

جدارات البحث العلمي لخريجي الماجستير في الإعلام في إطار إدارة المعرفة (من وجهة نظر الخريج والخبراء)

د. منال محمد أبو الحسن*

مقدمة:

يمثل الاهتمام بالبحث العلمي أحد أهم الأسس الضرورية لتطوير العلوم والمعرفة؛ باعتباره الركيزة الأساسية في تكوين الباحث، من خلال تعليمه الجامعي، ومجال التوسع والإبداع والابتكار؛ لسد حاجات المجتمع وتطلعاته (الكاظمي وآخرون، 2014، 165). وقد برز الاهتمام بالجدارات ضمن متطلبات الجودة للتعليم العالي، كأساس لتنمية البحوث العلمية بشكل خاص، ولتحقيق إستراتيجيات التنمية للدولة بشكل عام. وتناولت الجدارات في البحوث العلمية من حيث كونها كفايات أو كفاءات ومهارات ومواصفات، تمكن الباحث من القيام بدوره في دعم العملية التعليمية وإدارة المعرفة، والتي تتبلور فكرتها الأساسية في أنها في وقت التحرك السريع والتنافس المتزايد، فإنها تعد المصدر الأساسي للتميز بالنسبة للمؤسسة (Birkinshaw Julian,2001). ويشهد التعليم الجامعي تحولاً أساسياً نحو الاهتمام بالبحث العلمي – خاصة في عصر مجتمع المعرفة – حيث يعد البحث العلمي أحد أساليب إنتاج المعارف الجديدة، والمصدر الرئيس للنمو الاقتصادي الجديد القائم على المعرفة؛ ومن ثم يسهم البحث العلمي بدور كبير في مساندة الثورة المعرفية والتنمية الاجتماعية والاقتصادية (عطية ومجد، 2008، 119).

في مجال بحوث الإعلام، وعلى مدار ما يزيد عن ثلاثين عامًا، تبين من نتائج البحوث الإعلامية في مصر والعالم العربي وجود العديد من المعوقات والتحديات التي تقف عائقاً أمام الاستفادة من نتائج البحوث في المجالات المهنية والتطبيقية، والمساهمة في خطط التنمية، واللاحق بمجتمع المعرفة، ومن هذه التحديات زيادة الهوية المعرفية بين ما يمكن للإعلام أن يؤديه، وبين ما تتم ممارسته من سياسات تفتقر إلى السند العلمي (حسين، 1992)، وغلبة البحوث الوصفية على بحوث الإعلام (علي، 2008)، واعتماد البحث العلمي في مجال علوم الإعلام والاتصال في المنطقة العربية على النظريات التي أطرت البحث في مجال العلوم الاجتماعية والإنسانية، وعجز عن وضع حد لهذه التبعية (العياضي، 2016). مما يؤكد على ضرورة الاهتمام بالبحث العلمي الإعلامي، وتطوير إستراتيجياته، في إطار إدارة المعرفة،

* استاذ مساعد بكلية الإعلام وفنون الاتصال جامعة 6 أكتوبر

بما يحقق مردودًا يعود ليس على المؤسسة الأكاديمية فقط، وإنما على المؤسسات المهنية الإعلامية، ويسير وفق إطار وبمرجعية تنموية شاملة لجميع مؤسسات الدولة.

مشكلة البحث: أظهرت العديد من الدراسات في مجال البحث العلمي بشكل عام والبحث العلمي في قطاع الإعلام بشكل خاص في المنطقة العربية وجود العديد من التحديات التي تقف عائقًا أمام إمكانية الاستفادة من نتائج البحوث في تحقيق خطط الدولة التنموية، ومع اهتمام الدول بشكل عام بتحقيق جودة التعليم بمعايير تنافسية، تغطيها جدارات وكفايات، بما تشمله من مواصفات ومهارات تخص الباحثين بشكل عام ودون تخصيص لقطاع معين، ويلزم توفرها لتحقيق إدارة المعرفة؛ ولما لها من أهمية في تطوير المؤسسات التعليمية على أسس فكرية متكاملة، تحقق المصالح الداخلية والخارجية للمؤسسة البحثية والتعليمية، وظهور العديد من التوجهات العلمية الجديدة فيما يخص تناول إدارة المعرفة، وخاصة في المجال الأكاديمي، وبداية استخدام المصطلحين (الجدارات ، وإدارة المعرفة) على مستوى العمل البحثي العربي، بدافع الاستفادة من مردود البحوث في خدمة المجتمع، وتحقيق متطلبات السوق المهني؛ مما دفع الباحثة لمحاولة دراسة موضوع جدارات البحث العلمي لخريجي الماجستير في الإعلام، سواء من وجهة نظر الباحثين أنفسهم، أو من وجهة نظر الخبراء في مجال الإعلام المهني والأكاديمي معًا، وذلك في إطار عمليات إدارة المعرفة الخاصة، بتكوين المعرفة وحفظها ونشرها وتطبيقها.

أولاً: موضوع البحث وأهميته والأهداف:

موضوع البحث: يتناول البحث موضوع جدارات البحث العلمي، من حيث المواصفات العامة المتحققة للخريج والمهارات المكتسبة، من وجهة نظر الخريج، في مرحلة الماجستير في الإعلام بأقسامه الثلاثة (العلاقات العامة والصحافة والإذاعة والتلفزيون)، وبمرجعية المعايير القياسية المصرية للاعتماد والجودة لمرحلة الماجستير، ووجهة نظر الخبراء الإعلاميين المصريين، الذين كانت لهم فرصة للعمل المهني الإعلامي والأكاديمي في أحد المؤسسات الإعلامية المصرية أو العربية، في المواصفات والمهارات التي يجب توفرها في خريج ماجستير الإعلام، والتي تمكنه من العمل المهني والأكاديمي، وفي إطار عمليات المعرفة قبل أن تتكون الفكرة العلمية، وحتى إمكانية الاستفادة منها في المجالين المهني والأكاديمي.

أهمية البحث: يتناول البحث موضوعًا جديدًا التطرق والتناول في البحوث الإعلامية بشكل مباشر، من حيث تحديد جدارات البحث العلمي الإعلامي من وجهة نظر الباحثين والخبراء، وكذلك العناصر الخاصة بعمليات إدارة المعرفة الواجب تحقيقها لتطوير القطاع البحثي الإعلامي، وتوسيع نطاق الاستفادة العلمية والمهنية منه، كما يفيد البحث قطاع التعليم الإعلامي العالي الحكومي والخاص، في وضع إستراتيجيات برامج الدراسات العليا بمرجعية أكاديمية ومهنية متخصصة، بما يساعد في تحقيق

الأهداف التعليمية في إطار الأهداف التنموية للدولة ككل. كما يفيد البحث في استكمال الجزء الخاص بمقاييس خريج الدراسات العليا لهيئة الاعتماد والجودة في مصر من حيث التخصص وذلك في قطاع الإعلام من الناحية الكمية والكيفية، بما تشمله من صفات ومهارات، تمثل جدارات مطلوب تحقيقها بشكل عام. ويساعد البحث أعضاء هيئة التدريس في الحصول على معلومات خاصة برؤية الخريج للجدارات التي يستطيع تحقيقها واكتسابها، وبالتالي دعم البرامج التعليمية، وإعادة النظر في المهارات المطلوبة لتطوير العملية التعليمية، من مناهج، وطرق تدريس وتعلم، وموارد، وتنمية قدرات أعضاء هيئة التدريس، وكافة أشكال الدعم للعملية التعليمية. ويساعد البحث طلاب ماجستير الإعلام على إعطاء مزيد من الاهتمام لاكتساب المهارات المتعددة، التي يمكن أن توفرها لهم برامج الدراسات العليا. ويتيح البحث المجال، من خلال ربطه للجدارات وعمليات إدارة المعرفة، في وضع الخطط الإستراتيجية والبرامج قصيرة وطويلة الأجل؛ من أجل تحسين الأداء، وزيادة العائد. كما يفتح مجالات عديدة، يمكن أن توفرها مؤسسات الدولة والمؤسسات الخاصة لدعم جدارات البحث العلمي لخريجي الماجستير في الإعلام.

أهداف البحث: يهدف البحث إلى محاول الوصول إلى جدارات البحث العلمي، من حيث المواصفات المتحققة والمهارات المكتسبة، والمطلوبة لخريج الماجستير في الإعلام، من وجهة نظر الخريج في الجامعات المصرية، وبمعايير الاعتماد المصرية، ومن وجهة نظر الخبراء الإعلاميين المصريين، وكذلك معرفة العناصر المطلوب تحقيقها ضمن عمليات إدارة المعرفة (تكوين المعرفة، وحفظها، ونشرها، وتطبيقها) في البحث العلمي الإعلامي، وعمّا إذا كانت هناك فروق في جدارات البحث العلمي لخريجي الماجستير في الإعلام ترجع لقطاع التعليم أو للنوع أو للتخصص.

ثانياً: الإطار الفكري:

يشمل الإطار الفكري الجدارات، والبحث العلمي الإعلامي، وإدارة المعرفة من حيث التعريف، والمفهوم والمتطلبات، والأهمية والعمليات.

الجدارة (مفهومها ومتطلباتها): الجدارات في اللغة العربية: جمع جدارة، وهي مصدر جدر ب، أو جدر ل، يجدر، جدارة، فهو جدير، والمفعول به مجذور به، يقال جدر بهذا المنصب / جدر لهذا المنصب: أي صار مستحقاً وأهلاً له (ابن منظور، 2005، ص 344). وترجع كلمة جدارة (competency) إلى الكلمة اللاتينية "competere"، والتي تعني أن تكون ملائماً. واستخدمت كلمة جدارة لأول مرة في مقالة (ديفيد ماكيلاند) في ورقته البحثية بعنوان: "الاختبار للقدرة وليس لأجل الذكاء" عام (1973)، وهي تمثل إمكانية الفرد لأداء وظيفة معينة بشكل مناسب (Collin, Audrey, 1989). ويرى جردات (2016، ص 5) أنها تعني عند

معظم الكتاب مجموعة من المعارف والمهارات والاتجاهات، أو تعني القدرة على الأداء بكفاءة عالية، كذلك القدرة على الاستجابة للتغيرات المختلفة. وطبقاً لتعريف معجم المصطلحات الإدارية للمنظمة العربية للتنمية الإدارية، فإن الجدارة هي القدرة على أداء نشاط معين، من قبل الموظف بأكبر درجة ممكنة من الدقة والإتقان، وفقاً للمعايير والتعليمات المحددة لذلك. (المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2007، 89 - 88). ومن الجداريات المطلوبة في البحث العلمي أن يتصف الباحث بسمات، منها حسن التدبير، والصبر، والقدرة على تحمل المسؤولية (الجرجاوي وحمام، 2005، 13). والموضوعية المتمثلة في التحرر من القيود الذاتية والأهواء، والحرص على التثبت من صحة المصادر المعرفية (عطية ومحمد، 2008، 121). وإعمال الفكر؛ فلا بد للباحث أن يعمل فكره، سواء عن طريق حدسه الذي يستطيع من خلاله تسجيل الأفكار الطارئة، التي ترد إليه من خلال تفكيره المتواصل في بحثه، أو من خلال خياله الذي يمارسه الباحث عنوة (علي ومرغني، 2011، 6-9). وأن يكون ذا بصيرة نافذة وخيال واسع ورؤية علمية مستقبلية عميقة (صافي، 2004، 831)، وإجادة المهارات البحثية، من الكتابة، والربط بين الجمل والفقرات والموضوعات المتداخلة في البحث (آل مقبل، 2011، 132).

البحث العلمي (التعريف والمفهوم): يمثل البحث العلمي أهم الأنشطة الفكرية بالجامعة، وركناً أساسياً من أركانها؛ لأن فعالية وظائفها تعتمد على مدى تطوره؛ فهو القائم على إنتاج المعرفة وتطويرها، وأيضاً إيجاد حلول لمشكلات المجتمع وقضاياها؛ بهدف تحقيق التنمية بمختلف أبعادها ومتغيراتها، الأمر الذي مكّنه من احتلال مكانة مهمة في مجتمع المعرفة، وتصدر الأدوار والأهداف التي تسعى الجامعة لتحقيقها (حرب، 37، 2013). ويعرف البحث العلمي بأنه عملية فكرية منظمة، يقوم بها شخص يسمى الباحث؛ من أجل تقصي الحقائق بشأن مسألة أو مشكلة معينة، تسمى موضوع البحث، باتباع طريقة علمية منظمة تسمى منهج البحث العلمي؛ بغية الوصول إلى حلول ملائمة للعلاج، وإلى نتائج صالحة للتعميم على المشكلات المماثلة تسمى نتائج البحث (الصوينع، 1432,60). والبحث العلمي عند (كير لينجر) Ker Linger هو استقصاء منظم ومضبوط وتجريبي، ناقد للافتراضات حول طبيعة العلاقات بين المتغيرات لظاهرة ما (كلالدة، 1997). ويرى هوايتي Whitney أن البحث العلمي هو نتاج إجراءات منظمة ومصممة بدقة؛ من أجل الحصول على أنواع المعرفة والتعامل معها بموضوعية وشمولية، وتطويرها بما يتناسب مع مضمون واتجاه المستحدثات البيئية الحالية والمستقبلية (الفادني، 2002). وفي قطاع الإعلام يعرفه حسين (1992) بأنه الجهود المنظمة الدقيقة التي تستهدف توفير البيانات التفصيلية عن الجمهور الموجه إليه الرسالة الإعلامية، وقنوات الاتصال، والوسائل الإعلامية والاتصالية، والتي تستخدم كأساس في اتخاذ القرارات، وتخطيط الجهود الإعلامية والاتصالية الفاعلة، كما أن مهمتها تبدأ قبل بداية الجهود الإعلامية، وتستمر باستمرارها، وتقيس فعاليتها في كل خطوة قياساً مرحلياً وشاملاً، كما أن

خدماتها تشمل كافة العناصر الداخلة في العملية الاتصالية بطريقة متوازنة ومتكافئة. ويعرفه الدكتور (2008) بأنه خطوات منظمة ودقيقة قائمة على التحليل والتقصي والدراسة المتأنية؛ بهدف اكتشاف، أو وضع أسس وقواعد، أو حل مشكلات في مجال الإعلام (الدكتور، 2008، 839).

إدارة المعرفة (المفهوم والأهمية والعمليات):

المفهوم: إن معظم مفاهيم إدارة المعرفة ومداخلها ونماذجها ركزت على أن إدارة المعرفة عملية (Process) تتكون من مراحل، أو خطوات عدة، تعتمد الواحدة على الأخرى، والتي تمكن المنظمة من أن تستعمل كعامل رئيس في إضافة القيمة للمنظمة (محمد، 2006، 86). وتعرف إدارة المعرفة بأنها مصطلح يستند على فكرة أن الموارد الأثمن في المنظمة هي معارف أفرادها (Nancy Dubois, 2008, 16)، وهي تعد عملية ثقافية طويلة، يتم إنجازها وتطويرها تدريجياً في العمل اليومي (Ermine, 2006, 35). أو هي ممارسة لتطبيق المعرفة في أنشطة اتخاذ القرار الحالية والمستقبلية؛ وذلك بهدف تحسين فاعلية المنظمة (Jennex, 2007, 4)، وهي عملية إدارية لها مدخلات ومخرجات، تعمل في إطار بيئة خارجية معينة، تؤثر عليها وعلى تفاعلاتها (صالح وباني، 2013). كما تعرف بأنها عملية ديناميكية مستمرة، تتضمن مجموعة من الأنشطة الهادفة إلى تحديد المعرفة وإيجادها وتطويرها، وتوزيعها، واستخدامها، وحفظها، ويسهل استرجاعها؛ مما ينتج عنه رفع مستوى الأداء وخفض التكاليف (سامي، 2011). أو هي عملية اكتساب ومشاركة الخبرة الجماعية للمجتمعات في تحقيق إنجاز رسالتها (الكبيسي، 2015). كما تعرف بأنها طريقة جديدة للتفكير حول المنظمة، والتشارك بالموارد الفكرية والإبداعية، وهي تشير إلى جهود المنظمة لإيجاد وتنظيم رأس المال الفكري (Daft، 2007). وهي عبارة عن العمليات التي تساعد المنظمات على توليد والحصول على المعرفة، واختيارها وتنظيمها واستخدامها ونشرها، وتحويل هذه المعلومات العامة والخبرات التي تمتلكها المنظمة التي تعتبر ضرورية للأنشطة الإدارية المختلفة لاتخاذ القرارات، وحل المشكلات، والتعلم، والتخطيط الإستراتيجي (عبد العاطي، 2006). وفي التعليم العالي تعرف إدارة المعرفة بأنها "أسلوب أو منهج، يمكن أفراد المؤسسة التعليمية من تطوير الممارسات الخاصة بجمع المعلومات ومشاركة المعارف؛ لتحسين مستوى الخدمات والمنتجات التي تقدمها المؤسسة التعليمية". وتعرف أيضاً بأنها "الجهود الإستراتيجية لمؤسسة التعليم الجامعي التي تسعى من خلالها لتحقيق الميزة التنافسية، عن طريق تجميع واستثمار الأصول الفكرية الخاصة بها، وتحسين الممارسات المختلفة للأفراد العاملين، والاستغلال الأمثل للمعلومات الموجودة في قواعد البيانات الخاصة بها؛ مما يؤدي إلى جودة الأداء، وتزايد إنتاجية الجامعة ككل" (المليجي، 2010، 106).

الأهمية: تأتي أهمية إدارة المعرفة للمنظمة المعاصرة من خلال الهدف التي تسعى المنظمة إلى تحقيقه، والهدف الأساسي لإدارة المعرفة هو توفير المعرفة للمنظمة بشكل دائم، وترجمتها إلى سلوك عملي يخدم أهداف المنظمة، بتحقيق الكفاءة والفاعلية، من خلال تخطيط جهود المعرفة، وتنظيمها بصورة تؤدي إلى تحقيق الأهداف الإستراتيجية، والتشغيلية للمنظمة (جرادات وآخرون، 2011:83). وتؤدي إدارة المعرفة إلى تحقيق قيمة مضافة لمؤسسات التعليم، تتمثل في: الوصول إلى أفكار ومشاركات إبداعية من مختلف المستويات الإدارية العاملة في المؤسسة، والسرعة في علاج المشاكل، بتوفير جميع المعلومات المطلوبة، وزيادة مستوى أداء العاملين من حيث الكمية والنوعية (حمود، 2010، 70). وتتمثل قيمة إدارة المعرفة في زيادة كفاءة المؤسسات التعليمية في التعامل مع الظروف الحالية، ووضع سيناريوهات لتصور المستقبل، فبدون إدارة المعرفة تعالج القضايا في إطار خبرة وخلفية الأفراد، أما حال توفرها تعالج القضايا في إطار المخزون المعرفي للمؤسسة، الذي يساهم فيه كل فرد بما لديه من معرفة (الشتيحي، 2016، 43). ومن أهداف إدارة المعرفة أنها تسعى إلى: تحديد وجمع المعرفة، وتوفيرها بالشكل المناسب والسرعة المناسبة، واستخدامها في الوقت المناسب، وبناء قواعد معلومات؛ لتخزين المعرفة وتوفيرها واسترجاعها عند الحاجة إليها، وتسهيل عمليات تبادل ومشاركة المعرفة بين جميع العاملين في التنظيم، ونقل المعرفة الكامنة الضمنية في عقول ملاكها، وتحويلها إلى معرفة ظاهرة (أبو خضير 2009، 10). وتتمثل أهمية دمج إدارة المعرفة في التعليم العالي -فيما يخص مجال البحث العلمي، وحسب تقسيم (Kidwel lind & gohnson)- في زيادة المنافسة، والاستجابة للمنح البحثية، وفرص إجراء البحوث التجارية، وتوفير الوقت في عملية البحث؛ نتيجة لسهولة الوصول إلى مصادر المعلومات (آل عثمان، 2013). **العمليات:** وهي تتضمن أربع عمليات أساسية، تشمل عملية إنتاج وتطوير المعرفة، مثل تجميع وبناء واكتشاف واكتساب وتحكم وإنتاج وغريبة وتطوير المعرفة. وعملية حفظ المعرفة تتعلق بعمليات الاحتفاظ، والترميز، وإمكانية الوصول، والأمن، والحماية، والاسترجاع، وتتضمن الرعاية، والمحافظة على حاملي المعرفة والخبرة. وعملية نشر المعرفة هي عمليات التوزيع، والنقل، والنشر، والتبادل، والتحويل، وتدفق المعرفة باستخدام وسائل تكنولوجية وإلكترونية مختلفة داخل المنظمة وخارج المنظمة. وعملية تطبيق المعرفة تتضمن اتخاذ قرارات وتنفيذ مهام وإجراءات (Heisig & Vorbeck, 2000).

ثالثاً: الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة عنصرين يتعلقان بواقع البحث العلمي في الإعلام، وسبل تطوير البحث العلمي: **1- البحث العلمي في الإعلام:** تم تناول دراسات حول البحث العلمي الإعلامي بشكل عام وأولوياته ومعوقاته، ثم دراسات تناولت جوانب محددة،

منها الأخلاقي، والتقني، والإحصائي، والنظري، والأهداف والنتائج، والبرمجيات الحديثة، والتوثيق والحفظ. وهو ما يرتبط في جوانبها بإحدى عمليات إدارة المعرفة في القطاع الإعلامي. فمنذ ثمانينيات القرن الماضي وضعت منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة - اليونسكو (1984) في الاعتبار أمورًا ذات أهمية، فيما يخص بحوث الاتصال في الوطن العربي، والتوعية بأهمية البحث العلمي، تمثلت في خدمة المجتمع، وحل مشكلاته، ووضع السياسات الإعلامية وتنفيذها، والتوسع في البحوث التجريبية والتطبيقية؛ حتى يمكن تطوير نظريات الاتصال. ومن الدراسات التي تناولت مؤشرات وأولويات الأبحاث العلمية الإعلامية بشكل عام بحث حسين (1992) حيث بين أن من أهمها الغموض المنهجي والنظري، والنمو غير المتوازن بين الإعلام وبحوث الإعلام. واقترح بحث شاع الدين (2006) أولويات البحث العلمي الإعلامي في: الإسهام في تطوير التقنيات الاتصالية واستغلالها في تطوير المضمون. كما تناولت دراسة الدكتور (2008) معوقات البحث العلمي في مجال الإعلام، من حيث ارتفاع نسبة المعوقات المادية كمعوق بحثي لعضو هيئة التدريس، وتبين من النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية لمتغيرات الكلية والتخصص. وتناولت دراسة الشامي (2009) واقع برنامج الدراسات العليا في كلية الإعلام - جامعة صنعاء، وتقييمه من وجهة نظر كل من الطلاب، والقائمين عليه. وتبين وجود أوجه قصور عديدة تتعلق بالبرنامج، أبرزها عدم توفر البنية التحتية والعلمية اللازمة. وفي بحث الشربيني (2015) بينت أن أهم معوقات بحوث الإعلام والاتصال في مصر هي غياب ثقافة توظيف بحوث الإعلام والاتصال في تطوير كل من الإعلام والمجتمع. ويتناول بحث إبراهيم (2018) أهمية دعم العلاقة بين كليات الإعلام من ناحية والمؤسسات الإعلامية من ناحية أخرى. وتناولت العديد من البحوث البحث العلمي الإعلامي وواقعه الأخلاقي، ومنها دراسة عبد الرحمن (1995) بعنوان "الباحثون الإعلاميون بين الوعي العلمي والالتزام الأخلاقي"، التي بينت وجود مشكلات تعيق عمل الباحثين في الإعلام، منها غياب التنسيق العلمي بين الأقسام من ناحية، وبين الأقسام والمؤسسات الإعلامية من ناحية أخرى، وغياب العمل البحثي الجماعي. كما أشارت دراسة عبد المجيد (1995) حول أخلاقيات النشر عن البحوث العلمية في وسائل الإعلام الجماهيري إلى إهمال وسائل الإعلام لمصادر تمويل البحوث. وبينت نتائج دراسة الفوال (1995) حول الصحافة المصرية وقضية أخلاقيات البحث العلمي الاجتماعي أن صحف العينة تلقى قدرًا من الاهتمام بمعوقات البحث العلمي التي تواجه الباحثين، والتجاوزات الإدارية والمالية التي تمارسها الدولة في رسم سياسات البحث العلمي. ومن الأبحاث ما ركز على استخدام التقنيات الحديثة ومناهج البحث والإحصاء في تطوير البحوث الإعلامية، مثل بحث الخضر (2006)، الذي بين ضعف استخدام التقنيات الحديثة في إجراء البحوث العلمية الإعلامية. كما بينت دراسة علي (2008) بعنوان إشكالية المنهج العلمي في بحوث الإعلام: غلبة البحوث الوصفية على بحوث الإعلام، وغلبة أسلوب تحليل المحتوى، وفي الإحصاء

بين بحث صالح (2012) أن 40% من المشرفين لا يهتمون بقياس ثبات الأداة، وأن 57% من الباحثين لا يعلمون اختبار صدق الأداة. في حين أصبحت النظريات الإعلامية مصدرًا للقلق بشأن إمكانية تطويرها للبحوث الإعلامية، ومدى توافقها مع البيئة العربية. ومن البحوث التي تناولت هذا الجانب دراسة عبد العزيز (2012) حول "التوجهات والمقاربات النظرية في بحوث الإعلام الجديد"؛ حيث بين أنه ما زالت نظريات الإعلام الحديثة لم تحدد البوصلة النظرية المعرفية والوجودية والقيمية بشكل واضح. وفي بحثها على 99 دراسة تناولت عثمان (2012) قصور البحوث المعروضة، واستنتجت أنه يعود إلى اعتمادها على نظريات نشأت في بيئة غربية لا تستجيب لخصوصيات المجتمعات العربية. كما تناولت دراسة ابن عمار (2015) "إشكالية التنظير والتطبيق في علوم الإعلام والاتصال"، وبينت أن جل الدراسات في علوم الإعلام والاتصال تشكلت في بيئة تختلف سياقاتها عن سياق المجتمعات العربية. وتوسع بحث لعياضي (2016) في انتقاده لنظريات الإعلام المستخدمة في بحوث الإعلام؛ حيث بين تبعية البحث العلمي في حقل علوم الإعلام والاتصال للنظريات الغربية التي ظهرت في بيئة غربية عن البيئة العربية والإسلامية، والتي لا تستطع أن تدرك خصوصيتنا الثقافية والحضارية، وكذلك العجز عن ابتكار نظرية خالصة لعلوم الإعلام والاتصال، وابتكار مناهج وأدوات بحث مخصصة لهذه العلوم، لا تشترك فيها مع غيرها من العلوم الاجتماعية. وتناول بحث الكاعي (2017) "علاقة النتائج بالأهداف في البحوث الإعلامية"؛ وتوصل إلى أن الأهداف تحققت في النتائج بنسبة 50%، في حين أن نسبة 35% من هذه النتائج كانت مشتتة عن الأهداف. وحول البرمجيات الحديثة التي تساعد على المزج بين المنهج الكمي والكيفي تناول بحث بطاهر (2018) الدقة في النتائج التي توفرها البرمجيات الحديثة في منهجيات العلوم الإنسانية والاجتماعية وبين أن عدم استعمال البرمجيات الحديثة في منهجيات العلوم الإنسانية والاجتماعية يحدث فجوة معرفية واسعة بين المناهج الكلاسيكية. وفي مجال التوثيق والبحث، أجرى بلهوشات (2017) بحثاً عرض فيه أهم مشاريع البحث في الإعلام في الجزائر، المتمثل في النظام الوطني للتوثيق عبر الخط يعتبر لبنة أساسية في تشكيل بنية تحتية تكنولوجية لخدمة قطاع التعليم العالي والبحث العلمي. كما تظهر دراسة خير الله (2018) مدى ارتباط "مراكز الموارد الإعلامية"، وأهميتها في مجال الأبحاث والدراسات العلمية والتاريخية بحيث يمكن أن يستفيد منها الباحث.

2- سبل تطوير البحث العلمي وإدارة المعرفة: يتناول هذا الجزء سبل تطوير البحث العلمي من خلال إدارة المعرفة، والميزة التنافسية، والكفايات والمهارات المطلوبة، وجودة البحث العلمي.

أجرى كيلي (Keeley 2004) بحثاً حول مدى فاعلية ممارسات إدارة المعرفة في تحسين التخطيط واتخاذ القرار في مؤسسات التعليم العالي، وبين أن مؤسسات التعليم

العالي التي قدمت بنية تحتية قوية من النظم والأجهزة التي تدعم المعرفة، ضاعفت فرص الأفراد في المشاركة بالوسائل الإلكترونية أو المشاركة الفعلية وجهاً لوجه. وبين بحث عمر (2015) وجود عوامل تعيق استفادة الجامعة من منتوج البحوث العلمية، منها قلة الجهات الفاعلة التي تخدم هذا الهدف، وأخرى للتنسيق بين من يقوم بتوجيه البحث العلمي والجهة المستفيدة. كما أكدت دراسة محمود (2016) أن الجامعات المصرية في حاجة ماسة إلى إنشاء مراكز للتميز البحثي، بحيث تكون نواة تبدأ بها الجامعات المصرية للدخول لمضمار مجتمع المعرفة. ووضع الباز (2017) في بحثه تصورًا مقترحًا لرفع مستوى الميزة التنافسية في البحث العلمي، وتبين من النتائج آليات تحقيق الميزة التنافسية المقترحة، في الدعم الأكاديمي للبحث العلمي، الدعم المادي للبحث العلمي، الدعم المجتمعي للبحث العلمي، الدعم التكنولوجي والمعلوماتي للبحث العلمي. وفي دراسة بعنوان "تطبيقات إدارة المعرفة في مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي" هدف بوزيدي (2018) من خلالها إلى تسليط الضوء على بعض النظم والنماذج العالمية الناجحة في إدارة المعرفة وتطبيقاتها، ومن هذه النماذج: الشراكة بين الجامعات وقطاع الإنتاج، ومراكز التميز البحثي، ومجتمعات تبادل الخبرات، وكراسي البحث والجامعات الافتراضية. وفي إطار إستراتيجية مقترحة لتطوير كفايات البحث العلمي لدى طلبة الدراسات العليا، أجرى مخلص (2017) بحثاً وضع فيه رؤية منطلقة من مشروع 2030، الذي تتبناه المملكة العربية السعودية، من خلال تحول المملكة إلى الاقتصاد القائم على المعرفة، و تحويل نتائج البحوث لمنتجات اقتصادية، والتنسيق بين الجامعات والقطاعات المختلفة للاقتصاد القائم على المعرفة بصورة متكاملة. كما بينت دراسة بن هويل (2018) بعنوان "دور برامج عمادة البحث العلمي بجامعة الملك سعود في تنمية المهارات البحثية لدى الطالبات" أن هناك ضعفًا في برامج العمادة الخاصة بتنمية مهارة البحث الرقمي. وفي إطار جودة البحث العلمي، أجرت راضي (2012) بحثاً هدف إلى التعرف إلى حقيقة واقع البحث العلمي، وتحديد أهم المعوقات والصعوبات أظهرت النتائج أهمية تطبيق وتعزيز مفاهيم الجودة الشاملة في جميع أنشطة وممارسات البحث العلمي، وأن أهم المعوقات عدم وجود سياسة للبحث العلمي، وأوصت بضرورة الربط بين البرامج والدراسات وحاجات المجتمع. ولضمان جودة البحث العلمي في الوطن العربي، درس الطيب (2013) أهمية ضمان جودة البحث العلمي، من خلال مجموعة من المعايير، التي تتمثل في التوجه العام والأهداف الإستراتيجية والمهارات المطلوب تحقيقها. بينت النتائج أهمية عوامل التمويل والمؤسسة التعليمية والباحث العلمي. وحول تحسين جودة التعليم العالي باستخدام الموبايل التعليمي، بينت نتيجة دراسة هوام (2018) ضرورة أن يكون الطالب مسئولاً عن تعلمه، والبحث عن المعرفة.

التعليق على الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة محاور البحث الأساسية (البحث العلمي الإعلامي، وجدارات البحث العلمي، وإدارة المعرفة وعملياتها)؛ مما يدعم البحث في صياغة المشكلة البحثية و إعطاء رؤية أعمق لهذه الجوانب البحثية المتخصصة، ويساعد في تفسير النتائج والتعليق عليها. وقد أكدت الدراسات السابقة حول البحوث الإعلامية على وجود العديد من الجوانب التي يجب أن توضع في الاعتبار لدعم البحث العلمي في الإعلام، وركزت على الجوانب المادية والتخطيط، وتناولت البحوث عملية التطوير من قبل أن يُقبل الطالب في الدراسات العليا، والمعايير الواجب توفرها فيه، وإنشاء مؤسسات بحثية خاصة بالبحث الإعلامي تساهم في بناء المعرفة. وتمثل هذه العناصر محاور أساسية يتناولها البحث، وخاصة في كيفية تحقيق إدارة المعرفة ورؤية الخبراء في ذلك. ويلاحظ أنه لم يتم تناول عمليات إدارة المعرفة في الأبحاث السابقة في القطاع الإعلامي بشكل مباشر، وكذلك تحديد الجدارات الخاصة بالباحثين في قطاع الإعلام، بما يمثل إضافة بحثية لهذين المجالين.

رابعاً: تساؤلات البحث وفروضة:

يمكن صياغة المشكلة البحثية في التساؤل الرئيس التالي:

ما جدارات البحث العلمي لخريجي الماجستير في الإعلام، وفي إطار إدارة المعرفة؟
وتتفرع منه التساؤلات التالية: **التساؤل الأول:** ما جدارات البحث العلمي المتحققة والمكتسبة لخريج الماجستير في الإعلام من وجهة نظر الخريج؟
التساؤل الثاني: ما جدارات البحث العلمي المطلوبة لخريج الماجستير في الإعلام من وجهة نظر الخبراء الإعلاميين؟
التساؤل الثالث: ما العناصر المطلوب تحقيقها ضمن عمليات إدارة المعرفة في البحث العلمي لقطاع الإعلام من وجهة نظر الخبراء الإعلاميين؟
فروض البحث: الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جدارات البحث العلمي لخريج الماجستير في الإعلام ترجع لمتغير قطاع التعليم (خاص وحكومي).
الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جدارات البحث العلمي لخريج الماجستير في الإعلام، ترجع لمتغير النوع (ذكور وإناث).
الفرض الثالث: يوجد تباين دال إحصائياً بين عينة البحث في جدارات البحث العلمي لخريج الماجستير في الإعلام تبعاً للتخصص (علاقات عامة – صحافة – إذاعة وتليفزيون).

خامساً: التعريفات الإجرائية للبحث:

- جدارات البحث العلمي: هي كفايات متطلبة، وتمثل مجموعة الصفات والمهارات التي يكتسبها ويستطيع تحقيقها خريج الماجستير في الإعلام، وتمكنه من العمل بجدارة في المجال الأكاديمي والمهني.
- خريج الماجستير: هم الطلبة الذين أكملوا ساعاتهم النظرية في مرحلة الماجستير.
- عمليات إدارة المعرفة: هي العمليات التي تساعد المؤسسات الأكاديمية الإعلامية على تطوير المعرفة الخاصة بالبحث العلمي في قطاع الإعلام، وإمكانية الاستفادة منها في المجالات العلمية والتطبيقية من بداية تكوينها، وإمكانية الوصول إليها، وتوزيعها، وتطبيقها.
- خريج القطاع الخاص: هو الخريج الذي أتم دراسة الماجستير من خلال كلية خاصة سواء كانت جهة مانحة أو غير مانحة ولديها بروتوكول تعاون بينها وبين جامعة حكومية كجهة مانحة. (وتمثلها كلية الإعلام وفنون الاتصال جامعة 6 أكتوبر).
- خريج القطاع الحكومي: هو الذي أتم دراسته في مرحلة الماجستير من جامعة حكومية.
- الخبراء: هم من توفرت فيهم الخبرة المهنية والأكاديمية معاً في قطاع الإعلام.

سادساً: حدود البحث:

تتمثل حدود البحث الزمنية في الفترة التي طبق فيها البحث عام 2018، وتتمثل الحدود الموضوعية للبحث في اعتبار الجدارات مواصفات عامة ومهارات بمرجعية الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد بمصر، وتتمثل الحدود الجغرافية في الخريج بإحدى جامعات جمهورية مصر العربية، وتتمثل الحدود البشرية في خريجي ماجستير الإعلام المصريين، والخبراء الإعلاميين المصريين في المجالين المهني والأكاديمي.

سابعاً: نوع البحث والمنهج والإجراءات:

ينتمي البحث للبحوث الوصفية، ويستخدم المنهج المسحي لوصف جدارات البحث العلمي لخريج الماجستير في الإعلام وصفاً كمياً وكيفياً؛ الوصف الكمي بناءً على مسح استجابات خريجي الماجستير في الإعلام، بحيث يؤدي إلى فهم وتحليل هذا الواقع كما هو موجود، وللوصول إلى استنتاجات تساعد في تطويره في مجال إدارة المعرفة في قطاع الإعلام الأكاديمي والبحثي والمهني التطبيقي. كما استخدم الوصف الكيفي من خلال جمع بيانات غير إحصائية؛ لفهم آراء الخبراء الأكاديميين والمهنيين في جدارات البحث العلمي الإعلامي وعمليات إدارة المعرفة؛ للاستفادة من خبراتهم، وإدراكهم للمشاكل والقضايا، وهو ما يسمح بإعطاء وصف أكثر عمقاً عن الظاهرة،

وهو يساعد في الإضافة للنتائج الكمية في البحث، كما يساعد على تقديم تقييم للبحث العلمي في الإعلام من مستويات متعددة.

مجتمع البحث، والعينة، والأداتين الكمية والكيفية، والإجراءات:

1- مجتمع البحث والعينة والأداة الكمية والإجراءات :

يتكون مجتمع البحث من جميع الخريجين الذين اجتازوا الساعات التدريسية في مرحلة الماجستير بالفعل في الإعلام بتخصصاته الثلاثة (العلاقات العامة، والصحافة، والإذاعة والتلفزيون). استخدمت عينة كرة الثلج؛ حيث شملت خريجين في أماكن مختلفة، وأوقات مختلفة، تم التواصل المباشر مع (40) خريج وباقي العينة بالتواصل عبر حسابات الخريجين الآخرين في وسائل التواصل الاجتماعي (واتس أب وماسنجر) وبلغ عددهم (46) خريج، وبذلك تكون العينة الكلية قد تكونت من (86) خريج ماجستير في الإعلام بكلية الإعلام وفنون الاتصال جامعة 6 أكتوبر، وكلية الإعلام جامعة القاهرة، وكلية الآداب جامعة المنوفية، وكلية الآداب جامعة حلوان ممن أتموا امتحان الماجستير.

جدول (1) مواصفات العينة من حيث النوع

المتغير المستقل	مستويات المتغير	التكرار	النسبة
النوع	إناث	60	70%
	ذكور	26	30%
المجموع		86	100%

جدول (2) مواصفات العينة من حيث نوع التعليم والتخصص

الجامعة	الكلية	التخصص			المجموع	النسبة
		علاقات عامة	الصحافة	الإذاعة والتلفزيون		
القاهرة (حكومة)	الإعلام	10	14	12	36	42%
المنوفية (حكومة)	الآداب قسم الإعلام	-	6	-	6	7%
حلوان (حكومة)	الآداب قسم الإعلام	6	3	8	17	20%
6 أكتوبر (خاصة)	إعلام وفنون الاتصال	5	7	15	27	31%
المجموع		21	30	35	86	100%
النسبة		24%	35%	41%		100%

أداة البحث الكمي: استمارة الاستبيان: بعد الاطلاع على المعايير القياسية لدرجة الماجستير التي أصدرتها الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد، وباعتبار ما وضعتة الهيئة من معايير عامة تمثل الحد الأدنى الواجب تحققه من مهارات ومعارف

وجدارات (28). تم الاعتماد على الدليل الخاص بمرحلة الماجستير بنفس الفقرات والجمل والتقسيم كمرجعية؛ لقياس جدارات البحث العلمي المتحققة والمكتسبة من وجهة نظر الباحثين في الإعلام.

إجراءات الصدق والثبات: تم التحقق من الصدق الظاهري للاستبيان، من خلال عرضه على متخصصين أكاديميين ومهنيين وإحصائيين (قائمة المحكمون، 76)، وتمت الموافقة على بنود الاستمارة، بعد ضبط العبارات لتتناسب مع قطاع الإعلام. وتم إلغاء المهارات العامة؛ لتغطية معظم فقراتها ضمن المواصفات العامة للخريج. وبذلك تكون الاستمارة موزعة على أربعة محاور، تمثلت في مواصفات الخريج، ومهارت المعرفة والفهم، والمهارات الذهنية، والمهارات المهنية، في إجمالي (29) فقرة.

ثبات أداة الاستبيان: للتحقق من ثبات الأداة، تم اختبار عينة استطلاعية بطريقة الاختبار، وإعادة الاختبار test-retest، مكونة من (14) خريج ماجستير في الإعلام من كلية الإعلام جامعة 6 أكتوبر، وبفارق أسبوعين خلال شهر فبراير (2018) بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني، باستخدام معامل ارتباط بيرسون كثبات لإعادة، كما في الجدول التالي:

جدول (3) معاملات الثبات لإعادة الاستبيان وأبعاده

رقم البعد	الجدارة	ثبات إعادة	عدد الفقرات
الأول	مواصفات شخصية	0.91	13
الثاني	مهارت المعرفة والفهم	0.89	6
الثالث	المهارات الذهنية	0.87	7
الرابع	المهارات المهنية	0.85	3
	الكلية	0.89	29

يوضح الجدول السابق أن قيم معامل ثبات إعادة على المستوى الكلي للاستبيان بلغت (0.89)، وهو ما يمثل مؤشرات كافية لاعتماد الاستبيان؛ لقياس جدارات البحث العلمي لدى خريج الماجستير في الإعلام.

2- مجتمع البحث والعينة والأداة الكيفية والإجراءات:

يمثل مجتمع العينة الكيفية أصحاب الخبرة المهنية والأكاديمية معًا في الإعلام الحكومي والخاص، روعي في اختيار المشاركين تنوع المؤسسات الإعلامية من حيث الصحافة والإذاعة والتلفزيون والعلاقات العامة؛ لإمكانية الوصول لرؤية متوازنة لموضوع البحث، وإمكانية الحصول على معلومات أكثر عمقًا من قبل الخبراء الأكاديميين والمهنيين. وتمثلت العينة في الذين شاركوا في المقابلات، بإجمالي عدد (17) خبيرًا إعلاميًا (قائمة الخبراء، 75)، شملت إجمالي عدد ساعات المقابلات المركزة (20.30) ساعة، وشملت المؤسسات والجهات الإعلامية التي

يعمل بها الخبراء: جامعة القاهرة، جامعة 6 أكتوبر، جامعة بنها، هيئة البحوث العسكرية، البيت الفني للمسرح، قصور الثقافة بوزارة الثقافة، البرلمان المصري، وكالة أنباء الشرق الأوسط، والمجلس الأعلى للجامعات، والقناة الثانية بالتلفزيون المصري، وجريدة الأهرام، ومصر للطيران، وقناة النيل للأخبار، والقناة الأولى، والإذاعة المصرية، وعدد سنوات الخبرة تمتد من خمس سنوات إلى أكثر من أربعين عامًا.

أداة البحث الكيفي: المقابلة المركزة غير المقننة: استخدمت المقابلة المركزة غير المقننة بهدف الوصول إلى معلومات من خلال جوانب يصعب الوصول إليها بالطريقة الكمية، ولتفرغ الموضوع وحداثته فيما يخص عمليات إدارة المعرفة؛ حيث لم يتناول في بحوث قطاع الإعلام بشكل مباشر في مصر.

إجراءات المقابلة: بعد مراجعة الدراسات السابقة في مجال البحث العلمي بشكل عام والبحث العلمي الإعلامي بشكل خاص وعمليات المعرفة المطلوبة، والجدارات القياسية للبحث العلمي في مصر، تم إعداد مخطط مفصل للعناصر الواجب الحديث حولها، والتي تغطي أهداف البحث، من حيث الجدارات ودورها في إدارة المعرفة، وتم تحديد طريقة التواصل مع الخبراء الإعلاميين لإجراء المقابلة المركزة طبقًا لوقت وظروف وموقع كل خبير، والتي تمت إما بالمقابلة المباشرة المركزة بالتواصل المباشر، أو المقابلة المركزة عن طريق الموبايل، وذلك لإمكانية الوصول للمبحوثين في أماكنهم المتباعدة مكانيًا. وتم تحديد الوقت المحتمل لاستغراقها، وهو 30 دقيقة (جميع المقابلات المباشرة والتليفونية تمت فيما لا يقل عن ساعة، وتمتد إلى ساعتين للمقابلة الواحدة (على مرحلتين)، وذلك برغبة الخبير نفسه في إثراء البحث؛ ولخبرته المهنية والأكاديمية. ولطبيعة الموضوع وارتباطه بخبرة المبحوثين، ولطول خبرة المبحوثين في الحقل المهني أو الأكاديمي، تتخطى لبعض الباحثين 40 عامًا في المهنة). وتم تحديد عناصر المقابلة: اشتملت المقابلة على محورين أساسيين؛ المحور الأول: جدارات البحث العلمي المطلوبة لباحث الإعلام من وجهة نظر الخبير، وتم تعريفها له بأنها مجموعة الصفات الشخصية للباحث، والمهارات الواجب إتقانها، والتي يقابلها مصطلح الكفايات أيضًا. المحور الثاني تناول إدارة المعرفة من وجهة نظر الخبراء، وتم توضيحها للخبير من خلال أربعة عمليات، من حيث كيفية تكوين الفكرة البحثية في مجال البحث العلمي الإعلامي، وكيفية الوصول إليها، وكيفية نشرها وتوزيعها، وكيفية تطبيقها، والاستفادة منها في المجالات المهنية والأكاديمية على السواء. تم تجميع البيانات بعد تفرغها وإعادة الصياغة وضبط اللغة، وضبط البيانات ثم استخراج العناصر الأساسية المطلوبة، ثم النتائج وتفسيرها، وربطها بالنتائج الكمية.

صدق أداة المقابلة المركزة: الصدق من القضايا الشائكة التي تعترض سير إجراءات البحث الكيفي، وقد حدد كل من إيزنر (Eisner, 1991) وفالانس (Vallance, 1991)

ثلاثة مصادر تكفل صدق البحث النوعي، وتدعم تعميمه؛ أولاهما: الصدق الاتفاقي (Validation Consensual)، ويقصد به عرض نتائج وتفسيرات البحث على خبراء في مناهج البحث؛ ليحددوا مدى قبولهم النسبي لما تم استنتاجه أو تفسيره، (وتتم هذه المرحلة في مرحلة التحكيم قبل النشر)، والثاني الدعم البنوي Structural Corroboration، وهو يعني انسجام نتائج أدوات البحث (وهو ما يظهر في انسجام نتائج المقابلات مع نتائج استمارة الاستبيان)، وهو ما تم توضيحه في النتائج، والثالث في الكفاية المرجعية Referential Adequac، وتعني قدرة أدوات البحث على إقناع الآخرين بالنتائج المنطقية (وهو ما يحاول البحث إجراءه من خلال مناقشة النتائج).

المعالجة الإحصائية:

اعتمدت الباحثة في عمليات التحليل الإحصائي على برنامج SPSS v.19؛ حيث تم إدخال البيانات إلكترونياً بعد التأكيد، وتم تطبيق المعاملات الإحصائية التالية: - التكرارات والنسب المئوية لوصف عينة البحث، وتحديد استجابات العينة تجاه فقرات البحث -الأوزان المئوية والوسط المرجح؛ لمعرفة مدى قوة تأييد العينة لفقرات الاستبيان - اختبار (ت)؛ لمعرفة دلالة الفروق بين الذكور والإناث، وخريج الماجستير قطاع خاص وحكومي - تحليل التباين؛ لمعرفة إمكانية وجود تباين دال إحصائياً، تبعاً للتخصصات الإعلامية الثلاثة (العلاقات العامة والصحافة والإذاعة والتلفزيون) في جدارات البحث العلمي لخريج الماجستير في الإعلام- معامل ارتباط بيرسون لمعرفة ثبات الاستبيان. مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة: يبلغ 0.05؛ لاعتبار ما إذا كانت الفروق ذات دلالة إحصائية أم لا.

ثامناً: نتائج البحث:

الإجابة عن تساؤلات البحث: التساؤل الأول: ما جدارات البحث العلمي المتحققة والمكتسبة لخريج الماجستير في الإعلام من وجهة نظر الخريج؟ يتم الإجابة عن هذا التساؤل من خلال تحليل الجدارات (المواصفات والمهارات) من حيث التكرارات والنسب المئوية والوزن المئوي والوسط المرجح؛ لإمكانية الوقوف على قيم رقمية للصفات والمهارات، توضح قوة تحقيقها أو اكتسابها من وجهة نظر الخريج.

جدول (4) يوضح الوزن المئوي والوسط المرجح للمواصفات المتحققة في خريج الماجستير

الوسط المرجح	الوزن المئوي	معارض	موافق إلى حد ما	موافق	المواصفة المتحققة
2.95	97.9	2	5	79	ك
		2.32	5.81	91.86	%
2.88	95.5	2	11	73	ك
		2.32	12.79	84.88	%
2.87	95.1	3	10	73	ك
		3.48	11.63	84.88	%

جدارات البحث العلمي لخريجي الماجستير في الإعلام في إطار إدارة المعرفة

ممارسة المهنة.						
2.80	92.2	6	12	68	ك	تحديد المشكلات المهنية الإعلامية، وإيجاد حلول لها.
		6.97	13.95	79.06	%	
2.79	91.7	3	15	68	ك	إجادة تطبيق أساسيات ومنهجيات البحث العلمي في الإعلام واستخدام أدواته.
		3.48%	17.44	79.06	%	
2.78	90.5	5	18	63	ك	إظهار الوعي بدورك في تنمية المجتمع، والحفاظ على البيئة في ضوء المتغيرات العالمية والإقليمية.
		5.81	93.20	73.25	%	
2.69	89.7	6	14	66	ك	استخدام الوسائل التكنولوجية المناسبة بما يخدم الممارسة المهنية.
		6.97	16.27	76.74	%	
2.67	88.9	2	24	60	ك	التواصل بفاعلية، والقدرة على قيادة فرق العمل.
		2.32	27.90	69.76	%	
2.54	83.9	9	27	50	ك	اتخاذ القرار في سياقات مهنية مختلفة.
		10.46	31.39	58.13	%	
2.52	83.8	9	24	53	ك	تطبيق المنهج التحليلي واستخدامه في مجال التخصص الإعلامي.
		10.46	27.90	61.62	%	
2.51	83.6	7	26	53	ك	إتقان نطاق مناسب من المهارات الإعلامية المتخصصة.
		8.14	30.23	61.62	%	
2.49	83.3	9	25	52	ك	التصرف بما يعكس الالتزام بنزاهة مهنة الإعلام وأخلاقياتها.
		10.46	29.07		%	
2.45	83.11	7	27	52	ك	توظيف الموارد المتاحة بما يحقق أعلى استفادة.
		8.14	31.39	60.46	%	
2.68	89.17	معدل				

تبين نتائج جدول (4) أن المواصفات المتحققة لخريج مرحلة الماجستير في الإعلام والتي شملت (13) فقرة، حصلت على معدل متوسط وزن مؤني قدره (89.17)، ووسط مرجح قدره (2.68)، وتبين موافقة العينة على المواصفات المتحققة الخاصة ب (إظهار وعي بالمشاكل الجارية والرؤى الحديثة في مجال التخصص)؛ وقد جاءت في الترتيب الأول بوزن مؤني (97.9)، وبوسط مرجح (2.95)، وفي الترتيب الثاني للمواصفات المتحققة جاءت (التنمية الذاتية أكاديمياً والقدرة على التعلم المستمر) بوزن مؤني (95.5%) ووسط مرجح (2.88)، وفي الترتيب الثالث (تطبي المعارف الإعلامية المتخصصة ودمجها مع المعارف ذات العلاقة في ممارسة المهنة) بوزن مؤني (95.1%) ووسط مرجح (2.87)، يليه (تحديد المشكلات المهنية، وإيجاد حلول لها، ثم إجادة تطبيق أساسيات ومنهجيات البحث العلمي في الإعلام واستخدام أدواته، وإظهار الوعي بدورك في تنمية المجتمع والحفاظ على البيئة في ضوء المتغيرات العالمية والإقليمية، واستخدام الوسائل التكنولوجية المناسبة بما يخدم الممارسة المهنية والتواصل بفاعلية). حيث حققوا وزناً مؤنياً أعلى من المتوسط. وفي المقابل، فإن الفقرات التي حصلت على دون المتوسط من الوزن المؤني والوسط المرجح كانت المواصفات التالية على التوالي: (اتخاذ القرار في سياقات مهنية مختلفة، والقدرة على قيادة فرق العمل، وتطبيق المنهج التحليلي واستخدامه في مجال التخصص الإعلامي، وإتقان نطاق مناسب من المهارات الإعلامية المتخصصة، والتصرف بما يعكس الالتزام بنزاهة مهنة الإعلام وأخلاقياتها، وتوظيف الموارد المتاحة بما يحقق أعلى

استفادة)، وكذلك فيما يتعلق بدور الباحث في تنمية المجتمع التي حصلت على مؤوي أعلى من المتوسط، جاءت في الترتيب السادس، وهي تحتاج لاهتمام أكبر من الباحثين، وتمثل هدفاً أساسياً للبحث العلمي، وقد اهتمت بهذا العنصر الأبحاث الحديثة، ومنها بحث مخلص (2017)، الذي وضعها ضمن الأهداف الإستراتيجية لتطوير كفايات البحث العلمي. كما بينت الشربيني (2015) غياب ثقافة توظيف بحوث الإعلام والاتصال في تطوير كل من الإعلام والمجتمع. ويلاحظ أن (التصرف بما يعكس الالتزام بنزاهة مهنة الإعلام وأخلاقياتها) جاءت كمواصفة أقل من المعدل المتوسط مما يشير إلى ضرورة دعم المناهج العلمية والبحوث لمزيد من الموضوعات المرتبطة بأخلاقيات المهنة وربطها بحل المشكلات المجتمعية.

جدول (5) يوضح الوزن المئوي والوسط المرجح لمهارات المعرفة والفهم المكتسبة لخريج الماجستير في الإعلام

الوسط المرجح	الوزن المئوي	معارض	موافق إلى حد ما	موافق	معرفة والفهم المكتسبة
2.87	86.1	4	17	65	ك
		4.65	19.76	75.58	%
2.65	85.6	4	30	52	ك
		4.65	34.88	60.46	%
2.56	84.1	4	22	60	ك
		4.65	25.58	69.76	%
2.42	82.3	3	28	55	ك
		3.48	32.55	63.95	%
2.32	80.9	3	29	54	ك
		3.48	33.72	62.79	%
2.22	75.7	3	53	30	ك
		3.48	61.62	34.88	%
2.51	82.45	معدل			

تبين نتائج جدول (5) أن مهارات المعرفة والفهم المكتسبة من قبل الخريج في مرحلة الماجستير من وجهة نظر الخريج التي حصلت على وسط مرجح ووزن مؤوي أعلى من المتوسط، بمقدار (82.45%) ووزن مؤوي، وبمقدار (2.51) وسط مرجح، توضح موافقة العينة على اكتساب هذه المهارات، وذلك فيما يخص معرفة وفهم (النظريات والأساسيات المتعلقة بمجال الإعلام التقليدي والحديث)؛ حيث جاءت في الترتيب الأول بوزن مؤوي (86.1%) ووسط مرجح (2.87)، وتمثل هذه النتيجة مشكلة منهجية إذا تبعتها عدم القدرة على التوظيف السليم والمناسب للنظريات في البحوث العلمية، وفي الترتيب الثاني جاءت مهارة (التأثير المتبادل بين الممارسة المهنية وانعكاسها على البيئة) بوزن مؤوي قدره (85.6) ووسط مرجح (2.65)، وفي الترتيب الثالث (التطورات العلمية في مجال التخصص الإعلامي) بوزن مؤوي

(84.1%) ووسط مرجح (2.56)، وفي المقابل فإن الفقرات التي حصلت على دون المتوسط من الوسط المرجح والوزن المنوي كانت تنازلياً (أساسيات وأخلاقيات البحث العلمي الإعلامي، ثم المبادئ الأخلاقية والقانونية للممارسة المهنية الإعلامية في مجال التخصص، ثم مبادئ وأساسيات الجودة في الممارسة المهنية في مجال التخصص الإعلامي). وتتفق هذه النتيجة مع النتيجة السابقة المتعلقة بالمواصفات المتحققة للخريج والخاصة بالجانب الأخلاقي للمهنة وتمثل امتداد لها على الجانب الأكاديمي أيضاً مما يؤكد على ضرورة وضع استراتيجيات تدريس جديدة تشمل الجوانب الأخلاقية المهنية والأكاديمية والجوانب التشريعية والقانونية المرتبطة بها .

جدول (6) يوضح الوزن المنوي والوسط المرجح للمهارات الذهنية المكتسبة لخريج الماجستير

الوسط المرجح	الوزن المنوي	معارض	موافق إلى حد ما	موافق	المهارات الذهنية المكتسبة
2.78	93.3	4	15	67	ك
		4.65	17.44	77.90	%
2.77	92.8	4	16	66	ك
		4.65	18.60	67.7	%
2.70	90.9	2	20	64	ك
		2.32	75.58	74.4	%
2.67	88.8	5	16	65	ك
		5.81	18.60	75.58	%
2.65	87.9	7	14	65	ك
		8.14	16.27	75.58	%
2.64	87.7	4	23	59	ك
		4.65	26.74	68.60	%
2.62	87.1	4	20	62	ك
		4.65	75.58	72.09	%
2.69	89.8	معدل			

تبين نتائج جدول (6) أن المهارات الذهنية المكتسبة لخريج الماجستير جاءت في الترتيب الأول من حيث المهارات المكتسبة، حيث حصلت على وزن منوي قدره (89.8%) ووسط مرجح قدره (2.69)، وتوضح النتائج موافقة العينة على اكتساب المهارات الذهنية فيما يخص مهارة (إجراء دراسات بحثية تضيف إلى المعارف)؛ حيث جاءت في الترتيب الأول من حيث الوزن المنوي وقدره (93.3)، ووسط مرجح قدره (2.78)، وهي تمثل إحدى عمليات إدارة المعرفة؛ حيث تمثل بالإضافة إلى المعرفة عملية تطويرية علمية، Nonaka & Takeuchi، (1995). وفي الترتيب الثاني (الربط بين المعارف المختلفة لحل المشاكل المهنية)، بوزن منوي قدره

(92.8)، ووسط مرجح قدره (2.77)، وتشير هذه المهارة إلى عملية تطبيق المعرفة على المستوى البحثي والمهني. وفي الترتيب الثالث جاء (حل المشاكل الإعلامية البحثية المتخصصة مع عدم توافر بعض المعطيات)، بوزن مؤوي (90.9)، وبوسط مرجح (2.70)، وهو ما يمكن أن يتحقق من خلال الشراكة والتواصل مع المؤسسات المهنية، كما يتفق في ذلك مع بحث الحارثي (2009)، الذي بين ما يمكن أن توفره الشراكة من فرص لتقدم البحث العلمي وإتاحة الفرصة لحل المشكلات التي تحتاج إلى تعاون وتبادل الأفكار، ويوفر فرصة مناسبة لربط أستاذ الجامعة بالمجتمع وقضاياها. وفي المقابل، فإن الفقرات التي حصلت على دون المتوسط من الوزن المؤوي والوسط المرجح كانت المهارات التالية تنازلياً: (تحليل وتقييم المعلومات في مجال التخصص الإعلامي والقياس عليها لحل المشاكل، ثم اتخاذ القرارات المهنية في سياقات مهنية متنوعة، ثم تقييم المخاطر في الممارسات المهنية في مجال التخصص الإعلامي، ثم التخطيط لتطوير الأداء في مجال التخصص الإعلامي).

جدول (7) يوضح الوزن المؤوي والوسط المرجح للمهارات المهنية المكتسبة لخريج الماجستير

الوسط المرجح	الوزن المؤوي	معارض	موافق إلى حد ما	موافق	المهارة المهنية
2.59	83.3	4	28	54	ك
		4.65	32.55	62.79	%
2.43	81.1	4	29	53	ك
		4.65	33.72	61.62	%
2.32	80.7	3	32	51	ك
		3.48%	37.21	59.30	%
2.44	80.9	معدل			

تبين نتائج جدول (7) أن المهارات المهنية المكتسبة للخريج في مرحلة الماجستير التي حصلت على وزن مؤوي أعلى من المتوسط وقدره (80.9%)، ووسط مرجح قدره (2.44)، توضح موافقة العينة على اكتساب هذه المهارات فيما يخص مهارة (تقييم الطرق والأدوات القائمة في مجال التخصص الإعلامي)؛ حيث جاءت في الترتيب الأول بوزن مؤوي (83.3)، ووسط مرجح قدره (2.59)، وجاءت في الترتيب الثاني (كتابة وتقييم التقارير المهنية الإعلامية)، بوزن مؤوي قدره (81.1)، ووسط مرجح (2.43)، وكان اكتساب المهارة (إتقان المهارات المهنية الأساسية والحديثة في مجال التخصص الإعلامي) جاء في الترتيب الأخير، وأقل من المعدل المتوسط من حيث الوزن المؤوي، الذي بلغ (80.7)، ووسط مرجح (2.32). توضح هذه النتيجة غلبة الجانب النظري في عملية التقييم على العملي والتدريب، الذي يساهم في إتقان المهارات المهنية، وهو ما يمثل متطلباً واضحاً لا بد من التركيز عليه ضمن عمليات إدارة المعرفة.

التساؤل الثاني: ما جدارات البحث العلمي المطلوبة لخريج الماجستير في الإعلام من وجهة نظر الخبراء الإعلاميين؟ للإجابة عن هذا التساؤل، تم تحليل نتائج المقابلات بعد تفرغها، ثم تصنيف الجدارات طبقاً لتصنيف المعايير القياسية للخريج من حيث مواصفات الخريج، والمهارات (المعرفة والفهم، والذهنية، والمهنية)؛ وذلك لتسهيل تحليل وربط النتائج الخاصة بالاستبيان والمقابلات مع الخبراء، ثم تم تحليل الجدارات المطلوب تحقيقها من وجهة نظر الخبراء، بالرجوع إلى نتائج البحث الكمي الخاص بأداة الاستبيان لتحديد الجدارات المطلوبة من حيث (إنها جدارات متحققة بنسبة مرتفعة، أو متحققة بنسبة أقل من المتوسط، أو تمثل جدارات غير مدرجة في المعايير، ولكنها مطلوبة من وجهة نظر الخبراء).

جدول (8) المواصفات العامة المطلوبة للخريج من وجهة نظر الخبراء الإعلاميين

المواصفات العامة المطلوبة
قادر على تحديد المشكلات المجتمعية بدقة، ومعالجتها بأسلوب علمي سليم.
يدرك جيداً مناهج البحث الإعلامية.
تطوير الذات فيما يخص اللغة والتقنيات الحديثة.
يستطيع الربط بين ما تم اكتسابه من معارف وبين الواقع المهني الإعلامي.
يتمتع بمراكز تقنية حديثة خاصة بتكنولوجيا الاتصال المتطورة واستخدامات الجمهور لها.
العمل في جماعة لإنتاج أبحاث مشتركة.
قادر على التفاعل مع المؤسسات الأكاديمية والمهنية المحلية والإقليمية.
على وعي تام بالواقع السياسي المحلي والإقليمي والدولي.
لديه مهارة التعامل مع الإعلاميين في شتى وسائل الاتصال.
الاهتمام باغتنام فرص الفعاليات؛ للحصول على المعلومات المتعلقة بالأنشطة العلمية.

يوضح جدول (8) المواصفات العامة المطلوبة من وجهة نظر الخبراء الإعلاميين، وتبين النتائج التحليلية للمقابلات المركزة بعد مراجعتها للمواصفات العامة المتحققة من وجهة نظر الخريج، وجود (10) مواصفات مطلوبة لخريج ماجستير الإعلام من وجهة نظر الخبراء، منها أربعة غير مدرجة في المواصفات العامة من وجهة نظر الخريج، وتمثل إضافة مطلوب تحقيقها، تتعلق بعنصري التعامل والتفاعل الأكاديمي والمهني من وجهة نظر الخبراء، وهما يتطلبان مزيداً من الإيجابية والحركة والوعي من الباحث لتحقيقهما؛ مما يساعده على تحقيق المتطلب الخاص (باغتنام فرص حضور الفعاليات للتعامل المباشر مع المصادر لجمع المعلومات البحثية). وكذلك عنصر (على وعي تام بالواقع السياسي المحلي والإقليمي والدولي)، وهو يشير إلى ضرورة حضور الباحث الذهني الثقافي والعملية التطبيقي التشاركي؛ لتوسيع مداركه، وتنمية قدرته على التحليل والعرض السليم المقنع، وتبين وجود متطلبات تحتاج لمزيد

من العمل من جانب الباحث، تتمثل في المرتكزات التقنية، والعمل الجماعي، وفي هذا الإطار بينت دراسة عبد الرحمن (1995) وجود مشكلات تعيق عمل الباحثين في الإعلام، منها غياب العمل البحثي الجماعي. وتبين وجود متطلبات اختلفت فيها رؤية الباحثين من حيث تحقيقها؛ حيث ارتفعت نسبتها، ورؤية الخبراء من حيث إنها متطلب يجب تحقيقه لدعم البحث العلمي، وتتمثل في عناصر (تحديد المشكلات المجتمعية، وإدراك مناهج البحث، وتطوير الذات، والربط بين المعارف والواقع المهني)، وهو ما يؤكد على ضرورة إعادة النظر في الخطط الإستراتيجية وأساليب التدريس والتعلم.

جدول (9) مهارات المعرفة والفهم المطلوبة من وجهة نظر الخبراء الإعلاميين

مهارة المعرفة والفهم المطلوبة
يستطيع استخدام النظريات الإعلامية في تفسير الظواهر الاجتماعية ومعالجة المشكلات.
يستطيع نقد النظريات العلمية، وتقديم بدائل نظرية جديدة تتناسب والبيئة الاجتماعية.
تنمية قدرات الباحث الثقافية في مجالات حيوية جديدة.
يعرف جيداً المعدات المتطورة للإنتاج الإعلامي الحديث.
يقدم مقترحات التحسين في الفعاليات الإعلامية المختلفة، وفي أثناء وضع الخطط الإعلامية
يستطيع الوصول للنتائج من خلال العمليات الإحصائية المناسبة.
تفعيل مبدأ التشارك والمشاركة على جميع المستويات.

يوضح جدول (9) مهارات المعرفة المطلوبة من وجهة نظر الخبراء بعد تحليلها ومقارنتها بمهارات المعرفة من وجهة نظر الخريج، وتبين النتائج وجود (7) متطلبات مهارية معرفية لخريج ماجستير الإعلام من وجهة نظر الخبراء، منهم متطلبين لم يدرجا ضمن مقياس المهارات المعرفية من وجهة نظر الخريج يتمثلان في عنصري (إمكانية الوصول لنتائج إحصائية مناسبة، وتفعيل مبدأ التشارك)، ويلاحظ وجود معوق أساسي في البحث العلمي، خاص بالعمليات الإحصائية، تؤكد عليه عديد من الدراسات، ومنها بحث صالح (2012) حول استخدام البرامج الإحصائية الكمية في بحوث الاتصال، الذي بين أن 40% من المشرفين لا يهتمون بقياس ثبات الأداة، و57% من الباحثين لا يعلمون اختبار صدق الأداة، وجميع الرسائل المبحوثة لم تستخدم أسسًا علمية إحصائية لتحديد حجم العينة، ولم تتبع الأسس الإحصائية لمعرفة تجانس العينة. وفيما يخص التشارك والمشاركة، يرى كل من (Takeuchi & Nonaka ، 277: 1995) أن الهدف الأساسي لإدارة المعرفة يتمثل في تسهيل المشاركة الفاعلة للمعرفة بين أعضاء المنظمة؛ مما يعطي أهمية خاصة لهذا العنصر في إطار العملية المعرفية. كما تبين أن العنصر الذي تطلب مزيداً من العمل -حيث لم يحقق نسبة مرتفعة من وجهة نظر الخريج- عنصر يتعلق

بالجودة في الأداء، وهو (يقدم مقترحات التحسين في الفعاليات الإعلامية المختلفة، وفي أثناء وضع الخطط الإعلامية للمؤسسات المختلفة)، وهو يتطلب مزيداً من الإيجابية والحركة والثقة بالنفس. وتبين النتائج أيضاً عناصر مطلوبة من وجهة نظر الخبراء، ولكنها تمثل مهارات متحققة من وجهة نظر الخريج، وتتمثل في (استخدام النظريات، ونقد النظريات)، وهي عناصر أكدت عليها الدراسات السابقة باعتبارها تحديات، منها دراسة ابن عمار (2015)؛ حيث طالب بإعادة النظر في النظريات الإعلامية، ودراسة عبد العزيز (2012)؛ حيث يرى أنه ما زالت نظريات الإعلام الحديثة لم تحدد البوصلة النظرية المعرفية والوجودية والقيمية بشكل واضح. كما وضعتها منظمة اليونسكو في الاعتبار منذ عام (1984)، من خلال التوسع في البحوث التجريبية والتطبيقية؛ حتى يمكن تطوير نظريات الاتصال. كما تبين النتائج أيضاً عناصر مطلوبة، ولكنها تمثل مهارات متحققة من وجهة نظر الخريج، وتتمثل في: (يعرف جيداً المعدات المتطورة للإنتاج الإعلامي الحديث، وتنمية قدرات الباحث الثقافية في مجالات حيوية وجديدة)، وهو ما يتطلب دعم التدريب خلال مراحل الطالب الدراسية، وتطوير المناهج التعليمية، واتباع إستراتيجيات التدريس والتعلم الحديثة؛ لدعم قدرات الباحثين العلمية والثقافية معاً. كما يشير بحث عثمان (2012) إلى أن قصور البحوث المعروضة يعود إلى اعتمادها على نظريات نشأت في بيئة غربية لا تستجيب لخصوصيات المجتمعات العربية.

جدول (10) المهارات الذهنية المطلوبة من وجهة نظر الخبراء الإعلاميين

المهارة الذهنية المطلوبة لخريج ماجستير الإعلام
إجراء البحوث المرتبطة بالواقع المهني والمشكلات الملحة في المجتمع المحلي.
التجديد في معالجة المشكلات البحثية.
الربط بين الجانب المهني التطبيقي والأكاديمي العلمي لحل المشكلات المجتمعية.
المشاركة في وضع الخطط البحثية بوعي تام بالمستجدات الإقليمية والدولية.
تقييم للإنتاج الإعلامي في الإطار الإقليمي والعالمي.
تقديم رؤية جديدة مبتكرة للبحث العلمي ورفعها لإدارة الدراسات العليا بالكلية.

يوضح جدول (10) المهارات الذهنية المطلوبة من وجهة نظر الخبراء، وتم حصر (6) مهارات، وتبين وجود مهارتين منهم مطلوبتين من وجهة نظر الخبراء غير مدرجتين بالمهارات الذهنية من وجهة نظر الباحثين، هما: مهارة (تقديم رؤية جديدة مبتكرة للبحث العلمي ورفعها لإدارة الدراسات العليا بالكلية)، وهي مهارة تدعم قدرة الباحث على التواصل والإيجابية، وتنمي قدرته على إجراء التحسينات في مجال البحث العلمي، ومهارة (تقييم الإنتاج الإعلامي في الإطار الإقليمي والعالمي)، وهي مهارة ترتبط بشكل مباشر بالعمل الإعلامي المهني، وتساعد على تطور عمليات المعرفة في الإطار التطبيقي. وتبين من النتائج وجود مهارة ذهنية، حققت نسبة منخفضة من وجهة نظر الخريج، وهي تتعلق بالمشاركة في وضع الخطط؛ حيث يرى الخبراء أهميتها كمتطلب للباحث في الإعلام، وتنقل هذه المهارة الباحث إلى ساحة صناعة الخطة الإستراتيجية للمؤسسة التعليمية؛ مما يساهم في تطوير العملية

البحثية منذ بدايتها بشكل واع. كما تبين وجود مهارات ذهنية كمتطلب من وجهة نظر الخبراء، إلا أنها حققت نسبة عالية من حيث اكتسابها من قبل الخريج، وتتمثل في: (التجديد في معالجة المشكلات البحثية، وإجراء البحوث المرتبطة بالواقع المهني والمشكلات الملحة في المجتمع المحلي، والربط بين الجانب المهني التطبيقي والأكاديمي العلمي لحل المشكلات المجتمعية). وتوضح هذه النتيجة ضرورة الاهتمام بتغيير وتطوير التوجهات البحثية والخطط وأساليب ومناهج البحث، بما يربطها بمشاكل حقيقية وواقعية ومهنية، يكون لها مردودها على المجتمع. وهي تتوافق مع دراسة شاع الدين (2006) حول أولويات البحث العلمي في علوم الاتصال؛ من حيث إنها تحتاج إلى الاهتمام بالدراسات التطبيقية بالإضافة للنظرية.

جدول (11) المهارات المهنية المطلوبة من وجهة نظر الخبراء

المهارة المهنية المطلوبة لخريج ماجستير الإعلام
تقييم المنتجات الإعلامية.
يستطيع تفسير النتائج البحثية برؤية مهنية متخصصة.
رفع واقع المؤسسات الإعلامية بتقارير متخصصة كأحد إجراءات تصميم البحث.
تقييم الإجراءات والقوانين والتشريعات المهنية المتعلقة بالتخصص الإعلامي للباحث.
القدرة على التفاعل مع الفعاليات الإعلامية لتوصيل نتائج أبحاثه، وحل المشكلات المهنية.
لديه أجندة خاصة بالمهنيين وصناع القرار والمسؤولين، تمكنه من الحصول على المعلومات
التواصل مع المؤسسات الإعلامية قبل إجراءات تسجيل البحث.
التعامل مع التقنيات الحديثة في مجال الاتصال الجديد

يبين جدول (11) للمهارات المهنية المطلوب من جانب الخبراء وجود (8) مهارات مهنية مطلوبة لخريج ماجستير الإعلام من وجهة نظر الخبراء، ووجود (4) مهارات لم تدرج ضمن المهارات المهنية من وجهة نظر الخريج، تتمثل في (القدرة على التفاعل مع الفعاليات الإعلامية لتوصيل نتائج أبحاثه وحل المشكلات المهنية، ولديه أجندة خاصة بالمهنيين وصناع القرار والمسؤولين، والتواصل مع المؤسسات الإعلامية قبل إجراءات تسجيل البحث، والتعامل مع التقنيات الحديثة في مجال الاتصال الجديد)، وتمثل هذه المهارات المهنية منطلقاً أساسياً لعمليات المعرفة، تساهم في بناء ونشر المعرفة الخاصة بالبحث العلمي الإعلامي على أسس واقعية قوية، وعلى نطاق واسع وفعال. كما تبين النتائج المهارات التي تحتاج إلى اهتمام؛ حيث لم تحقق متوسطات مرتفعة للمهارات المهنية المكتسبة من وجهة نظر الخريج، وتمثل متطلباً بحثياً من وجهة نظر الخبراء، وتتمثل في (تفسير النتائج البحثية برؤية مهنية متخصصة، ورفع واقع المؤسسات الإعلامية بتقارير متخصصة، كأحد إجراءات تصميم البحث، وتقييم الإجراءات والقوانين والتشريعات المهنية المتعلقة بالتخصص الإعلامي للباحث)، وتركز هذه المتطلبات على العنصر المهني كمرجعية وكعامل أساسي في العملية البحثية، يربط بين العمل البحثي والمهني والإجراءات المتعلقة بالقطاعين، وكيفية تفعيلها والاستفادة منها. وتبين أن مهارة (تقييم المنتجات الإعلامية) تمثل المهارة المطلوبة من الخبراء، رغم اعتبارها متحققة من وجهة نظر

الخريج، ما يحتم التركيز على وضع عمليات تقييم منهجي للمنتجات الإعلامية على أجندة الخريطة البحثية في قطاع الإعلام.

التساؤل الثالث: ما العناصر المطلوب تحقيقها ضمن عمليات إدارة المعرفة في البحث العلمي لقطاع الإعلام من وجهة نظر الخبراء الإعلاميين؟

للإجابة عن هذا التساؤل تم تفرغ المقابلات فيما يتعلق بالمحور الخاص بإدارة المعرفة، ثم تصنيفها إلى عناصر طبقاً لما تناوله الخبير الأكاديمي والمهني، وتم ترتيبها طبقاً لحجم ووقت وعمق عملية التفاعل بهذا العنصر من قبل الخبراء. وتم ضم العناصر المتشابهة لكثرتها وتفرعها، حتى وصل عددها إلى (17) عنصراً، ثم تصنيفها إلى عمليات إدارة المعرفة المطلوبة للبحث العلمي في قطاع الإعلام؛ لإمكانية التوصل إلى النتائج البحثية، وربطها بالدراسات السابقة المتعلقة بالعناصر المختلفة؛ وذلك لتقديم صورة واضحة لكل عنصر وعمليات إدارة المعرفة المتعلقة به والمطلوبة.

جدول (12) العناصر المطلوب تحقيقها ضمن عمليات إدارة المعرفة المتعلقة بها في البحث العلمي لقطاع الإعلام من وجهة نظر الخبراء الإعلاميين

العنصر العملية	التخطيط الإستراتيجي
إنتاج المعرفة	رفع واقع الإعلام الحالي بكل سلبياته وتحدياته، ثم وضع خطط إستراتيجية محكمة قريبة المدى وبعيدة المدى، تخص قطاع الإعلام الأكاديمي، تتفق مع الخطط الإستراتيجية الخاصة بقطاع الإعلام المؤسسي الخاص والحكومي، من حيث الأهداف والرؤى والمنطلقات والغايات المتفقة وخطط الدولة وأهدافها التنموية، وتطوير نظم القيادة؛ لتسمح بمرونة الإجراءات التي تساعد الباحثين على التطور والابتكار. (وتؤكد أهمية هذا العنصر المؤشرات التي ذكرها بحث حسين (1992)، والتي تؤثر في بحوث الإعلام، ومنها زيادة الهوة المعرفية بين ما يمكن للإعلام أن يؤديه وبين ما تتم ممارسته من سياسات تفننر إلى السند العلمي. كما بين كيلى (Keeley, 2004) أن مؤسسات التعليم العالي التي قدمت بنية تحتية قوية من النظم والأجهزة التي تدعم المعرفة، ضاعفت فرص الأفراد في المشاركة بالوسائل الإلكترونية أو المشاركة الفعلية وجهاً لوجه، وقد أفرزت خطوات ناجحة في تطوير التخطيط واتخاذ القرار. ووضعت دراسة الدكتور (2008) التخطيط كأحد معوقات البحث العلمي في مجال الإعلام، وبينت دراسة راضي (2012) أن أهم المعوقات عدم وجود سياسة للبحث العلمي، ومن الخطط الإستراتيجية تشكيل بنية تحتية تكنولوجية لخدمة قطاع التعليم العالي والبحث العلمي؛ ومن ثم بناء مجتمع المعرفة (بلهوشات، 2017). وتناول بحث مخلص (2017) إستراتيجية لتطوير كفايات البحث العلمي؛ لتحويل نتائج البحوث لمنتجات اقتصادية).
حفظ المعرفة	إجراء عملية التقييم المستمر للخطط الإستراتيجية، بما يساهم في التعديل طبقاً للمستجدات التعليمية والتكنولوجية والدولية، وخطط الدولة على المستوى القريب والبعيد.
نشر المعرفة	قيام المؤسسات التعليمية بدور أساسي وشفاف في نشر الخطط التعليمية بالوسائل التكنولوجية الحديثة، ومتابعة عملية التفاعل مع الجهات المعنية وأصحاب القرار السياسي والتشريعي. نشر وتوصيل التوصيات ونتائج الأبحاث؛ للمساعدة في بناء الخطط للمؤسسات الإعلامية على أسس علمية، ونشر وإعلان الخطط الإستراتيجية الإعلامية بأساليب جديدة داخل المؤسسة الأكاديمية، وعلى الإنترنت بتطبيقات مختلفة. (وفي هذا الإطار يبين السوقي (2017) دور كراسي البحث في تحقيق الريادة البحثية من خلال مشاريع بحوث علمية إستراتيجية ومؤطرة زمنياً، يكلف بها فريق من الباحثين والمتخصصين في مجال معين، والقيام ببحوث تطبيقية؛ تستهدف نقل تقنية

جداريات البحث العلمي لخريجي الماجستير في الإعلام في إطار إدارة المعرفة

المعرفة وتوطينها).	تطبيق المعرفة
الالتزام بتطبيق الإستراتيجيات الخاصة بتطوير البحث العلمي الإعلامي، وربطه بقضايا الدولة وتوجهاتها. وتعيين الأكتفاء من الشباب في المواقع الإدارية العليا؛ للمساهمة في وضع الخطط، وضمان ورعاية اتخاذ الإجراءات العادلة و المتطلبية لتنفيذ الخطة على المدى القريب والبعيد. (وهو ما يلقي اهتمامًا للتغطية الصحفية في مصر من حيث اعتبار أن تجاوزات الدولة الإدارية والمالية تمثل عائقًا للبحث العلمي (الغوال، 1995).	
خدمة المجتمع	العنصر العملية
ابتكار وإنتاج بحوث إعلامية على أسس من خدمة قضايا المجتمع ومؤسساته الاجتماعية. (وفي هذا تؤكد دراسة راضي (2012) حول "مقترح لتجويد البحث العلمي في الجامعات" ضرورة الربط بين البرامج والدراسات وحاجات المجتمع. كما يشير بحث عمر (2015) إلى وجود عوامل تعيق استفادة الجامعة من منتوج البحوث العلمية، منها قلة الجهات الفاعلة التي تخدم هذا الهدف، وأخرى للتنسيق بين من يقوم بتوجيه البحث العلمي والجهة المستفيدة في المجتمع. وبينت الشربيني (2015) غياب ثقافة توظيف بحوث الإعلام والاتصال في تطوير كل من الإعلام والمجتمع؛ لعدم ارتباطها بالبيئة المحلية وبالمجتمع، وعدم وجود قاعدة بيانات عامة، وقصور في وجود المراجع الحديثة).	إنتاج المعرفة
تلقي الباحثين المتميزين في تناول القضايا الاجتماعية الحرجة والمتواصلين مع المؤسسات الاجتماعية حفظهم من رعاية الدولة والمؤسسة الأكاديمية. توصيل نتائج الأبحاث والتوصيات لمؤسسات الدولة الاجتماعية المختلفة الحكومية والخاصة.	حفظ المعرفة
تبادل الخبرات البحثية الإعلامية مع الخبرات الخاصة بخدمة المجتمع من المتخصصين وصناع القرار، والسياسيين وأصحاب رؤوس الأموال، ونشر وتوزيع الأبحاث الإعلامية المتعلقة على الجهات المعنية.	نشر المعرفة
تنفيذ قرارات المؤسسة الأكاديمية المتعلقة بالخطة الإستراتيجية الخاصة بخدمة المجتمع من خلال المشاريع البحثية المختصة بذلك. (وعلى الجانب الآخر يشير بحث الباز (2017) إلى أهمية رفع مستوى الميزة التنافسية في البحث العلمي، من خلال الدعم المجتمعي للبحث العلمي، بما يعني أن المصلحة متبادلة).	تطبيق المعرفة
الموارد المادية والمالية	العنصر العملية
تطوير نظم المكتبات والمعامل والأستديوهات والمطابع داخل المؤسسة الأكاديمية، وزيادة الحصص التدريبية، والاستعانة بالخبراء في العمل الأكاديمي، وإتاحة الفرص للخريج في الاستفادة من البعثات الخارجية، والتبادل الثقافي الإقليمي والدولي، وتوفير دعم الدولة للبحث العلمي، وزيادة مخصصات التمويل من قبل الدولة، وابتكار أساليب لتنمية الموارد المادية للبحث العلمي داخل وخارج المؤسسات الأكاديمية، ودعم المراكز البحثية الإعلامية المتخصصة. (وفي هذا الإطار تبين دراسة الدكتور (2008) ارتفاع نسبة المعوقات المادية كمعوق بحثي لعضو هيئة التدريس، كما تشير دراسة عبد المجيد (1995) إهمال وسائل الإعلام لمصادر تمويل البحوث. أما خير الله (2018) فيشير إلى أهمية إنشاء مجموعة من الملفات البحثية في "مركز موارد إعلامية"، يكون مبنياً على اختيار المواضيع التي تهتم الصحافيّ والباحث، فتجمع الوثائق في ملفات ورقية أو إلكترونية، بوسائط متعددة، فيستفيد الباحث من المنشورات والوثائق التي تصل إلى المركز بشكلها المنظم).	إنتاج المعرفة
مساعدة الجهات الأكاديمية المسؤولة للباحثين، بتخصيص الموارد المادية اللازمة للبحث العلمي؛ من معامل ومكتبات وإشراف ومنح، وتمكين الباحث في الإعلام من الحصول على المخصصات المالية، والمادية وحماية حقوق الباحث في الدعم المالي فترة إنجاز البحث. (وفي هذا الإطار أكدت منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة اليونسكو (1984) على ضرورة زيادة المخصصات المالية للبحث العلمي. وبين شاع الدين (2006) أولويات البحث العلمي في علوم الاتصال، من خلال أفضل الطرق للحفاظ على التراث والحضارة وصيانتها من الضياع،	حفظ المعرفة

جدارات البحث العلمي لخريجي الماجستير في الإعلام في إطار إدارة المعرفة

وتطوير وسائل حفظ الأصول الحضارية. كما أوصت دراسة الدكتور ري (2008) بضرورة وجود بنك باسم البحث العلمي في مجال الإعلام. حيث بين بحث راضي (2012) في مقترح لتجويد البحث العلمي في الجامعات- ضعف التمويل كعائق أساسي. كما تشير دراسة الطيب (2013) إلى أهمية عوامل التمويل والمؤسسة التعليمية والباحث لضمان جودة البحث العلمي في الوطن العربي).	
تحقيق عملية توزيع عادلة للموارد المادية والمالية على الباحثين في الإعلام، وعقد بروتوكولات تعاون بين المؤسسات الأكاديمية المناظرة للاستفادة؛ من المعامل والأستديوهات والمطابع وتبادل الخبرات. (وفي هذا يؤكد شاع الدين (2006) على ضرورة إجراء دراسات حول كيفية قيام صناعات ثقافية تحقق عائداً للمستثمر وعائداً أدبيًا ومعنويًا).	نشر المعرفة
اتخاذ القرار الإدارية بتوفير فرص النشر الدولي والإقليمي، والتحفيز بالمنح الدراسية بالخارج، وتطبيق سياسات الدولة التعليمية طبقاً لرؤية مصر 2030، والعمل في إطار التوصيات البحثية في مجال تطوير المعامل والأستديوهات والمطابع داخل المؤسسات الأكاديمية	تطبيق المعرفة
البرامج التعليمية والمقررات	العنصر العملية
تطوير البرامج والمقررات في الدراسات العليا الإعلامية يتطلب يشمل الإدارة والجودة والطلاب بما يواكب تطور وسائل الإعلام الجديدة والتطبيقات على الإنترنت واسعة النطاق، والتوسع في المقررات الداعمة للبحث العلمي مثل مناهج البحث الكمية والنوعية، والإحصاء وتكنولوجيا الاتصال واللغة الإنجليزية والترجمة، وأخلاقيات المهنة. (وفي هذا الإطار يبين بحث حسين (1992) مؤشرات تؤثر في بحوث الإعلام، من أهمها الغموض المنهجي والنظري. و بينت دراسة الشامي (2009) وجود أوجه قصور عديدة تتعلق بالبرنامج، منها عدم الحرص على إشراك جميع أعضاء هيئة التدريس والمختصين والممارسين في تصميمه. كما يؤكد بحث بطاهر (2018) على أن عدم استعمال البرمجيات الحديثة في منهجيات العلوم الإنسانية والاجتماعية يحدث فجوة معرفية واسعة بين المناهج الكلاسيكية وبين مختلف المنهجيات المتداخلة التي تسهم في تسريع وتيرة البحث العلمي.	إنتاج المعرفة
استخدام الطرق والبرامج الإلكترونية الحديثة في تخزين واسترجاع المعرفة، والتميز الإلكتروني للبيانات البحثية.	حفظ المعرفة
تحويل المقررات التقليدية إلى مقررات تواكب تطورات وسائل الإعلام الجديدة، يسهل نقلها ونشرها على الأطر المحلية والإقليمية والدولية باستخدام استراتيجيات تدريس متطورة.	نشر المعرفة
اتخاذ قرارات إدارية تسمح بنشر الأبحاث على شبكة الإنترنت؛ لأغراض النشر الدولي	تطبيق المعرفة
أساليب التدريس والتعلم	العنصر العملية
تطوير أساليب التدريس ومنهجية البحث العلمي والنظريات العلمية، بما يتفق مع التطورات العلمية الحديثة ووسائل الاتصال الاجتماعية والجديدة. العمل على رفع قيمة البحث العلمي الجماعي في التقييم والمنح والترقيات. (وقد بينت دراسة عبد الرحمن (1995) وجود مشكلات تعيق عمل الباحثين في الإعلام، منها غياب العمل البحثي الجماعي).	إنتاج المعرفة
استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عملية التدريس؛ لدعم التعلم الذاتي والابتكار، وإمكانية الوصول للمعلومات البحثية العالمية من المواقع وبنوك المعلومات. (وفي هذا الإطار بينت دراسة محمود (2018) وجود قصور في تنمية مهارات الطالب الباحث على توظيف تكنولوجيا المعلومات في حل مشكلات البحث العلمي).	حفظ المعرفة
استخدام وسائل تدفق المعلومات عن بعد لدعم البحث العلمي الإعلامي في قطاعات جغرافية متباعدة. إجراء الباحث لزيارات ميدانية للمؤسسات الإعلامية الحكومية والخاصة؛ للوقوف على المشكلات عن قرب، ونشر نتائج الدراسات بشكل مباشر، وتبادل الخبرات، وإمكانية تنفيذ التوصيات. (وقد بينت دراسة هوام (2018) ضرورة أن يكون الطالب مسؤولاً عن تعلمه، والبحث عن المعرفة، وشعوره بالبحث عن الجديد، وتجاوز حدود المكان والزمان في العملية	نشر المعرفة

جدارات البحث العلمي لخريجي الماجستير في الإعلام في إطار إدارة المعرفة

التعليمية، وتنمية القدرة على استعمال التكنولوجيا الجديدة في مجال التعليم).	تطبيق المعرفة
إصدار قرارات لتقويم أساليب التدريس والتعلم تسمح للباحثين في الإعلام بالاستفادة من الوقت، وتوفير الجهد، وتحقيق الأهداف البحثية.	العنصر العملية
النظريات العلمية	إنتاج المعرفة
بناء نظريات إعلامية تتفق وتكنولوجيا الاتصال الحديثة ، وطبيعة المشكلات المجتمعية، والأوضاع السياسية والاقتصادية، والتحول من الطرق النمطية في المعالجات البحثية الإعلامية لطرق تتناسب والإعلام الجديد بنظرياته وقضاياها وجمهوره. (وفي هذا الإطار بينت دراسة عبد العزيز (2012) "أنه ما زالت نظريات الإعلام الحديثة لم تحدد البوصلة النظرية المعرفية والوجودية والقيمية بشكل واضح. كما تبين من دراسة ابن عمار (2015) ظهور الحاجة إلى إعادة النظر في بعض الفروض التي تقوم عليها النظريات الاتصالية، بعدما تغيرت خارطة الاتصال والإعلام معاً. ويؤكد هذا المطلب بحث عثمان (2012)، الذي استنتج أن قصور البحوث المعروضة يعود إلى اعتمادها على نظريات نشأت في بيئة غربية مع عدم القدرة على توظيف أي نظرية لموضوع البحث لأكثر من نصف العينة).	إنتاج المعرفة
استخدام الإنتاج العلمي في المجالات النظرية للباحثين المبدعين، واعتباره مرجعاً للبحوث الجديدة. وإجراء دراسات تاريخية ووصفية؛ لرصد نتائج استخدامات النظريات العلمية الأجنبية في المنطقة العربية، وسبل تطويرها، وحجم النفع العلمي في إطارها.	حفظ المعرفة
تشجيع الباحثين المتميزين والمبدعين على توصيل النظريات الحديثة، من خلال نتائج الأبحاث للمراكز البحثية العالمية والمواقع الإلكترونية المتخصصة، والفعاليات الأكاديمية والمؤتمرات العلمية والإعلامية ووسائل الإعلام.	نشر المعرفة
إجراء الدراسات التجريبية، والتاريخية، والاستطلاعية، والتطبيقية؛ لقياس جدوى النظريات المستخدمة ، والعائد العلمي والتطبيقي منها في المنطقة العربية.	تطبيق المعرفة
التأهيل العملي والتدريب	العنصر العملية
تطوير المناهج بزيادة ساعات العمل للمناهج والتدريب طوال العام، بالتعاون مع الخبراء والمتخصصين، وابتكار أساليب تعليم جديدة قائمة على الجانب العملي والتطبيقي، وتطوير البرامج التدريبية لتنمية قدرات الباحثين الإعلاميين في مجالات الإحصاء والتقنيات الجديدة واللغات الأجنبية.	إنتاج المعرفة
تسجيل الدورات التدريبية المتخصصة في التقنيات الحديثة، وحفظها لإمكانية الاستفادة منها كمرجعية للباحث، وإتاحة تداولها، والاستفادة منها للباحثين الجدد.	حفظ المعرفة
استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في إنتاج دورات بحثية متخصصة، تتاح على مواقع الإنترنت العلمية، والاجتماعية والصفحات المتخصصة.	نشر المعرفة
تنفيذ خطة تدريبية دورية للباحثين في الإعلام، ووضع جدول عمل للباحثين لتلقي، وإلقاء الدورات التدريبية طبقاً لخبرتهم واحتياجاتهم البحثية، واستخدام الخبرات المهنية والأكاديمية.	تطبيق المعرفة
موثيق الشرف المهنية والأكاديمية الإعلامية ومبدأ الثواب والعقاب	العنصر العملية
بناء منظومة للثواب والعقاب على المستوى العربي، تحكم العمل البحثي الإعلامي ، وتساعد على تطوره، وتمثل عامل تحفيز قوي للباحث، ورادعاً في الوقت نفسه للمتجاوزين، وتتلاءم مع خصائص وسائل الإعلام الجديد ونظرياته. وإجراء البحوث المتخصصة في القوانين والتشريعات الإعلامية المحلية والعربية والعالمية.	إنتاج المعرفة
الاحتفاظ بالوثائق المتعلقة بالتحفيز والتكريم المادي والمعنوي للباحثين والإعلاميين في المجال الأخلاقي المهني والأكاديمي، خاصة في المواقف التي تتعلق بالأمن القومي، ومصداقية الأخبار والمؤسسات الإعلامية، ومواجهة الشائعات، وتسهيل الوصول لموئيق الشرف المهنية والأكاديمية؛ للاستفادة منها في وضع نماذج فعلية وأطر للباحثين كمرجعية للعمل القيمي والأخلاقي البحثي والمهني.	حفظ المعرفة

جدارات البحث العلمي لخريجي الماجستير في الإعلام في إطار إدارة المعرفة

نشر المعرفة	نشر وتداول وتوزيع موائيق الشرف على الباحثين والطلاب؛ للالتزام بها في جميع مراحل العمل البحثي. والإعلان والنشر للحوافز المادية والمعنوية المحفزة والراعاة للالتزام الأخلاقي والأدبي في البحث العلمي.
تطبيق المعرفة	تفعيل موائيق الشرف على النطاق البحثي، وجعلها إلزامية، وسمة أساسية للعمل البحثي الإعلامي. وتطبيق نظام عادل للثواب والعقاب، خاص بالالتزام بأدبيات المهنة البحثية.
العنصر العملية	التشريعات والقوانين واللوائح
إنتاج المعرفة	بالتعاون مع المؤسسة التشريعية والمؤسسات الإعلامية القومية، يتم وضع قوانين وتشريعات تساعد على تطوير الأبحاث الإعلامية -في إطار من الممارسات الإيجابية؛ لتحقيق الأمن المجتمعي، خاصة فيما يتعلق بالإعلام الجدي، وباستخدامات الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي، ووضع أطر تشريعية تتوافق وخصائصها وخصائص جمهورها، وخطط الدولة التنموية، وإصدار قوانين تدعم الباحثين في مجال الإعلام بالبعثات والتدريب، والتكثيف من بنوك المعلومات والنشر الدولي والمنح. (تؤكد على هذه النتيجة دراسة محمود (2018) من حيث ضعف وجود تشريعات تيسر الشراكات البحثية مع مؤسسات المجتمع المختلفة).
حفظ المعرفة	تقديم سبل الرعاية، والحفاظ على الباحث مادياً ومعنوياً لاستكمال مسيرته العلمية. وتطوير منظومة قومية لحفظ الأبحاث، وتسهيل تداولها بالنظم المكتبية الحديثة، وبالأطر القانونية التي تحفظ حقوق النشر والتأليف.
نشر المعرفة	التوعية بالقوانين والتشريعات المحفزة للعمل البحثي، وتشجيع الأبحاث الإعلامية والتنظير الإعلامي المتعلق بالقوانين والتشريعات الإعلامية لضبط العمل الإعلامي، وتقديم اقتراحات التطوير والتحسين.
تطبيق المعرفة	قيام الباحثين والمؤسسات التعليمية والأكاديميين برفع نتائج الأبحاث والتوصيات للجهات التشريعية، والاستفادة منها في تقديم مشاريع القوانين الخاصة بقطاع الإعلام.
العنصر العملية	الإشراف
إنتاج المعرفة	تطوير أساليب الإشراف على الرسائل العلمية الإعلامية، بما يسمح بدعم الإشراف الإقليمي والدولي. تناسب المشرفين مع التخصص الدقيق للبحث. مراعاة توزيع الإشراف على الرسائل بما يتفق ومدى تفرغ المشرفين، ومراعاة الحصص القانونية لكل مشرف؛ لضمان العدالة، وتحقيق مصلحة وحظ الباحث في الوقت والرعاية الأكاديمية المناسبة.
حفظ المعرفة	تمكين الباحث الإعلامي من التواصل المستمر مع المشرفين، وتلقي الرعاية العلمية والنفسية والأدبية.
نشر المعرفة	دعم أساليب تبادل الإشراف على الرسائل والأطروحات مع المؤسسات الأكاديمية الإعلامية والمتعلقة (في السياسة والاجتماع والآداب والرياضة وغيرها)، والمتابعة. (وفي هذا تشير دراسة عبد الرحمن (1995) إلى وجود مشكلات تعيق عمل الباحثين في الإعلام، منها غياب التنسيق العلمي بين الأقسام من ناحية، وبين الأقسام والمؤسسات الإعلامية من ناحية أخرى، وقلة المؤتمرات العلمية وحلقات النقاش البحثية، وغياب العمل البحثي الجماعي).
تطبيق المعرفة	تنفيذ خطط المؤسسة الأكاديمية الخاصة بالإشراف الأكاديمي مع التقييم المستمر. تطبيق نظم ساعات إشراف خلال فترة إعداد البحث؛ لضمان حصول الباحث على حصته عادلة
العنصر العملية	لجان المناقشة
إنتاج المعرفة	تطوير أساليب المناقشة والتعديلات والإجازة والتوصيات، بما يساهم في دعم البحث العلمي، وتفاذي جوانب قصور الرسائل النظرية والتطبيقية.
حفظ المعرفة	حفظ الرسائل ورقياً وإلكترونياً بالمكتبات الجامعية والإعلامية المتخصصة، والمؤسسات الإعلامية، والوزارات المعنية بموضوع الرسالة.
نشر	مخاطبة المؤسسات المهنية الإعلامية وغير الإعلامية المعنية؛ للمشاركة بحضور المناقشات

جدارات البحث العلمي لخريجي الماجستير في الإعلام في إطار إدارة المعرفة

المعرفة	للرسائل العلمية، ودعوتهم للمساهمة في دعم البحث العلمي المادي والمعنوي.
تطبيق المعرفة	تفعيل قرارات لجان المناقشة الخاصة بالطبع والتداول ومساعدة الباحث في ذلك.
العنصر العملية	النشر الدولي للبحث العلمي الإعلامي
إنتاج المعرفة	إنتاج بحوث تعني بالقضايا الدولية. وضع إجندة النشر الدولي للأبحاث العلمية في المجالات الإعلامية المختلفة ضمن الاهتمامات الأكاديمية وضمن الخطط الإستراتيجية للإنتاج العلمي الإعلامي.
حفظ المعرفة	تنفيذ إجراءات حفظ وتوثيق البحوث العلمية بمواقع المجالات العلمية الدولية .
نشر المعرفة	انتقاء وتحديد ونشر طرق التعامل ومتطلبات النشر بالدوريات العلمية الدولية الإعلامية
تطبيق المعرفة	اتخاذ إجراءات لتجسيد الأبحاث الإعلامية العلمية في صورة منتجات علمية، تحقق عائداً للمؤسسة الأكاديمية.
العنصر العملية	بناء أطر تشغيلية جديدة للبحث العلمي الإعلامي
إنتاج المعرفة	بناء أطر جديدة ومتميزة للبحث العلمي الإعلامي، تضمن الثقة المتبادلة بين الأطراف المعنية، وابتكار نماذج بحثية جديدة تتضمن أساليب وقضايا راهنة، وتعالج مشكلات حقيقية لا يتم تناولها حالياً بالشكل والحجم الكافي، ومنها الترجمة الإعلامية وتحديثها، وتطبيق النظريات الإعلامية الجديدة لحل المشكلات، والتحول التنافسي لوسائل الإعلام التقليدية، وتطبيق نظم ومنتجات إعلامية تتفق والتقدم التقني الإعلامي، والدمج بين وسائل الإعلام التقليدية بمنتجات تتلاءم والإعلام الجديد.
حفظ المعرفة	ابتكار وسيلة تساعد على الاحتفاظ بالمنتج العلمي الإعلامي من جانب مؤسسات الدولة المعنية؛ من مؤسسات صحفية قومية ومجالس متخصصة، بما تشمله من المراكز البحثية داخلها ومكتبات ورقية وإلكترونية، وتوثيق قوائم للباحثين المبدعين في المجالات الإعلامية المختلفة، ودعمهم مادياً ومعنوياً. وتكوين أجندة خاصة بالمؤسسات الفاعلة والمتفاعلة مع الإنتاج البحثي المتميز والمقيمة والمقدرة له.
نشر المعرفة	تبادل ونقل الخبرات البحثية للمؤسسات المعنية. وتعزيز التبادل البحثي والخبرات بين المؤسسات الأكاديمية الإعلامية والمؤسسات الفاعلة والمتفاعلة، ومراكز البحوث بالمؤسسات الإعلامية.
تطبيق المعرفة	وضع النتائج البحثية الإعلامية في أطر يمكن الاستفادة منها في المؤسسات المختلفة، باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة ومواقع الإنترنت وتطبيقات مواقع التواصل الاجتماعية، وإصدار قرارات تنفيذية من قبل مؤسسات الدولة؛ لتشجيع المبدعين من الباحثين في الإعلام، ودعم أفكارهم، وتصعيدهم في المجال الوظيفي على المستويات الإقليمية والعالمية. واتخاذ إجراءات بحثية تضمن ديمومة التواصل الجاد والمستمر بين المؤسسة الأكاديمية والباحثين وبين مؤسسات الدولة الفاعلة والمتفاعلة.
العنصر العملية	الترابط المهني والأكاديمي
إنتاج المعرفة	تطوير المنتج الإعلامي طبقاً لنتائج الأبحاث المتعلقة بالإنتاج والجمهور، والمستجدات المحلية والإقليمية والدولة، والتطورات في الجانب الإداري والتنظيمي والتقني والفني .
حفظ المعرفة	تكوين مكتبة بحثية خاصة بالبحوث المتعلقة بالإنتاج الإعلامي والتطور التكنولوجي بدعم من المؤسسات الأكاديمية، ومبادرات الباحثين المتميزين داخل المؤسسات الإعلامية، كمرجعية علمية تستخدم في وضع وتقييم الخطط البرمجية والإعلامية للمؤسسات الإعلامية،
نشر المعرفة	إتاحة الخريطة الإعلامية للباحثين والبحوث التحليلية والتاريخية للتقييم، والاستفادة من المشاريع البحثية في إعداد الخرائط البرمجية شكلاً ومضموناً.

جداريات البحث العلمي لخريجي الماجستير في الإعلام في إطار إدارة المعرفة

تطبيق المعرفة	الالتزام بتنفيذ الخطط الإعلامية لضمان التقويم والتقييم والتطوير. واستخدام النتائج البحثية المتعلقة والتوصيات البحثية.
العنصر العملية	الإنتاج الإعلامي
إنتاج المعرفة	العمل على دعم وتشجيع الإنتاج الإعلامي المتميز من قبل الدولة والقطاع الخاص، بالتعاون مع الجهات البحثية لتقييم وتقويم المنتجات السابقة. ومشاركة المؤسسات الإعلامية في تطوير العملية التعليمية ببرامج إعلامية متخصصة تتناول الجوانب التقنية والتكنولوجية والقضايا الإعلامية الحديثة.
حفظ المعرفة	استخدام التقنيات الحديثة في حفظ المنتجات الإعلامية؛ لإمكانية إعادة التقييم والدراسة البحثية، وتفسير الظواهر الاجتماعية.
نشر المعرفة	نشر نتائج البحوث التحليلية والميدانية المتعلقة بالإنتاج الإعلامي المختلف، والوصول للمتجبن؛ لتنفيذ التوصيات على أرض الواقع.
تطبيق المعرفة	دعم البحوث التجريبية من خلال إنتاج إعلامي يعالج مشكلات واقعية. وإخراج منتج إعلامي مشترك لصالح المؤسسات الأكاديمية، يعتمد الأسس العلمية والفنون والتقنيات الحديثة.
العنصر العملية	التشارك
إنتاج المعرفة	بناء فكرة التشاركية في ست فئات تدعمها (البحوث والفعاليات والتدريب)، وتشمل: الأول: الكوادر الإعلامية من خلال عمليات التأليف والسيناريو والإعداد والإخراج والإنتاج الإعلامي، والثاني: المؤسسات الإعلامية الحكومية والخاصة، والثالث: الكوادر الأكاديمية، والرابع: مؤسسات الدولة وخاصة التشريعية، والخامس: المؤسسات المدنية، مثل النقابات والنوادي والجمعيات العلمية والاجتماعية، والسادس: رجال أعمال المؤسسات الربحية الذين لديهم الرغبة والقدرة على التشارك في العملية التعليمية ودعمها. وتطوير مبدأ التشارك بين الباحثين وبعضهم، وبينهم وبين الخبراء من بداية مراحل العمل البحثي وتقويمه. ودعوة الباحثين المتميزين والمؤسسات الأكاديمية الحكومية والخاصة في الفعاليات الإعلامية.
حفظ المعرفة	توفير فرص التشارك مع الباحثين، بتدليل العقبات الأمنية والإدارية، وإمكانية الوصول للمسؤولين الإعلاميين للأغراض البحثية. والحفاظ على أطر للتشاور المباشر بين الباحثين والخبراء. والإعلان عن الفعاليات الدورية وغير الدورية، بالتواصل المباشر بين المؤسسات الإعلامية والأكاديمية؛ لإمكانية التواصل في وقت مناسب، وتفعيل اللقاءات. (وفي هذا الإطار وضع معاينة (2008) أسس الشراكة من خلال تجارب عالمية في السماح للجامعات بنقل التكنولوجيا وبيعها، والسماح لأعضاء هيئة التدريس بتقاضي رواتب إضافية من المؤسسات لقاء خبارتهم واستشاراتهم، وتعزيز التعاون الوطني والإقليمي، وتعزيز أكبر فائدة من البحوث المشتركة).
نشر المعرفة	تبادل الخبرات التشاركية للمؤسسات الإعلامية المتعاونة مع الجهات البحثية، والسعي لنشر نتائج المنتج العلمي، وإيصال التوصيات للخبراء المشاركين في العملية التعليمية. (بين بحث الحارثي (2009) ما يمكن أن توفره الشراكة من فرص لتقديم البحث العلمي، ومنها تبادل الخبرات، وتعزيز وتقوية الجامعة وسمعتها ووظيفتها؛ بما يؤدي إلى تطور نوعي في إثراء الخبرات، يتيح الفرصة لحل المشكلات التي تحتاج إلى تعاون وتبادل الأفكار، ويوفر فرصة مناسبة لربط أستاذ الجامعة بالمجتمع وقضاياها).
تطبيق المعرفة	تطبيق مبدأ التشارك في البحوث العلمية، من حيث دعوة الفئات الستة السابق ذكرها للمشاركة في اللقاءات والفعاليات البحثية العلمية. والمشاركة في التحكيم والمناقشات، ووضع الخطط البحثية، وتطوير المناهج. وتطبيق نتائج البحوث الإعلامية فيما يخص جداول ومحاور المؤتمرات والفعاليات والندوات، وتغطية فعاليات المناقشات البحثية المتعلقة باهتمامات المؤسسة الإعلامية، واستخدام المؤسسات الأكاديمية لتنفيذ الفعاليات الإعلامية، وتفعيل الأبحاث الحديثة في المنتجات الإعلامية، وتكريم العناصر البحثية المتميزة.
العنصر	البروتوكولات

جدارات البحث العلمي لخريجي الماجستير في الإعلام في إطار إدارة المعرفة

العملية	
إنتاج المعرفة	عقد بروتوكولات تعاون بينية (مهنية وبحثية)؛ لإمكانية تصميم بحوث ذات صلة بالفضايا المطروحة والراهنة، وتأثيرات الإعلام على الجمهور وعمليات التطوير التقني.
حفظ المعرفة	تمكين الباحثين من الحصول على المواد الإعلامية والمعلومات المطلوبة للبحوث المتعلقة بالقضايا والإنتاج الإعلامي. وتتوفر هذه المراجع بمكتبات المؤسسات الصحفية والإعلامية، التي يمكن للخريج الاستعانة بها بدون مقابل مادي، أو بمقابل مادي بسيط.
نشر المعرفة	الإعلان عن عقد البروتوكولات التعاونية بين المؤسسات الإعلامية الحكومية والخاصة فيما يخص دعم البحث العلمي، وتسويق المعرفة، سواء داخل المؤسسات المهنية أو الأكاديمية، أو من خلال برامج ونشرات إعلامية.
تطبيق المعرفة	تطبيق الشروط والامتيازات المتفق عليها، بحيث يسمح للباحث والمهني بالاستفادة من البروتوكول؛ من اختبار فكرته البحثية الواقعية، إلى توصيل نتائجه بكل تفاصيلها للمؤسسات الإعلامية؛ لاستخدامها في التطوير والتحديث، وتذليل الصعاب البحثية والإعلامية.

توضح نتائج البحث الخاصة بجدول (12) أن العناصر التي تم حصرها في اللقاءات المركزة مع الخبراء تناولت (17) عنصرًا، تتمثل في التخطيط الاستراتيجي، وخدمة المجتمع، والموارد المادية والمالية، والبرامج التعليمية والمقررات، وأساليب التدريس والتعلم، والنظريات العلمية، والتأهيل العملي والتدريب، وموثيق الشرف المهنية والأكاديمية الإعلامية، ومبدأ الثواب والعقاب، والتشريعات والقوانين واللوائح، والإشراف، ولجان المناقشة، والنشر الدولي للبحث العلمي الإعلامي، وبناء أطر تشغيلية جديدة للبحث العلمي الإعلامي، والترابط المهني والأكاديمي، والتشارك، والبروتوكولات. وتم الاستعانة بالدراسات السابقة المتعلقة ببعض النتائج؛ لمزيد من الربط بين العنصر والدراسات السابقة المتعلقة به، مع تصنيفها من خلال عمليات إدارة المعرفة الأربعة (إنتاج المعرفة، حفظ المعرفة، نشر المعرفة، تطبيق المعرفة).

فروض البحث: الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جدارات البحث العلمي لخريجي الماجستير في الإعلام ترجع لمتغير قطاع التعليم (خاص وحكومي).

وللتحقق من صحة هذا الفرض، تم استخدام T.test والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (13) نتائج (T. test) لدلالة الفروق في جدارات البحث العلمي لخريج الماجستير في الإعلام طبقاً لقطاع التعليم (خاص وحكومي).

الدلالة	قيمة ت	الفروق بين المتوسطات	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	الجدارات	
دالة عند 0.020	2.813	1.142	6.321	15.262	27	خاص	المواصفات العامة
			3.382	16.404	59	حكومي	
دالة عند 0.011	1.229	1.111	5.434	20.084	27	خاص	مهارات المعرفة والفهم
			5.237	21.951	59	حكومي	
دالة عند 0.050	1.932	1.016	4.055	16.951	27	خاص	المهارات الذهنية
			3.232	17.967	59	حكومي	
دالة عند 0.000	3.194	0.473	4.941	18.994	27	خاص	المهارات المهنية
			5.659	17.821	59	حكومي	
دالة عند 0.031	2.229	17.096	18.656	72.528	27	خاص	الجدارات ككل
			14.462	89.624	59	حكومي	

يتضح من جدول (13) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في جدارات البحث العلمي لخريج ماجستير الإعلام طبقاً لقطاع التعليم (الخاص والحكومي) في الجدارات ككل عند درجة معنوية (0.031)، وكانت لصالح خريج ماجستير القطاع الحكومي؛ حيث كان متوسطها (89.624)، بينما في القطاع الخاص بلغ متوسطها (72.528). كما تبين وجود فروق دالة إحصائية لصالح خريجي ماجستير القطاع الحكومي في المواصفات العامة، ومهارات المعرفة والفهم، والمهارات الذهنية وكانت عند درجات معنوية قدرها (0.020-0.011-0.050) على التوالي. بينما وجدت فروق دالة إحصائية لصالح خريجي الجامعات الخاصة في المهارات المهنية فقط عند درجة معنوية قدرها (0.000). ويمكن تفسير النتيجة الأخيرة بوجود فرصة أكبر للالتقاء بالخبراء المهنيين المشاركين في العملية التعليمية، ووجود ساعات تدريبية في مؤسسات إعلامية توفرها الجامعات الخاصة من خلال برامج تدريب صيفي، أو من خلال الساعات التدريبية ضمن البرنامج التعليمي للبكالوريوس، التي تدعم أيضاً بالخبراء والمتخصصين العاملين بالمؤسسات المهنية، ما يسمح للخريج بالتواصل عن قرب بالبيئة الإعلامية المهنية، بالإضافة لقلّة عدد الطلاب بالجامعات الخاصة، بالمقارنة بالحكومية؛ ما يعطي فرصة أكبر لزيادة الحصة الفعلية للتدريب. أما مهارات المعرفة والمهارات الذهنية، فخريج الجامعات الحكومية يلزمه الحصول على درجات مرتفعة في الثانوية العامة، بصرف النظر عن وجود مهارات تؤهله للعمل الإعلامي أم لا، مع عدم وجود اختبارات قبول؛ مما يؤدي إلى الاعتماد الأساسي على الدرجات النهائية النظرية للطالب، أما في الجامعات الخاصة فيكون لطالب الثانوية الفرصة لدخول كليات الإعلام بدرجات أقل؛ مما يكون عاملاً مؤثراً على الجدارات في كثير من الحالات (إذا لم يجد الطالب الفرصة لتنميتها بكليات الإعلام الخاصة) بالكوادر المتخصصة وساعات التدريس والمقررات المتطورة والخبراء.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جدارات البحث العلمي لخريج الماجستير في الإعلام ترجع لمتغير النوع (ذكور وإناث). وللتحقق من صحة هذا الفرض، تم استخدام اختبار T.test والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (14): دلالة الفروق في جدارات البحث العلمي لخريج الماجستير في الإعلام طبقاً للنوع (ذكور وإناث).

الدلالة	قيمة ت	الفروق بين المتوسطات	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	الجدارة	
0.111 غير دالة	0.656	.22	4.83	29.86	26	ذكور	المواصفات العامة
			4.74	30.08	60	إناث	
0.265 غير دالة	1.117	.02	9.12	44.06	26	ذكور	مهارة المعرفة والفهم
			9.21	44.08	60	إناث	
0.784 غير دالة	0.274	.05	5.55	37.65	26	ذكور	المهارة الذهنية
			5.28	37.60	60	إناث	
0.128 غير دالة	0.191	1.24	6.50	39.43	26	ذكور	المهارة المهنية
			6.31	38.19	60	إناث	
0.121 غير دالة	1.545	10.92	23.54	187.23	26	ذكور	الجدارات ككل
			23.0	198.15	60	إناث	

يتضح من جدول (14) عدم وجود فروق دالة إحصائية في مواصفات الخريج، أو مهارات المعرفة، أو المهارات الذهنية، أو المهارات المهنية، وكذلك على مستوى الجدارات ككل ترجع للنوع (ذكور وإناث). وتتفق هذه النتيجة ودراسة الكساسبة (2013)؛ حيث بينت النتائج عدم وجود فروق بين الذكور والإناث في كفايات البحث العلمي، وكذلك دراسة الزغول (2016)، من حيث عدم وجود فروق دالة إحصائية للكفايات تعزى لمتغيري النوع الاجتماعي ونوع البرنامج. وتؤكد هذه النتيجة على أن الجدارات المطلوبة لقطاع الإعلام البحثي لا تشير إلى التحيز للنوع (الذكور أو الإناث).

الفرض الثالث:

يوجد تباين دال إحصائياً بين عينة البحث في جدارات البحث العلمي لخريج الماجستير في الإعلام تبعاً للتخصص (علاقات عامة – صحافة – إذاعة وتليفزيون). ولاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين الأحادي One Way "ANOVA" Analysis Of Variance. والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (15) تحليل التباين الأحادي في جدارات البحث العلمي لخريج الماجستير في الإعلام تبعاً للتخصص (علاقات عامة – صحافة – إذاعة وتليفزيون)

الجدارة	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
المواصفات العامة	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	37.061 2.103.964 2.141.025	2 84 86	18.530. 25.047	0.832	0.112 غير دالة
مهارة المعرفة والفهم	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	57.451 3.159.452 3.216.903	2 84 86	28.725 37.612	0.857	0.101 غير دالة
المهارة الذهنية	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	154.640 2.697.584 2.852.224	2 84 86	77.320 32.114	2.714	0.230 غير دالة
المهارة المهنية	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	67.191 1.411.810 1.497.001	2 84 86	33.595 16.807	2.277	0.130 غير دالة
الجدارات ككل	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	683.961 30.433.851 31.117.812	2 84 86	341.980 362.307 18.533	1.061	0.210 غير دالة

يتضح من جدول (15) عدم وجود تباين ذي دلالة إحصائية في جدارات البحث العلمي لدى خريج الماجستير في الإعلام تبعاً للتخصص (علاقات عامة – صحافة – إذاعة وتليفزيون).

وقد اتفقت العديد من الدراسات -ومنها دراسة الدكتور (2008) - في هذا الصدد، من حيث عدم وجود فروق دالة إحصائية لمتغيرات الكلية والتخصص. ويلاحظ أن

هذه النتيجة ترتبط بعدة عوامل، وهي طبيعة المناهج التي تسمح للطالب بدراسة المقررات المشتركة بين هذه الأقسام، واشتراك أعضاء هيئة التدريس في التخصصات المختلفة في العملية التعليمية للأقسام الثلاثة وتدريب المقررات، ومنها الترجمة واللغة العربية والأجنبية، ومناهج البحث، وتكنولوجيا الاتصال، وعلم النفس والاجتماع، والسياسة، ونظريات الإعلام، وكذلك إمكانية استخدام الموارد المالية من أستديوهات ومعامل صحافة ولغة للأقسام الثلاثة، ومع وجود التوجهات التكنولوجية الحديثة في الاتصال وعلوم الإعلام الجديد أصبح عامل التخصص في الأقسام الثلاثة غير وظيفي، وإمكانية عمل الخريج في المجالات الإعلامية المختلفة، وكذلك يوجد تداخل بين الأقسام في مشاريع البحث، وخاصة فيما يتعلق بالإعلام الجديد وقضايا الإنترنت والنشر الإلكتروني.

تاسعاً: ملخص النتائج والبحوث المقترحة:

أجابت النتائج على التساؤلات البحثية وتحققت من صحة الفروض من عدمه، فقد تبين أن المواصفات المتحققة لخريج مرحلة الماجستير في الإعلام من وجهة نظر الخريج، وحققت أعلى من المتوسط كانت (إظهار وعي بالمشاكل الجارية والرؤى)، بينما كانت أقل المواصفات المتحققة هي (توظيف الموارد المتاحة بما يحقق أعلى استفادة). كما بينت نتائج المواصفات العامة المطلوبة من وجهة نظر الخبراء الإعلاميين من خلال المقابلات المركزة وجود ثلاث مواصفات غير مدرجين في المواصفات العامة تتعلق بـ (التعامل، والتفاعل الأكاديمي والمهني من وجهة نظر الخبراء، وباغتنام فرص حضور الفعاليات للتعامل المباشر مع المصادر لجمع المعلومات البحثية). وفي إطار تحليل المهارات الثلاثة (المعرفة، والذهنية، والمهنية) المكتسبة من وجهة نظر الخريج، تبين أن أعلى معدل للمتوسطات الكلية كانت للمهارات الذهنية بوزن مؤوي (89.8%)، يليه مهارة المعرفة والفهم بوزن مؤوي (82.45%)، ثم المهارة المهنية بوزن مؤوي (80.9%). مما يؤكد على أهمية التركيز والدعم الأكاديمي لتنمية هذه المهارات طوال فترات الدراسة في مرحلة البكالوريوس والماجستير، بالاستعانة بالخبراء والتدريب العملي، والتشارك بين القطاعين المهني والأكاديمي، وهو ما أكدته العديد من الدراسات السابقة في المجال، كما تؤكد نتائج البحث الخاصة بالمهارات الذهنية من وجهة نظر الخريج، من حيث حصول مهارة إتقان المهارات المهنية الأساسية والحديثة في مجال التخصص الإعلامي على وزن مؤوي أقل من المعدل المتوسط. وكذلك نتيجة البحث الخاصة بالمهارات المعرفية المطلوبة، والخاصة بتفعيل مبدأ التشارك. وبينت النتائج موافقة العينة على اكتساب مهارة المعرفة والفهم الخاصة بـ (النظريات والأساسيات المتعلقة بمجال الإعلام التقليدي والحديث)، وعلى الرغم من ذلك فإنها ما زالت تمثل مطلباً لتطوير البحث العلمي الإعلامي؛ حيث اعتبره البعض تمثل ضعفاً في تناول العلمي لبحوث الإعلام القديمة والحديثة؛ لما تمثله من تكرار، وعدم توافرها مع البيئة العربية،

والظواهر الاجتماعية المحلية. وتبين النتائج مهارتين ذهنتين مطلوبتين من وجهة نظر الخبراء، تمثلت في (تقديم رؤية جديدة مبتكرة للبحث العلمي ورفعها لإدارة الدراسات العليا بالكلية)، ما تنمي قدرة الباحث على إجراء التحسينات في مجال البحث العلمي، ومهارة (تقييم الإنتاج الإعلامي في الإطار الإقليمي والعالمي)، ما تساعد على تطور عمليات المعرفة في الإطار التطبيقي، وفيما يخص المهارات المهنية المطلوب من جانب الخبراء، تبين وجود مهارات لم تدرج ضمن المهارات المهنية من وجهة نظر الخريج، تتمثل في مهارات (التعامل مع التقنيات الحديثة في مجال الاتصال الجديد، ولديه أجندة خاصة بالمهنيين وصناع القرار والمسؤولين، والتواصل مع المؤسسات الإعلامية قبل إجراءات تسجيل البحث، والقدرة على التفاعل مع الفعاليات الإعلامية؛ لتوصيل نتائج أبحاثه وحل المشكلات المهنية)، وتمثل هذه المهارات المهنية منطلقاً أساسياً لعمليات المعرفة، تساهم في بناء ونشر المعرفة الخاصة بالبحث العلمي الإعلامي على أسس واقعية قوية، وعلى نطاق واسع وفعال. وتناول البحث العناصر الخاصة بعمليات إدارة المعرفة والمطلوبة للبحث العلمي الإعلامي من وجهة نظر الخبراء، تمثلت في (17) عنصرًا، تتمثل في (التخطيط الإستراتيجي، وخدمة المجتمع، والموارد المادية والمالية، والبرامج التعليمية والمقررات، وأساليب التدريس والتعلم، والنظريات العلمية، والتأهيل العملي والتدريب، ومواثيق الشرف المهنية والأكاديمية الإعلامية ومبدأ الثواب والعقاب، والتشريعات والقوانين واللوائح، والإشراف، ولجان المناقشة، والنشر الدولي للبحث العلمي الإعلامي، و بناء أطر تفعيلية جديدة للبحث العلمي الإعلامي، والترابط المهني والأكاديمي، والإنتاج الإعلامي، والتشارك، والبروتوكولات). بينت أهمية هذه العناصر إذا تمت في إطار منظم، يسعى لتحقيق المصلحة للأطراف المعنية، والواجب مشاركتها في الإنتاج العلمي في قطاع الإعلام، ومنها المؤسسة التشريعية، والسياسية والمجتمع المدني. كما بينت أهمية جانب التخطيط الإستراتيجي كبنية أساسية، يجب أن تكون منطلقاً للعمل الإعلامي المهني والأكاديمي على السواء، إذا أردنا تطوير هذا القطاع، واعتباره عنصرًا أساسياً من عناصر تحقيق خطة الدولة التنموية، واللاحق بركب التقدم البحثي والتطبيقي. كما تبين من النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث، وفي التخصصات الثلاثة (الصحافة والعلاقات العامة والإذاعة والتلفزيون) في جدارات البحث العلمي، وتتفق هذه النتيجة مع العديد من الدراسات، باعتبار وجود عامل معرفي ومهاري مشترك بين الأقسام. بينما تبين وجود فروق دالة إحصائية في جدارات البحث العلمي، ترجع لقطاع التعليم لصالح التعليم الحكومي في الجدارات ككل، وهو ما يؤكد على ضرورة وضع خطط إستراتيجية جديدة لقطاع التعليم الخاص، تضمن توفر حصة مهارية ومواصفات، تعين الطالب قبل حصوله على الماجستير للعمل البحثي الفاعل.

البحوث المقترحة:

- بحوث مشتركة بين القطاعات ذات الصلة بالمنتجات الإعلامية (الفنون المسرحية والسينما والفنون التطبيقية والجميلة) في ظل الإعلام الجديد؛ لإعادة تطوير القطاع بما يخدم التنمية في مصر.
- بحوث نقدية لنظريات الإعلام التقليدي والإعلام الجديد في ظل اتجاهات الجمهور للإعلام الاجتماعي.
- بحوث تجريبية لإستراتيجيات التدريس والتعلم التقليدية والجديدة في قطاع الإعلام.
- بحوث في مجال الترجمة الإعلامية وتحدياتها السياسية والاجتماعية.
- بحوث في مجال جودة الإعلام المهني، وسبل تطبيقها داخل المؤسسات الإعلامية بمعايير إدارة الجودة العالمية.
- بحوث استطلاعية قبلية؛ لوضع إستراتيجيات الموارد المادية بالمؤسسات الإعلامية والخاصة بزيادة أسعار الصحف القومية وقياس مردودها.
- بحوث تجريبية، بالاستعانة بنماذج عالمية ناجحة في مجال تطوير البحث العلمي الإعلامي.

المراجع العربية والأجنبية:

- 1- إبراهيم، حماد (2018): "لماذا يفتقر البحث الإعلامي إلى الأصالة؟: تحليل تاريخي نقدي مقارنة في ضوء الاستنساخ والمحاكاة للتراث الأمريكي في علوم الاتصال الجماهيري - خلاصة تجربة في النقد الذاتي (1)، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، ع (4) المعهد الدولي للإعلام بالشروق، ص ص 9-39.
- 2- الباز، أحمد نصحي أنيس (2017): تصور مقترح لرفع مستوى الميزة التنافسية في البحث العلمي لمؤسسات التعليم العالي في مملكة البحرين من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس فيها، **المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي**، المجلد العاشر، العدد (29)، ص 133.
- 3- ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمد (2005): **لسان العرب**، لبنان، دار صادر.
- 4- ابن عمار، سعيدة خيرة (2015): إشكالية التنظير والتطبيق في علوم الإعلام والاتصال، **مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية**، العدد (8)، مركز جيل البحث العلمي، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، ص ص 213-228.
- 5- أبو خضير، إيمان سعود (2009): تطبيق إدارة المعرفة في مؤسسات التعليم العالي "أفكار وممارسات"، **المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية نحو أداء متميز في القطاع الحكومي**، المملكة العربية السعودية، 12-16 ذو القعدة 1420.
- 6- الجرجاوي، زياد علي، حماد، شريف علي (2005): معوقات البحث العلمي في جامعة القدس المفتوحة ودور الجامعة في تطويره، **ندوة واقع البحث العلمي وأفاق تطويره في جامعة القدس المفتوحة**، فلسطين، رام الله، جامعة القدس المفتوحة، تموز.
- 7- الحارثي، زايد بن عجير (2009): بعض المعوقات والتحديات لقيام الشراكة الفعلية في مجال البحث العلمي في الجامعات السعودية، **المنتدى الأول للشراكة المجتمعية في مجال البحث العلمي في المملكة العربية السعودية**، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ص ص 313 - 311.
- 8- الخضسر، منال إلياس (2006): **استخدام التقنيات الحديثة في تطوير البحوث الإعلامية**، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان.
- 9- الدسوقي، نوال الدسوقي (2017): دور الكراسي البحثية في تحقيق الريادة العلمية، <https://www.mu.edu.sa/ar>، 2/05/2017-12:07.
- 10- الذكروني، أحمد عبده إسماعيل (2008): معوقات البحث العلمي في مجال الإعلام من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، **أعمال المؤتمر الدولي: اللغة العربية والتنمية البشرية الواقع والرهانات**، مركز الدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، المجلد (2) المغرب، ص ص 821-906.
- 11- الزغلول، عماد عبد الرحيم، الهندال، هدى سعود (2016): مستوى توافر كفايات البحث العلمي (الكمي) لدى طلبة الدراسات العليا في جامعة الخليج العربي، **المجلة الدولية التربوية المتخصصة**، المجلد (5)، العدد (3) آذار، 2016.
- 12- السيد، عبد العزيز، عبد العزيز (2012): التوجهات والمقاربات النظرية في بحوث الإعلام الجديد، **مجلة كلية الآداب**، عدد (39)، جامعة جنوب الوادي، كلية الآداب، ص ص 461-490.
- 13- الشامي، عبد الرحمن محمد سعيد (2009): **تقويم برنامج الدراسات العليا في كلية الإعلام، دراسة حالة، المؤتمر الإقليمي العربي: نحو فضاء عربي للتعليم العالي**، التحديات العالمية والمسؤوليات المجتمعية، منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم.
- 14- الشتيحي، إيناس سعيد (2016): **التمكين الإداري للقيادات التربوية برياض الأطفال وعلاقته بممارسة عمليات إدارة المعرفة**، **مجلة اتحاد الجامعات العربية للتربية وعلم النفس**، سوريا، 14 (3)، ص ص 42 - 101.
- 15- الشربيني، عبير فتحي محمد إبراهيم (2015): معوقات باحثي الإعلام والاتصال في مصر، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، المجلد/العدد: ع4 جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان.
- 16- الصوينع، خلود عثمان (1432): **معوقات البحث العلمي لدى أعضاء هيئة التدريس في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود، كلية العلوم الاجتماعية.
- 17- الطيب، مصطفى عبد العظيم (2013): **ضمان جودة البحث العلمي في الوطن العربي**، دراسة تحليلية ميدانية، **المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي**، المجلد السادس، العدد (13).

- 18- آل عثمان، عبد العزيز بن محمد (2013): **واقع تطبيق ادارة المعرفة في جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية - المعوقات وسبل التطوير**، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ص ص 51-53.
- 19- الفوال، نجوى (1995): **الصحافة المصرية وقضية أخلاقيات البحث العلمي الاجتماعي، مؤتمر أخلاقيات البحث العلمي الاجتماعي في الفترة من 16-18 أكتوبر 1995**، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، الجزء الثاني، ص ص 559-608.
- 20- الفادني، عبد القادر أحمد (2002): **منهجية البحث العلمي**، الطبعة الثانية، الخرطوم، دار جامعة أم درمان الإسلامية للطباعة والنشر، ص 11.
- 21- الكاظمي، ظافر هاشم، وآخرون (2014): **تقويم واقع البحث العلمي من وجهة نظر الأستاذ الدكتور في كليات التربية الرياضية للجامعات العراقية، مجلة القادسية لعلوم التربية الرياضية**، 2 (2) (14)، بغداد، أيلول.
- 22- الكاعبي، رعد جاسم (2017): **علاقة النتائج بالأهداف في البحوث الإعلامية، دراسة تقويمية في بحوث مجلة الباحث الإعلامي 2007-2016**، مجلة الباحث الإعلامي، مجلد (10) العدد (38) كلية الإعلام، جامعة بغداد، ص ص 115-126.
- 23- الكبيسي، صلاح الدين عواد (2015): **"إدارة المعرفة" دار سبسان للطباعة والنشر والتوزيع**، بغداد.
- 24- الكساسبة، حنان صالح (2013): **بناء اختبار محكي المرجح لقياس مدى إتقان طلبة الدراسات العليا في جامعة مؤتة لكفايات البحث العلمي**، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة مؤتة، الأردن.
- 25- آل مقبل، علي بن ناصر (2011): **مهارات البحث العلمي لدى طلبة المرحلة الجامعية وآليات الارتقاء بها، المؤتمر العربي الأول: الرؤيا المستقبلية للنهوض بالبحث العلمي في الوطن العربي**، الفترة من 28-30 مارس، المملكة الأردنية الهاشمية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية بالتعاون مع جامعة اليرموك، أربد.
- 26- المليجي، رضا إبراهيم (2010): **إدارة المعرفة والتعلم التنظيمي - مدخل للجامعة المتعلمة في مجتمع المعرفة**، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 27- المنظمة العربية للتنمية الإدارية (2007)، **معجم المصطلحات الإدارية**، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة.
- 28- الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد - <http://naqaae.eg/wp-content/uploads/2018/10/472.pdf>.
- 29- بطاهر، هشام (2018): **أكسيولوجية البرامج الإلكترونية في تحديث منهجية علوم الإعلام والاتصال، دراسة حالة لبرنامج T4.8**، مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، مجلد (10)، ص ص 147-160.
- 30- بلهوشات، الزبير (2017): **دور المركز الوطني للدراسات والبحوث في المعلومات العلمية والتقنية في التأسيس لمجتمع المعرفة بالجزائر، مجلة التواصل في العلوم الإنسانية والاجتماعية**، عدد (50) جامعة عبد الحميد مهري - قسنطينة 2 الجزائر، ص ص 59-72.
- 31- بن هويل، نوال عبد العزيز (2018): **دور برامج عمادة البحث العلمي بجامعة الملك سعود في تنمية المهارات البحثية لدى الطالبات، مجلة العلوم التربوية والنفسية**، العدد الرابع، المجلد الثاني، المملكة العربية السعودية، فبراير 2018، ص ص 73-99.
- 32- بوزيدي هدى؛ مانع سبرينة (2018): **تطبيقات إدارة المعرفة في مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي "قراءة تحليلية لتجارب بعض الدول"**، مجلة الباحث الاقتصادي، المجلد 6/العدد (10)، ص ص 249-270، جامعة عباس لغرور، خنشلة، الجزائر.
- 33- جرادات، محمد سعود؛ والمعاني، أحمد اسماعيل؛ والصالح، أسماء رشاد، (2011): **"إدارة المعرفة"**، الطبعة الأولى، إثراء للنشر والتوزيع، عمان - الأردن.
- 34- جردات، أسامة (2016): **التدريب الاحترافي: جدارات ومسار، مؤتمر التدريب الأول "الكويت عاصمة التدريب الاحترافي"**، المنعقد في الفترة من 25-26/10/2017م، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، ص ص 1: 10.
- 35- حسين، سمير محمد (1992): **البحوث الإعلامية في الوطن العربي: أهميتها، مشكلاتها، واقعها الراهن، إمكانات تطويرها**، الكتاب السنوي لكلية الدعوة والإعلام العدد (1) 1413، ص ص 3-29، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام.

- 36- حرب، محمد خميس (2013): تطبيق إدارة المعرفة بالجامعات لتحقيق التميز في البحث التربوي، مجلة كلية التربية، الزقازيق، المجلد 28، العدد 79.
- 37- حمود، خضير كاظم (2010): منظمة المعرفة، عمان، الأهلية للنشر والتوزيع.
- 38- حنون، سامي والعوضي، رأفت محمد (2011): تطبيقات إدارة المعرفة في مؤسسات التعليم العالي - إطار فكري، مؤتمر التعليم الإلكتروني واقتصاديات المعرفة، جامعة القدس المفتوحة، ص ص 1-27.
- 39- خير الله، نعمي (2018): مراكز الموارد الإعلامية - مصادر المعلومات وتكثيفها، المجلة العربية للأرشيف والتوثيق والمعلومات، س(22)، ع(43) الجامعة اللبنانية، ص ص 139-159.
- 40- راضي، ميرفت محمد (2012): تصور مقترح لتجويد البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية، رسالة دكتوراه غير منشورة، فلسطين، كلية فلسطين التقنية.
- 41- صافي، يوسف (2004): متطلبات إعداد الطالب الجامعي في عالم سريع التغير "تربية مستقبلية مقترحة"، المؤتمر التربوي الأول "التربية في فلسطين وتغيرات العصر"، المجلد الثاني، الفترة من 23-24 نوفمبر، فلسطين، الجامعة الإسلامية بغزة.
- 42- صالح، سميرة إسماعيل مكي (2012): استخدام البرامج الإحصائية الكمية في بحوث الاتصال، دراسة مسحية في كليات وأقسام علوم الاتصال والإعلام بالجامعات السودانية من 1992-2012، رسالة دكتوراه، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، السودان.
- 43- صالح، قيس عبد الهادي، وباني، باسمه محمد (2013): "القيادة الإبداعية وعلاقتها بمتطلبات إدارة المعرفة من جهة القيادات الإدارية"، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، مجلد (15)، العدد (4).
- 44- عبد الرحمن، عواطف (1995): الباحثون الإعلاميون بين الوعي العلمي والالتزام الأخلاقي، مؤتمر أخلاقيات البحث العلمي الاجتماعي في الفترة من 16-18 أكتوبر 1995، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، الجزء الثاني، ص ص 499-517.
- 45- عبد العاطي، داليا؛ عبد العاطي، دينا (2016): دور إدارة المعرفة ورأس المال الفكري للنهوض بالمنظمات العربية ومواجهة تحديات المستقبل، المؤتمر السنوي الثامن، مستقبل الإدارة العربية في عالم المعرفة والتقنية العالية، الإسماعيلية، ص 11.
- 46- عبد العزيز، علاء أبو نابي (2016): الجدارة والكفاءة - نحو تصحيح الخطأ الشائع في التمييز بينهما، متاح على الرابط التالي بتاريخ 2018/4/21: www.Ala - abu - naba - a.
- 47- عبد المجيد، ليلي (1995): أخلاقيات النشر عن البحوث العلمية في وسائل الإعلام الجماهيري، مؤتمر أخلاقيات البحث العلمي الاجتماعي في الفترة من 16-18 أكتوبر 1995، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، الجزء الثاني، ص ص 609-637.
- 48- عثمان، عزة عبد العزيز عبد اللاه (2012): الإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الإلكتروني "دراسة من منظور تحليلي نقدي"، المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد: التحديات النظرية والتطبيقية"، الرياض، ص ص 15-16.
- 49- عطية، محمد عبد الرؤوف؛ محمد، جمال رجب (2008): إسهامات المقررات التربوية بكلية التربية جامعة الأزهر في إكساب الطالب المعلم مهارات البحث العلمي، المؤتمر العلمي الثاني لكلية التربية جامعة الأزهر (التعليم الجامعي الحاضر والمستقبل)، الفترة: 18-19 مايو، كلية التربية بالاشتراك مع المجلس القومي للرياضة، جامعة الأزهر.
- 50- علي، الطاهر عثمان؛ ميرغني، عبد الرحمن الخرساني (2011): دور الباحثين وخبرات المشرفين في إعداد الرسائل الجامعية، الملتقى العلمي الأول (تجويد الرسائل والأطروحات العلمية، وتفعيل دورها في التنمية الشاملة والمستدامة) الفترة من 12-14 نوفمبر، الرياض جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- 51- علي، محمد شمو (2006): أولويات البحث العلمي في علوم الاتصال "مقدمات ومحاولات"، مجلة بحوث ودراسات العالم الإسلامي، جامعة أم درمان الإسلامية، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي، العدد (1)، ص ص 217-239.
- 52- علي، سعد مطشر (2008): إشكالية المنهج العلمي في بحوث الإعلام: دراسة تحليلية لرسائل الماجستير وأطاريح الدكتوراه في كلية الإعلام للمدة من كانون الثاني 2002 ولغاية نيسان 2008، مجلة الآداب، ع (87) جامعة بغداد، كلية الآداب، ص ص 477-506.
- 53- عمر، فدوى فاروق؛ القاعود، ماجدولين محمود (2015): توجيه نتائج البحوث العلمية الجامعية لصالح الجامعة والمجتمع، بحث منشور، مجلة كلية التربية، جامعة بنها، المجلد 26، العدد 103، 2015.

- 54- كلالدة، طاهر ومحفوظ جودة (1997): أساليب البحث العلمي في العلوم الإدارية، عمان: مؤسسة زهران، ص 17.
- 55- لعباضي، نصر الدين (2016): البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال في المنطقة العربية وغياب الأفق النظري، المستقبل العربي، مج39، العدد (450)، مركز دراسات الوحدة العربية، ص ص 7-27.
- 56- محمد، خميس ناصر، (2006): "أثر إدارة المعرفة في الإبداع والتنافسية" دراسة تشخيصية مقارنة في الشركة العامة للصناعات الجلدية والمركز الوطني للاستشارات والتطوير الإداري، أطروحة دكتوراه في إدارة الأعمال، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد.
- 57- محمود، خالد صلاح حنفي (2016): مراكز التميز البحثي كصيغة لتطوير البحث العلمي في الجامعات المصرية: دراسة تحليلية، مجلة العلوم النفسية والتربوية مج 3، ع3، جامعة الإسكندرية، مصر ص ص 277-306.
- 58- محمود، عماد عبد اللطيف (2018): تكوين الطالب الباحث بكلليات التربية في ضوء بعض الاتجاهات الحديثة، المجلة التربوية - العدد (51) كلية التربية، جامعة سوهاج.
- 59- مخلص، محمد مجدي (2017): إستراتيجية مقترحة لتطوير كفايات البحث العلمي لدى طلبة الدراسات العليا بالجامعات السعودية في ضوء مقومات اقتصاديات المعرفة، مجلة العلوم التربوية، العدد الثالث، جزء 2، جامعة طيبة، المدينة المنورة.
- 60- معاينة، عادل موسى (2008): إدارة المعرفة والمعلومات في مؤسسات التعليم العالي: تجارب عالمية، مجلة دراسات المعلومات، السعودية، العدد 3.
- 61- منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو) (1984): بحوث الاتصال وتوثيقها في الدول العربية، جامعة الدول العربية - الأمانة العامة، ص ص 182-176.
- 62- هوام، حسينة (2018). تحسين جودة التعليم العالي باستخدام الموبايل التعليمي: مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية - مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع - الجزائر.
- <http://search.mandumah.com/Record/895664>
- 63- Birkinshaw Julian, 2001, Why is Knowledge Management So Difficult?, Business Strategy Review, 2001, Volume 12 Issue 1, pp 11-18, © London Business.
- 64- Collin, Audrey (1989). Managers' Competence: Rhetoric, Reality and Research. Personnel Review, 18, 6, pp. 20.
- 65- Daft, Richard. L.(2007). " Understanding the Theory and Design of Organizations" 8 ed,sowth-western.
- 66- Eisner, E. (1991). The Enlightened Eye: Qualitative Inquiry and the Enhancement of Educational Practice, (1sted). New York: Macmillan.
- 67- ERMINE Jean-Louis,(2006). Introduction to Knowledge Management, in Imed Boughzala & Jean-Louis Ermine, 2006.
- 68- Heisig P. & Vorbeck J.(2000). Benchmarking Survey Results, in: Mertins K. & Heisig P. & Vorbeck J., 2001, Knoledge Best Practices in Europe, Sepringer Verlag Bertin, Heiddelbery, Germany.
- 69- Keeley, E. (2004).Institutional Re search as the Catalyst for the Extent and Effectiveness of Knowledge Management Practices in Improving Plan ning and Decision Making in Higher Education Organization, HGL.
- 70- Nancy Dubois, Tricia Wilkeron,(2008). Knowledge Management: Background paper for the development of a Knowledge Management Strategy for Public Health in Canada, National collaborating centrefor methods and tools,2008,p.16
- 71- Nonaka, I. and H. Takeuchi, (1995), "The knowledge creating company: how Japanese companies create the dynamics of innovation", New York: OxfordUniversity Press. Second: Conferences.

- 72- Sarvary Miklos,(1999). Knowledge Management and Connpetition in the Consulting Industry, CALIFORNIA MANAGEMENT REVIEW VOL4I,NO.
- 73- Jennex Murray E.,(2007). Knowledge Management in Modern Organizations, Idea Group Inc, UK, London.
- 74- Vallance, E. (1991). Aesthetic Inquiry: Art Criticism. In Short, E. (Editor). Forms of Curriculum Inquiry, State University of New York Press.

75- قائمة الخبراء:

- أ. أحمد بهاء الدين/ صحفي بوكالة أنباء الشرق الأوسط، مترجم متخصص، مدير قسم الترجمة بالوكالة خبرة منذ عام 2009: 2018، محاضر بكلية الإعلام وفنون الاتصال بمرحلة البكالوريوس والماجستير منذ 2014: 2018.
- أحمد فتح الباب/ مدير عام الإخراج بالقناة الثانية بالتلفزيون المصري، مدرب أكاديمي بجامعة الشارقة، 12 عام خبرة.
- د. إسماعيل إبراهيم/ مدير تحرير الأهرام سابقاً، خبرة أكثر من 40 عامًا، ومدرس بكلية الإعلام وفنون الاتصال - جامعة 6 أكتوبر، خبرة أكاديمية من 1992: 2018 في كليات الإعلام الخاصة والحكومية وأقسام الصحافة والتربية النوعية.
- أ. أمال العناني/ كبير مذيعين، ومحاضر بكلية الإعلام بالجامعات المصرية، ما يقرب من 40 عامًا خبرة إذاعية، وعشرة أعوام خبرة كرئيسة لشبكة الإذاعات المحلية، ومدير إذاعة القاهرة الكبرى سابقاً، ومحاضر في كليات الإعلام بالجامعات المصرية.
- أنور عبد اللطيف/ مستشار مدير تحرير الأهرام، ومدير تحرير الأهرام التنفيذي سابقاً، ورئيس قسم السكرتارية الفنية، عشر سنوات خبرة، ومشرف على ملحق الجمعة، ومدير تحرير الأهرام الرياضي، ومحاضر بجامعة الأهرام الكندية وجامعة 6 أكتوبر، 7 أعوام خبرة كمحاضر.
- حامد محمود السيد/ مدير إدارة البرامج الإخبارية بقناة النيل للأخبار بالتلفزيون المصري، قطاع الأخبار، الهيئة الوطنية للإعلام، خبرة أكاديمية 4 أعوام بالجامعات المصرية.
- أ.د. حسن علي/ مذيع بالبرنامج العام بالإذاعة المصرية، خبرة 12 عامًا، وأستاذ ورئيس قسم وعميد إعلام بالجامعات مصر، خبرة 30 عامًا.
- د. صباح الحكيم/ متحدث رسمي بالجامعة العربية، صحفية بالأهرام، رئيس مجلس إدارة موقع جريدة أهرام الصباح، سفيرة نوايا حسنة، مستشار إعلامي لغرفة مقدمي الخدمات الطبية، خبرة مهنية 20 عامًا، عميد أكاديمية AIT، مدرس بكلية الإعلام وفنون الاتصال بجامعة 6 أكتوبر، 8 أعوام خبرة أكاديمية.
- أ.م.د/ صفاء علم الدين/ عملت بمجال التمثيل، والإخراج، والإنتاج الإذاعي والتلفزيوني والمسرحي، وأستاذ مساعد بكلية الإعلام وفنون الاتصال، 25 عامًا خبرة مهنية، جامعة 6 أكتوبر 16 عامًا خبرة أكاديمية.
- أ. عبد العظيم صدقي/ مدير العلاقات العامة بمصر للطيران، ومستشار وزارة سابقاً، ومحاضر بكلية الإعلام بالجامعات المصرية، أكثر من عشرة أعوام خبرة كمحاضر.
- أ. عبد الغني حمدي المالكي/ مذيع برامج بالتلفزيون المصري، 22 عامًا خبرة مهنية، ومحاضر بجامعة 6 أكتوبر، 7 سنوات خبرة أكاديمية.
- د. عمرو الليثي/ رئيس شبكة قنوات النهار، ورئيس شبكة قنوات الحياة سابقاً، مذيع ومحاضر بجامعة مصر الدولية، والأكاديمية البحرية للعلوم والتكنولوجيا، والمعهد العالي للسينما.
- د. سهير المصادفة/ روائية ومترجمة وكاتبة، رئيس الإدارة المركزية للمشروعات، وكيل وزارة، الهيئة العامة للكتاب، خبرة 30 عامًا، ترجمة إعلامية في مصر وخارج مصر بقطاع الإعلام الأكاديمي.
- د. محسن نعمان/ أمين عام اتحاد الإذاعة والتلفزيون سابقاً، خبرة إذاعية منذ عام 1979: 2018، ومحاضر بالجامعات بلندن وجامعات مصرية، خبرة أكاديمية 1984: 2018.
- د. محمد إبراهيم/ مدير إدارة الجرافيك بجريدة الأهرام، خبرة 27 عامًا، مدرس بالجامعات المصرية قطاع الإعلام، ست سنوات خبرة أكاديمية.
- أ. محمد حبيب/ عضو لجنة قطاع الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات، ومحاضر بالجامعات المصرية.

- د. نادر مصطفى/ عضو مجلس النواب، وأمين سر لجنة الثقافة والإعلام بالبرلمان 2018، خبرة أكاديمية 9 أعوام داخل مصر وداخل مصر بقطاع الإعلام.

76- المحكمون:

- أ.د. رفعت البديري، وكيل كلية الإعلام وفنون الاتصال للدراسات العليا، جامعة 6 أكتوبر.
- أ.د. فائق الطنباري، عميد معهد الإعلام سابقاً.
- د. عماد الشرفاوي، مدير مركز التعليم الإلكتروني بجامعة 6 أكتوبر.
- أ.م. دندبية القاضي، أستاذ الصحافة بجامعة المنوفية.
- أ.د. فتحي عثمان، أستاذ الإحصاء ومدير الإرشاد الأكاديمي بجامعة 6 أكتوبر.