 13,2 % .
 - . يرى طلاب كلية إعلام جامعة 6 أكتوبر عينة الدراسة أن أهم المشاكل التي تواجه التعليم الإعلامي هي :
 - قلة وسائل الإيضاح وترى ذلك نسبة 24,2 % .

- قلة الإمكانيات المادية وترى ذلك نسبة 23 و 5 % .
 - الزيادة الكبيرة في أعداد الطلبة وترى ذلك نسبة 22 و 9 % .
 - عدم وجود برامج تدريبية وترى ذلك نسبة 16 و 3 % .
 - المقررات الدراسية لا تتصل بالحياة العملية وترى ذلك نسبة 13 و 1 % .
- وفي سؤال مفتوح لأعضاء هيئة التدريس عينة الدراسة الذين يعملون في كليات الإعلام الخاصة عن أهم المشكلات التي تواجه التعليم الإعلامي الجامعي الخاص في مصر جاءت إجاباتهم على النحو التالي
- عدم وجود كادر من أعضاء هيئة التدريس معينين حيث تسد الجامعات الخاصة هذا العجز إما بالندب أو الإعارة .
 - ضعف مستوى الطلاب التعليمي والعلمي وعدم اهتمامهم بالدراسة في هذه الجامعات .
 - المقررات والمناهج الإعلامية تقليدية وهي نفس المناهج والمقررات التي يتم تدريسها في كليات وأقسام الإعلام في الجامعات الحكومية .
 - كثرة المواد والمناهج النظرية ووجود فجوة كبيرة بين هذه المواد والمواد العملية .
 - الاعتماد بدرجة كبيرة على المحاضرات النظرية التلقينية .
 - النقص الكبير في تكنولوجيا التعليم .
 - تأخر الطلاب في سداد المصروفات التي تعد عماد العملية التعليمية في الجامعات الخاصة .
 - عدم وجود معامل صحفية واستوديوهات إذاعية وبرامج إعلامية عصرية لتدريب الطلبة عليها
- وفي سؤال مفتوح لطلاب كليتي الإعلام جامعتي القاهرة و 6 أكتوبر الحكومية والخاصة عينة الدراسة عن المشكلات التي يواجهها التعليم الإعلام في مصر كانت إجاباتهم على النحو التالي :
- أ - رؤية طلاب كلية الإعلام جامعة القاهرة عينة الدراسة لهذه المشكلات ويمكن بلورتها فيما يلي: -طول المناهج والمقررات الإعلامية وكثرتها وتكرارها وتداخل بعضها في البعض وارتفاع أسعارها -محتويات المناهج الإعلامية قديمة وغير واضحة وبعيدة عن واقع المجتمع وتحتاج إلى تحديث وتطوير
- الانفصال بين المواد النظرية والمواد التطبيقية أحيانا .
 - سلبية الطلبة ومبالاتهم وتركيزهم على كيفية النجاح للحصول على الشهادة الجامعية فقط ولا يهتمهم العلم والمعرفة .
 - عدم وجود قنوات اتصال بين كلية الإعلام والمؤسسات الإعلامية تفتح أبواب هذه المؤسسات أمام الطلبة والخريجين لإيجاد فرصة للتدريب أو التعيين .
- ب - رؤية طلاب كلية الإعلام جامعة 6 أكتوبر عينة الدراسة لأهم مشاكل التعليم الإعلامي الخاص ويمكن بلورتها فيما يلي :

- عدم وجود استوديوهات إذاعية ومعامل صحفية تتناسب مع أعداد الطلبة للتدريب الإعلامي .
- الاعتماد والتركيز بشكل كبير على الجوانب النظرية وانعدام الجوانب التطبيقية .
- عدم جدية الطلبة وسلبيتهم واستهتارهم وعدم إحساسهم وتقديرهم للمسئولية .
- عدم انتظام والتزام بعض الاساتذه فى محاضراتهم ومواعيدها .
- لا توجد أية علاقة بين الكلية والمؤسسات الإعلامية وبالتالى تنعدم فرص التدريب والتعيين أمام الطلبة.

2 - الحلول المقترحة لمشكلات التعليم الإعلامي الجامعى الحكومى والخاص من وجهة نظر عينة

الدراسة .

أ - مقترحات أعضاء هيئة التدريس :

- لابد من إعادة النظر فى المناهج والمقررات الإعلامية من حيث تحديثها وربطها بالمجتمع وذلك عن طريق لجان متخصصة تتابع أحدث ما توصل إليه العلم فى كل تخصص إعلامي .
 - إيفاد أعضاء هيئة التدريس فى بعثات علمية للخارج للوقوف على أحدث تكنولوجيا الإعلام .
 - التركيز على البرامج التدريبية وذلك بإنشاء معامل صحفية واستوديوهات إذاعية وتزويدها بأحدث تكنولوجيا العصر وخاصة فى أقسام الإعلام وكليات الإعلام فى الجامعات الخاصة .
 - ضرورة التقارب والالتحام بين كليات الإعلام الحكومية والخاصة والمؤسسات الإعلامية للاستفادة من الخبرات التقنية والبشرية التى تتميز بها هذه المؤسسات من أجل طلبة الإعلام .
 - السير نحو المزيد من التخصص الإعلامي الدقيق .
 - أن تتناسب أعداد الطلبة المقبولين فى كليات الإعلام الحكومية والخاصة مع الإمكانيات المادية والبشرية لهذه الكليات وضرورة توفير المواد السمعية والبصرية التى تساعد فى العملية التعليمية
 - الاهتمام بقدرات الطالب ومهاراته ومستواه العلمى وضرورة تعديل أساليب قياس قدراته التعليمية والمعرفية وذلك بإجراء اختبارات شفوية وتطبيقية بصفة دورية .
 - الاعتماد على أسلوب المحاضرات التوجيهية فقط والتركيز على تقديم المراجع للطلبة والتقليل قدر الإمكان من المحاضرات النظرية التلقينية .
 - أن يتم اختيار القيادات الجامعية بالانتخاب وليس بالتعيين .
 - إضافة سنة خامسة عملية كالنظام المعمول به فى الكليات العملية الأخرى يتلقى طالب الإعلام خلالها تدريب على الفنون الإعلامية المختلفة فى أتحدى المؤسسات الإعلامية .
- ب - مقترحات طلاب كليتى الإعلام جامعتى القاهرة و6 أكتوبر عينة الدراسة لحل مشكلات التعليم الإعلامي ويمكن بلورتها فيما يلى :
- تنقيح المناهج والمقررات الإعلامية من الحشو الزائد وتحديثها وتطويرها وربطها ببيئة المجتمع .

- ربط المناهج النظرية بالجوانب التطبيقية والعملية .
- الاهتمام بالتدريبات العملية في المؤسسات الإعلامية المختلفة وإيجاد قنوات اتصال دائمة بين الجامعة وهذه المؤسسات تذلل كل العقبات أمام الطلاب .
- عقد لقاءات دورية بين الطلاب والخبرات الإعلامية العاملة في المؤسسات الإعلامية .
- التركيز على الحلقات البحثية النقاشية بصفة دائمة .
- الاهتمام بالطلاب واحترام عقليته وآرائه .
- التقليل من المواد العامة وزيادة المواد الإعلامية المتخصصة .
- توفير الإمكانيات المادية من وسائل الإيضاح والوسائل التعليمية الأخرى .
- إعادة النظر في أسلوب الامتحانات وضرورة تركيزها على الفهم والذكاء والتفكير .
- تطوير نظام الدراسة الجامعية بالانتقال من نظام السنوات إلى نظام الساعات .
- إضافة سنة امتياز للتدريب العملي والحصول على شهادة خبرة .
- إيفاد الطلبة المتميزين في الدراسة إلى بعثات علمية إلى الخارج .
- رفع مستوى المهارات اللغوية لطلاب الإعلام .
- الاهتمام بالبحوث والدراسات الإعلامية الميدانية .
- تفعيل العلاقة بين الأستاذ والطالب .

خلاصات الدراسة

1 - أكدت نتائج الدراسة الميدانية أن أعضاء هيئة التدريس وطلاب كليتي الإعلام جامعتي القاهرة و6 أكتوبر عينة الدراسة غير راضين تماماً عن المناهج والمقررات الإعلامية التي تدرس في الكليتين ولا بد من إعادة النظر فيها من حيث :

- تحديث هذه المناهج وتطويرها واستحداث مواد إعلامية عصرية وإلغاء بعض المواد وإعادة توصيف مضمون مواد أخرى على أن يكون ذلك بالاتفاق والتنسيق بين أستاذ المادة والقسم الذي يعمل به وذلك لعلاج مشكلة التداخل في مضمون العديد من مواد التخصص في القسم الواحد . ولا بد أن تتنوع هذه المناهج وتختلف طبقاً للتخصص ومنعاً للازدواج وأن تتميز مناهج الدراسة في كل كلية عن الأخرى من واقع الهدف الذي أنشئت من أجله على أن تتضمن جميع المناهج المواد التي تكفل الإلمام العلمي الدقيق لفنون الإعلام بمحتواها وأجهزتها وكيفية التعامل معها وملاحقة التطورات الهائلة في تكنولوجيا الاتصال وأشكاله بالإضافة إلى بعض التدريبات والتطبيقات العملية اللازمة التي ستكفل للطلاب مرونة في التعامل مع المواد الإعلامية المختلفة عندما يبدأ العمل الفعلي في أجهزة الإعلام (د . فوزية فهم ، 1992) (19) .

- ربط المناهج والمقررات الإعلامية بقضايا المجتمع واحتياجاته وربطها ببعض القضايا الإقليمية والعالمية
 - إيجاد التوازن في المناهج والمقررات الإعلامية لكليتي الإعلام جامعتي القاهرة و6 أكتوبر عينة الدراسة
- حيث كشفت الدراسة الميدانية عن عدم التوازن بين المقررات ذات الطابع النظرى مقارنة بالمقررات العملية وإغفال الاهتمام بالجوانب التطبيقية فى بعض هذه المقررات النظرية رغم أهميتها لطلاب الكليتين . وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة أكدت ضرورة مراجعة المناهج الدراسية الإعلامية التى تدرس حاليا فى كليات وأقسام الإعلام المصرية وتطويرها فى اتجاهات متعددة تهتم باستحداث مواد جديدة تتعلق بتكنولوجيا الاتصال وتقنياته الحديثة وتطوير محتوى مقررات أخرى قائمة وإعادة توزيع المواد المتخصصة على السنوات الدراسية الأربعة وضرورة إدخال المواد الاختيارية للطلاب ضمن البرامج الدراسية التى يتلقاها تدعيما لأسلوب الاختيار والمشاركة من جانب الطالب فى العملية التعليمية لتعظيم عائدها (د نجوى كامل و أميرة العباسى، 1997) (20)

2 - أثبتت نتائج الدراسة الميدانية أن المحاضرة تعد أكثر الطرق التدريسية شيوعا حيث يرى طلاب كليتي الإعلام جامعتي القاهرة و6 أكتوبر عينة الدراسة أن المحاضرة تعد أسلوبا لتلقى المعرفة وتخدم بعض الأغراض التعليمية وأنها جيدة ومفيدة وتحسن المعارف والمهارات والاتجاهات ولكن بالطريقة المستخدمة الآن فى الجامعتين تبدو المحاضرة تلقينية وجامدة والطلاب عينة الدراسة يحبذون المحاضرة التى تتسم بالوضوح والتسلسل المنطقى للأفكار والمبادئ الأساسية ويفضلون المحاضرات النقاشية التى تجمع بين النظرى والتطبيقى ويكرهون المحاضرة النظرية التلقينية الجامدة التى تعتمد كثيرا على محتويات الكتاب المقرر كما يكرهون المحاضرات التى تخرج كثيرا عن لب موضوعها . وتثير هذه النتيجة ضرورة تطوير أساليب التدريس الحالية التى تعتمد على التلقين وتبتعد عن الحوار والنقاش والتدريب وتخلو تماما من وسائل الإيضاح ولا تستخدم أية معينات تدريسية كالبروجيكتور والسمرة الضوئية والدوائر المغلقة وغيرها من المعينات التدريسية.

3 - كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن أهمية المكتبة الجامعية فى حياة الطالب سواء فى الجامعات الحكومية أو الجامعات الخاصة حيث أثبتت النتائج أن نسبة طلاب كلية الاعلام جامعة القاهرة عينة الدراسة الذين يترددون على مكتبة الكلية ثلاث مرات فى الأسبوع ويقضون فيها مدة تتراوح بين ثلاث أربع ساعات بصفة دائمة سواء للقراءة الحرة او لاعداد البحوث أو لاستعارة الكتب مرتفعة بدرجة كبيرة مقارنة بطلاب كلية الاعلام جامعة 6 أكتوبر الذين أظهرت هذه الدراسة أن نسبة 95% من هؤلاء الطلبة نادرا ما يترددون على المكتبة أو لا يزورونها إطلاقا والذين يزورون المكتبة ولو مرة واحدة فى الأسبوع يزورونها مضطرين لأنهم يستخدمون إمكانيات المكتبة فى إعداد البحوث أو للقراءة الحرة . وتثير هذه النتيجة أهمية دراسة عزوف طلاب كلية الاعلام جامعة 6 أكتوبر الخاصة عن المكتبة الجامعية والوقوف على أسباب ذلك وكشف أوجه القصور أو التقصير سواء من جانب الطالب أو من جانب الكلية خاصة وان تجربة الجامعات

الخاصة مازالت في بداية طريقها وان مكانة المكتبة في الدراسة الجامعية هي مكانة لا يمكن أن يستهان بها ويقوم المستوى الدراسي في الجامعة على نوعية وكمية الكتب التي تحتويها مكتبتها بالإضافة الى نوعية وكمية الكتب التي يقبل عليها الطلبة وموقعها الجغرافي بالنسبة لقرىها أو بعدها من الأماكن التي يوجد فيها الطلبة ومدى ضيقها أو اتساعها وتجهيزها بتكنولوجيا العصر لربما يؤثر سلباً أو إيجاباً على عدد المرات التي يزورها الطلبة (د. يوسف إبراهيم نبراعى ود . على محمد يحيى ، 1983 : 132) (21) . وبمنظرة سريعة إلى مكتبات الكليات في جامعة القاهرة نلاحظ التدهور السريع في نوعيات الكتب والمراجع والدوريات أما إذا وصلنا لمكتبات الأقسام فهي الكارثة بعينها فمعظم الأقسام ليس لديها مكتبات وإن وجدت فلا يوجد بها مراجع أو دوريات وإنما حجرة ربما يكون بها بعض الكتب القديمة المهملة وإذا ذهبنا للكليات الإقليمية فسوف نشهد في معظمها عجباً فلا يوجد في بعضها مكتبات على الإطلاق ، (د . محمد أبو الغار ، 2001 : 41) (22) .

4 - أكدت نتائج الدراسة الميدانية أن أعضاء هيئة التدريس وطلاب كليتي الإعلام جامعتي القاهرة و6 أكتوبر عينة الدراسة يرون أن الحلقات البحثية النقاشية تعد افضل أسلوب لقياس قدرات الطالب المعرفية والتعليمية أما امتحانات آخر الفصل الدراسي فليست هي المقياس الحقيقي للقدرات التعليمية والمعرفية لأنها تركز على الحفظ فقط ولا تستثير الذهن ولا تدرب على التفكير والتحليل الناقد ويفضلون لو أن الجامعة أخذت بفكرة تنوع وسائل التقييم لقياس القدرات الإبداعية والابتكارية للطلاب ولا توقف عند حد قياس مهارات التذكر لديهم فقط ويقترح الطلاب عينة الدراسة مايلي :

- إجراء اختبارات عملية وتطبيقية وشفهية بصفة دورية .
- إعداد البحوث التطبيقية والاستعانة بعدد من الخبرات الاعلامية في المشاركة في تقييم هذه البحوث
- الاهتمام بعمل مشاريع التخرج .

5 - كشفت الدراسة الميدانية عن ضعف التدريب العملي في كلية الإعلام جامعة 6 أكتوبر حيث أكد الطلبة عينة الدراسة عدم وجود استوديوهات إذاعية ومعامل صحفية كافية للتدريب الإذاعي والصحفي تتناسب مع الزيادة الكبيرة في أعداد الطلبة ومجهزة بأحدث تكنولوجيا العصر وعدم وجود أية معامل لطلبة قسم العلاقات العامة والإعلان وعدم وجود قنوات اتصال بين الكلية والمؤسسات الاعلامية تساعدهم في إيجاد أية فرصة للتدريب أو للعمل في هذه المؤسسات وأن الطالب يعتمد على مجهوداته الشخصية في إيجاد فرصة للتدريب في المؤسسات الاعلامية

6 - أثبتت الدراسة الميدانية أن نسبة كبيرة من طلاب كلية الاعلام جامعة القاهرة خاصة قسمي الإذاعة والصحافة عينة الدراسة يتلقون تدريبات عملية في استديوهي الإذاعة والتلفزيون بالكلية ويشاركون في تحرير مجلة صوت الجامعة ويتدربون على الكمبيوتر في التحرير والإخراج الصحفي ويستخدمون شبكة الإنترنت في الحصول على المعلومات أما طلبة قسم العلاقات العامة فأنهم يعانون من عدم وجود تدريب عملي خارجي

في المؤسسات والشركات وعدم وجود معمل خاص للقسم في الكلية لاستخدامه في التدريب العملى لمواد التخصص في القسم .

7 - كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن ضعف العلاقة بين كلية الاعلام جامعة القاهرة والمؤسسات الاعلامية حيث أكد طلبة قسم العلاقات العامة والإعلان عينة الدراسة أن الكلية لم تساعدهم في إيجاد أية فرصة تدريب لهم في أي مؤسسة حكومية خلال الدراسة كما أكد طلبة قسم الإذاعة عدم وجود قناة اتصال بين الكلية والشبكات الإذاعية والتليفزيونية تساعدهم في إيجاد فرصة تدريب لهم داخل هذه الشبكات حتى ولو للطلبة المتفوقين والمتميزين وإن كانت الكلية قد أنشأت استديو حديث مجهز بأحدث تكنولوجيا العصر إلا أن الطلبة عينة الدراسة يرون أن أهم أساليب التدريب في رأيهم هو الزيارات الميدانية للمؤسسات الاعلامية .

8 - كشفت الدراسة الميدانية عن عدم وجود تميز نوعى واضح بين كليتي الاعلام جامعتى القاهرة و6 أكتوبر الحكومية والخاصة حيث أكد أعضاء هيئة التدريس وطلاب الكليتين عينة الدراسة أن المناهج والمقررات الدراسية الاعلامية والبرامج التدريبية متشابهة إلى حد كبير بل هى نفسها ولا فرق بينها بشكل أو بآخر .

9 - أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن المشاكل التى تواجه التعليم الإعلامى في كلية الاعلام الحكومية لا تختلف بدرجة أو بأخرى عن المشاكل التى تواجه كلية الاعلام الخاصة حيث أكد أعضاء هيئة التدريس وطلاب كليتي الاعلام جامعتى القاهرة و6 أكتوبر عينة الدراسة أن أهم المشاكل التى تواجه التعليم الإعلامى الجامعى في مصر تتبلور في النقاط التالية :

- عدم وجود برامج تدريبية كافية للطلبة .
- قلة وسائل الإيضاح والمعينات التدريسية اللازمة و قلة الإمكانيات المادية والبشرية .
- عدم مراعاة النسبة والتناسب بين أعداد الأساتذة وأعداد الطلاب .
- انفصال المناهج والمقررات الدراسية الاعلامية الى حد ما عن واقع المجتمع وكثرة حشوها والتداخل فيما بينها .

- طغيان الجوانب النظرية على الجوانب العملية والتطبيقية .
- ضعف العلاقة بين الكلية والمؤسسات الإعلامية .
- وبمنظرة سريعة إلى مشاكل الجامعات المصرية في فترة الخمسينيات نجد أن حكومة الضباط الأحرار قد كونت لجنة على مستوى عالي بعد ثورة يوليو مباشرة عام 1952 لدراسة أحوال هذه الجامعات والتقدم باقتراحات نحو إصلاحها وجاء في تقرير اللجنة فقرة مهمة هى أساس مشاكل الجامعات المصرية والتي لازالت تدور حولها حتى الآن وهى : " التعليم الجامعى يحكمه مبدءان الأول هو

- الاستقلال والحرية التامة للجامعة والثاني هو أن الجامعة حرة في التصرف في الميزانية المخصصة لها في الأوجه التي تراها مناسبة وعلى الأساتذة أن ينتخبوا العميد لمدة عامين غير قابلة للتجديد " لكن الحكومة لم تأخذ بهذه المقترحات وألقت بها في سلة المهملات (د . محمد أبو الغار ، 2001 : 28) (23) ،
- وحل مشاكل التعليم الجامعي في مصر يتمثل في مواجهة المشاكل الآتية : -
- ضرورة التغلب على مشكلة تكديس الطلاب وزيادتهم بالشكل الذي يخل بالتوازن بين نسبتهم إلى نسبة أعضاء هيئة التدريس .
 - إتاحة الجو المناسب والوسائل الملائمة للقيام بالبحوث والدراسات اللازمة لقيام الجامعات بدورها في تطوير المجتمع .
 - جعل التعليم الجامعي أكثر جاذبية وقدرة على إثارة الرغبة في التعليم والدخول في ميادين البحث العلمي .
 - أهمية حل مشكلة نقص وسائل التدريب العملي وضرورة إيجاد البدائل لمواجهة نقص الوسائل المعينة أو ما يسمى بتقنيات التعليم .
 - إيجاد الوسائل التي تمكن الجامعات من متابعة كل جديد في فروع المعرفة ومواجهة ثورة المعلومات التي تعتبر إحدى سمات العصر الحديث .
 - اتباع نظام الوسائل المتعددة في التعليم الذي يعتمد أساساً على استخدام الراديو والتلفزيون والتسجيلات الصوتية والضوئية إلى جانب المادة المطبوعة واللقاءات الدورية في المختبرات ومراكز البحث مع الأساتذة فهو بذلك يتيح فرصة الحصول على المعلومات وتمثلها بكل الطرق المتاحة مع إمكان المراجعة والتقويم (د . ليلي العقاد ، 1982 : 8 ، 9) (24) .

توصيات الدراسة

- في ختام هذه الدراسة يقترح الباحث مايلي :
- ضرورة إيجاد توازن بين الجوانب النظرية والتطبيقية في المناهج والمقررات الدراسية الاعلامية في كليات الاعلام الحكومية والخاصة .
 - ضرورة وضع مناهج ومقررات إعلامية لكليات الإعلام في الجامعات الخاصة تختلف بدرجة أو بأخرى عن المناهج والمقررات الإعلامية في كليات وأقسام الإعلام في الجامعات الحكومية .
 - تقوية العلاقة بين كليات الإعلام الحكومية والخاصة والمؤسسات الإعلامية حتى تقوم هذه المؤسسات بإثراء العملية التدريبية لطلاب هذه الكليات .

- لابد من وضع ضوابط صارمة لكليات الإعلام الخاصة حتى لا تغطي أهدافها المادية على أهدافها العلمية والتعليمية والقومية .
- ضرورة إدخال بعض التحسينات في وسائل التقويم المستخدمة في الجامعات المصرية الحكومية والخاصة فلا بد للأساتذة من أن يهيئوا الطلبة للأعمال التي تتطلب تحمل المسؤولية والتي تشبع فضولهم الطلبة مثل مشاريع البحث الجادة والدراسات الميدانية وان تكون أسئلة التقويم تستثير حب استطلاع الطلبة أكثر من تركيزها على معرفة الحقائق والمعلومات وتشجع التفاعل بين المجموعات المتعاونة وتساعد الطلبة على الانتماء .
- لابد من تطوير طرق التدريس الحالية في كليات الإعلام الحكومية والخاصة عينة الدراسة وتبنى أساليب حديثة تتجاوز أسلوب التلقين إلى أسلوب المشاركة والنشاط وإبراز القدرات الابتكارية للطلاب وإثراء المقررات والمناهج الدراسية بالنقاش والحوار وإنتاج بعض الأعمال التدريسية .
- يجب أن تتاح الفرصة لأعضاء هيئة التدريس بدءاً من المعيدين ومروراً بالمدرسين والأساتذة المساعدين حضور بعثات لإعادة تأهيلهم ورفع مستواهم العلمى وأن تترك لهم حرية التفكير والبحث والنشر حتى ينشأ جيل يعرف كيف يفكر ويتخيل ويحلم بمستقبل أفضل وحتى تعود المنافسة العلمية الشريفة التي ترفع المستوى العلمى والفنى لأعضاء هيئة التدريس .

مراجع الدراسة وهوامشها

- 1- **مُحَمَّد أبو الغار** ، إهدار استقلال الجامعات ، دراسة ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، بدون ناشر ، 2001 .
- 2- المصدر السابق .
- 3 - **قرار وزاري رقم 101 لسنة 1992** بشأن إنشاء أربع جامعات خاصة في مصر وهذه الجامعات هي : جامعة 6 أكتوبر وجامعة مصر الدولية وجامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب وجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا وجارى إنشاء جامعتين هما الجامعة الفرنسية والجامعة الألمانية .
- 4 - **فوزية فهمي** ، تأهيل الكوادر الإعلامية ، ورقة عمل مقدمة إلي ندوة الإعلام الإسلامي بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل ، جامعة الأزهر ، مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي ، مايو 1992 .
- 5 - **نجوى كامل ود . أميرة العباسي** ، التعليم والتدريب الصحفي في الجامعات المصرية ، دراسة ميدانية تقييمية ، ورقة عمل مقدمة إلي المؤتمر العلمى الثالث حول الإعلام بين المحلية والعالمية ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 25 - 27 مايو 1997 .
- 6 - **ناهد أحمد فؤاد أبو العيون** ، تقييم التجربة المصرية في الإعداد الأكاديمي والتدريب المهني للصحفيين ، رسالة دكتوراه ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الصحافة ، 1988
- 7 - **د . سامى عزيز جيد** ، تأهيل الإعلاميين وتدريبهم ، مجلد الإعلام والمسح الاجتماعي الشامل ، القاهرة ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، 1985 .
- 8 - **سمير مُحَمَّد حسين** ، نحو استراتيجية جديدة في مجال التعليم والتدريب الإعلامي في مصر ، ورقة عمل مقدمة إلي المؤتمر العلمى الأول حول مستقبل الدراسات الإعلامية في مصر ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام 27 - 29 ديسمبر 1981 .
- 9 - **مُحَمَّد على حوات** ، إعداد الإعلاميين وتأهيلهم في مجال الإذاعة والتلفزيون ، مجلة الدراسات الإعلامية ، العدد 93 أكتوبر - ديسمبر 1998 .
- 10 - قام الباحث بعملية مسح شامل لجميع كليات الإعلام الخاصة في الجامعات الأربعة لدراساتها وتطبيق صحف الاستبيان عليها فلم يجد تعاوناً كافياً إلا في كلية الإعلام وفنون الاتصال جامعة 6 أكتوبر وبالتالي تم استبعاد الكليات الثلاثة من الدراسة رغم ترحيب بعض عمداء هذه الكليات بالتعاون مع الباحث واستلامهم صحف استبيان الدراسة وخطاباً رسمياً موجهاً من الكلية التى يعمل بها الباحث إلى عمداء هذه الكليات إلا أن بعضهم اعتذر نظراً لكثرة مشاغله والبعض الآخر تحفظ لحساسية موضوع الدراسة .

11 - الأستاذ الدكتور عاطف عدلى العبد وكيل كلية الإعلام وفنون الاتصال لشئون الطلاب جامعة 6 أكتوبر مقابلة بمكتبه يوم الثلاثاء الموافق 14 مايو 2002 وحصل منه الباحث على إحصائية غير مفصلة بعدد طلاب الفرقة الرابعة بالكلية .

12- السادة المحكمون هم حسب الترتيب الأبجدي للأسماء :

10الأستاذ الدكتور أبو السعود إبراهيم أستاذ ورئيس قسم المناهج بكلية التربية بينها .

10الأستاذ الدكتور انشراح الشال أستاذ الإذاعة بكلية الإعلام جامعة القاهرة .

10الأستاذ حسن احمد حسن رئيس معهد الإذاعة والتلفزيون .

10الدكتور عادل عبد الغفار مدرس الإذاعة بكلية الإعلام جامعة القاهرة .

10الأستاذ الدكتور محمود أبو زيد إبراهيم أستاذ المناهج بكلية التربية جامعة عين شمس .

10الأستاذ الدكتور محمد عبد الحميد أستاذ الإعلام ووكيل كلية التربية جامعة حلوان .

13 - احتفظ الباحث بنتائج الدراسة الميدانية حول هذا المحور للاختصار ولعدم اختلالها بالنتائج العامة للدراسة .

14 - د . حسين كامل بهاء الدين ، الوطنية في عالم بلا هوية ، تحديات العولمة ، القاهرة ، دار المعارف ، 2000 .

15 - مدحت البيومي ، التعليم نظرة إلى المستقبل ، مجلة النيل العدد 55 ، القاهرة ، الهيئة العامة للاستعلامات ، أكتوبر 1993 .

16 - كريم محمد فريد وسلوى العوادلى ، تقييم واقع التأهيل والتدريب في مجال العلاقات العامة ، دراسة ميدانية تقويمية على برامج التأهيل والتدريب بقسم العلاقات العامة بكلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثالث ، سبتمبر 1998 .

17 - دليل كلية الإعلام جامعة القاهرة 2001 - 2002 .

18 - المصدر السابق .

19 - د . فوزية فهميم ، مصدر سابق .

20 - د . نجوى كامل ود . أميرة العباسى ، مصدر سابق .

21 - د . يوسف إبراهيم نبراعى ود . على محمد يحيى ، اتجاهات طلبة الجامعة نحو الممارسات التربوية فيها ، دراسة حالة جامعة الإمارات العربية المتحدة ، مجلة المستقبل العربى العدد 54 ، أغسطس 1983 .

22 - د . محمد أبو الغار ، مرجع سابق .

23 - المرجع السابق .

24 - د . ليلي العقاد ، القمر الصناعى العربى والتعليم المفتوح ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، 1982 .

تجريب استخدام الأنترنت فى التعليم الإعلامى

دراسة ميدانية

إعداد

دكتور / محمد عبد البديع السيد

قسم الإعلام كلية الآداب بينها

مجلة كلية الآداب جامعة المنيا , العدد الخامس والأربعون , يوليو 2002 م .

مقدمة :

أحدثت ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال تغييرات كمية وكيفية فى عديد من أوجه الحياة للدرجة التى مهدت الطريق للانتقال من المجتمع الصناعى الى مجتمع المعلومات ويبدو أن هذه الثورة سوف تترك أثارها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية على المجتمع المعاصر بشكل غير مسبوق ويقع فى القلب من هذا التحول الإرادة السياسية لدول العالم المختلفة بما فى ذلك دول العالم النامى إذ تشهد الألفية الجديدة اهتماماً متزايداً بتبنى سياسات قومية للبنية التحتية للمعلومات بما فى ذلك الأطر القانونية المشجعة لاستيعاب التكنولوجيا وحث المجتمع لتوظيفها وإحلالها محل الموارد التكنولوجية التقليدية خاصة فى مجالات مثل التعليم والصحة والتجارة الالكترونية والإدارة (حمادة : 2001 : 47) (1) .

وتواجه المؤسسات التعليمية فى دول العالم النامى ضغوطاً متزايدة للتحول نحو استخدام التكنولوجيا الحديثة فى التعليم والتى أدت الى تغيير المفهوم التقليدى للعملية التعليمية سواء فيما يتعلق بتعريف الفصل الدراسى أو طبيعة العلاقة بين الأستاذ والطالب أو محتويات المقررات الدراسية .

ولقد اصبح الحاسب الآلى وتطبيقاته جزءاً لا يتجزأ من حياة المجتمعات العصرية. وقد أخذت تقنية المعلومات المبنية حول الحاسب تغزو كل مرفق من مرافق الحياة. فاستطاعت هذه التقنية أن تغير أوجه الحياة المختلفة فى زمن قياسي. ثم ولدت شبكة الإنترنت من رحم هذه التقنية فأحدثت طوفاناً معلوماتياً. وأصبحت المسافة بين المعلومة والإنسان تقترب من المسافة التى تفصله عن مفتاح جهاز الحاسب شيئاً فشيئاً. وأما زمن الوصول إليها فأصبح بالدقائق والثواني. فكان لزاماً على كل مجتمع يريد اللحاق بالعصر المعلوماتي أن ينشئ أجياله على تعلم الحاسب وتقنياته ويؤهلهم لمجابهة التغيرات المتسارعة فى هذا العصر. لذا فقد قامت بعض الدول بوضع خطط معلوماتية استراتيجية ومن ضمنها جعل الحاسب وشبكة الإنترنت عنصراً أساسياً فى المنهج التعليمي. "وتختلف خطط إدخال المعلوماتية فى التعليم تبعاً لاختلاف الدول. وعلى أي حال فإن التوجه العام حالياً هو الانتقال من تدريس علوم الحاسب الآلى نحو الاهتمام بالتخطيط لزيادة التدريس المعتمد على المعلوماتية عبر المناهج الدراسية" [9].

وتعد الشبكة العالمية للمعلومات (الأنترنت) ثورة تعليمية إلكترونية فى غاية الأهمية كما تعد من أقوى الوسائل التعليمية تأثيراً لتفرداها بسمات عديدة من بينها تنوع مصادر ووسائل المعلومات والتعليم وتوفير العديد من الفرص للتعلم التجريبي والذات وتعزيز قدرة الجامعات على تنشيط التجارب التعليمية والإبداعية وتطوير رؤية الطلبة لعملية التعليم فالإنترنت بمثابة بنية تعليمية تحتية قوية تجمع الوسائل والأدوات

والتقنيات والبشر والأماكن والمعلومات في سلة واحدة مما يضاعف القدرات البشرية ويحفزها على التعلم (بخيت : 2000 : 141) (2) .

وقد بدأ بعض أساتذة الاتصال الجماهيري بالفعل في الاهتمام بدراسة الإنترنت واعتبارها أداة تعليمية أساسية في تدريس علوم الاتصال الجماهيري عامة والصحافة خاصة بل وأخذ بعضهم بالفعل في تطبيق استخدام الإنترنت داخل الفصول الدراسية لتعليم فنون وعلوم الاتصال الجماهيري سعياً إلى إيجاد أفضل طرق تدريسها والاستفادة منها (بخيت : 2000 : 89) (3) .

ومن هنا جاءت هذه الدراسة للتعرف على كيفية استخدام الإنترنت في التعليم الإعلامي والتعرف على قدرات طلبة الإعلام في استخدام هذه الوسيلة التعليمية والإعلامية المهمة وهذا يقتضي مناقشة نتائج الدراسات السابقة والإجابة عن تساؤلات الدراسة من خلال دراسة ميدانية على عينة من طلبة وطالبات الإعلام في الجامعات الإقليمية .

مشكلة البحث :

تتمثل مشكلة البحث في التعرف على التعلم التجريبي والذات في استخدام الأنترنت كأداة تعليمية في مجال الإعلام وتقييم مدى كفاءة هذه الأداة في هذا المجال .

وقد وضع الباحث يده على مشكلة البحث وأبعادها نتيجة لرافدين من المعارف العلمية هما :

الرافد الأول : الملاحظة العلمية للباحث فمن واقع العملية التعليمية اتضح له أن 61 طالباً وطالبة بالفرق الثانية والثالثة والرابعة بقسم الإعلام بكلية الآداب ببها هم الذين يعرفون كيفية الاتصال بشبكة الأنترنت وقد قام الباحث بحصر كل مفردات مجتمع الدراسة من واقع بيانات الكلية حيث تبين له أن إجمالي مجتمع البحث من طلبة وطالبات الفرق الثلاث للعام الجامعي 2002 / 2003 يبلغ 653 طالباً وطالبة موزعة كالتالي :

النوع الفرقة	طلبة		طالبات		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
الثانية	101	55,5	217	57,5	372	57
الثالثة	48	26,4	124	26,3	172	26,3
الرابعة	33	18,1	76	16,1	109	16,7
الإجمالي	182	100	471	100	653	100

بقراءة بيانات هذا الجدول يتضح أن نسبة الطلبة والطالبات الذين يستطيعون الاتصال بشبكة الأنترنت تبلغ

9.3 % وهذه نسبة ضئيلة جداً وتعد مشكلة خطيرة في عصر بدأ فيه استخدام الأنترنت داخل الفصول

الدراسية كأداة تعليمية إعلامية جديدة وكمقررات دراسية إعلامية (Panici,1998) (4) ، ويحتاج الى تخريج كوادر بشرية مؤهلة للتعامل مع ثورة المعلومات وقادرة على المنافسة فى سوق العمل ومن ثم أصبح التحدى حاليا هو تعليم الطلبة الإعلاميين أساليب البحث والتغطية الإلكترونية والتحليل النقدي للمعلومات الرقمية الإلكترونية للتعامل بشكل فعال يتناسب مع البيئة الرقمية الإعلامية الجديدة .

الرافد الثانى : هو الدراسات التى أجريت حول الاستخدامات التعليمية للإنترنت وقد أظهرت هذه الدراسات مايلي (5) :-

1 - إن عملية دمج الإنترنت بالمقررات الدراسية لها فوائد تعليمية عديدة طالما يتم تقديمها بأساليب تعليمية مختلفة .

2 - إن استخدام الإنترنت ضمن مقرر مقدمة فى الاتصال الجماهيرى يقدم فرصا مفيدة للطلبة لتحسين معرفتهم التكنولوجية ويساعدهم على التعامل مع الوسائل الجديدة بفاعلية قبل الدخول الفعلى الى سوق العمل

3 - إن ظهور الإنترنت أدى إلى تطوير مقررات الوسائط المتعددة " الملتيميا " ونشر المعلومات فى بعض الكليات وكذا ظهور مقررات تعنى بصحافة الملتيميا وتركز على دمج الجرافيكس والرسوم المتحركة والصور المرئية والصوتيات والروابط التشعبية .

4 - أثرت الأنترنت فى التعليم الجامعى خاصة فى عملية تطور الشبكات وتقييم الكتالوجات والمكتبات الإلكترونية وإعداد مذكرات الإليكترونية للطلبة وتحضير المعلومات المتعلقة بالمقررات وقوائم البرامج والمؤتمرات عن بعد والتعليم عن بعد والبحث المستقل ووضع الدرجات عبر الوسائل الإليكترونية وإجراء المناقشات الإليكترونية حول المقررات الدراسية .

الدراسات السابقة :

تعتبر دراسة استخدام الأنترنت كوسيلة تعليمية فى مجال الصحافة التى أعدها السيد بخيت محمد (6) من الدراسات التى تطرقت لمجال استخدام الأنترنت فى تدريس علوم الصحافة حيث أنها دمجت المفاهيم النظرية لتدريس علوم الصحافة بالواقع العملى التطبيقى كما تعتبر دراسة استخدام الأنترنت فى تطوير المهارات الصحفية باللغة الإنجليزية لدى دارسى الصحافة (7) من الدراسات القليلة التى تطرقت لهذا المجال .

وقد أثرت هاتان الدراستان فى هذا البحث من ناحية التعرف على أهمية الأنترنت بالنسبة للطلبة حيث أكدت الدراسة الأولى أن الأنترنت تمثل بيئة تطبيقية جيدة لتعليم وتدريب طلبة الصحافة المفاهيم التقليدية لعلوم الصحافة وكذلك لاستحداث طرق ومفاهيم ووسائل وتقنيات صحفية جديدة كما أوضحت نتائج الدراسة الثانية أن الأنترنت تعد وسيلة تعليمية متميزة فى مجال تعليم المقررات الصحفية باللغة الإنجليزية .

أهداف البحث :

- 1 - تجريب استخدام الإنترنت فى التعليم الإعلامى .
- 2 - رصد وتوصيف استخدامات واتجاهات طلبة وطالبات الإعلام إزاء الإنترنت .
- 3 - التعرف على كيفية استخدام الإنترنت فى تطوير بعض المهارات الإعلامية لدى طلبة وطالبات الإعلام.

نوع البحث :

ينتمى هذا البحث الى نوعية الدراسات المسحية الوصفية التى تستهدف رصد ووصف الاستخدامات الحالية لشبكة الإنترنت فى مجال التعليم الإعلامى كما أنه ينتمى إلى نوعية الدراسات المسحية التحليلية التى تضيف إلى عملية الرصد والتوصيف عملية التفسير من خلال اختبار العلاقات المتبادلة بين استخدام الإنترنت فى مجال التعليم الإعلامى وبين عدد من المتغيرات المستقلة مثل النوع والمستوى التعليمى والمستوى الاقتصادى .

منهج البحث :

يستخدم هذا البحث أكثر من منهج منها :

- أ - منهج المسح الإعلامى لتوصيف وتنظيم وتحليل مفردات استخدام الإنترنت ضمن المقررات الدراسية فى التعليم الإعلامى .
- ب - المنهج المقارن للتعرف على وجود فروق بين الطلبة والطالبات فى التعلم التجريبي والذات للإنترنت .
- ج - المنهج الإحصائى لتحليل نتائج البحث وبيان دلالاته .

تساؤلات البحث :

يسعى البحث للإجابة عن تساؤل رئيسى مؤداة : هل يمكن استخدام الإنترنت كوسيلة للتعلم التجريبي والذات فى مجال الإعلام ؟ وينبثق من هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية كالتالى :

- س1 : ما مدى اتصال طلبة وطالبات الإعلام بالإنترنت ؟
- س2 : ما أهمية اتصال طلبة وطالبات الإعلام بالإنترنت ؟
- س3 : ما مواقع اتصال طلبة وطالبات الإعلام بالإنترنت ؟
- س4 : هل يستطيع طلبة وطالبات الإعلام جلب مادة إعلامية من الإنترنت ؟
- س5 : هل يستطيع طلبة وطالبات الإعلام بناء صحيفة على الإنترنت ؟
- س6 : هل يقرأ طلبة وطالبات الإعلام صحف الكترونية ؟ وما نوع هذه الصحف ؟
- س7 : هل يستمتع طلبة وطالبات الإعلام الى إذاعات من خلال الإنترنت ؟ ولماذا ؟

س8 : هل يشاهد طلبة وطالبات الإعلام قنوات تليفزيونية من خلال الإنترنت ؟ وما نوع هذه القنوات ولماذا يشاهدونها بالذات ؟

س9 : ما المهارات التي يرغب طلبة وطالبات الإعلام في تطويرها من خلال الإنترنت ؟

س10 : هل توجد فروق بين طلبة وطالبات الإعلام في استخدام الإنترنت ؟

س11 : ما اتجاهات طلبة وطالبات الإعلام إزاء استخدام الإنترنت كوسيلة تعليمية في مجال الإعلام ؟

عينة البحث :

اختار الباحث عينة عمدية قوامها 61 مفردة من طلبة قسم الإعلام بكلية الآداب بينها الذين يتصلون بشبكة الأنترنت بصفة دائمة من الفرق الثانية والثالثة والرابعة بالكلية .

والجدول التالي رقم (1) يوضح نسبة الطلبة والطالبات الذين يتصلون بشبكة الأنترنت بصفة دائمة :

جدول رقم (1)

النوع الفرقة	طلبة		طالبات		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
الثانية	12	41,4	15	46,9	27	44,3
الثالثة	7	24,1	11	34,4	18	29,5
الرابعة	10	34,5	6	18,7	16	26,2
الإجمالي	29	100	32	100	61	100

أدوات البحث :

استخدم الباحث في دراسته الميدانية صحيفة استبيان تضمنت عدة تساؤلات تنوعت ما بين تساؤلات مغلقة وتساؤلات مفتوحة لرصد استخدامات واتجاهات طلبة الإعلام إزاء الأنترنت وقد تم عرض الصحيفة على بعض أساتذة الإعلام الذين لهم صلة بهذا الموضوع (8) وقد أخذ الباحث بأرائهم وعدل بعض التساؤلات وتم تطبيقها وتفرغ بياناتها وتحليلها يدويا .

تحديد المفاهيم :

الإنترنت : يقصد بها شبكة المعلومات العالمية .

التعليم الإعلامي : يقصد به الإعداد الإعلامي الأكاديمي المتخصص الذي يتضمن جميع المقررات والمناهج التي يدرسها طلبة قسم الإعلام بكلية الآداب بينها .

نتائج الدراسة ومؤشراتها :

يعرض الباحث في هذا الجزء نتائج الدراسة الميدانية على عينة عمدية من طلبة قسم الإعلام بكلية الآداب بينها قوامها 61 مفردة وهذه النتائج تجيب مباشرة عن تساؤلات الدراسة الأساسية على النحو التالي :

1 - مدى الاتصال بالإنترنت .

جدول رقم (2)

يوضح الجدول التالي مدى اتصال طلبة وطالبات الإعلام عينة الدراسة بالإنترنت

النوع الاستجابية	طلبة		طالبات		الإجمالي	
	التركرارات	%	التركرارات	%	التركرارات	%
دائما	14	48,3	14	43,8	28	45,9
أحيانا	10	34,5	18	56,2	28	45,9
نادرا	5	17,2	—	—	5	8,2
الإجمالي	29	100	32	100	61	100

تشير بيانات الجدول السابق الى ما يلي :

- توجد فروق بنسبة 4.5 % بين نسبة الطلبة ونسبة الطالبات الذين يتصلون بشبكة الإنترنت بصفة دائمة .
- توجد فروق بنسبة 100 % بين نسبة الطلبة ونسبة الطالبات الذين نادرا ما يتصلون بشبكة الإنترنت حيث ارتفعت نسبة الطلبة الذين نادرا ما يتصلون بشبكة الإنترنت .
- تساوت نسبة الطلبة مع نسبة الطالبات من إجمالي مجتمع الدراسة الذين يتصلون بشبكة الإنترنت سواء أحيانا أو بصفة دائمة .

2 - كيفية الاتصال بالإنترنت .

جدول رقم (3)

يوضح الجدول التالي كيفية اتصال طلبة وطالبات الإعلام عينة الدراسة بالإنترنت

النوع وكيفية الاتصال	طلبة		طالبات		الإجمالي	
	التركرارات	%	التركرارات	%	التركرارات	%
بمفرده	21	72,4	28	87,5	49	80,3
بمساعدة الآخرين	8	27,6	4	12,5	12	19,7
الإجمالي	29	100	32	100	61	100

تشير بيانات الجدول السابق الى ما يلي :

- ارتفاع نسبة الطلبة الذين يستطيعون الاتصال بشبكة الإنترنت بمفردهم عن نسبة الطلبة الذين يتصلون بالشبكة بمساعدة الآخرين بنسبة تصل الى 44.8 % .
- ارتفاع نسبة الطالبات اللاتي يستطعن الاتصال بشبكة الإنترنت بمفردهن عن نسبة الطالبات اللاتي يستطعن الاتصال بالشبكة بمساعدة الآخرين بنسبة تصل إلى 75 % .
- ارتفاع نسبة الطالبات اللاتي يتصلن بشبكة الإنترنت بمفردهن عن نسبة الطلبة وذلك بفروق تصل إلى نسبة 15.1 % .

- انخفاض نسبة الطالبات اللاتي يتصلن بشبكة الإنترنت بمساعدة الآخرين عن نسبة الطلبة بفروق تصل الى نسبة 15.1 % .
- ارتفاع نسبة الطلبة والطالبات عينة الدراسة الذين يستطيعون الاتصال بشبكة الإنترنت بمفردهم عن نسبة الطلبة والطالبات الذين يتصلون بشبكة الإنترنت بمساعدة الآخرين بفروق تصل إلى نسبة 60.6 % .

3 - مصادر المعرفة بالإنترنت .

جدول رقم (4)

يوضح الجدول التالي مصادر معرفة طلبة وطالبات الإعلام بشبكة الإنترنت

النوع والتكرارات مصدر المعرفة		طالبة		طالبات		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
3	7	2	4	5	5,1		
20	46,5	18	36	38	38,8		
3	7	10	20	13	13,3		
2	4,7	7	14	9	9,2		
4	9,3	7	14	11	11,2		
1	2,3	—	—	1	1		
6	13,9	5	10	16	16,3		
4	9,3	1	2	5	5,1		
43	100	50	100	98	100		

بقراءة بيانات الجدول السابق يتضح ما يلي :

* إن مصدر معرفة طلبة الإعلام بالإنترنت كان من خلال الأصدقاء الذين احتلوا المرتبة الأولى بنسبة 46.5 % ثم الدورات التدريبية وجاءت في المرتبة الثانية بنسبة 13.9 % وتساوت نسبة 9.3 % بين التلفزيون ومصادر أخرى وتتمثل في الأقارب والمكاتب الخاصة بتأجير ساعات الإنترنت والاطلاع ومهندسي الكمبيوتر وجاءت الجامعة والأسرة في مرتبة متأخرة .

*أيضا مصدر معرفة طالبات الإعلام بالإنترنت كان من خلال الأصدقاء الذين جاءوا في المرتبة الأولى بنسبة 36 % ثم جاءت الأسرة في المرتبة الثانية بنسبة 20 % وتساوت نسبة 14 % بين التلفزيون والصحف وجاءت الجامعة أيضا في مرتبة متأخرة يليها مصادر أخرى والتي تمثلت في قراءة الكتب الخاصة بالإنترنت .

* إن مصادر معرفة طلبة وطالبات الإعلام عينة الدراسة بالإنترنت كانت كالتالي حسب ترتيبها : الأصدقاء (38.8 %) ، الدورات التدريبية (16.3 %) ، الأسرة (13.3 %) ، التلفزيون (11.2 %) ، الصحف (9.2 %) ، الجامعة (5.1 %) .

4 - مواقع الاتصال ومحركات البحث على الأنترنت .

جدول رقم (5)

يوضح الجدول التالي مواقع اتصال طلبة وطالبات الإعلام عينة الدراسة بالأنترنت ومحركات البحث التي يفضلونها :

النوع	طلبة		طالبات		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مواقع الاتصال						
ياهو	8	10,3	22	16,7	30	14.3
هوت ميل	6	7,7	12	9,1	18	8.6
بى بى سى	6	7,7	1	0,8	7	3.3
الأهرام	5	6,4	7	5,3	12	5.7
الأم أس إن	5	6,4	9	6,8	14	6.7
مصر اوى	5	6,4	14	10,6	19	9
السى إن إن	4	5,1	3	2,3	7	3.3
مواقع أخرى	39	50	64	48,4	103	49
الإجمالي	78	100	132	100	210	100

تشير بيانات الجدول السابق الى ما يلى :

* إن أكثر محركات البحث المفضلة لدى طلبة وطالبات الإعلام هي كالتالى : محرك البحث ياهو 14.3 %

وهوت ميل 8.6 % وعجيب ومكتوب وردادى وجوجل ومصر اوى وأون لاين 140 .

*المواقع التي يفضلها طلبة الإعلام على الأنترنت هي : المواقع الإعلامية مثل الأهرام ودار التحرير للنشر

والسى إن إن الإخبارية والـ بى بى سى والخبار والعالم اليوم كما يفضل الطلبة عدة مواقع أخرى مثل

جلسات الدردشة وإسلام أوى وفور إسلام وحوارات مصرية ورئاسة الجمهورية والجامعات المصرية وحازم

إمام وأم بى ثرى وأف ثرى أف ثرى وجن فور مى وأنفو نت وفلسطين ومكتبة مبارك والزقراق ومزيكا .

*المواقع التي تفضلها طالبات الإعلام على الأنترنت هي : الجزيرة نت والدردشة والأغاني والصحافة

والرسالة والأسبوع وعروب والنسناس ومزيكا واسلاماه والأقصى والأهرام .

5 - عدد ساعات الاتصال بالأنترنت .

جدول رقم (6)

يوضح الجدول التالي مدة اتصال طلبة وطالبات الإعلام عينة الدراسة بالأنترنت يوميا .

النوع	طلبة	طالبات	الإجمالي
-------	------	--------	----------

المدة	ك	%	ك	%	ك	%
نصف ساعة يوميا	4	13.8	-	-	4	6.6
ساعة واحدة يوميا	11	37.9	9	28.1	20	32.8
ساعتان يوميا	10	34.5	10	31.3	20	32.8
ثلاث ساعات فأكثر	4	13.8	13	40.6	17	27.8
الإجمالي	29	100	32	100	61	100

بيانات الجدول السابق تشير الى ما يأتي :

* إن نسبة 37.9 % من طلبة الإعلام عينة الدراسة قالوا إنهم يقضون ساعة واحدة أمام الإنترنت يوميا أما الطلبة الذين يقضون ساعتان أمام الإنترنت يوميا فقد بلغت نسبتهم 34.5 % وتساوت نسبة 13.8 % بين الطلبة الذين يقضون نصف ساعة وثلاث ساعات فأكثر يوميا أمام الإنترنت .

* إن نسبة 40.6 % من طالبات الإعلام قلن أنهن يقضين ثلاث ساعات فأكثر أمام الإنترنت يوميا وقد بلغت نسبة الطالبات اللاتي يقضين ساعتين أمام الإنترنت يوميا 31.3 % أما الطالبات اللاتي يقضين ساعة واحدة أمام الإنترنت يوميا فقد بلغت نسبتهن 28.1 % .

* إن طالبات الإعلام عينة الدراسة أكثر استخداما للإنترنت من الطلبة حيث بلغت نسبة الطالبات اللاتي يقضين ثلاث ساعات فأكثر أمام الإنترنت يوميا 40.6 % مقابل نسبة 13.8 % للطلبة بفروق احصائية بلغت نسبتها 26.8 % .

6 - أسباب الاتصال بالإنترنت .

جدول رقم (7)

يوضح الجدول التالي أسباب اتصال طلبة وطالبات الإعلام عينة الدراسة بالإنترنت

النوع والتكرارات	طلبة		طالبات		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أسباب الاتصال	23	29.8	19	24.7	42	27.3
البحث عن المعلومات	12	15.6	17	22.1	29	18.8
الترفيه والتسلية	12	15.6	12	15.6	24	15.6
ارسال بريد الكتروني	8	10.4	12	15.6	20	13
المشاركة في جماعات النقاش	16	20.8	12	15.6	28	18.2
الاطلاع على الأخبار الجديدة	6	7.8	5	6.4	11	7.1
نقل الملفات من قواعد المعلومات	77	100	77	100	154	100
الإجمالي	77	100	77	100	154	100

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي :

* جاء سبب البحث عن المعلومات في مقدمة دوافع استخدام طلبة وطالبات الإعلام عينة الدراسة للإنترنت حيث بلغت نسبة الطلبة الذين قالوا ذلك 29.8 % مقابل 24.7 % للطالبات بفارق احصائي بلغت نسبته 5.1 % .

*أما الأسباب الأخرى التى دفعت طلبة الإعلام لاستخدام الأنترنت فكانت كالتالى الاطلاع على الأخبار الجديدة (20.8 %) ، الترفيه والتسلية وإرسال بريد الكترونى (15.6 % لكل منهما) ، المشاركة فى جماعات النقاش (10.4 %) ، نقل الملفات من قواعد المعلومات (7.8 %) .

*إن أسباب اتصال طالبات الإعلام بالأنترنت هى : الترفيه والتسلية (22.1 %) ، إرسال بريد الكترونى والمشاركة فى جماعات النقاش والاطلاع على الأخبار الجديدة (15.6 % لكل منها) أما الطالبات اللاتى قلن أنهن يستخدمن الأنترنت من أجل نقل الملفات من قواعد المعلومات فقد بلغت نسبتهن (6.4 %) .

7 - القدرة على إرسال بريد اليكترونى .

جدول رقم (8)

يوضح الجدول التالى مدى قدرة طلبة وطالبات الإعلام عينة الدراسة على إرسال بريد اليكترونى :

النوع الاستجابة	طلبة		طالبات		الإجمالى	
	التركرارات	%	التركرارات	%	التركرارات	%
نعم	18	62.1	23	71.9	41	67.2
إلى حد ما	7	24.1	8	25	15	24.6
لا	4	13.8	1	3.1	5	8.2
الإجمالى	29	100	32	100	61	100

تشير بيانات الجدول السابق الى ما يلى :

- *إن طلبة الإعلام الذين قالوا أنهم يستطيعون إرسال بريد اليكترونى قد بلغت نسبتهم 62.1% مقابل نسبة 13.8 % الذين قالوا أنهم لا يستطيعون إرسال بريد اليكترونى .
- *ارتفعت نسبة الطالبات اللاتى قلن أنهن يستطعن إرسال بريد اليكترونى الى 71.9 % مقابل نسبة 3.1 % اللاتى لا يستطعن إرسال بريد اليكترونى .
- *ارتفعت نسبة الطلبة الذين لا يعرفون إرسال بريد اليكترونى عن نسبة الطالبات اللاتى لا يعرفن إرسال بريد اليكترونى بفارق احصائى بلغت نسبته 10.7 % .
- *توجد فروق نسبته 9.8 % بين نسبة الطلبة ونسبة الطالبات الذين لديهم القدرة على إرسال بريد اليكترونى .

8 - نوعية الاستفادة من الخدمات التى تقدمها شبكة الأنترنت .

جدول رقم (9)

يوضح الجدول التالى نوعية استفادة طلبة وطالبات الإعلام من الخدمات التى تقدمها شبكة الأنترنت :

النوع والتركرارات الخدمة		طلبة		طالبات		الإجمالى	
		ك	%	ك	%	ك	%

8	14	8	8	7,9	7	خدمة الورد وايد ويب
20,3	36	2,7	20	18		البريد الكتروني
5,6	10	4,5	4	6,7	6	الخدمات الكترونية الفورية
11,8	21	14,8	13	9	8	الدردشة
5,6	10	5,7	5	5,6	5	المكتبات الالكترونية
11,8	14	3,4	3	12,4	11	قواعد المعلومات
5,6	10	5,7	5	5,6	5	قواميس وموسوعات لكترونية
8	14	3,4	2	2,2	2	بناء صحيفة على الانترنت
6,8	12	9,1	8	4,5	4	العثور على الأشخاص
2,3	4	4,5	4	-	-	القوائم البريدية
2,8	5	-	-	5,6	5	الجماعات الإخبارية
13	23	11,4	10	14,6	13	المصادر الصحفية
7,3	13	6,8	6	7,9	7	نقل الملفات
100	177	100	88	100	89	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق الى ما يلي :

* جاءت خدمة البريد الإلكتروني في مقدمة الخدمات التي يستفيد منها طلبة الإعلام حيث أكد ذلك 18 % وذكرت نسبة 14.6 % أنهم يستفيدوا من خدمة المصادر الصحفية على الأنترنت كما ذكرت نسبة 12.4 % أنها تستفيد من خدمة قواعد المعلومات وقالت نسبة 7.9 % إنها تستفيد من خدمتالورد وايد ويب ونقل الملفات وذكرت نسبة 6.7 % أنها تستفيد من الخدمات اليكترونية الفورية أما نسبة الذين يستفيدون من خدمة القواميس والموسوعات اليكترونية فقد بلغت 5.6 % .

* إن خدمة جلسات الدردشة المتوفرة على الأنترنت جاءت في مقدمة الخدمات التي تسفيد منها طالبات الإعلام وقد أكدت ذلك نسبة 14.8 % يليها خدمة المصادر الصحفية (11.4 %) ، ثم خدمة العثور على الأشخاص على الأنترنت وقد ذكرت نسبة 9.1 % إنهن يستطعن الاستفادة من هذه الخدمة أما خدمة المكتبات اليكترونية فقد ذكرت نسبة 5.7 % أنهن يستفدن من هذه الخدمة .

* انخفضت نسبة طلبة الإعلام الذين لم يستفيدوا من خدمة بناء صحيفة على الأنترنت الى 2.2 % كما انخفضت نسبة الطالبات الى 3.2 % .

9 - معرفة طلبة وطالبات الإعلام بالمواقع الإعلامية على الأنترنت .

جدول رقم (10)

يوضح الجدول التالي مدى معرفة طلبة وطالبات الإعلام بالمواقع الإعلامية على الأنترنت

النوع والتكرارات الاستجابة		طلبة		طالبات		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
نعم		17	58.6	16	50	33	54.1
لا		12	41.4	16	50	28	54.9
الإجمالي		29	100	32	100	61	100

تشير بيانات الجدول السابق الى ما يلي :

*بلغت نسبة طلبة الإعلام الذين يعرفون المواقع الإعلامية على الأنترنت 58.6 % مقابل نسبة 41.4 % الذين لا دراية لهم بهذه المواقع .

*تساوت نسبة 50 % بين طالبات الإعلام اللاتي يعرفن المواقع الإعلامية على الأنترنت واللاتي لا يعرفن هذه المواقع .

*توجد فروق بنسبة 8.6 % بين طلبة وطالبات الإعلام الذين يعرفون المواقع الإعلامية على الأنترنت حيث زادت نسبة الطلبة عن نسبة الطالبات .

*توجد فروق احصائية بنسبة 8.6 % بين طلبة وطالبات الإعلام الذين لا يعرفون المواقع الإعلامية على الأنترنت حيث ارتفعت نسبة الطالبات عن نسبة الطلبة .

10 - المواقع الإعلامية التي يفضلها طلبة الإعلام على الأنترنت

جدول رقم (11)

يوضح الجدول التالي المواقع الإعلامية التي يفضلها طلبة وطالبات الإعلام على الأنترنت

النوع والتكرارات الموقع		طلبة		طالبات		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
الأهرام		8	19	8	14.5	16	16.5
الجزيرة		6	14.3	8	14.5	14	14.4
CNN		5	12	5	9.1	10	10.3
BBC		4	9.5	4	7.3	8	8.2
الجمهورية		3	7.1	1	1.8	4	4.1
العالم اليوم		3	7.1	1	1.8	4	4.1
مواقع أخرى		13	31	28	51	41	42.3
الإجمالي		42	100	55	100	97	100

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي :

*إن المواقع الإعلامية المتوافرة على الأنترنت التي يفضلها طلبة الإعلام هي كالتالي : جريدة الأهرام (19 %) ، الجزيرة القطرية (14.3 %) ، الدسى إن إن الإخبارية الأمريكية (12 %) ، موقع الـ

بى بى سى العربى بهيئة الإذاعة البريطانية (9.5) ، جريدتا الجمهورية القاهرية والعالم اليوم (7.1 %) لكل منها والمواقع الإعلامية الأخرى التى يفضلها طلبة الإعلام فهى : الأسبوع والأخبار .

*تساوت نسبة 14.5 % بين مواقع الأهرام والجزيرة القطرية لدى الطالبات اللاتى يفضلن هذه المواقع فى حين ذكرت نسبة 9.1 % من طالبات الإعلام أنهم يفضلن موقع الدسى إن إن الإخبارية الأمريكية كما ذكرت نسبة 7.3 % أنهم يفضلن موقع البى بى سى العربى بهيئة الإذاعة البريطانية وتساوت نسبة 1.8 % بين مواقع جريدتى الجمهورية والعالم اليوم لدى طالبات الإعلام أما المواقع الإعلامية الأخرى التى تفضلها الطالبات فهى كالتالى : رويتر والصحافة وراديو ساوا والشوتايم والأسبوع والولايات المتحدة اليوم والراية القطرية والأخبار .

*جاءت مواقع الأهرام على الأنترنت فى مقدمة المواقع الإعلامية التى يفضلها طلبة وطالبات الإعلام عينة الدراسة وذلك بنسبة 16.5 % يليها موقع الجزيرة القطرية بنسبة 14.4 % ثم موقع الدسى إن إن

11 - مدى مشاركة طلبة الإعلام فى الجماعات الإخبارية المتوافرة على الأنترنت .
جدول رقم (12)

يوضح الجدول التالى مدى مشاركة طلبة وطالبات الإعلام عينة الدراسة فى الجماعات الإخبارية المتوافرة على الأنترنت :

التنوع والتكرارات الاستجابة		طلبة		طالبات		الإجمالى	
نعم	إلى حد ما	لا	الإجمالى	نعم	إلى حد ما	لا	الإجمالى
5	13	11	29	4	10	18	32
17.2	44.8	38	100	12.5	31.3	56.2	100
14.8	37.7	47.5	100	9	23	29	61

تشير بيانات الجدول السابق الى ما يلى :

*بلغت نسبة طلبة الإعلام الذين يشاركون فى الجماعات الإخبارية المتوافرة على الأنترنت 17.2 % فى حين بلغت نسبة الذين لا يشاركون فيها نهائيا 38 % .

*بلغت نسبة الطالبات اللاتى يشاركن فى الجماعات الإخبارية على الأنترنت 12.5 % مقابل نسبة 56.2 % لا يشاركن نهائيا فى هذه الجماعات .

*ارتفاع نسبة الطلبة والطالبات الذين لا يشاركون فى الجماعات الإخبارية الى 47.5 % .

12 - مدى قدرة طلبة الإعلام على جلب مادة إعلامية من الأنترنت .
جدول رقم (13)

يوضح الجدول التالي مدى قدرة طلبة وطالبات لإعلام على جلب مادة إعلامية من الأنترنت

التنوع والتكرارات الاستجابة		طلبة		طالبات		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
نعم		16	55.2	18	56.3	34	55.7
إلى حد ما		9	31	11	34.4	20	8.32
لا		4	13.8	3	9.3	7	11.5
الإجمالي		29	100	32	100	61	100

بقراءة بيانات الجدول السابق يتضح ما يلي :

*ارتفاع نسبة طلبة الإعلام الذين لديهم القدرة على جلب مادة إعلامية من الأنترنت الى 55.2 % مقابل

نسبة 13.8 % الذين قالوا بأنهم لا يستطيعون جلب هذه المادة من الأنترنت . *ارتفاع نسبة الطالبات

اللائى يستطعن جلب مادة إعلامية من الأنترنت الى 56.3 % مقابل نسبة 9.3 % قلن أنهن لا يستطعن

جلب هذه المادة من الأنترنت .

*توجد فروق ضئيلة بنسبة 1.1 % بين الطلبة والطالبات الذين لديهم المقدرة على جلب مادة إعلامية

من الأنترنت حيث ارتفعت نسبة الطالبات عن نسبة الطلبة .

*توجد فروق بنسبة 4.5 % بين الطلبة والطالبات الذين لا يستطيعون جلب مادة إعلامية من الأنترنت

حيث ارتفعت نسبة الطلبة عن نسبة الطالبات .

13 - استماع طلبة الإعلام الى الإذاعات الصوتية المتوافرة على الأنترنت .

جدول رقم (14)

يوضح الجدول التالي مدى استماع طلبة وطالبات الإعلام للإذاعات الصوتية المتوافرة على الأنترنت

التنوع والتكرارات الاستجابة		طلبة		طالبات		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
نعم		12	41.4	6	18.7	18	29.5
لا		17	58.6	26	81.3	43	70.5
الإجمالي		29	100	32	100	61	100

تشير بيانات الجدول السابق الى ما يلي :

*بلغت نسبة الطلبة الذين يستمعون الى الإذاعات الصوتية المتوافرة على الأنترنت 41.4 % مقابل نسبة

58.6 % لا يستمعون نهائيا اليها .

*بلغت نسبة الطالبات اللائى يستمعن الى الإذاعات المتوافرة على الأنترنت 18.7 % مقابل 81.3 %

لا يستمعن الى هذه الإذاعات .

*ارتفاع نسبة الطلبة والطالبات الذين لا يستمعون الى الإذاعات الصوتية المتوافرة على الأنترنت الى 70.5 % مقابل 29.5 % لا يستمعون اليها نهائيا .

*توجد فروق بنسبة 22.7 % بين الطلبة والطالبات الذين يستمعون الى الإذاعات الصوتية المتوافرة على الأنترنت حيث ارتفعت نسبة الطلبة عن نسبة الطالبات .

*توجد فروق بنسبة 22.7 % بين الطلبة والطالبات الذين لا يستمعون نهائيا الى الإذاعات الصوتية المتوافرة على الأنترنت حيث ارتفعت نسبة الطالبات عن نسبة الطلبة .

14 – نوع الإذاعات التي يستمع اليها طلبة الإعلام من خلال الأنترنت

جدول رقم (15)

يوضح الجدول التالي نوع الإذاعات التي يفضل طلبة وطالبات الإعلام الاستماع اليها من الأنترنت

النوع والتكرارات الإذاعات		طلبة		طالبات		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	
BBC	8	40	4	50	12	42,9	
SAWA	4	20	3	37,5	7	25	
مونت كارلو	2	10	1	12,5	3	10,7	
القرآن الكريم	2	10	-	-	2	7,1	
إذاعات أخرى	4	20	-	-	4	14,3	
الإجمالي	20	100	8	100	28	100	

تشير بيانات الجدول السابق الى ما يلي :

*جاءت إذاعة الـ بي بي سي بالقسم العربي بهيئة الإذاعة البريطانية في مقدمة الإذاعات التي يستمع اليها طلبة الإعلام من خلال الأنترنت حيث أكد ذلك نسبة 40 % يليها راديو ساوا وتساهت نسبة 10 % بين إذاعة مونت كارلو وإذاعات القرآن الكريم .

*ذكرت نسبة 50 % من طالبات الإعلام أنهم يستمعون الى إذاعة الـ بي بي سي كما ذكرت نسبة 37.5 % أنهم يستمعون الى راديو ساوا وقالت نسبة 12.5 % أنهم يستمعون الى راديو مونت كارلو .

*يفضل طلبة وطالبات الإعلام عينة الدراسة الاستماع الى الإذاعات التالية :

الـ بي بي سي ، راديو ساوا ، راديو مونت كارلو ، القرآن الكريم خاصة المتوافرة على المواقع السعودية والإذاعات الأخرى مثل راديو صوت أمريكا .

15 – مدى مشاهدة طلبة الإعلام للقنوات التلفزيونية المتوفرة على الأنترنت جدول رقم (16)

يوضح الجدول التالي مدى مشاهدة طلبة وطالبات الإعلام للقنوات التلفزيونية المتوفرة على الأنترنت

النوع والتكرارات الاستجابة		طلبة		طالبات		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
نعم		10	34,5	11	34,4	21	34,4
لا		19	65,5	21	65,6	40	65,6
الإجمالي		29	100	32	100	61	100

تشير بيانات الجدول السابق الى ما يلي :

- بلغت نسبة الطلبة الذين يشاهدون القنوات التلفزيونية المتوفرة على الأنترنت 34.5 % مقابل نسبة 65.5 % لا يشاهدونها .
 - بلغت نسبة الطالبات اللاتي يشاهدن القنوات التلفزيونية المتوفرة على الأنترنت 34.4 % مقابل نسبة 65.6 % لا يشاهدونها .
 - ارتفاع نسبة الطلبة والطالبات الذين لا يشاهدون القنوات التلفزيونية المتوفرة على الأنترنت الى 65.6 % .
 - توجد فروق ضئيلة بنسبة 0.1 % بين نسبة الطلبة ونسبة الطالبات الذين قالوا بأنهم يشاهدون القنوات التلفزيونية المتوفرة على الأنترنت أيضا توجد فروق ضئيلة جدا بين نسبة الطلبة ونسبة الطالبات الذين لا يشاهدون القنوات التلفزيونية على الأنترنت .
- 16 – نوع القنوات التلفزيونية التي يشاهدها طلبة الإعلام من خلال الأنترنت.**

جدول رقم (16)

يوضح الجدول التالي نوع القنوات التلفزيونية التي يشاهدها طلبة وطالبات الإعلام من خلال الأنترنت :

النوع والتكرارات القنوات		طلبة		طالبات		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
الجزيرة		8	36,3	10	27	18	30,5
CNN		4	18,2	6	16,2	10	16,9
BBC		2	9,1	2	5,4	4	6,8
ART		2	9,1	1	2,7	3	5,1
LBC		2	9,1	1	2,7	3	5,1
قنوات أخرى		4	18,2	17	46	21	35,6
الإجمالي		22	100	37	100	59	100

تشير بيانات الجدول السابق الى ما يلي :

- إن نسبة 36.3 % من طلبة الإعلام يفضلون مشاهدة قناة الجزيرة القطرية من خلال الأنترنت وتفضل نسبة 18.2 % مشاهدة موقع قناة الـ سي إن إن الإخبارية الأمريكية وتساوت نسبة (9.1 %) بين قنوات الـ بي بي سي والآر تي والـ بي سي اللبنانية أما القنوات الأخرى التي

يشاهدها طلبة الإعلام من خلال الأنترنت فهي كالتالى : أوربت ، المنار ، أم تى فى ، ايه إن .

- ذكر الطلبة أنهم يفضلون مشاهدة هذه القنوات من خلال الأنترنت لأنها قنوات إخبارية مهمة تقدم خدمة إخبارية متميزة وتتيح الفرصة فى المساهمة الفورية فى ابداء الآراء وتقديم نشرات إخبارية متنوعة وبرامج فى مختلف المجالات وتقدم معلومات مفيدة وخفيفة وشيقة وتتيح الفرصة فى الحصول على المعلومات التى تمت إذاعتها فى أى وقت .
- تفضل طالبات الإعلام مشاهدة القنوات التليفزيونية الآتية من خلال الأنترنت : موقع قناة الجزيرة القطرية (27 %) ، وموقع قناة الـ سى إن إن (16.2 %) والـ بى بى سى (5.4 %) وتساوت نسبة 2.7 % بين قناتى الأرت والـ بى سى أما القنوات الأخرى التنتفضل طالبات الإعلام مشاهدتها من خلال الأنترنت فهي كالتالى : الفضائية المصرية ، أوربت ، دريم ، الـ أم بى سى ، المنوعات ، تليفزيون عجمان ، الـ إن بى إن اللبنانية .
- ذكرت الطالبات أنهن يشاهدن هذه القنوات من خلال الأنترنت للأسباب التالية :
 - 1 - هذه القنوات مشفرة ولا يستطيعن مشاهدتها من خلال إرسال التليفزيون العادى بينما يستطيعن مشاهدتها من خلال الأنترنت عن طريق الفيزا كارت .
 - 2 - جودة التغطية الإخبارية وتقديمها للأحداث من مواقعها فور حدوثها .
 - 3 - تقدم خدماتها الإخبارية كاملة التفاصيل دون حذف أو تشويه للمعلومات وبموضوعية وبصفة مستمرة وبجدية لا نجد مثل هذه الخدمة فى التليفزيونات العادية
 - 4 - قناة منوعات تقدم أحدث الأغنيات .

18 - مدى قراءة طلبة الإعلام للصحف الالكترونية على الأنترنت .

جدول رقم (18)

يوضح الجدول التالى مدى قراءة طلبة والإعلام عينة الدراسة للصحف الإليكترونية

النوع والتكرارات الاستجابة		طلبة		طالبات		الإجمالى	
		ك	%	ك	%	ك	%
نعم	22	75,9	28	87,5	50	82	
لا	7	24,1	4	12,5	11	18	
الإجمالى	29	100	32	100	61	100	

تشير بيانات الجدول السابق الى ما يلى :

- إن نسبة 75.9 % من طلبة الإعلام عينة الدراسة قالوا بأنهم يتصفحون ويقرأون صحف إلكترونية على الأنترنت مقابل 24.1 % قالوا عكس ذلك .
- قالت نسبة 87.5 % من طالبات الإعلام إنهن يقرأن صحف إلكترونية على الأنترنت فى حين قالت نسبة 12.5 % إنهن لم يقرأن أية صحيفة إلكترونية على الأنترنت .
- توجد فروق بنسبة 11.6 % بين الطلبة والطالبات الذين يقرءون صحف إلكترونية على الأنترنت حيث ارتفعت نسبة الطالبات عن نسبة الطلبة .
- أيضا توجد فروق بنسبة 11.6 % بين الطلبة والطالبات الذين لم يقرأوا أية صحف إلكترونية على الأنترنت حيث ارتفعت نسبة الطلبة عن نسبة الطالبات .

19 – نوع الصحف الإلكترونية التي يفضل طلبة الإعلام قراءتها على الإنترنت . جدول

رقم (19)

يوضح الجدول التالي نوع الصحف الإلكترونية التي يفضل طلبة وطالبات الإعلام قراءتها على الإنترنت

نوع الصحف	الاجمالي		طالبات		طلبة	
	ك	%	ك	%	ك	%
صحف مصرية قومية	84	73	55	75,3	29	69
صحف مصرية معارضة	4	3,5	3	4,1	1	2,4
صحف مصرية مستقلة	7	6,1	3	4,1	4	9,5
صحف عربية	19	16,5	11	15,1	8	19
صحف أجنبية	1	0,9	1	1,3	—	—
الاجمالي	115	100	73	100	42	100

تشير بيانات الجدول السابق الى ما يلي :

- تفضل نسبة 69 % من طلبة الإعلام عينة الدراسة قراءة الصحف الإلكترونية القومية المصرية مثل جريدة الأهرام وإصداراتها كمجلة الشباب والأهرام العربى والسياسة الدولية وجريدة الأخبار وأخبار اليوم وأخبار النجوم وأخبار الحوادث وجريدة الجمهورية ولإصداراتها المختلفة.
- إن نسبة 19 % من طلبة الإعلام يفضلون قراءة الصحف العربية على الإنترنت مثل صحف النبأ والوطن الكويتية والشرق الأوسط والحياة والقدس والشرق والبيان
- تقرأ نسبة 9.5 % من طلبة الإعلام الصحف الإلكترونية المصرية المستقلة مثل صحف العالم اليوم والإسبوع والعربى .
- نسبة 2.4 % من طلبة الإعلام يفضلون قراءة صحف المعارضة المصرية من خلال الإنترنت كالوفد والأهالى .
- نسبة 75.3 % من طالبات الإعلام يفضلن قراءة الصحف الإلكترونية القومية المصرية الثلاثة الأهرام والأخبار والجمهورية .
- جاءت الصحف العربية فى المرتبة الثانية حيث قالت نسبة 15.1 % إنهن يفضلن قراءة صحف الرياض والبيان والوطن والحياة والشرق والقدس والراية والشرق الأوسط على الإنترنت .
- تساوت نسبة 4.1 % بين الصحف المصرية المعارضة كالوفد والصحف المصرية المستقلة كالإسبوع لدى طالبات الإعلام عينة الدراسة .

20 – اتجاهات طلبة وطالبات الإعلام إزاء استخدام الإنترنت فى مجال الإعلام .

جدول رقم (20)

يوضح الجدول التالي اتجاهات طلبة وطالبات الإعلام إزاء استخدام الإنترنت في مجال الإعلام

النوع والاتجاه		طلبة					
		موافق		محايد		معارض	
الفقرة		ك	%	ك	%	ك	%
الإنترنت مليئة بالمعلومات السطحية	7	2.4	14	11.8	8	17.4	-
الإنترنت مليئة بالمعلومات المفيدة	27	9.2	7	6	-	-	20
الإنترنت تزيد من فجوة المعلومات بين الناس	12	4.1	-	-	10	21.7	12
الإنترنت بمثابة حوار حضارى بين الشعوب	27	9.2	2	1.7	-	-	29
الإنترنت مليئة بالمواد المفسدة للأخلاق	18	6.1	9	7.6	2	4.3	17
الإنترنت مليئة بالمعارف الضار منها والمفيد	23	7.8	5	4.2	-	-	23
الإنترنت ميزة فى اتساع مساحة الحرية بها	18	6.1	10	8.4	1	2.2	32
الإنترنت تساهم فى فهم قضايا الحياة	19	6.5	7	6	-	-	23
الإنترنت ترفع مستوى النطق العام	20	6.8	7	6	2	4.3	22
الإنترنت تنمى احترام الرأى والرأى الآخر	21	7.1	9	7.6	7	15.2	15
الإنترنت تحد من النشاط الحركى للإنسان	14	4.8	8	6.7	-	-	24
الإنترنت ترفع مستوى الطموح	21	7.1	13	11	1	2.2	25
الإنترنت تساعد على تنمية القدرات الخلاقة	17	5.8	7	6	4	8.7	24
الإنترنت تنمى الثقة بالنفس	16	5.4	6	5	1	2.2	23
الإنترنت تنمى القدرة على التفكير السليم	21	7.1	7	6	9	19.6	26
الإنترنت تساعد على التخلص من العزلة	13	4.4	118	100	46	100	34
الإجمالي	294	100	100	100	100	100	100

بيانات الجدول السابق توضح التالى :

أولا : اتجاهات الطلبة :

- الإنترنت مليئة بالمعلومات السطحية : أظهرت نتائج الدراسة معارضة 17.4 % على هذه المقولة ووافق عليها 2.4 % ونسبة 11.8 % كانت محايدة .
- الإنترنت تحتوى على معلومات مهمة ومفيدة : أوضحت نتائج الدراسة أن 9.2 % وافق على هذه المقولة ولم يعارضها أحد من طلبة الإعلام عينة الدراسة و6 % كانت محايدة .
- الإنترنت تزيد من فجوة المعلومات بين الناس : عارض هذه المقولة 21.7 % ووافق عليها 4.1 %
- الإنترنت بمثابة حوار حضارى بين الثقافات والشعوب : لم يعارض هذه المقولة أحد ووافق عليها 9.2 % ونسبة 1.7 % محايدة تجاه ذلك .
- الإنترنت تفسد الأخلاق : أكدت نتائج الدراسة موافقة 6.1 % على هذه المقولة و7.6 % محايدة و4.3 % عارضت ذلك .
- الإنترنت مليئة بالمعارف الضار منها والمفيد : أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن هذه المقولة لم يعارضها أحد من طلبة الإعلام ووافق عليها 7.8 % ونسبة 4.2 % كانت محايدة تجاه هذه المقولة
- الإنترنت ميزة فى اتساع مساحة الحرية بها : أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة من حايده هذه المقولة 8.4 % ووافق عليها 6.1 % وعارضها 2.2 % .

- الأنترنت تساهم فى فهم قضايا الحياة : وافق على هذه المقولة 6.5 % ولم يعارضها أحد ونسبة المحايدون 6 % .
- الأنترنت ترفع مستوى الذوق العام : أظهرت نتائج الدراسة موافقة 6.8 % على هذه المقولة و 6 % محايد وعارضها 4.3 % .
- الأنترنت تنمى احترام الرأى والرأى الآخر : بينت نتائج الدراسة أن 7.1 % وافق على ذلك و 6 % محايد و 2.2 % عارض هذه المقولة .
- الأنترنت تحد من النشاط الحركى للإنسان : أكدت نتائج الدراسة معارضة 15.2 % لهذه المقولة ونسبة 7.6 % محايدة ووافقت عليها نسبة 4.8 % من طلبة الإعلام عينة الدراسة .
- الأنترنت ترفع مستوى الطموح لدى الإنسان : أوضحت نتائج الدراسة موافقة 7.1 % على هذه المقولة و 6.7 % محايدة ولم يعارضها أحد من عينة الدراسة .
- الأنترنت تساعد على تنمية القدرات الخلاقة : ارتفعت نسبة من حايده هذه المقولة الى 11 % ووافق عليها 5.8 % وعارضها 2.2 % .
- الأنترنت تنمى الثقة بالنفس : أكدت نتائج الدراسة معارضة 8.7 % لهذه المقولة ونسبة المحايدون لها 6 % ووافق عليها 5.4 % .
- الأنترنت تنمى القدرة على التفكير السليم : أوضحت نتائج الدراسة موافقة 7.1 % على هذه المقولة و 5 % محايد وعارضها 2.2 % .
- الأنترنت تساعد على التخلص من العزلة : أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة 19.6 % عارضت هذه المقولة وحايدها 6 % ووافق عليها 4.4 % .

ثانيا : اتجاهات الطالبات :

- الأنترنت مليئة بالمعلومات السطحية : أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة 26.1 % من طالبات الإعلام عينة الدراسة قد عارضت هذه المقولة وأن نسبة 16.3 % كانت محايدة ولم يوافق عليها أحد .
- الإنترنت تحتوى على معلومات مهمة ومفيدة : وافق على هذه المقولة 6 % ونسبة 1.6 % محايدة ولم يعارضها أحد .
- الأنترنت تزيد من فجوة المعلومات بين الناس : أكدت نتائج الدراسة معارضة 24 % من طالبات الإعلام عينة الدراسة لهذه المقولة و 7.3 % حايدها ووافق عليها 3.5 %

- الأنترنت بمثابة حوار حضارى بين الثقافات والشعوب : أوضحت نتائج الدراسة موافقة 8.5 % على هذه المقولة و 2.4 % محايد ولم يعارضها أحد من طالبات الإعلام عينة الدراسة .
 - الأنترنت تفسد الأخلاق : أظهرت نتائج الدراسة محايدة 10.6 % لهذه المقولة و 5 % وافق عليها و 4.3 % قد عارضها .
 - الأنترنت مليئة بالمعارف الضار منها والمفيد : وافق على هذه المقولة 7.3 % و 4.9 % محايد ولم يعارضها أحد .
 - الأنترنت ميزة فى اتساع مساحة الحرية بها : أكدت نتائج الدراسة موافقة 9.4 % على هذه المقولة ولم يعارضها أو يحايدها أحد من طالبات الإعلام عينة الدراسة .
 - الأنترنت تساهم فى فهم قضايا الحياة : وافق على هذه المقولة 6.7 % وحايدها 6.5 % وعارضها 2.2 % .
 - الأنترنت ترفع مستوى الذوق العام : أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة 6.5 % قد تساوت بين من وافق على هذه المقولة ومن عارضها وأن نسبة 5.7 % كانت محايدة
 - الأنترنت تنمى احترام الرأى والرأى الآخر : أكدت نتائج الدراسة موافقة 7 % على هذه المقولة و 6.5 % محايد ولم يعارضها أحد .
 - الأنترنت تحد من النشاط الحركى للإنسان : أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة 21.7 % من طالبات الإعلام عينة الدراسة قد عارضت هذه المقولة وأن نسبة 5.7 % محايدة ووافق عليها 4.4 % .
 - الأنترنت ترفع مستوى الطموح لدى الإنسان : وافق على هذه المقولة 7 % ولم يعارضها أحد و 6.5 % محايد .
 - الأنترنت تساعد على تنمية القدرات الخلاقة : أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة 11.4 % من طالبات الإعلام كانت محايدة لهذه المقولة ووافق عليها 7.3 % وعارضها 4.3 %
 - الأنترنت تنمى الثقة بالنفس : أكدت نتائج الدراسة موافقة 7 % على هذه المقولة و 5.7 % محايد و 4.3 % قد عارضها .
 - الأنترنت تنمى القدرة على التفكير السليم : أظهرت نتائج الدراسة موافقة 6.7 % على هذه المقولة و 6.5 % محايد وعارضها 2.2 % .
 - الأنترنت تساعد على التخلص من العزلة : أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة 7.6 % من طالبات الإعلام عينة الدراسة قد وافقت على هذه المقولة وأن نسبة 4.3 % عارضتها و 2.4 % محايد .
- المهارات التى يرغب طلبة الإعلام فى تطويرها من خلال الأنترنت .

جدول رقم (21)

يوضح الجدول التالى المهارات التى يرغب طلبة وطالبات الإعلام عينة الدراسة فى تطويرها من خلال الأنترنت :

نوع المهارات		النوع والتكرارات		طلبة		طالبات		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
7	8,3	7	8,6	14	8,5				
19	22,6	19	23,5	38	23				
6	7,1	7	8,6	13	7,7				
11	13,1	9	11,1	20	12,1				
14	16,7	18	22,2	32	19,4				
12	14,3	6	7,4	18	11				
15	17,9	15	18,5	30	18,2				
84	100	81	100	165	100				

من بيانات الجدول السابق يتضح الأتى :

- إن نسبة 22.6 % من طلبة الإعلام عينة الدراسة يرغبون فى تنمية مهارة كيفية التعامل مع المواقع الإعلامية على الأنترنت ونسبة 17.9 % ترغب فى تعلم ودراسة الاتصال الجماهيرى عبر الأنترنت ونسبة 16.7 % تريد تطوير مهارة البحث عن المعلومات فى شبكة الأنترنت ونسبة 14.3 % ترغب فى تطوير مهارة الاستخدام الكفء لبرامج التصفح على الأنترنت ونسبة 13.1 % ترغب فى تطوير مهارة كيفية تقييم المعلومات على الأنترنت وترغب نسبة 8.3 % فى تطوير معارفها حول كيفية استخدام الأنترنت بصفة عامة وترغب نسبة 7.1 % فى تنمية مهارة المشاركة فى جلسات الدردشة على الأنترنت .
- ترغب نسبة 23.5 % من طالبات الإعلام عينة الدراسة فى الإلمام والتعرف على المواقع الإعلامية العربية والأجنبية على الأنترنت تليها نسبة 22.2 % التى ترغب فى تطوير مهارة البحث عن المعلومات على الأنترنت وترغب نسبة 18.5 % فى تعلم ودراسة الاتصال الجماهيرى عبر الأنترنت وترغب نسبة 11.1 % فى التعرف على كيفية تقييم المعلومات على الأنترنت وتساوت نسبة 8.6 % بين الرغبة فى المشاركة مع جلسات الدردشة على الأنترنت وبين كيفية استخدام الأنترنت بصفة عامة فى حين ترغب نسبة 7.4 % فى تطوير مهارة الاستخدام الكفء لبرامج التصفح على الأنترنت .

- إن نسبة 23 % ونسبة 19.4 % من طلبة وطالبات الإعلام عينة الدراسة ترغب فى معرفة عناوين المواقع الإعلامية العربية والأجنبية على الأنترنت وتطوير مهارة البحث عن المعلومات فى شبكة الأنترنت .

خلاصة الدراسة

خلصت هذه الدراسة إلى ما يلى : -

- 1 - مدى قدرة طلبة وطالبات الإعلام على الاتصال بالأنترنت :
أثبتت نتائج الدراسة أن طلبة وطالبات الإعلام على اتصال بصفة دائمة بالأنترنت وأن نسبة الطلبة أعلى من نسبة الطالبات بفروق بلغت 4.5 % كما توجد فروق بنسبة 100 % بين نسبة الطلبة ونسبة الطالبات الذين نادرا ما يتصلون بشبكة الإنترنت حيث ارتفعت نسبة الطلبة الذين نادرا ما يتصلون بشبكة الإنترنت وتساوت نسبة الطلبة مع نسبة الطالبات من إجمالى مجتمع الدراسة الذين يتصلون بشبكة الإنترنت سواء أحيانا أو بصفة دائمة وتعكس هذه النتيجة مدى اهتمام الطلبة بالأنترنت كوسيلة إعلامية جديدة مليئة بالبيانات والمعلومات التى تفيدهم خلال دراستهم الجامعية وبعد تخرجهم .
- 2 - كيفية اتصال طلبة وطالبات الإعلام بالأنترنت :
أوضحت نتائج الدراسة أن 80.3 % من طلبة وطالبات الإعلام لديهم القدرة على الاتصال بالأنترنت بمفردهم وقد ارتفعت نسبة الطالبات عن نسبة الطلبة فى هذا الإطار .
- 3 - مصادر معرفة طلبة وطالبات الإعلام بالأنترنت :
أظهرت نتائج الدراسة أن مصدر معرفة طلبة الإعلام بالأنترنت كان من خلال الأصدقاء الذين احتلوا المرتبة الأولى ثم الدورات التدريبية فالتلفزيون فالأقارب والمكاتب الخاصة بتأجير ساعات الأنترنت والاطلاع ومهندسى الكمبيوتر وجاءت الجامعة والأسرة فى مرتبة متأخرة .
كما أوضحت نتائج الدراسة أن مصدر معرفة طالبات الإعلام بالأنترنت كان من خلال الأصدقاء الذين جاءوا أيضاً فى المرتبة الأولى ثم جاءت الأسرة فالتلفزيون والصحف وجاءت الجامعة أيضاً فى مرتبة متأخرة يليها مصادر أخرى والتى تمثلت فى قراءة الكتب الخاصة بالأنترنت .
- 4 - مواقع اتصال طلبة وطالبات الإعلام المفضلة لهم على الأنترنت ومحركات البحث التى يستخدمونها
كشفت نتائج الدراسة عن أن أكثر محركات البحث المفضلة لدى طلبة وطالبات الإعلام هى كالتالى : محرك البحث ياهو وهوت ميل وعجيب ومكتوب وردادى وجوجل ومصراوى وأون لاين 140 .

كما أوضحت الدراسة أن المواقع التي يفضلها طلبة الإعلام على الأنترنت هي : المواقع الإعلامية مثل الأهرام ودار التحرير للنشر والسي إن إن الإخبارية والبي بي سي والأخبار والعالم اليوم كما يفضل الطلبة عدة مواقع أخرى مثل جلسات الدردشة وإسلام أوى وفور إسلام وحوارات مصرية ورئاسة الجمهورية والجامعات المصرية وحازم إمام وأم بي ثرى وأف ثرى أف ثرى وجن فور مى وأنفونت وفلسطين ومكتبة مبارك والزقزاق ومزيكا .

وأظهرت النتائج أن المواقع التي تفضلها طالبات الإعلام على الأنترنت هي : الجزيرة نت والدردشة والأغاني والصحافة والرسالة والأسبوع وعروب والنسناس ومزيكا واسلاماه والأقصى والأهرام .
5 - عدد ساعات اتصال طلبة وطالبات الإعلام بالأنترنت :

أكدت نتائج الدراسة أن طالبات الإعلام عينة الدراسة أكثر استخداما للأنترنت من الطلبة حيث بلغت نسبة الطالبات اللاتي يقضين ثلاث ساعات فأكثر أمام الأنترنت يوميا 40.6 % مقابل نسبة 13.8 % للطلبة بفروق احصائية بلغت نسبتها 26.8 % .

6 - إن أسباب اتصال طلبة وطالبات الإعلام بالأنترنت هي كالتالى :
البحث عن المعلومات والاطلاع على الأخبار الجديدة ، الترفيه والتسلية وإرسال بريد الكترونى ، المشاركة فى جماعات النقاش ، نقل الملفات من قواعد المعلومات.

7 - قدرة طلبة وطالبات الإعلام على إرسال بريد اليكترونى :
أكدت نتائج الدراسة ارتفاع نسبة الطلبة والطالبات الذين يستطيعون إرسال بريد اليكترونى وارتفاع نسبة الطلبة الذين لا يعرفون إرسال بريد اليكترونى عن نسبة الطالبات اللاتي لا يعرفن إرسال بريد اليكترونى بفارق احصائى بلغت نسبته 10.7 % .
وتوجد فروق نسبتها 9.8 % بين نسبة الطلبة ونسبة الطالبات الذين لديهم القدرة على إرسال بريد اليكترونى .

8 - نوعية استفادة طلبة وطالبات الإعلام من خدمات شبكة الأنترنت :
أظهرت نتائج الدراسة أن خدمة البريد اليكترونى جاءت فى مقدمة الخدمات التي يستفيد منها طلبة الإعلام يليها خدمة المصادر الصحفية على الأنترنت ثم خدمة قواعد المعلومات فخدمات الورد وايد ويب ونقل الملفات والقواميس والموسوعات اليكترونية .
وبالنسبة للطالبات فقد جاءت خدمة جلسات الدردشة المتوافرة على الأنترنت فى مقدمة الخدمات التي تستفيد منها طالبات الإعلام يليها خدمة المصادر الصحفية ، ثم خدمة العثور على الأشخاص على الأنترنت وخدمة المكتبات اليكترونية .

وقد انخفضت نسبة طلبة الإعلام الذين لم يستفيدوا من خدمة بناء صحيفة على الأنترنت الى 2.2 % كما انخفضت نسبة الطالبات الى 3.2 % .

9 - معرفة طلبة وطالبات الإعلام بالمواقع الإعلامية على الأنترنت :

تشير نتائج الدراسة الى ارتفاع نسبة طلبة الإعلام الذين يعرفون المواقع الإعلامية على الأنترنت كما تساوت نسبة 50 % بين طالبات الإعلام اللائى يعرفن المواقع الإعلامية على الأنترنت واللائى لا يعرفن هذه المواقع وتوجد فروق بنسبة 8.6 % بين طلبة وطالبات الإعلام الذين يعرفون المواقع الإعلامية على الأنترنت حيث زادت نسبة الطلبة عن نسبة الطالبات كما توجد فروق بين طلبة وطالبات الإعلام الذين لا يعرفون المواقع الإعلامية على الأنترنت حيث ارتفعت نسبة الطالبات عن نسبة الطلبة. 10 - المواقع الإعلامية التى يفضلها طلبة وطالبات الإعلام على الأنترنت :

أوضحت نتائج الدراسة أن المواقع الإعلامية المتوافرة على الأنترنت التى يفضلها طلبة الإعلام هي كالتالى : جريدة الأهرام ، الجزيرة القطرية ، الـسى إن إن الإخبارية الأمريكية ، موقع الـبى بى سى العربى بهيئة الإذاعة البريطانية ، وجرائد الجمهورية القاهرية والعالم اليوم والأسبوع والأخبار . 11 - أشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع نسبة طلبة وطالبات الإعلام الذين لا يشاركون نهائياً فى الجماعات الإخبارية الى 47.5 % .

12 - أكدت نتائج الدراسة ارتفاع نسبة طلبة الإعلام الذين لديهم القدرة على جلب مادة إعلامية من الأنترنت الى 55.2 % مقابل نسبة 13.8 % الذين قالوا بأنهم لا يستطيعون جلب هذه المادة من الأنترنت كما أكدت النتائج ارتفاع نسبة الطالبات اللائى يستطعن جلب مادة إعلامية من الأنترنت الى 56.3 % مقابل نسبة 9.3 % قلن أنهن لا يستطعن جلب هذه المادة من الأنترنت وتوجد فروق ضئيلة بنسبة 1.1 % بين الطلبة والطالبات الذين لديهم المقدرة على جلب مادة إعلامية من الأنترنت حيث ارتفعت نسبة الطالبات عن نسبة الطلبة .

13 - أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة الطلبة والطالبات الذين لا يستمعون الى الإذاعات الصوتية المتوافرة على الأنترنت قد ارتفعت الى 70.5 % مقابل 29.5 % يستمعون اليها نهائيا وتوجد فروق بنسبة 22.7 % بين الطلبة والطالبات الذين يستمعون الى الإذاعات الصوتية المتوافرة على الأنترنت حيث ارتفعت نسبة الطلبة عن نسبة الطالبات .

كما توجد فروق بنسبة 22.7 % بين الطلبة والطالبات الذين لا يستمعون نهائيا الى الإذاعات الصوتية المتوافرة على الأنترنت حيث ارتفعت نسبة الطالبات عن نسبة الطلبة .

14 - أشارت نتائج الدراسة الى أن طلبة وطالبات الإعلام عينة الدراسة يفضلون الاستماع الى الإذاعات التالية من خلال : ال بي بي سي ، راديو ساوا ، راديو مونت كارلو ، القرآن الكريم خاصة المتوفرة على المواقع لسعودية والإذاعات الأخرى مثل راديو صوت أمريكا.

15 - مدى مشاهدة طلبة وطالبات الإعلام للقنوات التلفزيونية المتوفرة على الأنترنت : أظهرت نتائج الدراسة ارتفاع نسبة الطلبة والطالبات الذين لا يشاهدون القنوات التلفزيونية المتوفرة على الأنترنت الى 65.6 % وأكدت نتائج الدراسة وجود فروق ضئيلة بنسبة 0.1 % بين نسبة الطلبة ونسبة الطالبات الذين قالوا بأنهم يشاهدون القنوات التلفزيونية المتوفرة على الأنترنت أيضا توجد فروق ضئيلة جدا بين نسبة الطلبة ونسبة الطالبات الذين لا يشاهدون القنوات التلفزيونية على الأنترنت .

16 - نوع القنوات التلفزيونية التي يشاهدها طلبة وطالبات الإعلام من خلال الأنترنت : أشارت نتائج الدراسة إلى أن طلبة الإعلام يفضلون مشاهدة قناة الجزيرة القطرية من خلال الأنترنت وقناة الـ سي إن إن الإخبارية الأمريكية وقنوات الـ بي بي سي والآر تي وال بي سي اللبنانية وأوربت ، المنار ، أم تي في ، ايه إن إن . وقد ذكر الطلبة أنهم يفضلون مشاهدة هذه القنوات من خلال الأنترنت لأنها قنوات إخبارية مهمة تقدم خدمة إخبارية متميزة وتتيح الفرصة في المساهمة الفورية في ابداء الآراء وتقديم نشرات إخبارية متنوعة وبرامج في مختلف المجالات وتقدم معلومات مفيدة وخفيفة وشيقة وتتيح الفرصة في الحصول على المعلومات التي تمت إذاعتها في أي وقت . كما أشارت نتائج الدراسة الى أن طالبات الإعلام يفضلن مشاهدة القنوات التلفزيونية الآتية من خلال الأنترنت : موقع قناة الجزيرة القطرية ، وموقع قناة الـ سي إن إن وال بي بي سي وقنوات الأرت وال بي سي والفضائية المصرية ، أوربت ، دريم ، الـ أم بي سي ، المنوعات ، تلفزيون عجمان ، الـ إن بي إن اللبنانية .

وقد ذكرت الطالبات أنهن يشاهدن هذه القنوات من خلال الأنترنت للأسباب التالية :

1 - هذه القنوات مشفرة ولا يستطيعن مشاهدتها من خلال إرسال التلفزيون العادي بينما يستطيعن مشاهدتها من خلال الأنترنت عن طريق الفيزا كارت .

2 - جودة التغطية الإخبارية وتقديمها للأحداث من مواقعها فور حدوثها .

3 - تقدم خدماتها الإخبارية كاملة التفاصيل دون حذف أو تشويه للمعلومات وبموضوعية وبصفة مستمرة وبجدية لا نجد مثل هذه الخدمة في التلفزيونات العادية

4 - قناة منوعات تقدم أحدث الأغنيات .

18 — أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة 75.9 % من طلبة وطالبات الإعلام يتصفحون ويقرأون صحف

إلكترونية على الأنترنت وأوضحت النتائج وجود فروق بنسبة 11.6 % بين الطلبة والطالبات الذين

يقرأون صحف إلكترونية على الأنترنت حيث ارتفعت نسبة الطالبات عن نسبة الطلبة .

19 — يفضل طلبة وطالبات الإعلام قراءة الصحف الالكترونية الآتية على الأنترنت :

قراءة الصحف الإلكترونية القومية المصرية مثل جريدة الأهرام وإصداراتها كمجلة الشباب والأهرام

العربي والسياسة الدولية وجريدة الأخبار وأخبار اليوم وأخبار النجوم وأخبار الحوادث وجريدة

الجمهورية وإصداراتها المختلفة .

قراءة الصحف العربية على الأنترنت مثل صحف النبأ والوطن الكويتية والشرق الأوسط والحياة

والقدس والشرق والبيان .

قراءة بعض الصحف الإلكترونية العالمية على الأنترنت مثل usa today .

20 — اتجاهات طلبة وطالبات الإعلام إزاء استخدام الأنترنت في مجال الإعلام :

أوضحت نتائج الدراسة وجود اتجاهات إيجابية لطلبة وطالبات الإعلام إزاء الأنترنت فهم يرون أن

الإنترنت تحتوي على معلومات مهمة ومفيدة وأنها بمثابة حوار حضارى بين الثقافات والشعوب وتساهم

في فهم قضايا الحياة وترفع مستوى الذوق العام وتنمى احترام الرأى والرأى الآخر وترفع مستوى

الطموح لدى الإنسان وتساعد على تنمية القدرات

الخلاقة وتنمى الثقة بالنفس وتنمى القدرة على التفكير السليم وتساعد على التخلص من العزلة .

كما أوضحت نتائج الدراسة أن الاتجاهات السلبية للطلبة والطالبات إزاء الأنترنت تتمثل فيما يلى :

الأنترنت مليئة بالمعلومات السطحية وتزيد من فجوة المعلومات بين الناس وتفسد الأخلاق وتحد من

النشاط الحركى للإنسان .

21 — يرغب طلبة وطالبات الإعلام فى تطوير عدة مهارات من خلال الأنترنت وهى :

* تنمية مهارة كيفية التعامل مع المواقع الإعلامية على الأنترنت .

* تعلم ودراسة الاتصال الجماهيرى عبر الأنترنت .

* تطوير مهارة البحث عن المعلومات فى شبكة الأنترنت .

* تطوير مهارة الاستخدام الكفء لبرامج التصفح على الأنترنت .

* تطوير مهارة كيفية تقييم المعلومات على الأنترنت .

هوامش الدراسة

- 1 - بسيونى إبراهيم حمادة : دولة الإمارات العربية المتحدة وتكنولوجيا الاتصال ، دراسة فى الاتجاهات النظرية والتطبيقية ، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الثانى ، المجلد الثانى ، ابريل / يونيه 2001 ، ، ص 47 .
- 2 - السيد بخيت محمد : استخدام الأنترنت فى تطوير المهارات الصحفية باللغة الإنجليزية لدى دارسى الصحافة ، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الثانى ، المجلد الثانى ، ابريل / يونيه 2000 ، ص 141 .
- 3 - السيد بخيت محمد : استخدام الأنترنت كوسيلة تعليمية فى مجال الصحافة ، دراسة تجريبية على طلبة الصحافة بجامعة الإمارات ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام , كلية الإعلام ، جامعة القاهرة , العدد الثامن ، أغسطس / أكتوبر 2000 , ص 89 .
- 4 - Daniel A. Panici, New Media and the Introductory Mass Communication Educator, spring 1998, vol. 53, No. 1, p52
- 5 — السيد بخيت محمد : استخدام الأنترنت كوسيلة تعليمية فى مجال الصحافة ، دراسة تجريبية على طلبة الصحافة بجامعة الإمارات ، مرجع سابق ، ص ص 102 - 111 .
- 6 - السيد بخيت محمد ، المرجع السابق .
- 7 — السيد بخيت محمد ، استخدام الأنترنت فى تطوير المهارات الصحفية باللغة الإنجليزية لدى دارسى الصحافة ، مرجع سابق .
- 8- الأساتذة الذين حكموا صحيفة الاستبيان هم :
*الأستاذ الدكتور عبد الفتاح إبراهيم عبد النبى أستاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب جامعة الزقازيق .
*الأستاذ الدكتور سعيد نجيده أستاذ الصحافة المساعد بكلية الآداب جامعة الزقازيق .