

دور المؤسسات التدريبية المصرية في إعادة تشكيل المهارات الإعلامية لدارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني (دراسة حالة على مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي)

د. عبير محمد حمدي صبرة*

د. أماني فاروق**

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على دور المؤسسات التدريبية المصرية في إعادة تشكيل المهارات الإعلامية لدارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني بالتطبيق على مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي، وقد تم استخدام منهج دراسة الحالة و منهج المسح من خلال تطبيق استمارة استبيان على عينة من المتدربين في المركز قوامها 250 مفردة بالإضافة إلى صحيفة مقابلات متعمقة مع عينة من المتخصصين والأكاديميين، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- أكدت نسبة 80% من المبحوثين على استفادتهم من البرامج التدريبية بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي في تطوير مهاراتهم الإعلامية بدرجة كبيرة بينما يستفيد منها إلى حد ما نسبة 17.8%، وهو ما يؤكد آراء الخبراء في قدرة البرامج التدريبية في إعادة تشكيل المهارات الإعلامية لدى الطلاب في كليات الإعلام، خاصة إذا تم تصميمها بما يتوافق مع المتغيرات المهنية والتكنولوجية الحديثة.

2- جاءت موضوعات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته وإنتاج المحتوى الرقمي وصحافة البيانات في مقدمة الموضوعات التي ينبغي التركيز عليها في البرامج التدريبية لطلاب ودارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني بالمراكز التدريبية من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين.

3- اتفق عدد كبير من المتخصصين والأكاديميين على وجود تباين في جودة التدريب في المؤسسات سواء الأكاديمية أو المهنية طبقاً لاهتمام المؤسسات بالتطوير ومسيرة الواقع والاعتماد على التقنيات الرقمية واستحداث بعض الطرق والأساليب المتطورة.

الكلمات المفتاحية: التدريب الإعلامي، المهارات، المؤسسات التدريبية

* الأستاذ المساعد بقسم الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني شعبة علوم الإعلام بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام.
** المدرس بقسم الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني شعبة علوم الإعلام بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام.

The role of Egyptian training institutions in reshaping the media skills of radio and television content learners

A case study on the Media Production City Training Center

Asst. Prof. Dr. Abeer Mohamed Hamdy *

Dr. Amany Farouk**

Abstract:

The current study aims to identify the role of Egyptian training institutions in reshaping the media skills of radio and television content learners, applying this study to the Training and Development Center at the Media Production City. The case study approach and the survey approach were used by applying a questionnaire form to a sample of trainees at the center consisting of 250 individuals, in addition to a sheet of in-depth interviews with a sample of specialists and academics. The study reached a set of results, the most important of which are:

-1 80% of the respondents confirmed that they benefited greatly from the training programs at the Training and Development Center in Media Production City in developing their media skills, while 17.8% benefited somewhat from them. This confirms experts' opinions on the ability of training programs to reshape the media skills of students in media colleges, especially if they are designed to keep pace with modern professional and technological changes.

-2 Artificial intelligence, its applications, digital content production, and data journalism were among the top topics to focus on in training programs for students and students of radio and television content at training centers, from the perspective of experts and academics.

-3 A large number of specialists and academics agreed that there is a disparity in the quality of training in institutions, whether academic or professional, according to the institutions' interest in development, keeping pace with reality, relying on digital technologies, and introducing some advanced methods and techniques.

keywords: skills, Training institutions , Training.

* Assistant Professor at the International Academy for Engineering and Media Science

** Lecturer in the Radio and Television Production Department, Media Sciences Division, International Academy for Engineering and Media Sciences.

مقدمة

يشهد قطاع الإعلام في مصر والعالم تحولات متسارعة بفعل التطور التكنولوجي والرقمي الذي أعاد تشكيل منظومة الإنتاج الإعلامي وأساليبه ومجالاته. فقد فرضت الثورة الرقمية واقعًا جديدًا يعتمد على الإعلام متعدد المنصات، وصحافة البيانات، والإنتاج المرئي التفاعلي، واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز والافتراضي في صناعة الأخبار والبرامج. هذا الواقع الجديد يستدعي من مؤسسات التعليم والتدريب الإعلامي تطوير مناهجها وأساليبها بما يضمن إعداد جيل من الإعلاميين قادر على التعامل مع هذه المتغيرات بكفاءة وفاعلية.

وفي هذا السياق، أصبحت المؤسسات التدريبية المصرية – الحكومية منها والأهلية والخاصة – مكونًا محوريًا في إعادة تشكيل المهارات الإعلامية لدارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني، حيث تسعى هذه المؤسسات إلى سد الفجوة بين المعرفة النظرية الأكاديمية التي تقدمها كليات وأقسام الإعلام، وبين المهارات العملية والتطبيقية التي يتطلبها سوق العمل الإعلامي. فهي تقدم برامج تدريبية متخصصة في مجالات متنوعة تشمل: إعداد وتقديم البرامج، الصحافة الرقمية، الإعلام المرئي والمسموع، مهارات الإنتاج والإخراج، تقنيات المونتاج والجرافيك، إضافة إلى مجالات الإعلام الجديد مثل إدارة المنصات الرقمية وصناعة المحتوى على شبكات التواصل الاجتماعي.

وتبرز أهمية دور هذه المؤسسات في كونها ليست مجرد مراكز لتأهيل الطلاب أو تزويدهم بالخبرات التقنية فحسب، بل تمثل بيئات تعليمية متكاملة تساهم في إعادة تشكيل وبناء منظومة المهارات الإعلامية على نحو يتوافق مع متطلبات السوق المحلي والإقليمي والدولي. كما تعمل على صقل مهارات التفكير النقدي والتحليل الإعلامي لدى المتدربين، بما يمكنهم من التعامل الواعي مع القضايا المجتمعية والإعلامية الراهنة، وتوظيف أدوات الإعلام لخدمة المجتمع.

وفي مصر، لعبت مؤسسات تدريبية مثل مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي، وأكاديمية الإعلام التابعة للهيئة الوطنية للإعلام، والمؤسسات الخاصة والدولية التي تعمل داخل مصر دورًا متزايد الأهمية في السنوات الأخيرة، خاصةً مع سعي الدولة إلى تطوير الإعلام المحلي وتعزيز قدرته التنافسية. وقد انعكس هذا الدور على مخرجات العملية التعليمية من خلال إكساب الطلاب مهارات عملية متقدمة، وإتاحة فرص للتفاعل المباشر مع الخبراء والممارسين، وربط الطلاب بسوق العمل منذ المراحل الأولى من دراستهم.

ومن هنا وجدت الباحثتان أهمية دراسة دور المؤسسات التدريبية المصرية في إعادة تشكيل المهارات الإعلامية لدارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني (مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي: حالة تطبيقية)، إذ تمثل هذه الدراسة محاولة لفهم طبيعة هذا الدور، ورصد مدى فاعليته، وتحديد أبعاده ومجالاته، والكشف عن التحديات التي تواجه هذه المؤسسات، واقتراح السبل الكفيلة بتطويرها بما يواكب الطموحات الوطنية والتحديات العالمية في مجال الإعلام.

الدراسات السابقة:

من خلال مسح التراث العلمي الذي تناول دور التدريب في إعادة تشكيل المهارات الإعلامية لدارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني والعاملين بمجال الإعلام يمكن استعراض الدراسات السابقة من خلال محورين هما:

المحور الأول: الدراسات التي اهتمت برصد واقع التدريب في المؤسسات الإعلامية والأكاديمية.

المحور الثاني: الدراسات التي اهتمت برصد علاقة التدريب بتطوير الأداء المهني وإعادة تشكيل المهارات الإعلامية.

المحور الأول: الدراسات التي اهتمت برصد واقع التدريب في المؤسسات الإعلامية و الأكاديمية.

جاءت دراسة محمد بن عبدالعزيز. (2025)¹، بعنوان "واقع التدريب الإعلامي في الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين بالهيئة 2022. هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة التدريب الإعلامي الذي يتلقاه القائم بالاتصال داخل الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع في المملكة العربية السعودية. وتصنّف في إطار البحوث الوصفية، وذلك باستخدامها للمنهج المسحي، وقد تم توزيع الاستبانة على عينة عشوائية قوامها 55 مبحوثاً من القائمين بالاتصال داخل الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع في المملكة العربية السعودية. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن نسبة كبيرة تكاد تقترب من النصف من العاملين داخل الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع لم يحصل على دورات تدريبية إعلامية ومع ذلك مستمرون في العمل على ذات النمط. وأن النسبة الأكبر لم تلتحق بالدورات الإعلامية بسبب الثمن الباهظ للدورات. وأن النسبة الأكبر للتدريب الإعلامي الذي يحصل عليه العاملون في الهيئة يتم في معاهد أو مراكز تدريب لا تتبع رسمياً للهيئة. كما أظهرت الدراسة أن النسبة الأكبر من القائمين بالاتصال داخل الهيئة قد تلقوا تدريباً على يد غير متخصصين في التدريب الإعلامي.

أما عن واقع التدريب في الأردن فقد هدفت دراسة كامل خورشيد، صدام المشاقبة (2022)² بعنوان "واقع التدريب الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية من وجهة نظر الصحفيين"، إلى التعرف على واقع التدريب الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية. تكون مجتمع الدراسة من الإعلاميين العاملين في المؤسسات الإعلامية الحكومية والخاصة في الأردن، تم اعتماد المنهج المسحي باتباع أسلوب المسح على عينة عشوائية بسيطة بلغت (66) مفردة متاحة من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الأردنية من العاملين في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون، ووكالة بتر، والصحف اليومية، وبعض المواقع الإخبارية الإلكترونية، ونقابة الصحفيين، وبعض الفضائيات، باستخدام الاستبانة أداة لجمع البيانات والمعلومات، والبحث ينتمي لفئة البحوث الوصفية، وجاءت النتائج أن 43.9% من المؤسسات الإعلامية توجد فيها أقسام مخصصة للتدريب، وأن 51.5% من المؤسسات تهتم بعقد الدورات التدريبية بنسبة متوسطة. كما أظهرت نتائج البحث أن 53% من العينة ترى أن نسبة تعلم التقنيات الرقمية من التدريب كبيرة، وأن 50% منهم يرى أن مستوى استخدام تطبيقات الذكاء

الاصطناعي في التدريب كان متوسطاً. وتبين أيضاً أن عدم اهتمام الإعلاميين أنفسهم بتطوير الذات، وعدم إشراكهم في تحديد احتياجاتهم التدريبية من أبرز معوقات التدريب الإعلامي. ويقترح الباحثان وضع خطط تدريبية مدروسة، واختيار مدربين أكفاء. كما أوصيا بضرورة تخصيص أقسام تدريبية في المؤسسات الإعلامية، وتأهيل مدربين من داخل المؤسسة.

دراسة نادية العدوي (2022) ³ بعنوان: دور التدريب الميداني في سد الفجوة بين التعليم النظري والممارسة الإعلامية دراسة ميدانية على عينة من خريجي الإعلام بالجامعات المصرية، وأظهرت نتائجها أن الخريجين يعانون من ضعف في المهارات الرقمية والإنتاجية، وأن التدريب الخارجي أكثر فاعلية من التدريبات التي تنظمها الجامعات نفسها، وتدعم الحاجة إلى نموذج تدريبي فعال مثل مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي النموذج التطبيقي للدراسة الحالية.

Samson, N. B. & Ndati, N. (2022) ⁴ بعنوان: دور مؤسسات تدريب الصحافة في مواجهة التغيرات الإعلامية – دراسة حالة تنزانيا مدى قدرة مؤسسات تدريب الصحافة في تنزانيا على مواكبة التحولات التكنولوجية السريعة في بيئة الإعلام. توصلت إلى أن الخريجين غالباً ما يواجهون صعوبة في التكيف مع بيئات العمل الإعلامية الحديثة بسبب الفجوة بين المناهج الأكاديمية والتقنيات المستخدمة في المؤسسات الإعلامية. توصي الدراسة بتعزيز التعاون بين المؤسسات الأكاديمية ووسائل الإعلام لتوفير تدريب عملي ميداني يُمكن الطلاب من اكتساب المهارات اللازمة للتعامل مع التغيرات التكنولوجية المستمرة.

تهدف دراسة Gulnara, T., et al. (2022) ⁵ بعنوان: تطوير المهارات المهنية للطلاب من خلال تقنيات الإعلام إلى استكشاف آراء طلاب كلية التربية حول تأثير دورة “التربية الإعلامية” على تطوير مهاراتهم المهنية. أظهرت النتائج أن الدورة ساهمت في تعزيز التفكير النقدي والقدرة على تحليل المحتوى الإعلامي، بالإضافة إلى تحسين استخدام الطلاب للتقنيات الحديثة في العملية التعليمية. وأوصت الدراسة بإدراج مثل هذه الدورات في المراحل المبكرة من التعليم الجامعي لتعزيز المهارات الإعلامية لدى الطلاب.

استخدمت دراسة ⁶ Deuze (2022) بعنوان: طبيعة العمل الإعلامي منهج التحليل النقدي بدراسة حالة لمؤسسات إعلامية متعددة في بيئات رقمية، وركزت على تغير طبيعة العمل الإعلامي من الوظائف الثابتة إلى “مهن الإعلام العائم”. وأكدت الحاجة المستمرة لتجديد المهارات الإعلامية من خلال تدريب عملي متطور، وأبرزت الدور الحاسم للمؤسسات التدريبية في تجهيز الخريجين لمجال الإعلام المتقارب، وترى الباحثة أن هذه الدراسة توفر أساساً نظرياً لفهم التغيرات البنيوية في سوق العمل الإعلامي والتي تتطلب تدخلاً تدريبياً لإعادة تأهيل الطلاب، لكنها ركزت على الدول الغربية، ما قد يتطلب توطيئ نتائجها في السياق العربي، خاصة أنها توفر نموذجاً عالمياً يمكن البناء عليه.

كما أشارت دراسة ⁷ Singer & Broersma (2022) بعنوان: مدى تكيف الصحافة مع متطلبات العصر الرقمي، وقد استخدمت المنهج التحليلي المقارن، واقترحت بعض النماذج التدريبية التكيفية كبديل للأنماط التقليدية، وكانت أبرز نتائجها أنها تُعلي من شأن التدريب

العملي داخل بيئة العمل الإعلامي. وتتفق مع الدراسة الحالية في أهمية التدريب الواقعي والميداني في إعداد دارسي الإعلام، وترى الباحثة أن المبادئ التطبيقية التي تطرحها الدراسة قابلة للتطبيق عالمياً رغم التركيز على البيئات الأوروبية.

وتوفر دراسة⁸ Kolodzy (2022) بعنوان: ممارسة الصحافة التقاربية دليلاً عملياً لتدريب الصحفيين على العمل في بيئات إعلامية متعددة الوسائط، وتؤكد أن التدريب على "الصحافة المتقاربة" أصبح ضرورة وليست رفاهية، وتتفق مع الدراسة الحالية أنها تدعم ضرورة وجود مراكز تدريب مثل مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي لتقديم هذا النوع من التدريب المتكامل، وتمثل الدراسة مرجعاً تطبيقياً متميزاً للممارسات التدريبية الإعلامية.

وناقشت دراسة⁹ Pavlik (2021) التحليلية بعنوان: الإعلام في عصر الواقع الافتراضي والذكاء الاصطناعي التأثير المتنامي للذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي في العمل الصحفي، وأكدت على ضرورة تطوير المهارات الإعلامية الرقمية عبر مؤسسات تدريب متخصصة، شددت على أهمية الدمج بين المهارات التقنية والتحريرية، وتبرز أهمية إدخال التقنيات الحديثة ضمن برامج التدريب الإعلامي وتكشف عن فجوة المهارات التي تعاني منها البرامج التقليدية ما يتفق مع الدراسة الحالية، لكن يعاب عليها أنها أشارت الدراسة إلى تحديات مستقبلية دون تقديم نماذج تدريبية قائمة، ما يجعل دراستك التطبيقية أكثر تكاملاً.

وهدفت دراسة فيصل صالح الشميري(2021)¹⁰ بعنوان "واقع التدريب والتأهيل الأكاديمي في مجال الإعلام - دراسة حالة بالتطبيق على قسم الإعلام بجامعة أم القرى" التعرف على واقع التدريب والتأهيل الأكاديمي في مجال الإعلام وذلك بالتطبيق على قسم الإعلام بجامعة أم القرى، وتقييم المدرسين، ومصادر إعاقه تطوير جودة التدريب، ورصد البرامج التدريبية التي تمت وسماتها وكيفية تقييمها، وكذلك رصد الاحتياجات التدريبية. وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، وذلك بالاعتماد على أداة الملاحظة واستمارة المقابلة مع السادة أعضاء هيئة التدريس بقسم الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية بجامعة أم القرى وتمثلت أهم النتائج فيما يلي: أكد الأساتذة الذين تم إجراء المقابلة معهم أن العلاقة بين البرامج التدريبية (مواد التدريب والدورات) المقدمة لطلاب قسم الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية بجامعة أم القرى ومتطلبات العمل هي علاقة ارتباطية إيجابية لأنها قائمة على العمل الموضوعي والصدق في مدى تلبية احتياجات ورغبات الطلاب من ناحية، واحتياجات سوق العمل من ناحية أخرى.

دراسة سامي عبد الراضي¹¹ (2021) بعنوان: تحليل فاعلية البرامج التدريبية الإعلامية في المؤسسات الإعلامية العربية وهي دراسة مقارنة بين مراكز تدريب في مصر وقطر والإمارات، وأوضحت النتائج وجود بين وجود تفاوت كبير في مستوى التدريب وكفاءة المدرسين، وأكدت أهمية ربط البرامج التدريبية بواقع العمل الإعلامي المهني، توفر الدراسة خلفية مقارنة يمكن توظيفها لتحليل تجربة مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي ضمن السياق العربي.

وعن واقع التدريب المهني هدفت دراسة وائل العشري(2018)¹² بعنوان: "التدريب الإعلامي في مصر دراسة تحليلية لواقع الممارسة واتجاهات الممارسين"، إلى التعرف على واقع

التدريب المهني في وسائل الإعلام المصرية على اختلاف أنماطها، وأشكال ملكيتها، والمعوقات التي تقف أمام العملية التدريبية بها، خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أولاً: حرص غالبية الإعلاميين - عينة الدراسة- على الحصول على دورات تدريبية انصب معظمها بشكل أساسي على إنتاج التقارير المصورة (تقارير الفيديو)، وتكنولوجيا الإعلام الرقمي، والإنتاج التلفزيوني والكتابة والمهارات التحريرية وجمع الأخبار والمعلومات)، مقابل تراجع الاهتمام بإدارة المؤسسات الإعلامية وأخلاقيات المهنة والنواحي والجوانب القانونية. ثانياً: جاء العمل على رفع الكفاءة المهنية في مجال العمل الإعلامي، وزيادة مهارات استخدام التكنولوجيا الجديدة على رأس أولويات الإعلاميين عند مشاركتهم في الدورات التدريبية، ثالثاً: ما زالت وسائل التدريب التقليدية هي الأفضل من وجهة نظر الإعلاميين - عينة الدراسة - حيث جاءت الدورات التدريبية الطويلة في مقدمة اختياراتهم فيما يتعلق بوسائل التدريب المفضلة لديهم مقابل تراجع الوسائل الأخرى ومن بينها ورش العمل واللقاءات بالخبراء والقيادات المتخصصة والزيارات الميدانية،

المحور الثاني: الدراسات التي اهتمت برصد علاقة التدريب بتطوير الأداء المهني وإعادة تشكيل المهارات الإعلامية

ناقشت دراسة مهند حميد عبيد وحزمة خالد مطشر (2023) ¹³ بعنوان " التدريب الإعلامي ودوره في تطوير أداء العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية" دور التدريب الإعلامي في تطوير أداء العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية، وتهدف الدراسة إلى الكشف عن طبيعة الموضوعات الخاصة بالتدريب الإعلامي والتي تركز عليها المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية، ويعد هذا البحث وصفيًا واستخدم الباحثان المنهج المسحي، وتم اختيار (إذاعة الكوت أف-أم، وقناة واسط، وإذاعة وتلفزيون الكوت "شبكة الإعلام العراقي") كمجتمع بحث، وتم الاعتماد على الحصر الشامل لجميع مفردات مجتمع البحث والبالغ عددهم (54) إعلامياً، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها: أكد أكثر من نصف المبحوثين العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية أن مؤسساتهم لا تحرص على إشراكهم في دورات تدريبية أو تطويرية لرفع إمكانياتهم الفنية والمهنية، كما يسعى العاملون في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية للاشتراك بدورات تدريبية وتطويرية لمواكبة التطورات الحديثة في مجال الأجهزة والمعدات الخاصة بالإنتاج الإعلامي.

وتعرضت دراسة هبة محمد شفيق (2023) ¹⁴ بعنوان " فاعلية برنامج تدريبي لتنمية مهارات الإعلام الرقمي وتطوير التأهيل الأكاديمي لطلاب الصحافة"، لمعرفة مدى فاعلية برنامج تدريبي يهدف لتنمية مهارات طلاب الصحافة وتأهيلهم أكاديمياً ومهنياً لامتلاك مهارات الصحافة الرقمية وأدواتها بالتطبيق على إنتاج "الفيديوجراف" كأحد أشكال الصحافة الرقمية التي تجمع بين مهارات (صحافة البيانات، وصحافة الفيديو، وصحافة الموبايل)، باستخدام تطبيقات الهواتف الذكية، وهي من الدراسات الوصفية التي تستخدم المنهج شبه التجريبي، وظفت مدخل تحليل النظم في التعليم لتحديد مدى فاعلية البرنامج الذي تقترحه الدراسة من خلال تطبيق أداة الاختبار التحصيلي المعرفي (القبلي والبعدي)، وبطاقة ملاحظة الأداء المهاري، لمجموعة تجريبية واحدة ضمت (50) مبحوثاً، وأوضحت نتائج الدراسة تفوق الطلاب في الاختبار البعدي من حيث المهارات المعرفية والأدائية المكتسبة خلال البرنامج

التدريبي لإنتاج الفيديو جراف، واستطاع الطلاب إنتاج "الفيديو جراف" وثبتت فاعلية البرنامج في تنمية المهارات المعرفية والأدائية المستهدفة، وأوصت الدراسة بضرورة تقديم المزيد من البرامج التدريبية التي تهدف لتنمية مهارات الإعلام الرقمي.

استخدمت دراسة أشرف صالح (2023) ¹⁵ بعنوان: أثر التدريب الإعلامي على تطوير المهارات المهنية لطلاب الإعلام في الجامعات المصرية، المنهج الوصفي التحليلي وطبق الاستبيان على عينة من طلاب ثلاث جامعات مصرية، وأظهر التدريب العملي تحسناً واضحاً في مهارات الكتابة والتحرير واستخدام أدوات الإنتاج الرقمي. أكد المشاركون ضعف التدريب داخل المؤسسات الأكاديمية مقارنة بالتدريب الخارجي، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في أن المؤسسات التدريبية تلعب دوراً جوهرياً في إعادة تشكيل المهارات الإعلامية، وتختلف في أنها لا تدرس حالة لمؤسسة تدريبية شأن الدراسة الحالية.

تقدم دراسة Vos & Hanusch (2022) ¹⁶ بعنوان: الموسوعة الدولية لدراسات الصحافة: فصولاً متخصصة عن التدريب الإعلامي والتكامل المهني بين التعليم وسوق العمل، وتسلط الضوء على الممارسات الفضلى للتدريب المهني في الصحافة، توفر خلفية موسوعية موثوقة يمكن توظيفها في الإطار النظري والمعرفي للدراسة الحالية، لكن يؤخذ على هذا الإطار إنه عام نسبياً ويحتاج إلى تطبيق مباشر.

هدفت دراسة Abuhasirah, Ramez ¹⁷ (2022) بعنوان: التدريب الأكاديمي في كليات الإعلام وانعكاساته على الممارسة المهنية إلى التعرف على انعكاس التعليم الأكاديمي الإعلامي على الممارسة المهنية. واعتمدت الدراسة على منهج مسح الجمهور. وتم توزيع استبانة على عينة متاحة مكونة من (102) من المهنيين في المؤسسات الإعلامية الأردنية الحاصلين على شهادة إعلامية. وأظهرت النتائج أن التعليم الأكاديمي للإعلاميين تمثل في "غلبة الجوانب النظرية على الجوانب العملية في المقررات الأكاديمية"، وفي المقابل تمثلت المهارات الإعلامية والتدريب المهني العملي للعاملين في المؤسسات الإعلامية الأردنية في: "انعكاس التدريب الإعلامي على الأداء المهني للصحفيين"، أما أهم انعكاسات التعليم الأكاديمي على الممارسة المهنية للإعلاميين فكانت: "إن التدريب الأكاديمي من خلال الدورات العملية/التدريبية مهم في تنمية المهارات والممارسة المهنية"، وأن كليات الإعلام تواجه ضرورة تطوير مناهجها وخططها لمواكبة متطلبات واحتياجات سوق العمل الإعلامي من خلال التركيز على الجوانب العملية بدلاً من الجوانب النظرية، وإشراك الإعلاميين في عملية التدريس، فضلاً عن التنسيق بين كليات الإعلام والمؤسسات الإعلامية لتقييم واقع سوق العمل الإعلامي ومخرجات كليات الإعلام ووضع المقترحات التي تسهم في تحسين المؤهل العلمي في كليات الإعلام.

وجاءت دراسة أمين منصور وعبد الله سمير (2021) ¹⁸ بعنوان "التدريب الإعلامي للقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية وعلاقته بالمهنية" بهدف التعرف على طبيعة التدريب الإعلامي الذي يتلقاه القائمون بالاتصال داخل المؤسسات الإعلامية الفلسطينية وعلاقته بالمهنية، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، وتم توظيف أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، بالاعتماد على نظرية (حارس

البوابة)، وتم جمع البيانات بأداة صحيفة الاستقصاء، وأداة المقابلة الشخصية، على عينة عشوائية قوامها 260 مفردة من القائمين بالاتصال في محافظات غزة – فلسطين، ومن أهم نتائج الدراسة: عد التدريب عنصراً أساسياً في تطوير المهنة الإعلامية والارتقاء بالأداء المهني لدى الإعلاميين، وأن 90% من عينة الدراسة تلقوا دورات متنوعة، وأهم الأسباب التي جعلت الإعلاميين يلتحقون بالدورات هو مجال الدورة، ويعد ضغط العمل وعدم التفرغ للتدريب من أهم الأسباب لعدم الالتحاق بالدورات، وأهم الجهات التي تقدم التدريب الإعلامي المؤسسات الأكاديمية المتخصصة، وأثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية بن مستوى حصول الإعلاميين الفلسطينيين على التدريب ومهنتهم، ومن أهم التوصيات: عقد ودعم الدورات التدريبية الإعلامية التي تقدم للقائمين بالاتصال، والاهتمام بمحتواها، خاصة الدورات المتخصصة، وقياس العائد التدريبي سواء على صعيد الاتجاه المعرفي أو الاتجاه السلوكي للإعلاميين.

دراسة (Mensing & Franklin (2020)¹⁹ بعنوان: **التربية الإعلامية التدريب والتوظيف**، دراسة مقارنة ميدانية في أوروبا وأمريكا، حللت العلاقة بين التعليم الإعلامي وسوق العمل، أشارت إلى عدم فعالية كثير من برامج التعليم التقليدي في سد فجوة المهارات، دعت إلى تعاون حقيقي بين الجامعات ومؤسسات التدريب الإعلامي، تُعد من أكثر الدراسات صلة بالدراسة الحالية لأنها تركز على نموذج العلاقة بين التعليم والتدريب وسوق العمل، الدراسة قوية نظرياً وميدانياً لكنها تفتقر لتحليل مؤسسات التدريب العربية، وهو ما تركز عليه الحالية.

استخدمت دراسة (Jenkins, Ford & Green (2020)²⁰ بعنوان: **الوسائط القابلة للنشر: خلق القيمة والمعنى في ثقافة مترابطة**: استخدمت المنهج: السيميولوجي – ودراسة حالة رقمية، وربطت بين فهم الجمهور الرقمي وضرورة إعداد كوادر إعلامية جديدة قادرة على إنتاج محتوى متفاعل. و شددت على أهمية المهارات الإعلامية المتعددة الوسائط، وتتفق مع الدراسة الحالية في إنها تسلط الضوء على ضرورة تدريب دارسي الإعلام على بيئات العمل الرقمي الجديدة، لكنها تركز على الجمهور الرقمي أكثر من المؤسسات التدريبية ما يميز الدراسة الحالية، لكنها تقدم أساساً هاماً لتطوير المهارات الإعلامية الحديثة.

وعن دوافع تطوير الأداء الإعلامي أوضحت دراسة خالد زكي (2020)²¹ بعنوان: **ثلاثة دوافع لتطوير الأداء الإعلامي وأربع إشكاليات بالمقررات الدراسية الإعلامية العربية** رؤية لتطوير الأداء أمام التحديات في المنطقة وتراجع دور الإعلام التنموي. وكشفت عن ثلاثة دوافع لتطوير الأداء الإعلامي العربي، في عدة عناصر، كشف العنصر الأول عن التحديد الدقيق للمفاهيم وتناول خمس إشكاليات أمام التدريب الإعلامي بالمنطقة العربية أبرزها غياب الخطط والميزانيات. وأوضح العنصر الثاني تحليل واقع التكوين الأكاديمي في كليات وأقسام ومعاهد الإعلام العربية. وبين العنصر الثالث تحليل واقع التأهيل المهني في المؤسسات الإعلامية. وهدف العنصر الرابع إلى انعكاس التأهيل الإعلامي على جودة الأداء المهني. وركز العنصر الخامس على مسارات تطوير الأداء الإعلامي في المنطقة العربية. والعنصر السادس الجهات المنوطة بتطبيق الرؤية.

دراسة. خلود خليل²² (2020) بعنوان: تقييم أثر التدريب الإعلامي على طلاب الإعلام في ضوء المهارات الرقمية دراسة شبه تجريبية وتوصلت النتائج أن التدريبات التي تعتمد على بيانات رقمية تفاعلية ترفع مستوى اكتساب المهارات بنسبة 35%. وأوصت بدمج وحدات تعليمية تدريبية رقمية داخل كليات الإعلام، والدراسة تدعم توجه الدراسة الحالية في التركيز على مراكز تدريب تقدم بيئة رقمية حديثة ومتقدمة مثل مدينة الإنتاج الإعلامي.

دراسة د. عبد الله السعدي²³ (2019) بعنوان: المهارات الإعلامية الجديدة ومتطلبات التدريب الإعلامي في البيئة الرقمية استخدمت المنهج التحليلي، وأشارت إلى تغير جوهري في تعريف المهارات الإعلامية بسبب الإعلام الجديد، كما أبرز أهمية التدريب على أدوات التحقق من المعلومات، الصحافة المتنقلة، وإنتاج الوسائط المتعددة، والدراسة تساعد الدراسة الحالية في بناء الإطار المعرفي الذي ستبني عليه فكرة المهارات الجديدة ودور التدريب في اكتسابها.

التعليق على الدراسات السابقة وموقع الدراسة الحالية منها:

1- ركزت أغلب موضوعات الدراسات السابقة على واقع التدريب في المؤسسات الإعلامية وطبيعته وفاعليته في تنمية المهارات الإعلامية ودراسة واحدة ركزت على انعكاس التعليم الأكاديمي على الممارسة المهنية.

2- تنوعت المناهج المستخدمة في الدراسات بين المنهج الوصفي والتحليلي وشبه التجريبي، كما تنوعت أنواع العينات بين عينات عشوائية وعينات حصر شامل وعينات متاحة ما يميز الدراسة الحالية بالتطبيق على العينة العمدية لتحديد مدى فاعلية البرامج التدريبية في إعادة تشكيل مهاراتها الإعلامية.

3- استخدمت أغلب الدراسات أداة الاستبيان في جمع البيانات وقل استخدام المقابلة الشخصية والملاحظة ما يميز الدراسة الحالية في اعتمادها على الاستبيان والمقابلات المتعمقة مع الخبراء والممارسين.

4- طبقت معظم الدراسات على الممارسين بالمؤسسات الإعلامية وقليل ما طبق على الطلاب في المراحل الأكاديمية بأقسام الإعلام حال الدراسة الحالية.

5- كانت أهم معوقات التدريب التي وردت: عدم إشراك الإعلاميين في تحديد احتياجاتهم التدريبية، التدريب على يد غير المتخصصين، والأسعار الباهظة للتدريب، وعدم اهتمام الإعلاميين أنفسهم بتطوير الذات.

6- جاءت أهم المقترحات: وضع خطط تدريبية مدروسة، تعيين مدربين أكفاء، تخصيص أقسام للتدريب وتأهيل مدربين من داخل المؤسسات، طرح مزيد من البرامج التدريبية لتنمية المهارات الإعلامية خاصة في مجال الإعلام الرقمي، ما تدعو إليه الدراسة الحالية مع ضرورة قياس العائد التدريبي سواء على الجانب المعرفي أو السلوكي للإعلاميين أو دارسي الإعلام.

7- استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في صياغة المشكلة والأهداف والتساؤلات، والمجتمع والعينة والمنهج والأداة. ربط نتائج الدراسة بنتائج الدراسات السابقة.

مشكلة الدراسة:

تبرز أهمية التدريب الإعلامي كعملية أساسية وحيوية تحتاج إليها المؤسسات الإعلامية، نظرًا للتطورات الكبيرة التي يشهدها مجال الإعلام على مستوى المنطقة والعالم، لرفع وتطوير أداء الإعلاميين وهي عملية أولى بها أن تبدأ خلال المرحلة الجامعية لطلاب ودارسي الإعلام، وهنا يبرز دور التدريب وأهميته لنجاح الإعلامي في مسابقة التطورات المتسارعة في مجال الإعلام من خلال دمج وربط الإعلام التقليدي بالإعلام الرقمي، ووضع إستراتيجية متكاملة للتدريب، من هنا جاءت الضرورة الملحة لإجراء دراسات لمعرفة دور المؤسسات التدريبية في إعادة تشكيل المهارات الإعلامية لدارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني، وعلى الرغم من الجهود الكبيرة التي يبذلها المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام، لا تزال هناك فجوة ملحوظة بين المهارات التي يمتلكها دارسو الإعلام والمهارات المطلوبة في سوق العمل الإعلامي المعاصر حيث يتزايد الاعتماد على الذكاء الاصطناعي والأشكال الجديدة من الإعلام الرقمي، مما يتطلب تطويرًا مستمرًا للمهارات الإعلامية لتواكب هذه التطورات. من هنا تتمثل مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة عن السؤال الرئيس: ما دور المؤسسات التدريبية المصرية في إعادة تشكيل المهارات الإعلامية لدارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني؟ .

أهمية الدراسة:

• الأهمية النظرية: قد تسهم الدراسة في:

-أن تكون مرجعاً للباحثين والعاملين في مجال الإعلام لإثراء المعرفة العلمية حول دور المؤسسات التدريبية في تطوير المهارات الإعلامية وتعزيز الكفاءة الإعلامية لدى الدارسين، بما يتناسب مع التحولات الرقمية.

-قد تُسهم في بناء نموذج تطبيقي يمكن تعميمه على مؤسسات تدريبية أخرى في البيئات العربية، مع إبراز معايير الجودة التدريبية الفعالة.

• الأهمية التطبيقية: قد تسهم الدراسة في:

- قد تسهم الدراسة في عملية تطوير البرامج التدريبية بما يتوافق مع متطلبات سوق العمل الرقمي.

-توفير رؤية مستقبلية لتعزيز قدرات دارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني من خلال برامج تدريبية مبتكرة تعتمد على الذكاء الاصطناعي وأحدث تقنيات الإعلام الرقمي.

- استكشاف آليات تحسين أداء الإعلام في مصر، وتعزيز قدرته على مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة.

-قد تسهم الدراسة الحالية في الجانب العملي التطبيقي للدراسات الإعلامية والعمل الإعلامي.

-تساعد كليات وأقسام الإعلام في تطوير شراكات استراتيجية مع المؤسسات التدريبية المعتمدة لضمان تكامل التعليم الأكاديمي مع التدريب العملي.

-توفر تغذية راجعة مهمة لصانعي السياسات الإعلامية والتعليمية بشأن أولويات تأهيل الخريجين والمهارات اللازمة لسوق العمل الإعلامي.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس في رصد دور المؤسسات التدريبية المصرية (كمتغير مستقل) في إعادة تشكيل المهارات الإعلامية لدارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني (كمتغير تابع) بالتطبيق على مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي وينبثق منه بعض الأهداف الفرعية كالتالي:

- 1- التعرف على مدى استفادة دارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني من البرامج التدريبية التي يعقدها مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي في تشكيل مهاراتهم الإعلامية.
- 2- رصد أهم البرامج التدريبية التي يعقدها مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي.
- 3- رصد مدى توظيف التكنولوجيا والأساليب الحديثة في البرامج التدريبية التي يعقدها مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي.
- 4- قياس تقييم جودة البرامج التدريبية التي يعقدها مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي في تشكيل المهارات الإعلامية وملاءمتها لاحتياجات سوق العمل.
- 5- رصد وتفسير أهم المعوقات التي تواجه التدريب بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي.
- 6- التعرف على مدى توافق البرامج التدريبية بالمراكز الإعلامية مع خطة مصر 2030 لتطوير المنتج الإعلامي.
7. استخلاص تصور لتطوير التدريب الإعلامي يساهم في إعادة تشكيل المهارات الإعلامية لدارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني بما يساعد في سد الفجوة بين المهارات الأكاديمية والمهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما مدى استفادة دارسي الإعلام عينة الدراسة الميدانية من البرامج التدريبية التي يعقدها مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي في تشكيل مهاراتهم الإعلامية.
- 2- ما أهم البرامج التدريبية التي يعقدها مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي.
- 3- ما واقع استخدام / توظيف الأساليب التكنولوجية الحديثة في البرامج التدريبية التي يعقدها مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي؟
- 4- ما تقييم الخبراء لمدى مواكبة البرامج التدريبية المستحدثة بمركز التدريب لتأهيل دارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني لمتطلبات سوق العمل الرقمي؟

- 5- ما أهم المعوقات التي تواجه التدريب بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي؟
- 6- ما مقترحات تطوير التدريب الإعلامي في ظل الرقمنة وظهور الأشكال الجديدة من الإعلام؟
- 7- ما تقييم الخبراء لمدى فاعلية البرامج التدريبية المستحدثة في مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي في إعادة تشكيل المهارات الإعلامية؟
- 8- ما مدى توافق البرامج التدريبية بالمراكز الإعلامية مع خطة مصر 2030 لتطوير المنتج الإعلامي؟
- 9- ما تصور الخبراء لتطوير التدريب الإعلامي ليسهم في إعادة تشكيل المهارات الإعلامية لدارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني؟

محاور المقابلة المتعمقة:

- المحور الأول: الواقع الحالي لعملية التدريب للطلاب في المؤسسات التدريبية.
- المحور الثاني: دور التدريب الإعلامي في تشكيل المهارات الإعلامية.
- المحور الثالث: مستقبل التدريب الإعلامي بالمراكز التدريبية من وجهة نظر المتخصصين.
- المحور الرابع: التحديات والمعوقات التي تواجه التدريب الإعلامي ومقترحات تطوير التدريب الإعلامي.

الإطار المعرفي:

يشير التدريب الإعلامي إلى “العملية المنظمة التي تهدف إلى تزويد الأفراد بالمعارف والمهارات والسلوكيات المهنية اللازمة لممارسة العمل الإعلامي بكفاءة، من خلال بيئات واقعية أو محاكاة، غالباً في مؤسسات تدريب متخصصة” تطور التدريب الإعلامي من مجرد ورش تعليمية تقليدية إلى بيئات تفاعلية متقدمة تتضمن: محاكاة غرف الأخبار الحقيقية، تدريب رقمي عبر الإنترنت، استخدام الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز في التدريب.²⁴

أولاً: أهمية التدريب الإعلامي في ظل تطورات المشهد الإعلامي

يلعب التدريب الإعلامي دوراً بارزاً ومهماً في تطوير أداء العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية بهدف تحسين معارفهم ومهاراتهم الإعلامية (مهند حميد، حمزة خالد (2023)،²⁵ حيث يعد أحد الركائز الأساسية في تطوير قدرات العاملين والدارسين في المجال الإعلامي، ويسهم في تزويدهم بالمهارات والمعرفة العملية التي تتماشى مع التطورات المتسارعة في وسائل الإعلام، ومع التحولات الرقمية والتقنيات الحديثة التي غيرت شكل المشهد الإعلامي، أصبح التدريب أكثر أهمية من أي وقت مضى لمواكبة التحديات الجديدة وتلبية احتياجات السوق الإعلامي.

ثانياً: التدريب الإعلامي ودوره في تطوير الأداء الإعلامي:

التدريب الإعلامي من الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها المؤسسات الإعلامية بقصد رفع كفاءة العاملين في تلك المؤسسات لغرض إنتاج مضامين إعلامية تواكب التطورات الحديثة، لذا فإن موضوع التدريب لا يمكن للمؤسسات الإعلامية الاستغناء أو الابتعاد عنه؛ وذلك لأن عملية الإنتاج الإعلامي تتطلب المعرفة بأحدث التقنيات والأجهزة والمعدات التي تساعد على تحقيق ذلك الإنتاج، لذا فإن التدريب الإعلامي نشاط ممتد ومستمر يعمل على مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة في المجال الإعلامي، ويهدف إلى تمكين الإعلاميين والعاملين في المؤسسات الإعلامية من هذه التقنيات ومساعدتهم على فهم استعمال التكنولوجيا الحديثة بشكل أمثل بما ينسجم مع التطورات الحديثة²⁶.

من أهداف التدريب:

- 1- مواكبة التطورات التكنولوجية والإعلام الرقمي
- 2- تعزيز المهارات العملية والتطبيقية
- 3- تحسين جودة المحتوى الإعلامي
- 4- تعزيز القدرة التنافسية للإعلاميين في سوق العمل
- 5- دعم الابتكار والإبداع في الإعلام
- 6- التكيف مع التحديات الجديدة في الإعلام

وفي ظل المشهد الإعلامي المتغير والمتسارع، أصبح التدريب الإعلامي عنصراً حيوياً لضمان استمرارية الإعلاميين وقدرتهم على التكيف مع التحولات الحديثة. من خلال التدريب المستمر، يمكن للإعلاميين ودارسي الإعلام تطوير مهاراتهم، تقديم محتوى متميز، والمنافسة بقوة في السوق الإعلامي. بناءً على ذلك، يجب تعزيز دور المؤسسات التدريبية في مصر لدعم الإعلاميين ببرامج عملية متطورة، تواكب الاحتياجات الفعلية للمجال الإعلامي الحديث.

ثالثاً: مفهوم إعادة تشكيل المهارات

● أ- التعريف:

تعني "عملية تطوير المهارات القائمة أو استبدالها بأخرى جديدة لمواكبة تغيرات سوق العمل الإعلامي"، وهو ما تسعى المؤسسات التدريبية إلى تحقيقه²⁷.

أدوات إعادة التشكيل: التدريب العملي المستمر، استخدام التكنولوجيا التفاعلية، دمج التفكير النقدي والمهارات التقنية

ب- دور المؤسسات التدريبية في تعزيز وتشكيل المهارات الإعلامية

تلعب المؤسسات التدريبية الإعلامية دوراً حيوياً في إعداد وتأهيل الإعلاميين، حيث تعمل على تطوير مهاراتهم لمواكبة التطورات التكنولوجية والمهنية في مجال الإعلام، ومع تزايد الاعتماد على الأدوات الرقمية والتقنيات الحديثة، أصبح التدريب الإعلامي ضرورة لضمان

جودة الأداء الإعلامي وقدرته على تلبية احتياجات الجمهور المتغير ويمكن رصد هذا الدور في:

- 1- سد الفجوة بين التعليم الأكاديمي والممارسة العملية
 - 2- تنمية المهارات الأساسية للإعلاميين
 - 3- مواكبة التطورات التكنولوجية في الإعلام
 - 4- تعزيز مهارات التحقق من المعلومات ومكافحة الأخبار الزائفة مع انتشار الأخبار الكاذبة.
 - 5- تحسين مهارات الاتصال والتفاعل مع الجمهور
 - 6- دعم الابتكار والإبداع في صناعة المحتوى الذي يتناسب مع متطلبات الجمهور الرقمي.
- ومن خصائص المؤسسات التدريبية الفعالة وفقاً لـ Singer & Broersma (2022):²⁸
- تعتمد على بيئة تفاعلية محاكاة للواقع
- يشرف عليها خبراء من المؤسسات الإعلامية
- توفر تقنيات حديثة (VR، AI، Newsroom Simulation)
- تتبنى التدريب بالمشروعات (Project-based training)

رابعاً: العلاقة بين التعليم الأكاديمي والتدريب المهني

يعتمد تطوير المهارات الإعلامية على التكامل بين: المعرفة النظرية: تقدمها الكليات الأكاديمية والخبرة العملية: توفرها مؤسسات التدريب في بيئة واقعية. وهذه العلاقة يجب أن تكون تشاركية لا تنافسية، وفقاً لما أكدته Deuze (2022).²⁹ وتجدر الإشارة إلى مدى تعقيد وتشابك عناصر العملية الإعلامية الحديثة، حيث تبرز أهمية المؤسسات التدريبية كمحور رئيس في تكوين مهارات دارسي الإعلام مع بيئة مهنية دائمة التغير.

خامساً: واقع المؤسسات التدريبية الإعلامية في مصر

تعد المؤسسات التدريبية الإعلامية في مصر من الركائز الأساسية في تأهيل وإعداد كوادر إعلامية قادرة على مواكبة التطورات السريعة في المجال الإعلامي. شهدت السنوات الأخيرة اهتماماً متزايداً بتطوير هذه المؤسسات من خلال تقديم برامج تدريبية متخصصة تجمع بين الجوانب النظرية والتطبيقية ومع ذلك، لا تزال هناك تحديات تواجه هذا القطاع، مما يتطلب تطويراً مستمراً لضمان كفاءة التدريب الإعلامي.

ومن أبرز المؤسسات التدريبية الإعلامية في مصر:

- 1- معهد التدريب الإعلامي التابع لاتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري
- 2- مركز التدريب والدراسات الإعلامية التابع للمجلس الأعلى لتنظيم الإعلام
- 3- الأكاديمية الوطنية للتدريب

4-مراكز التدريب التابعة لكليات الإعلام

5-المؤسسات الإعلامية الخاصة التي توفر برامج تدريبية

سادساً: التحديات التي تواجه المؤسسات التدريبية الإعلامية في مصر

تواجه المؤسسات التدريبية الإعلامية في مصر العديد من التحديات التي تؤثر على جودة وكفاءة التدريب الإعلامي، مما ينعكس على تأهيل الخريجين والمهنيين لمواكبة التطورات السريعة في مجال الإعلام. وتتنوع هذه التحديات بين مشكلات التمويل، وضعف البنية التحتية، والفجوة بين المناهج التدريبية واحتياجات سوق العمل، فضلاً عن تحديات التكنولوجيا والتطور الرقمي. ومن أبرز هذه التحديات:

-نقص التمويل وضعف الإمكانيات التكنولوجية، الفجوة بين المناهج التدريبية واحتياجات سوق العمل، نقص الكوادر التدريبية المؤهلة، غياب معايير موحدة لجودة التدريب الإعلامي، تحديات مواكبة التطور التكنولوجي والتحول الرقمي، قلة الفرص التدريبية المجانية أو منخفضة التكلفة، ضعف التنسيق بين المؤسسات التدريبية والمؤسسات الإعلامية، ضعف التنسيق بين المؤسسات التدريبية والمؤسسات الإعلامية، التحديات المرتبطة بأخلاقيات المهنة والمسؤولية الإعلامية، نقص الاهتمام بتدريب الإعلاميين على إدارة الأزمات الإعلامية.

سابعاً: مقترحات للتغلب على هذه التحديات:

تحديث المناهج التدريبية وفقاً لمتطلبات سوق العمل، تحسين البنية التحتية للمؤسسات التدريبية، تقديم منح تدريبية مجانية أو بأسعار مخفضة للطلاب والخريجين، تطوير نظام اعتماد للمؤسسات التدريبية الإعلامية، تعزيز الشراكات مع المؤسسات الإعلامية الدولية.

ورغم التحديات التي تواجه المؤسسات التدريبية الإعلامية في مصر، إلا أن هناك فرصاً كبيرة لتطوير هذا القطاع من خلال تحديث المناهج، تحسين البنية التحتية، وتعزيز التعاون بين الجهات الإعلامية والتدريبية. إن الاستثمار في التدريب الإعلامي الحديث هو خطوة أساسية لضمان تأهيل جيل جديد من الإعلاميين القادرين على مواجهة تحديات العصر الرقمي وتقديم محتوى إعلامي مهني ومسؤول.

ثامناً: نبذة تاريخية عن مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي

يعتبر مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي أحد أهم المراكز التدريبية المتخصصة في الإعلام بمصر، ويعد الذراع التدريبية لمدينة الإنتاج الإعلامي، التي تم تأسيسها عام 1997، بهدف دعم وتطوير الصناعة الإعلامية في مصر والمنطقة العربية.

التأسيس والتطور

تأسس المركز ضمن استراتيجية مدينة الإنتاج الإعلامي لتأهيل الكوادر الإعلامية وتطوير مهارات العاملين في المجال الإعلامي، سواء في الصحافة أو الإذاعة أو التلفزيون أو الإعلام الرقمي، حرص المركز منذ إنشائه على توفير برامج تدريبية متطورة تعتمد على أحدث التقنيات الإعلامية، بهدف مواكبة التغيرات المتسارعة في مجال الإعلام عالمياً.

في البداية، ركز المركز على تدريب الإعلاميين الجدد داخل مدينة الإنتاج الإعلامي، ومع مرور الوقت، توسع ليشمل تدريب الصحفيين، الطلاب، والخريجين من كليات الإعلام، إضافة إلى تقديم برامج متخصصة للعاملين في الوزارات والهيئات الحكومية.

أبرز محطات التطور

التسعينيات – مرحلة التأسيس: بدأ المركز بتقديم دورات تدريبية في الأساسيات الإعلامية، مثل التقديم التلفزيوني، إعداد البرامج، والتصوير والمونتاج تم التعاون مع القنوات المصرية مثل التلفزيون المصري، وقنوات مدينة الإنتاج الإعلامي، لتوفير تدريب عملي للمتدربين

العقد الأول من الألفية (2010 – 2000)

شهد المركز توسعاً في برامجه التدريبية، حيث بدأ في تقديم دورات متخصصة في الإخراج، السينما، والتغطية الصحفية واستقطب خبراء محليين ودوليين للإشراف على البرامج التدريبية، بدأت شراكات مع بعض المؤسسات الإعلامية الكبرى في الوطن العربي لتبادل الخبرات.

العقد الثاني من الألفية (2020 – 2010)

مع تطور الإعلام الرقمي، بدأ المركز في تقديم برامج تدريبية في الإعلام الجديد، وسائل التواصل الاجتماعي، وصحافة الموبايل، أدخل المركز أحدث تقنيات التصوير والمونتاج الرقمية، واستثمر في تطوير ستوديوهات التدريب الخاصة به أطلق برامج تدريبية في الإعلام الاستقصائي، التحقق من الأخبار، وصحافة البيانات.

ما بعد 2020 – مواكبة التحول الرقمي

بدأ المركز في تبني التعليم الإلكتروني والتدريب عن بُعد، مما أتاح للمتدربين من خارج مصر فرصة الاستفادة من الدورات التدريبية، تم دمج الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي في بعض الدورات الإعلامية، لمواكبة أحدث التقنيات في الصناعة، عقد شراكات جديدة مع مؤسسات عالمية في مجال الإعلام والتدريب.

الوضع الحالي

اليوم، يعد مركز التدريب بمدينة الإنتاج الإعلامي أحد أهم المراكز المتخصصة في الإعلام بمصر والعالم العربي، ويواصل تقديم برامج متطورة لتأهيل الإعلاميين الجدد وتحديث مهارات العاملين في المجال الإعلامي، بما يتناسب مع التطورات الرقمية والتكنولوجية الحديثة.

يتضح من العرض مدى تعقيد وتشابك عناصر العملية الإعلامية الحديثة، وتبرز أهمية المؤسسات التدريبية كمحور رئيس في تكييف مهارات دارسي الإعلام مع بيئة مهنية دائمة التغير.

الإجراءات المنهجية:

أولاً: نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها، بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع، أو تحديثه، أو استكماله، أو تطويره، من هنا تسعى الدراسة الحالية إلى توصيف دور المؤسسات التدريبية المصرية في إعادة تشكيل المهارات الإعلامية لدارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني بالتطبيق على مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي كحالة تطبيقية.

ثانياً: منهج الدراسة:

جمعت الدراسة بين منهج المسح الكمي والمنهج الكيفي حيث استخدمت الباحثتان:

أ- منهج المسح الإعلامي الكمي الذي يعد جهداً علمياً منظماً يساعد على وصف الظاهرة من خلال جمع المعلومات والملاحظات عنها، ووصف خصائص مجموعة معينة، أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، ولا يقف هذا النوع من البحوث عند حد جمع البيانات وإنما يمتد مجاله إلى تصنيف البيانات والحقائق واستخلاص نتائج تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها.⁽³⁰⁾ بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عن عناصرها، من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصادرها وطرق الحصول عليها.³¹ تم توظيف هذا المنهج لرصد وتحديد دور المؤسسات التدريبية المصرية في إعادة تشكيل المهارات الإعلامية لعينة الدراسة من دارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني.

ب- المنهج الكيفي عن طريق إجراء المقابلات المتعمقة الكيفية مع عينة الدراسة من الخبراء.

ج- منهج دراسة الحالة بالتطبيق على مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي حيث يعد هذا المنهج أسلوباً مناسباً لجمع معلومات شاملة عن حالة محددة وتحليل ما تم جمعه من معلومات حولها، بطريقة معمقة وشاملة وباستخدام أدوات تحليلية تتناسب ومضمون الحالة وخصائصها.

ثالثاً: أدوات جمع البيانات واختبار صدقها:

اعتمدت الدراسة على أداتين هما:

الأداة الأولى: المقابلة المتعمقة كأداة بحثية كيفية للحصول على البيانات والمعلومات والتي تم عرضها قبل التطبيق على بعض المحكمين الأكاديميين والممارسين ذوي الخبرة العملية في مجال الإعلام للتحقق من مدى قدرة هذه الأداة على قياس وتوفير المعلومات المطلوبة واختبار صدقها وملاءمتها، سواء من ناحية مناسبة محاورها لأهداف الدراسة، أو مدى تغطيتها لجوانب وأهداف الدراسة، وتم اعتمادها لتصل بصورتها النهائية لتشمل أربعة محاور كدليل لإدارة المقابلة وهي:

المحور الأول: الواقع الحالي لعملية التدريب للطلاب في المؤسسات التدريبية.
المحور الثاني: دور التدريب الإعلامي في تشكيل المهارات الإعلامية.
المحور الثالث: مستقبل التدريب الإعلامي بالمراكز التدريبية من وجهة نظر المتخصصين.
المحور الرابع: التحديات والمعوقات التي تواجه التدريب الإعلامي ومقترحات تطوير التدريب الإعلامي.

الأداة الثانية: استخدمت الباحثتان **صحيفة الاستقصاء** كأداة لجمع البيانات الخاصة بالدراسة الميدانية، باعتبارها أداة بحثية مناسبة لجمع البيانات من مفردات عينة الدراسة المتمثلة في دارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني، وضمت الصحيفة عدداً من الأسئلة المغلقة والمفتوحة المغلقة والتي سعت في مجملها إلى تحقيق أهداف الدراسة، وتم عرضها على مجموعة من المحكمين والخبراء في مجال الدراسة، وللتأكد من صلاحيتها تم إجراء اختبار قبلي. Pre-Test

إجراءات الصدق والثبات
تم إجراء اختبارات الصدق والثبات للتأكد من مصداقية أداة البحث والثقة في نتائج الدراسة الحالية.

إجراءات صدق صحيفة الاستقصاء:
يعني بالصدق أن تكون الاستمارة صالحة لتحقيق أهداف البحث، وأن تعكس ما يفترض أن تعكسه، وهو ما تحققت منه الباحثتان، عند عرض استمارة الاستقصاء على السادة المحكمين (*) حيث أرفقت بها تقريراً وافياً تضمن مشكلة الدراسة وأهدافها، وأبقت الباحثتان على الأسئلة التي تستحوذ على نسبة اتفاق بين المحكمين تزيد عن (85%) باعتبار أنه يمثل مستوى مرتفعاً من الصدق، واستبعاد الأسئلة التي تحصل على نسبة اتفاق أقل، ودمج بعض الأسئلة معاً وفقاً لرأي المحكمين ووفقاً لما هو متبع منهجياً.

إجراءات الثبات في صحيفة الاستقصاء:
يقصد بالثبات تحقيق التوافق في الإجابات وقد أجرت الباحثتان اختبار الثبات على (30) مفردة من العينة بواقع (10%) تقريباً من إجمالي العينة. وتم قياس نسبة الثبات من خلال المعادلة التالية:

$$\text{نسبة الثبات} = \frac{\text{عدد الإجابات المطابقة من جملة أسئلة الاستمارة}}{\text{مجموع الأسئلة}}$$

وجاءت نسبة الثبات مرتفعة عن (87 %) بما يؤكد الثقة في إجابات مفردات الدراسة.

..أ.د / حسن عماد مكايي أستاذ الإذاعة والتلفزيون والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة *
أ.د./ سوزان القليني أستاذ الإذاعة والتلفزيون والعميد السابق لكلية الآداب جامعة عين شمس ورئيس لجنة الإعلام بالمجلس القومي للمرأة.

أ.د./ هويدا مصطفى أستاذ الإذاعة والتلفزيون والعميد السابق لكلية الإعلام جامعة القاهرة
أ.د./ ماجدة مخلوف أستاذ الإعلام وعميد المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال سابقاً
أ.د./ خالد عبد الجواد، عميد شعبة علوم الإعلام بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام
د./ نادية النشار رئيس شبكة الشباب والرياضة وعضو لجنة الإعلام بالمجلس القومي للمرأة

رابعاً: مجتمع الدراسة:

جميع متدربي ومدربي مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي الذين تلقوا وألقوا البرامج التدريبية المتعلقة بصناعة المحتوى باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، وصحافة الموبايل (موجو ستوديو)، والبودكاست.

خامساً: عينة الدراسة

أ- عينة الدراسة الميدانية:

تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عمدية قوامها (250) مفردة من دارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني الذين تلقوا البرامج التدريبية في مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي في الفصل الدراسي الأول من العام الأكاديمي 2025/2024، والمتعلقة بصناعة المحتوى باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، وصحافة الموبايل (موجو ستوديو)، والبودكاست.

وتمثلت خصائص عينة الدراسة في الجدول التالي:

جدول رقم (1) خصائص عينة الدراسة

المتغير	العدد	النسبة المئوية
النوع	ذكور	60.0
	إناث	40.0
مدى الالتحاق بمؤسسة إعلامية	نعم	48.0
	لا	52.0
الفرقة الدراسية	الأولى	12.0
	الثانية	22.0
	الثالثة	29.2
	الرابعة	36.8
المجموع	250	100

ب- عينة المقابلة المتعمقة:

استناداً إلى المعايير الإحصائية العلمية المتبعة في تصميم العينات اعتمدت الباحثتان على أسلوب العينة العمدية، ويقصد بها إجراء الدراسة على فئة معينة، وهذا التعمد لا اعتبارات علمية كوجود أدلة وبراهين أن هذه العينة تمثل مجتمع الدراسة⁽³²⁾، وهي من العينات غير الاحتمالية التي لا تعتمد على الخطوات الحسابية في اختيار مفرداتها، ويعتمد هذا الأسلوب بشكل أساسي على سحب الوحدات الممثلة لخصائص مجتمع الدراسة⁽³³⁾، وقد بلغ إجمالي عينة الدراسة العمدية (6) خبراء في مجال التدريب الإعلامي، بالإضافة إلى بعض الأكاديميين، ويوضح الجدول التالي قائمة بأسماء عينة الخبراء والأكاديميين.

جدول رقم (2) قائمة بأسماء الخبراء والأكاديميين

الاسم	الوظيفة	التخصص	مكان العمل
أ/ أسامة الديب	صحفي – مدرب صحافة الموبايل في د. دينا فكري برنامج موجو استوديو	صحافة رقمية	جامعة القاهرة – الجامعة الأمريكية بالقاهرة
أ.د/ خالد أحمد عبد الجواد	أستاذ وعميد شعبة علوم الإعلام بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام	إذاعة وتلفزيون	مدينة الإنتاج الإعلامي
د. دينا فكري	خبير ومدرب تقديم تلفزيوني ومذيع أخبار بالهيئة الوطنية للإعلام	إذاعة وتلفزيون	القناة الأولى التلفزيون المصري وشركة المتحدة للخدمات الإعلامية (ماسبيرو)
د. نادية النشار	خبير ومدرب إذاعي رئيس شبكة الشباب والرياضة المصرية وعضو لجنة الإعلام والنشء بالمجلس الأعلى لتنظيم الإعلام	إذاعة وتلفزيون	الهيئة الوطنية للإعلام
أشرف مفيد	خبير ومدرب الذكاء الاصطناعي في مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي، ومعهد فالكونز للتدريب واللغة – الإمارات	الذكاء الاصطناعي والإعلام الرقمي	رئيس قطاع الذكاء الاصطناعي بشركة "ليو ميديا" ورئيس تحرير بوابة "مصر الآن"
د. جورج لطيف	خبير ومدرب موجو ستوديو- وأستاذ مساعد بكلية الإعلام جامعة الجلالة	إذاعة وتلفزيون	

سادساً: حدود الدراسة:

الحدود المكانية: جمهورية مصر العربية

الحدود الزمانية: أجريت الدراسة خلال الفترة (2024/10/1م وحتى 2025/1/25م)، وهي الفترة التي أعدت فيها الباحثان استمارة الاستبيان وتوزيعها على دارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني المتدربين بمركز التدريب بمدينة الإنتاج الإعلامي في الفصل الدراسي الأول من العام الأكاديمي 2025/2024.

الحدود التطبيقية: دور المؤسسات التدريبية المصرية في إعادة تشكيل المهارات الإعلامية لدارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني (دراسة حالة على مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي)

سابعاً: مصطلحات الدراسة:

التدريب الإعلامي: يشير مفهوم التدريب الإعلامي إلى البرامج والدورات التدريبية والتطويرية التي تركز على المهارات المطلوبة للعاملين في مجال الإعلام من اكتسابهم التعليم النظري والتطبيقي (المهني الفني)، إذ يتيح التدريب الإعلامي للإعلاميين في المؤسسات الإعلامية ودارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني تحسين وتطوير مهاراتهم وقدراتهم، وتغيير سلوكهم واتجاههم بشكل إيجابي واستكشاف استراتيجيات مهنية مختلفة فضلاً عن الاستعداد للعمل الخاص أو التعليم المتقدم.

المهارات الإعلامية: القدرة على التعامل مع وسائل الإعلام والإعلاميين والقضايا والموضوعات المنشورة، والتحدث مع مصادر المعلومات بما يخدم المؤسسة، انطلاقاً من رسالتها ورؤيتها وأهدافها الاستراتيجية، وتعريفًا بمكانتها وأعمالها وإنجازاتها وجوانب تميزها، مثل مهارات الاتصال الفعال، مهارة الكتابة الإعلامية، ومهارة التعامل مع التحديات، مهارة التحرير الإعلامي، والتفكير النقدي والتحليلي، مهارة التعامل مع التقنيات الرقمية الحديثة، مهارة البحث وجمع المعلومات، مهارة إدارة المحتوى الإلكتروني، والوعي الأخلاقي والقوانين الإعلامية.

ثامناً: متغيرات الدراسة

تتمثل متغيرات الدراسة في:

المتغير المستقل وهو: دور المؤسسات التدريبية المصرية

المتغير التابع وهو: إعادة تشكيل المهارات الإعلامية لدارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني
تاسعاً: نتائج الدراسة:-

أ: نتائج الدراسة الميدانية:

قامت الباحثتان بإجراء دراسة ميدانية على عينة من دارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني قوامها 250 مفردة، باستخدام صحيفة الاستقصاء الإلكتروني في جمع البيانات، والتي خضعت بعد ترميزها للتعامل الإحصائي عن طريق برنامج للحصول على التكرارات والنسب البسيطة التي مثلت النتائج العامة للدراسة في البداية ولم يتم استبعاد أية استمارات من التحليل. SPSS

1. مدى اهتمام المبحوثين بالحصول على دورات تدريبية بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي:

جدول رقم (3) مدى اهتمام المبحوثين بالحصول على دورات تدريبية بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي

مدى اهتمام المبحوثين بالحصول على دورات تدريبية بمدينة الإنتاج الإعلامي	ك	%
بدرجة كبيرة	130	52.0
إلى حد ما	115	46.0
بدرجة ضعيفة	5	2.0
الإجمالي	250	100.0

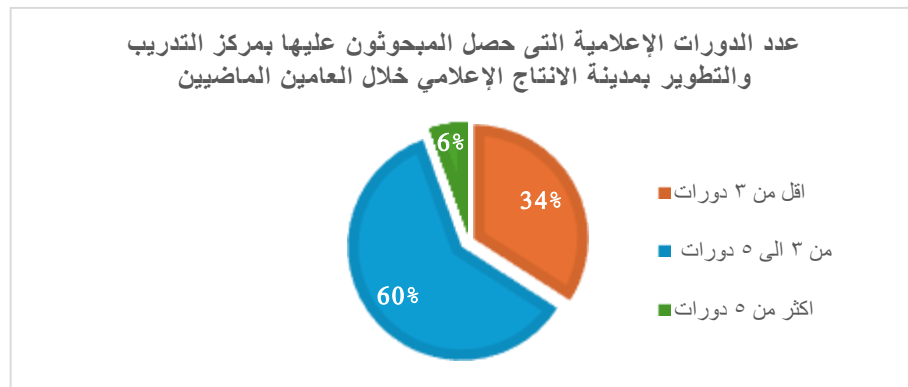
تشير نتائج الدراسة إلى أن المبحوثين يهتمون بالحصول على دورات تدريبية في المجالات الإعلامية بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي بدرجة كبيرة وتؤكد النتائج على اهتمام المبحوثين بالحصول على دورات تدريبية في مجال الإعلام، وتعكس اهتمامات المبحوثين أهمية هذه الدورات التدريبية في مجالات العمل الإعلامي المختلفة إذ تقوم بتطوير مهاراتهم وقدراتهم في مجال عملهم.

وقد أشارت دراسة **مهند حميد عبيد وحمزة خالد مطشر (2023)**³⁴ إن العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية يسعون للاشتراك بدورات تدريبية وتطويرية لمواكبة التطورات الحديثة

في مجال الأجهزة والمعدات الخاصة بالإنتاج الإعلامي، كذلك أشارت دراسة وائل العشري (2018)³⁵ إن نسبة 86.7% قد حصلت على دورات تدريبية خلال العامين الماضيين.

بينما تختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة محمد عبد العزيز (2025) التي أثبتت أن نسبة كبيرة تكاد تقترب من النصف من العاملين داخل الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع لم يحصل على دورات تدريبية إعلامية.

1. عدد الدورات الإعلامية التي حصل المبحوثون عليها بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي خلال العامين الماضيين:-



شكل رقم (1) عدد الدورات الإعلامية التي حصل المبحوثون عليها بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي خلال العامين (2024/2023 - 2025/2024)

تشير بيانات الشكل السابق إلى عدد الدورات الإعلامية التي حصل المبحوثون عليها بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي خلال العامين (2024/2023 - 2025/2024)، وتؤكد النتائج مدى اهتمام المبحوثين بالحصول على دورات مختلفة في المجالات الإعلامية، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة وائل العشري (2018) التي أكدت أن نسبة 42.7% حصلت على 3 إلى 5 دورات في الترتيب الأول.

وتختلف نتائج هذه الدراسة مع دراسة مهند حميد عبيد وحزمة خالد مطشر (2023) التي أكدت أن نسبة 33.3% حصلت على دورة واحدة بينما 27.8% حصلت على دورتين.

وأكدت عينة الدراسة أنهم حصلوا على دورات تدريبية في مجالات إنتاج التقارير المصورة واستخدام وتوظيف وسائل الإعلام الرقمي والإنتاج التلفزيوني والكتابة الصحفية، إلى جانب صحافة البيانات والمجالات الرقمية مثل توظيف الذكاء الاصطناعي في معالجة وتحرير الأخبار والبودكاست وإنتاج المحتوى باستخدام الذكاء الاصطناعي وغيرها.

2.أسباب ودوافع اهتمام المبحوثين بالحصول على دورات تدريبية في مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي:

جدول رقم (4) أسباب ودوافع اهتمام المبحوثين بالحصول على دورات تدريبية في مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي

الدالة	مستوى المعنوية Sig	معامل فاي phi	درجة الحرية	Chi-Square كا ²	الإجمالي		أسباب ودوافع اهتمام المبحوثين بالحصول على دورات تدريبية في مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي
					%	ك	
دالة	.000	.524	2	68.565a	72.0	180	رفع كفاءتي في مجال العمل الإعلامي
دالة	.000	.304	2	23.158a	22.0	55	الحصول على شهادات تدريب تعزز موقعي في المؤسسات الإعلامية
دالة	.000	.422	2	44.472a	20.0	50	زيادة مهاراتي في استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال الإعلام
دالة	.000	.339	2	28.732a	18.8	47	إلزام المؤسسات التعليمية بضرورة الحصول على هذه الدورات
دالة	.000	.310	2	24.062a	18.0	45	زيادة الثقافة العامة حول العمل الإعلامي
دالة	.000	.721	2	130.070a	17.2	43	تحقيق الرضا الذاتي
دالة	.000	.721	2	130.070a	17.2	43	زيادة الوعي بقوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي

تشير بيانات الشكل السابق إلى أسباب ودوافع اهتمام المبحوثين بالحصول على دورات تدريبية في مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة وائل العشري (2018) التي أثبتت أن عبارة رفع كفاءتي في مجال العمل الإعلامي جاء في مقدمة دوافع العينة للحصول على دورات تدريبية بنسبة 81.1%، يليها زيادة مهاراتي في استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال عملي بنسبة 68.6%.

وتختلف نتائج هذه الدراسة مع وقد أشارت دراسة مهند حميد عبيد وحمزة خالد مطشر (2023) التي أكدت أن دافع ظهور تقنيات ومعدات فنية حديثة جاء على رأس قائمة الدوافع التي جعلت الكوادر الإعلامية يلتحقون بدورات تدريبية بنسبة 20.4% ويليهما تحقيق الترقية الوظيفية بنسبة 18.8%.

3. وسائل التدريب التي يعتمد عليها مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي في الدورات التدريبية من وجهة نظر المبحوثين:-

جدول رقم (5) وسائل التدريب التي يعتمد عليها مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي في الدورات التدريبية

الاتجاه العام	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	درجة الموافقة/ ن = 250						وسائل التدريب المستخدمة في مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي
				بدرجة منخفضة		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		
				%	ك	%	ك	%	ك	
بدرجة كبيرة	96.12	.32087	2.8840	-	-	11.6	29	88.4	221	المحاضرات
بدرجة كبيرة	93.46	.39776	2.8040	-	-	19.6	49	80.4	201	ورش العمل
بدرجة كبيرة	92.92	.40954	2.7880	-	-	21.2	53	78.8	197	لقاءات مع المتخصصين والخبراء
بدرجة كبيرة	92.12	.51122	2.7640	4.0	10	15.6	39	80.4	201	الزيارات الميدانية
بدرجة كبيرة	91.59	.43503	2.7480	-	-	25.2	63	74.8	187	الحلقات النقاشية
بدرجة كبيرة	87.72	.56733	2.6320	4.4	11	28.0	70	67.6	169	التدريب العملي
بدرجة كبيرة	87.46	.48535	2.6240	-	-	37.6	94	62.4	156	تطبيقات بأسلوب المحاكاة

تشير بيانات الجدول السابق إلى وسائل التدريب التي يعتمد عليها مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي في الدورات التدريبية، وقد أشارت النتائج أن " المحاضرات " جاءت في الترتيب الأول من وسائل التدريب المستخدمة في مركز التدريب بمدينة الإنتاج الإعلامي بوزن نسبي 96.12، يليها " ورش العمل " بوزن نسبي 93.46، وفي الترتيب الثالث جاء " لقاءات مع المتخصصين والخبراء " بوزن نسبي 92.92، وفي الترتيب الرابع جاء " الزيارات الميدانية " بوزن نسبي 92.12، يليها عبارة " الحلقات النقاشية " بوزن نسبي 91.59، وفي الترتيب السادس جاء " التدريب العملي " بوزن نسبي 87.72، يليها " تطبيقات بأسلوب المحاكاة " بوزن نسبي 87.46.

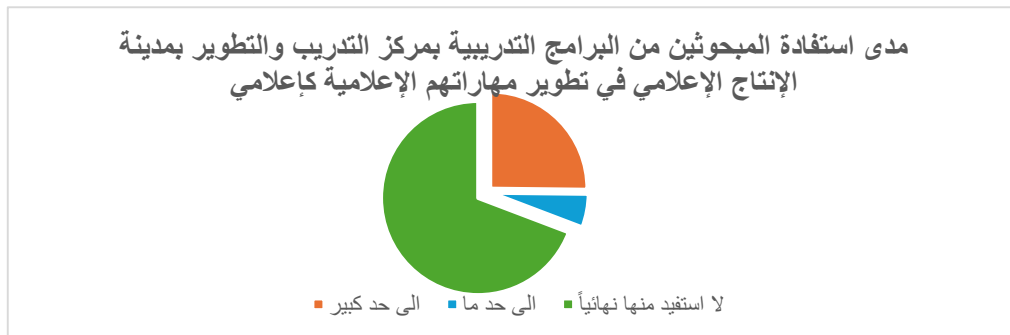
أنسب الطرق والأساليب التدريبية التي يمكن الاعتماد عليها من وجهة نظر المبحوثين:-



شكل رقم (2) أنسب الطرق والأساليب التدريبية التي يمكن الاعتماد عليها من وجهة نظر المبحوثين

يشير الشكل السابق إلى أنسب الطرق والأساليب التدريبية التي يمكن الاعتماد عليها من وجهة نظر المبحوثين جاء في مقدمتها الإلقاء المباشر بنسبة 16.7%، يليها الأداء والممارسة بنسبة 16.1%، ثم الزيارات الميدانية بنسبة 15.9%، وفي الترتيب الرابع جاء تمثيل الأدوار بنسبة 15%، يليها العصف الذهني بنسبة 13.1%، يليها فرق الحوار بنسبة 11.8%، وأخيراً دراسات الحالة بنسبة 11.4%.

4.مدى استفادة المبحوثين من البرامج التدريبية بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي في تطوير مهاراتهم الإعلامية كإعلامي:



شكل رقم (3) مدى استفادة المبحوثين من البرامج التدريبية بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي في تطوير مهاراتهم الإعلامية كإعلامي

تؤكد نتائج الشكل السابق مدى استفادة المبحوثين من البرامج التدريبية بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي في تطوير مهاراتهم الإعلامية كإعلامي، حيث يستفيد المبحوثون بنسبة 80% إلى حد كبير، ونسبة 17.8% يستفيدون منها إلى حد ما، إلا أن هناك نسبة ضئيلة جداً قوامها 2.2% لا تستفيد منها نهائياً، مما يشير إلى ارتفاع معدلات استفادة المبحوثين من البرامج التدريبية بمركز التدريب بمدينة الإنتاج الإعلامي في تطوير المهارات الإعلامية، وهو من أهم أهداف مركز التدريب من البرامج التدريبية التي تقدمها، وهو ما يتوافق مع أهداف دراسة **Aondover, E.M., Ademosu, I. (2025)** التي أكدت على فعالية التدريب الإعلامي في إكساب وتعليم الطلاب المهارات اللازمة المتعلقة بالعمل الصحفي الميداني وكيفية التعامل مع الأحداث المختلفة التي تواجه الصحفي، كما بينت النتائج أهمية التدريب الإعلامي في إتقان الطلاب المهارات الأساسية المتعلقة بمثابة الخبر والتقرير وكيفية بناء التحقيقات الصحفية من أجل الوصول إلى الحقيقة.

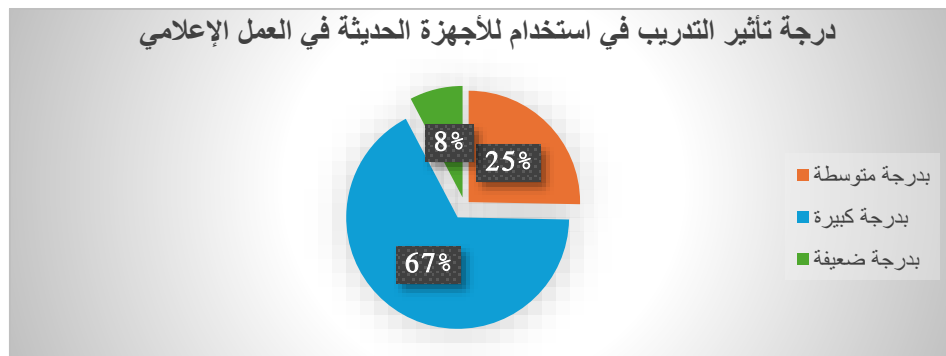
5. إلى أي مدى يتم التدريب في مؤسسات إعلامية بدول عربية أو أجنبية أثناء البرامج التدريبية بالمركز:-

جدول رقم (6) إلى أي مدى يتم التدريب في مؤسسات إعلامية بدول عربية أو أجنبية أثناء البرامج التدريبية بالمركز

إلى أي مدى يتم التدريب في مؤسسات إعلامية بدول عربية أو أجنبية أثناء البرامج التدريبية	ك	%
نعم	191	76.4
لا	59	23.6
الإجمالي	250	100.0

أكدت نسبة 75.3% أنه يتم التدريب في مؤسسات إعلامية بدول عربية أو أجنبية أثناء البرامج التدريبية بالمركز وركز أكثرهم على الدول العربية بشكل أكبر بينما أشارت نسبة 24.7% منهم أنه لا يتم التدريب في دول خارجية سواء كانت عربية أو أجنبية، وهو ما يؤكد مدى اهتمام المراكز التدريبية من الاستفادة من تجارب الدول الرائدة في مجال التدريب.

6. درجة تأثير التدريب في استخدام المبحوثين للأجهزة الحديثة في العمل الإعلامي:



شكل رقم (4) درجة تأثير التدريب في استخدام المبحوثين للأجهزة الحديثة في العمل الإعلامي

تشير نتائج الشكل السابق إلى أن نسبة 67% من العينة ترى أن التدريب يؤثر بدرجة كبيرة في استخدام الأجهزة الحديثة في العمل الإعلامي، كما أن نسبة 25% من العينة ترى أنه يؤثر إلى حد ما، إلا أن نسبة 8% من العينة ترى أن التدريب يؤثر بدرجة ضعيفة في استخدام الأجهزة الحديثة في العمل الإعلامي.

7. أهمية الدورات التدريبية بمركز التدريب بمدينة الإنتاج الإعلامي في تطوير مهارات المبحوثين الإعلامية:-

جدول رقم (7) أهمية الدورات التدريبية بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي في تطوير مهاراتهم الإعلامية

أهمية الدورات التدريبية في تطوير مهاراتهم الإعلامية	ك	%
مهمة بدرجة كبيرة	168	67.2
مهمة بدرجة متوسطة	82	32.8
لا أهمية لها على الإطلاق	-	-
المجموع	250	100.0

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهمية الدورات التدريبية بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي في تطوير مهاراتهم الإعلامية وقد أكدت نسبة 67.2% منهم إنها مهمة بدرجة كبيرة، بينما تؤكد نسبة 32.8% أنها مهمة بدرجة متوسطة، وهو ما يؤكد نتائج دراسة أمين منصور وعبد الله سمير (2021) التي أكدت أن التدريب يعد عنصراً أساسياً في تطوير المهنة الإعلامية والارتقاء بالأداء المهني لدى الإعلاميين، وأن 90% من عينة الدراسة تلقوا دورات متنوعة.

8. مدى الاعتماد على أجهزة حديثة وتكنولوجية في الدورات التدريبية بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي من وجهة نظر المبحوثين:-

جدول رقم (8) مدى الاعتماد على أجهزة حديثة وتكنولوجية في الدورات التدريبية بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي من وجهة نظر المبحوثين

مدى الموافقة	ك	%
بدرجة كبيرة	183	73.2
بدرجة متوسطة	61	24.4
بدرجة ضعيفة	6	2.4
المجموع	250	100.0

تشير بيانات الجدول السابق أن نسبة 73.2% من المبحوثين يؤكدون أنه يتم الاعتماد على أجهزة حديثة وتكنولوجية في الدورات التدريبية بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي بدرجة كبيرة، بينما يتم الاعتماد عليها بدرجة متوسطة بنسبة 24.4%، فيما ترى نسبة 2.4% منهم أنه يتم الاعتماد على الأجهزة والتكنولوجيا الحديثة أثناء التدريب بدرجة ضعيفة.

9.مدى وجود فرق في المهارات المكتسبة قبل وبعد الدورات التدريبية بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي من وجهة نظر المبحوثين:

جدول رقم (9) مدى وجود فرق في المهارات المكتسبة قبل وبعد الدورات التدريبية بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي من وجهة نظر المبحوثين

درجة الموافقة	ك	%
إلى حد كبير	152	60.8
إلى حد ما	81	32.4
لا يوجد أي فرق	17	6.8
المجموع	250	100.0

ترى نسبة 60.8% من المبحوثين عينة الدراسة أنه يوجد فرق في المهارات المكتسبة قبل وبعد الدورات التدريبية بمركز التدريب بمدينة الإنتاج الإعلامي بدرجة كبيرة، بينما ترى نسبة 32.4% أنه يوجد فرق في المهارات الإعلامية إلى حد ما، بينما ترى نسبة 6.8% أنه لا توجد أي فروق بين المهارات الإعلامية قبل وبعد الدورات التدريبية في مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي.

10.تأثير البرامج التدريبية بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي في رفع القدرات الفردية من وجهة نظر المبحوثين:

جدول رقم (10) تأثير البرامج التدريبية بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي في رفع القدرات الفردية من وجهة نظر المبحوثين

درجة الموافقة	ك	%
إلى حد كبير	132	52.8
إلى حد ما	98	39.2
لا يوجد أي فرق	20	8.0
المجموع	250	100.0

ترى نسبة 52.8% من المبحوثين عينة الدراسة البرامج التدريبية بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي تؤثر في رفع القدرات الفردية بدرجة كبيرة، بينما ترى نسبة 39.2% أنها تؤثر إلى حد ما، بينما ترى نسبة 8% أنه لا يوجد أي تأثير للبرامج التدريبية بمركز التدريب بمدينة الإنتاج الإعلامي في رفع القدرات الفردية.

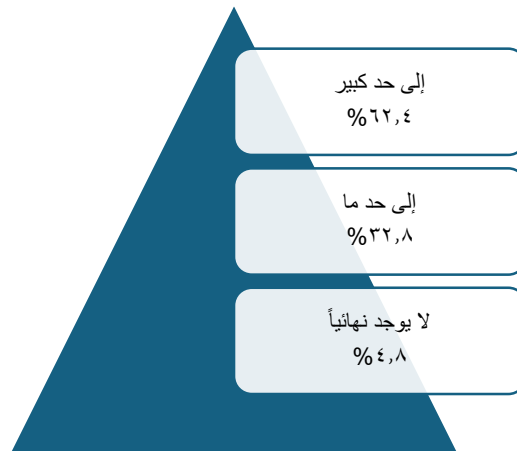
11.مدى تأثير البرامج التدريبية بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي في تعلم مهارات جديدة ورفع الكفاءة المهنية:-

جدول رقم (11) مدى تأثير البرامج التدريبية بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي في تعلم مهارات جديدة ورفع الكفاءة المهنية

درجة الموافقة	ك	%
إلى حد كبير	120	48.0
إلى حد ما	115	46.0
لا تؤثر نهائياً	15	6.0
المجموع	250	100.0

ترى نسبة 48% من المبحوثين عينة الدراسة البرامج التدريبية بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي تؤثر في تعلم مهارات جديدة ورفع الكفاءة المهنية بدرجة كبيرة، بينما ترى نسبة 46% إنها تؤثر إلى حد ما، بينما ترى نسبة 6% أنه لا يوجد أي تأثير للبرامج التدريبية بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي في تعلم مهارات جديدة ورفع الكفاءة المهنية.

12. درجة مساعدة البرامج التدريبية بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي في الحفاظ على مستوى أداء متميز للمتدربين:



شكل رقم (5) درجة مساعدة البرامج التدريبية بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي في الحفاظ على مستوى أداء متميز للمتدربين

ترى نسبة 62.4% من المبحوثين من المتدربين أن البرامج التدريبية بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي تساعد في الحفاظ على مستوى أداء متميز لهم بدرجة كبيرة، بينما ترى نسبة 32.8% أنها تساعدهم إلى حد ما، بينما ترى نسبة 4.8% أن البرامج التدريبية بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي لا تساعد في الحفاظ على مستوى أداء متميز لهم.

13.مدى مساهمة العوامل المتعلقة بالبرامج التدريبية في نجاح الدورات التدريبية من وجهة المتدربين:

جدول رقم (12) مدى مساهمة العوامل المتعلقة بالبرامج التدريبية في نجاح الدورات التدريبية من وجهة المتدربين

الاتجاه	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	درجة الموافقة/ ن=250						الأداء المتوقع
				بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		
				%	ك	%	ك	%	ك	
بدرجة كبيرة	92.26	.42296	2.7680	-	-	23.2	58	76.8	192	توقيت الدورة
بدرجة كبيرة	94.66	.36734	2.8400	-	-	16.0	40	84.0	210	مقدم الدورة
بدرجة كبيرة	91.99	.46396	2.7600	1.6	4	20.8	52	77.6	194	مدة الدورة
بدرجة كبيرة	92.39	.45700	2.7720	1.6	4	19.6	49	78.8	197	مكان الدورة
بدرجة كبيرة	93.32	.40080	2.8000	-	-	20.0	50	80.0	200	وجود تقارير تظهر قوة أو ضعف التدريب
بدرجة كبيرة	92.66	.41508	2.7800	-	-	22.0	55	78.0	195	وجود آلية لتقييم مدى فاعلية التدريب في تشكيل المهارات الإعلامية
بدرجة كبيرة	92.52	.44567	2.7760	1.2	3	20.0	50	78.8	197	وجود دافعية لدى دارسي الإعلام تجاه التدريب

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود عدد من العوامل التي تسهم في نجاح البرامج التدريبية من وجهة نظر المبحوثين ويأتي في مقدمتها "مقدم الدورة" بوزن نسبي 94.66، يليها "وجود تقارير تظهر قوة أو ضعف التدريب" بوزن نسبي 93.32، وفي الترتيب الثالث جاء "وجود آلية لتقييم مدى فاعلية التدريب في تشكيل المهارات الإعلامية" بوزن نسبي 92.66، وفي الترتيب الرابع "وجود دافعية لدى دارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني تجاه التدريب" بوزن نسبي 92.52، ثم "مكان الدورة" بوزن نسبي 92.39، ثم "توقيت الدورة" بوزن نسبي 92.26، وأخيراً "مدة الدورة" بنسبة 91.99.

14. المعوقات التي يمكن أن تؤثر في عملية التدريب من وجهة نظر المبحوثين من المتدربين:

جدول رقم (13) المعوقات التي يمكن أن تؤثر في عملية التدريب من وجهة نظر المبحوثين من المتدربين

العبارات	درجة الموافقة/ ن=250								المتوسط الحسابي mean	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاتجاه
	موافق		محايد		معارض							
	ك	%	ك	%	ك	%						
عدم وجود علاقة بين البرامج التدريبية ومجال التخصص	215	86.0	35	14.0	-	-	2.8600	.34768	95.32	الموافقة		
عدم اشتراك المتدربين في احتياجاتهم التدريبية	139	55.6	92	36.8	19	7.6	2.4800	.63499	82.66	الموافقة		
اختيار مدربين غير أكفاء	103	41.2	126	50.4	21	8.4	2.3280	.62448	77.59	الموافقة		
عدم دراية المدربين لأهمية التدريب	115	46.0	122	48.8	13	5.2	2.4080	.58900	80.26	الموافقة		
الاعتماد على الجانب النظري دون العملي والميداني	161	64.4	89	35.6	-	-	2.6440	2.6440	88.12	الموافقة		
عدم وجود تقييم للمتدربين بعد البرامج التدريبية	152	60.8	92	36.8	6	2.4	2.5840	.54047	86.12	الموافقة		
التركيز على أسلوب واحد في التدريب	198	79.2	52	20.8	-	-	2.7920	.40669	93.06	الموافقة		
التركيز في الدورات التدريبية على مجالات وموضوعات محددة	154	61.6	96	38.4	-	-	2.6160	.48733	87.19	الموافقة		
الاعتماد على طرق تقليدية وعدم استخدام التكنولوجيا الحديثة	200	80.0	50	20.0	-	-	2.8000	.40080	93.32	الموافقة		
الخدمات المقدمة غير كافية مع وقت البرنامج التدريبي	195	78.0	55	22.0	-	-	2.7800	.41508	92.66	الموافقة		

جاءت عبارة " عدم وجود علاقة بين البرامج التدريبية ومجال التخصص " في مقدمة المعوقات التي يمكن أن تؤثر في عملية التدريب من وجهة نظر المبحوثين من المتدربين بوزن نسبي 95.32، يليها عبارة " الاعتماد على طرق تقليدية وعدم استخدام التكنولوجيا الحديثة" في الترتيب الثاني بوزن نسبي 93.32، ثم " التركيز على أسلوب واحد في التدريب" بوزن نسبي 93.06، بينما جاءت عبارة " الخدمات المقدمة غير كافية مع وقت البرنامج التدريبي" في الترتيب الرابع بوزن نسبي 92.66، يليها " الاعتماد على الجانب النظري دون العملي والميداني" بوزن نسبي 88.12، ثم " التركيز في الدورات التدريبية على مجالات وموضوعات محددة" بوزن نسبي 87.19، ثم " عدم وجود تقييم للمتدربين بعد البرامج التدريبية" بوزن نسبي 86.12، يليها " عدم اشتراك المتدربين في احتياجاتهم التدريبية" بوزن نسبي 82.66، ثم " عدم دراية المدربين لأهمية التدريب" بوزن نسبي 80.26، وأخيراً " اختيار مدربين غير أكفاء" بوزن نسبي 77.59.

وتتوافق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة **Aondover, E.M., Ademosu, I. (2025)**³⁶ التي أكدت أن هناك بعض التحديات التي تواجه التدريب الإعلامي للطلاب من بينها ضعف حضور الطلاب للبرامج التدريبية، بالإضافة إلى نقص الإمكانيات التكنولوجية التي تعتبر من بين الوسائل المساعدة في عملية التدريب الإعلامي.

كذلك أكدت دراسة **Abuhasirah, Ramez (2022)**³⁷ أن التعليم الأكاديمي للإعلاميين تمثل في "غلبة الجوانب النظرية على الجوانب العملية في المقررات الأكاديمية".

15. مقترحات المبحوثين لتطوير وتحسين التدريب الإعلامي بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي:-

جدول رقم (14) مقترحات المبحوثين لتطوير وتحسين التدريب الإعلامي بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي

العبارات	درجة الموافقة/ ن=250									
	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي mean	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%				
وضع خطة تدريبية محددة واضحة للدورات التدريبية	124	49.6	98	39.2	28	11.2	2.3840	.68000	79.46	الموافقة
تحديد الاحتياجات اللازمة لسوق العمل	139	55.6	64	25.6	47	18.8	2.3680	.78168	78.93	الموافقة
تحديد أهداف كل برنامج تدريبي	81	32.4	157	62.8	12	4.8	2.2760	.54499	75.86	الموافقة
اختيار مدربين متمكنين من المواد التدريبية	125	50.0	121	48.4	4	1.6	2.4840	.53186	82.79	الموافقة
إعداد قائمة بمواد التدريب الضرورية	104	41.6	123	49.2	23	9.2	2.3240	.63612	77.46	الموافقة
دمج عناصر بصرية كالجرافيك والفيديو ومؤثرات بصرية في الشرح	152	60.8	91	36.4	7	2.8	2.5800	.54846	85.99	الموافقة
الاعتماد على التقنيات الرقمية وتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي	207	82.8	43	17.2	-	-	2.8280	.37814	94.26	موافق
التركيز في الدورات التدريبية على مجالات وموضوعات متعددة بما يخدم سوق العمل	127	50.8	123	49.2	-	-	2.5080	.50094	83.59	موافق
تقييم فاعلية التدريب لدى المتدربين بطرق حديثة كالاستبيانات الرقمية	151	60.4	81	32.4	18	7.2	2.5320	.62814	84.39	موافق
دعم البحوث الدراسة التي تتناول التدريب الإعلامي	73	29.2	126	50.4	51	20.4	2.0880	.70015	69.59	الموافقة

تشير بيانات الجدول السابق إلى مقترحات المبحوثين لتطوير وتحسين التدريب الإعلامي بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي، ويأتي في مقدمتها " الاعتماد على التقنيات الرقمية وتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي " بوزن نسبي 94.26، وفي الترتيب الثاني " دمج عناصر بصرية كالجرافيك والفيديو ومؤثرات بصرية في الشرح " بوزن نسبي 85.99، يليها " تقييم فاعلية التدريب لدى المتدربين بطرق حديثة كالاستبيانات الرقمية " بوزن نسبي 84.39، يليها " التركيز في الدورات التدريبية على مجالات وموضوعات متعددة بما يخدم سوق العمل " بوزن نسبي 83.59، ثم عبارة " اختيار مدربين متمكنين من المواد التدريبية " بوزن نسبي 82.79، يليها " وضع خطة تدريبية محددة واضحة للدورات التدريبية " بوزن نسبي 79.46، يليها " تحديد الاحتياجات اللازمة لسوق العمل " بوزن نسبي 78.93، ثم " إعداد قائمة بمواد التدريب الضرورية " بوزن نسبي 77.46، يليها " تحديد أهداف كل برنامج تدريبي " بوزن نسبي 75.86، وأخيراً " دعم البحوث الدراسة التي تتناول التدريب الإعلامي " بوزن نسبي 69.59.

ب: نتائج المقابلات المتعمقة:

تم إجراء المقابلات المتعمقة مع الخبراء والممارسين في مجال التدريب الإعلامي حيث تم إعداد دليل مقابلة تضمن المحاور الرئيسة للنقاش، وذلك بغرض الوصول إلى دليل ورؤية للأسس العلمية التي يجب أن يتم على أساسها إعداد نموذج استرشادي لتطوير التدريب في المؤسسات الإعلامية والأكاديمية لدارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني.

إجراءات تحليل المقابلة المتعمقة

تم تحليل تساؤلات الدراسة التي تضمنتها المقابلة المتعمقة باتباع الإجراءات المنهجية في البحوث الكيفية على النحو التالي:

* القراءة الدقيقة لإجابات وأفكار المبحوثين التي تم تدوينها أثناء المقابلة.

* تصنيف الإجابات حسب المحاور الرئيسة التي تضمنتها المقابلة والتي أجابت بدورها عن تساؤلات الدراسة

* عرض النتائج وتقديم رؤية (نموذج) للأسس العلمية التي يجب أن يتم على أساسها تطوير التدريب في المؤسسات الإعلامية والأكاديمية

نتائج المقابلات المتعمقة:-

فيما يلي نستعرض أهم نتائج الدراسة الكيفية باستخدام المقابلات المتعمقة مع الخبراء والممارسين في مجال التدريب الإعلامي، وقد تضمنت المقابلات أربعة محاور رئيسة للوقوف على دور المؤسسات التدريبية المصرية في إعادة تشكيل المهارات الإعلامية لدارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني، وقد تم استعراض آراء كل محور على حدة على النحو التالي:

المحور الأول: الواقع الحالي لعملية التدريب للطلاب في المؤسسات التدريبية:

1. واقع التدريب في المؤسسات التدريبية (الأكاديمية / المهنية):-

اتفق عدد كبير من المتخصصين والأكاديميين على وجود تباين في جودة التدريب في المؤسسات سواء الأكاديمية أو المهنية طبقاً لاهتمام المؤسسات بالتطوير ومسيرة الواقع والاعتماد على التقنيات الرقمية واستحداث بعض الطرق والأساليب المتطورة، حيث يرى (أشرف مفيد) أن واقع التدريب في المؤسسات التدريبية، سواء الأكاديمية أو المهنية، في مصر يُعد واقعاً متبايناً من حيث الجودة والتأثير، فبعض المؤسسات لا تزال تقدم نماذج تدريبية تقليدية لا تواكب متطلبات السوق الإعلامي الحالي، بينما استطاعت مؤسسات أخرى أن تُحدث نقلة نوعية حقيقية، خاصة تلك التي أدركت أهمية دمج التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي في المحتوى التدريبي، وهو ما يتفق مع رأي (أ/ أسامة الديب) والذي يرى أن هناك مؤسسات جادة تبحث بالفعل عن تزويد الدارسين بالعلم المتطور ولكنها قليلة للأسف مقارنة بأعداد أكثر تطلب من غير الممارسين تقديم مواد غاية في التطور والتعقيد، كما أكد (أ.د/ خالد عبد الجواد) إلى أن بعض المؤسسات تتميز في مجال التدريب العملي في مجال الإعلام، بينما لا يتوافر بعض المؤسسات والجامعات تدريب إطلاقاً، وبعضها يتميز في الزيارات الميدانية للطلاب والآخر وفقاً لبرنامج تدريبي واضح ومحدد حسب طبيعة كل مؤسسة.

بينما ترى (د/ نادية النشار) أن الواقع التدريبي متميز بشكل كبير، حيث بدأت المؤسسات التدريبية في البحث عن موضوعات جديدة وتحقيق أكبر قدر ممكن من إكسابهم المهارات لإعداد الطالب والمتدرب لسوق العمل والواقع الجديد، وهو ما يختلف مع ما أشار إليه (أشرف مفيد) من أن الواقع التدريبي يشير إلى وجود فجوة لدى بعض طلاب الإعلام بين ما يُدرس نظرياً في القاعات الدراسية، وبين ما يحتاجه سوق العمل من مهارات تطبيقية متقدمة، ومن هنا، تبرز أهمية المؤسسات التدريبية التي تقدم برامج عملية قائمة على التدريب المكثف، واستخدام أدوات حديثة تُمكن الطلاب من امتلاك مهارات حقيقية قابلة للتطبيق.

وترى (د/ دينا فكري) أن مراكز التدريب التابعة للجامعات والأكاديميات تحظى بمهارات عالية لتدريب دارسي الإعلام والمهارات تشمل الجزء الفني والتقني وهو وجود الاستديو والأجهزة والمعدات والتقنيات الكاملة بالإضافة إلى وجود القائمين على التشغيل أما فيما يتعلق بالمدرسين أو الخبراء وعناية اختيارهم فيمثل العنصر الأهم للمراكز التدريبية والتعليمية لأن تنوع الخبراء وفقاً للسيرة الذاتية الخاصة بهم سيكون له مردود إيجابي على صقل مهارات الطلاب والدارسين فبدون الشق التكنولوجي واختيار خبراء بعينهم يصبح الواقع سيئاً، وبالتطبيق على مركز upskill نلاحظ تطابق العنصرين بشدة فهو في قلب الحدث مثلما نقول بلغة الإعلام فهو بداخل مدينة الإنتاج الإعلامي والطلبة يتدربون في سديوهات متطورة للغاية بالإضافة إلى تعدد وتنوع الخبراء في كافة التخصصات.

وفيما يتعلق بمركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي فيؤكد (أشرف مفيد) أنه واحد من أفضل المراكز التدريبية، حيث نجد أنه يسير بخطى ثابتة نحو تحقيق التكامل بين الجانب النظري والتطبيقي، مستفيداً من خبرات مهنية متخصصة، ومراعياً لتطورات السوق الإعلامي، ومتغيراته المستمرة، وهو ما يتوافق مع رأي (د/ جورج لطيف) الذي يرى أن

مركز التدريب يقدم خدمة تدريبية جيدة جداً على المستوى الأكاديمي والمدرّبين والإمكانيات المتاحة وبالتالي فهو يقدم خدمات تدريبية مميزة مقارنة بالآخرين.

2. العلاقة بين التطور التكنولوجي (التقنيات الرقمية والذكاء الاصطناعي) والتدريب في المؤسسات التدريبية المصرية

اتفقت آراء مجموعة من المتخصصين والأكاديميين على وجود علاقة وطيدة بين التطور التكنولوجي والتدريب في المؤسسات التدريبية في مصر حيث يرى (أشرف مفيد) أن العلاقة بينهم تُعد علاقة محورية ومنتامية بشكل ملحوظ. فقد أصبح من الضروري لأي مؤسسة تدريبية تسعى للحفاظ على كفاءتها وفعاليتها أن تُدمج هذه التقنيات الحديثة في محتواها وأساليبها التدريبية، حيث غير الذكاء الاصطناعي من شكل التدريب الإعلامي بشكل جوهري، فلم يعد التدريب يقتصر على المحاضرات التقليدية أو التمارين اليدوية، بل أصبح هناك اعتماد متزايد على أدوات تفاعلية، ومحاكاة ذكية، ومنصات تعليم رقمية تسمح للمتدرب بخوض تجارب واقعية تُعزز من فهمه وقدراته، كما يرى أن هذا التكامل بين التكنولوجيا والتدريب لم يعد خياراً، بل ضرورة حتمية لضمان تخريج كوادر إعلامية مؤهلة تتماشى مع متطلبات العصر الرقمي المتسارع.

كذلك يشير (أ/أسامة الديب) أنه ينبغي أن تعي كل المؤسسات العاملة في مجال التدريب أن التطور التكنولوجي صار ركناً أساسياً في صناعة الإعلام وأن بإمكان شخص واحد يمتلك التكنولوجيا أن يقوم بعمل فريق كامل وهذا ما تسعى إليه معظم المؤسسات في العالم لتوظيفهم، وتؤكد (د/ دينا فكري) أن العلاقة بين التطور التكنولوجي والتدريب الإعلامي تعد علاقة طردية وهامة للغاية لأن إذا كان هناك وجود سديو متطور وبه كافة التقنيات المتعارف عليه فسيسهل المهمة جداً للمراكز التدريبية في تعليم الطلاب لأنه يحاكي الواقع ويضمن خروج متدرب لديه كافة المهارات المثقلة دون الحاجة إلى قضاء مدة للتدريب في الجهة المعينة بعد ذلك كما يفتح له سوق العمل في مجالات مختلفة مثل القطاع الخاص والعمل في مواقع التواصل الاجتماعي، كما تؤكد (د/ نادية النشار) أن العلاقة بين التطور التكنولوجي والتدريب في المؤسسات التدريبية المصرية زادت البرامج التدريبية التي تمزج التكنولوجيا بالإعلام بشكل كبير جداً في المؤسسات التدريبية.

ويؤكد (أشرف مفيد) أن مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي يعد واحد من أكثر المؤسسات التدريبية التي واكبت هذا التحول، حيث بدأ فعلياً في توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في تدريب الطلاب على إنتاج المحتوى، وهندسة الأوامر، وتحليل البيانات الإعلامية، مما أتاح للمتدربين فرصة فريدة للانخراط في بيئة تحاكي سوق العمل الرقمي الحديث، وهو ما يتوافق مع رأي (أ.د/ خالد عبد الجواد) الذي يرى أن مدينة الإنتاج الإعلامي تتميز كواحدة من المؤسسات المهمة في مجال التدريب بمركز التدريب الخاص بها ويتوفر به الإمكانيات التكنولوجية والفنية التي تساعد في عملية التدريب وبناء على خطتها التدريبية التي تخضع للمقررات الدراسية.

كما يرى (د/ جورج لطيف) أن مركز التدريب بمدينة الإنتاج الإعلامي يعد من أوائل المراكز التدريبية التي أدخلت التقنيات الرقمية في البرامج التدريبية كما أنه أدخل المقررات الخاصة

بتلك التقنيات وخاصة الذكاء الاصطناعي في البرامج التدريبية، إلى جانب التدريب على تلك التقنيات وهو ما يتميز به المركز التدريبي.

3. مشاركة المتخصصين (الخبراء / الأكاديميين) في إعداد وتنفيذ الدورات التدريبية:-

مما لا شك فيه أن مشاركة المتخصصين والخبراء والأكاديميين في إعداد وتنفيذ الدورات التدريبية يساعد في تطوير عملية التدريب حيث يتم إعداد تلك الدورات بناء على رؤية هؤلاء الخبراء خاصة وأن لديهم خبرة كبيرة بمتطلبات سوق العمل والمواد التي يتم تدريسها بالجامعات، وقد أكد (أشرف مفيد) أن مشاركة المتخصصين من الخبراء والأكاديميين تلعب دوراً محورياً في إعداد وتنفيذ الدورات التدريبية، خصوصاً في المؤسسات التدريبية التي تسعى إلى تحقيق التميز والجودة. فالخبراء يضيفون إلى البرامج التدريبية بعداً عملياً قائماً على التجربة المباشرة والمعرفة الدقيقة باحتياجات سوق العمل، في حين يُسهم الأكاديميون في توفير الأسس النظرية والمنهجية التي تُرسخ المفاهيم وتضمن تكامل المحتوى، ويرى أن هذا التشارك الفعال بين الممارسين والمفكرين من داخل الحقل الإعلامي يُعد من العوامل الأساسية التي تؤدي إلى إعادة تشكيل المهارات الإعلامية لدى الدارسين بشكل متوازن ومهني.

كما أكدت (د/ نادية النشار) أن المتخصصين دائماً يشاركون في إعداد وتنفيذ البرامج التدريبية، وترى أن هناك نوعان من الدورات التدريبية، الأول الدورة التدريبية ذات موضوع محدد مسبقاً من قبل إدارة التدريب يعني يكون العنوان أو مجال التدريب أو عنوان الدورة محدد بالفعل، أما الثاني فتقوم بعض المراكز التدريبية بتخيير المدرب في المحتوى وفيها يضع المدرب العنوان والتفاصيل وحتى لو كان العنوان محدداً مسبقاً فالمدرب يحدد عناصر الدورة التدريبية بنفسه.

ويشير (أ/ أسامة الديب) أنه لا بد أن يكون أي تدريب يحتوي على عنصري المهنة " خبراء – أكاديميين" وإن وجدت الصفتين في شخص واحد صار أفضل، فالأكاديمي الممارس يستطيع تمرير المعلومة للدارسين من خلال العلم الممارسة والمشاكل والحلول العملية التي اكتشفها وقت الممارسة

ويشير (أ.د/ خالد عبد الجواد) أنه عادة يقوم بعمليات التدريب في الكثير من المؤسسات التدريبية متخصصون في مجال التدريب وهم من يقومون بإعداد وتنفيذ الدورات وتحديد المدة.

كما أكدت (د/ دينا فكري) أن نجاح المؤسسة التدريبية يقاس ليس فقط باختيار المدرب أو المتخصص ولكن الأهم اختيار مضمون التدريب والنقاش بين القائمين على المراكز والمدرب في كل ما هو جديد وإعداد محاور الدورات التدريبية حتى يتم تقديم معلومات جديدة وتدريب متطورة تحاكي الواقع وتضمن خروج خريج إعلامي محترف مواكب لكل التطورات المهنية.

ويؤكد (د/ جورج لطيف) أن مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي يستعين بشكل جيد بالخبراء خاصة في المقررات الجديدة كالذكاء الاصطناعي، ولكنه يتم بشكل فردي تستهدف خبير معينة من خلال التواصل مع الخبير والتعرف على مقترحاتهم فيما يتم تدريسه في البرنامج التدريبي.

4. أهداف التدريب في المراكز التدريبية (مادية/ مهنية) التي تسعى الدورات التدريبية إلى تحقيقها لدراسي الإعلام؟

اتفقت عينة الدراسة من المتخصصين على أن هناك عدة أهداف للتدريب في المراكز التدريبية تتمثل في تزويد المتدرب بالمعارف والمعلومات المتخصصة حسب تخصصاتهم، إكساب المتدرب الاتجاهات والقيم التي تحفزها على أداء رسالته الإعلامية بكفاءة، ورفع الكفاءة المهنية لدارسي الإعلام بالجامعات، وإكساب المتدرب مهارات التواصل، وكذلك التدريب على اللقاءات الإعلامية، كما تهدف إلى إكساب المتدرب المهارات اللازمة للتخطيط والممارسة، وربط المتدرب بالأدوات التكنولوجية والتدريب على استخدامها في الإعلام، وتنمية الرؤية التقنية لدى المتدرب والقدرة على التحليل والتفسير، وتطوير المهارات الفنية والتقنية لدى المتدرب، وربط المتدرب بميدان العمل الإعلامي من خلال الزيارات الميدانية، ودعم وتطوير الإنتاج الإعلامي المحلي وتوفير فرص للتبادل الثقافي والإعلامي.

حيث يؤكد (أشرف مفيد) أن المراكز التدريبية تسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف المتوازنة التي تجمع بين البعد المهني والبعد المادي، فعلى الصعيد المهني، تهدف هذه الدورات إلى تأهيل دارسي الإعلام بالمهارات العملية والفنية التي تؤهلهم للالتحاق بسوق العمل الإعلامي، مع التركيز على تعزيز التفكير النقدي، والقدرة على التعامل مع الأدوات الرقمية الحديثة، وإنتاج المحتوى وفقاً للمعايير المهنية والأخلاقية، كما تهدف الدورات إلى سد الفجوة بين الجانب النظري الذي يتلقاه الطلاب في المؤسسات الأكاديمية، وبين الواقع العملي داخل غرف الأخبار والاستوديوهات ومواقع الإنتاج الإعلامي، أما من الناحية المادية، فإن المراكز التدريبية، كونها مؤسسات تقدم خدمات في إطار تنافسي، تسعى إلى تحقيق عائد مادي يضمن استمراريتها وتطوير برامجها، وهو أمر مشروع، بشرط ألا يؤثر على جودة التدريب أو يُغيب الهدف الأساسي منه، وهو بناء كوادر إعلامية قادرة على التفاعل مع متطلبات العصر، وبالتالي، يمكن القول إن التوازن بين الأهداف المهنية والمادية هو ما يصنع الفارق الحقيقي في جودة العملية التدريبية وفعاليتها.

كما أشارت (د/ نادية النشار) أن من أهداف التدريب في المراكز التدريبية المهنية التي تسعى الدورات التدريبية إلى تحقيقها لدارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني.

1. سد الفجوات بين المناهج الدراسية وسوق العمل

2. الممارسة التدريبية أو التدريب على ممارسة العمل الإعلامي مثل: قراءة نشرات الأخبار، تدريبات التنفس، عمل برنامج حوارى لأن وقت المحاضرة الأكاديمية لا يكفي لتغطية هذه الممارسة بشكل وافر للطالب المحاضرة الأكاديمية لا تغطيها والتدريب في هذا الوقت يغطي هذه الممارسة

3. تعريف المتدرب على كبار الإعلاميين والأكاديميين والاحتكاك بهم

أما ما يتعلق بالأهداف المادية فإن كل المراكز التدريبية تهدف للربح بالإضافة لتحقيق رسالة المركز أو المؤسسة التدريبية ليستطيع المركز أن يكمل رسالته فيطالب المركز بعدد معين من المتدربين لسد المتطلبات المادية للمركز.

أما (د/ دينا فكري) ترى أن من أهداف المراكز التدريبية ما يلي:

1. صقل مهارات الطلاب في كافة التخصصات العملية
2. تعلم كيفية اختيار الفكرة والبحث عن محتوى مبتكر وهادف
3. تعليم الطلاب المسؤولية وكيفية العمل تحت ضغط خصوصاً في أوقات Breaking news
4. فهم طبيعة العمل الإعلامي وتوزيع الأدوار بين الطلاب وتعليمهم العمل team work
5. تعليم الطلاب حل جميع المشاكل التي قد تواجههم في العمل وإعطاء الخبرة العملية في هذه النقطة بالتحديد

ويشير (أ/ أسامة الديب) أن معظم الأماكن التدريبية هدفها ربحي في المقام الأول وهذا مفهوم ومنطقي ولكن هناك أماكن تهتم بالاثنتين وتسعى بكل قوتها للتعليم الجيد وأيضاً للربح مثل: مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي UP Skills التابع لمدينة الإنتاج الإعلامي، ويشير (أ.د/ خالد عبد الجواد) أن بعض المؤسسات التدريبية تضع أهدافاً محددة وفقاً لرؤيتها الخاصة والبعض الآخر يضع أهدافاً بناءً على احتياجات المؤسسة.

المحور الثاني: دور التدريب الإعلامي في تشكيل المهارات الإعلامية:

1- مدى مساهمة البرامج التدريبية في إعادة تشكيل المهارات الإعلامية لدراسي الإعلام:-

لا شك في قدرة البرامج التدريبية في إعادة تشكيل المهارات الإعلامية لدى الطلاب في كليات الإعلام، حيث أفاد (أشرف مفيد) أن البرامج التدريبية المتخصصة تسهم بشكل مباشر وفعال في إعادة تشكيل المهارات الإعلامية لدارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني، خاصة إذا تم تصميمها بما يتوافق مع المتغيرات المهنية والتكنولوجية المتسارعة، فالبرامج التي تركز على التدريب العملي، واستخدام الأدوات الرقمية، وفهم ديناميكيات الإنتاج الإعلامي الحديث، حيث تعمل على بناء جيل من الإعلاميين القادرين على ممارسة المهنة بوعي وكفاءة، ومراكز التدريب التي تتبنى هذه الرؤية تساهم بفاعلية في تقليص الفجوة بين مخرجات التعليم الأكاديمي واحتياجات سوق العمل، وتُعِد صياغة المهارات الإعلامية وفقاً لمتطلبات الواقع العملي والرقمي المعاصر.

وتساهم البرامج التدريبية من وجهة (د/ نادية النشار) بشكل كبير في إعداد أو في إعادة تشكيل المهارات الإعلامية للمتدرب خاصة لمواجهة التحديات التي تواجه العمل الإعلامي في ظل انتشار Social Media ووسائل التواصل الاجتماعي والتي تكون لدى الطالب مهارات قائمة على معايير خاطئة فيقلد نماذج عرضية ولا يقلد النماذج التي تبني على أسس وقواعد مهنية وأكاديمية، كذلك يرى (د/ جورج لطيف) أن البرامج التدريبية هامة جداً في تطوير وتشكيل المهارات الإعلامية حيث إنها تعمل على تزويده بالمعلومات عن محتويات غير متاحة في الكليات والجامعات إلى جانب تزويد حجم معارف المتدرب ويزيد من علاقاته بالآخرين مما يساهم في تحسين مهارات التواصل الجيد.

من أبرز مجالات التدريب التي ينبغي التركيز عليها من وجهة نظر (أشرف مفيد) إنتاج المحتوى الرقمي، صحافة البيانات، الذكاء الاصطناعي في الإعلام، التحقق من الأخبار

ومكافحة التضليل، التحرير متعدد الوسائط، وإدارة المنصات الرقمية. هذه البرامج لا تكتفي بمنح المتدرب مهارات تقنية، بل تسهم أيضاً في تطوير حسه المهني، وقدرته على التكيف مع بيئات العمل المتغيرة، ويتفق مع ذلك رأي (أ/ أسامة الديب) الذي أشار إلى أن صحافة الموبايل والذكاء الاصطناعي، وتطوير الأفكار تعد من أهم مجالات التدريب التي ينبغي التركيز عليها.

ويشير (أ.د/ خالد عبد الجواد) أن إعداد الدورات يتطلب وجود متخصص في الإعلام الرقمي الذي يؤهل المتدربين لسوق العمل ويجعلهم قادرين على استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي بشكل متميز وتطوير مهاراتهم الإعلامية بما يتوافق مع التطورات التكنولوجية.

وترى (د/ دينا فكري) أن أهم نقطة هي الالتزام في الحضور وسؤال الخبير في كافة الأسئلة والمحاوّر بمعنى الاستفادة المثلى من وجود الخبير، وتعلم كيفية إدارة الحوار مع زملائه في العمل، وتعلم كيفية وضع التصور المبدئي للعمل وكيفية تحويله إلى منتج إعلامي حرفي بعد المعايينة، والبعد كل البعد عن كليشيهات العمل الإعلامي والبحث دائماً عن كل ما هو جديد وغير معروف وغير شائع.

ويؤكد الخبراء أن هناك عدد من المهارات التي يجب التركيز عليها في إعداد البرامج التدريبية أهمها مهارة التعامل مع التقنيات الرقمية الحديث، ومهارات الاتصال والتواصل الفعال، ومهارة الكتابة الإعلامية، وكذلك مهارة التعامل مع التحديات، وأيضاً مهارة التحرير الإعلامي، ومهارة البحث وجمع المعلومات، ومهارة إدارة المحتوى الإلكتروني، والوعي الأخلاقي والقوانين الإعلامية.

2- أكثر الموضوعات التي ينبغي التركيز عليها في البرامج التدريبية لطلاب ودراسي الإعلام بالمراكز التدريبية من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين:

تعددت الموضوعات التي أكد الخبراء أنه يجب التركيز عليها أثناء إعداد الدورات التدريبية، خاصة موضوعات الذكاء الاصطناعي وصحافة البيانات والإعلام الرقمي والقواعد والقوانين التي تحكم العمل الإعلامي، حيث أشار (د/ أشرف مفيد) أن هناك مجموعة من الموضوعات الحيوية التي باتت ضرورية في أي برنامج تدريبي يُقدّم لطلاب ودراسي الإعلام بشكل عام، نظراً لما تشهده البيئة الإعلامية من تحولات عميقة، ومن أبرزها:

1. الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في الإعلام: مثل توليد وتخصيص المحتوى، تحليل البيانات.
2. التحقق من المعلومات ومكافحة الأخبار الزائفة: لمواجهة تحديات التضليل الإعلامي.
3. إنتاج المحتوى الرقمي متعدد الوسائط: ويشمل تحرير الفيديو، التصوير الاحترافي، والصوتيات.
4. إدارة منصات التواصل الاجتماعي: من حيث الاستراتيجية، والتحليل، والتفاعل مع الجمهور.

5. صحافة البيانات: تحليل الأرقام والاتجاهات لتحويلها إلى قصص صحفية مؤثرة.

6. كتابة المحتوى الإبداعي والرقمي: بما يشمل التدوين، والبودكاست، والسيناريوهات.

7. التسويق الإعلامي الرقمي: لتعزيز مهارات الترويج وفهم خوارزميات المنصات.

حيث يُمكن التركيز على هذه الموضوعات ليتمكن الطلاب من مواكبة التحولات الجذرية في المهنة، ويُعيد تشكيل وعيهم الإعلامي بما يتناسب مع طبيعة الممارسات الجديدة والتقنيات

الحديثة، ويتفق معها ما أشارت إليه (أ/ أسامة الديب) الذي أكد أن من أهم الموضوعات كانت صحافة الموبايل والذكاء الاصطناعي، كما أكد (أ.د/ خالد عبد الجواد) أنه لا بد من استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي وتوظيف الإعلام الرقمي.

كذلك أكدت (د/ نادية النشار) أن أكثر الموضوعات التي يجب أن تركز عليها هي الموضوعات التي تزيد من مهاراته الإعلامية حتى يكون الإعلامي المستدام ولا تضغط عليه الوسائل التكنولوجية من وسائل الذكاء الاصطناعي وتكون بديلاً للإعلامي الإنسان، كما أكدت أن الموضوعات التي يجب التركيز عليها التي يزيد فيها المتدرب من مهاراته ليصدق أن الإعلام ليس مهنة معرضة للانقراض ولا بد أن يكون هناك ما يفيد من موضوعات لتكوين وتشكيل مهارات ليكون الإعلامي المستدام.

بينما ترى (د/ دينا فكري) أن أكثر الموضوعات أهمية أن يتم تدريب الطالب على ما يسمى *one man crew* وهذا يفيد الطالب كثيراً فيصبح محترفاً فهو ينتج المنتج الإعلامي بمفرده ويضمن بذلك وظيفة إعلامية مرموقة كما أنه يكون لديه فهم كامل بطبيعة التخصصات الأخرى.

ويرى (د/ جورج لطيف) أن موضوعات الأكثر انتشاراً (التريند) هي الموضوعات التي ينبغي التركيز عليها في البرامج التدريبية كالذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة والتفاعلية والتواصلية.

المحور الثالث: مستقبل التدريب الإعلامي بالمراكز التدريبية من وجهة نظر المتخصصين:

1. التصور العام لطبيعة المتدرب في المستقبل:-

ترى عينة الدراسة أن طبيعة التطور التقني والتقنيات الحديثة سوف تحدث تأثيراً بالغاً لطبيعة المتدرب من طلاب كليات الإعلام من حيث قدرته على الحصول على المعلومات وعرضها وصناعة المحتوى الإعلامي ونشره إلى جانب وعيه بتأثير تلك التقنيات في زيادة مهاراته وتشكيلها بما يفيد عمله الإعلامي، فقد أشار (أشرف مفيد) إلى أنه في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها قطاع الإعلام، فإن المتدرب في المستقبل لن يكون مجرد متلقٍ للمعلومة أو منفذ للتعليمات، بل سيكون شريكاً فاعلاً في صناعة المحتوى واتخاذ القرار، فمن المتوقع أن يتمتع المتدرب بقدر عالٍ من المرونة الرقمية، والقدرة على التعامل مع الأدوات الذكية، والبرمجيات المتقدمة، وأن يكون على دراية بفنون التحرير متعدد الوسائط، وفهم الجمهور، وتحليل البيانات، كما سيكون المتدرب المستقبلي أكثر وعياً بأهمية التعلم المستمر، حيث لم تعد المهارات الإعلامية ثابتة أو دائمة، بل أصبحت متغيرة ومرتبطة بسياق تقني متجدد. كما أن القدرة على التكيف، والتفكير النقدي، والعمل ضمن فرق متعددة التخصصات، ستكون من السمات الأساسية التي تميز هذا النموذج الجديد من المتدربين، ومن هنا، ينبغي على المراكز التدريبية أن تعيد النظر في أساليبها التقليدية، وتعمل على تصميم برامج ديناميكية تراعي هذه السمات المستقبلية، وتُعزز من قدرة المتدرب على مواكبة ما هو قادم في عالم الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي.

ويتفق ذلك مع ما أشارت إليه (د/نادية النشار) والتي أكدت أن مهارات المتدرب تتغير يوماً عن يوم بسبب وسائل التواصل الاجتماعي لذلك هناك متدرب لديه مهارات وخبرات من كثرة التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي (للسوشيال ميديا) وهناك طالب متدرب متعلم بالفعل ويحتاج لزيادة مهاراته الإعلامية فالطالب تزيده وسائل التواصل الاجتماعي نجاحاً وتجعل منه صعب في التعلم لأنه يرى أنه ناجح رغم أن لديه بعض المشكلات المهنية مثل عيوب الصوت أو مخارج الحروف غير المضبوطة وهكذا فمهارات المتدرب تتغير يوماً بعد يوم نتيجة التطور السريع والهائل في الوسائل التكنولوجية التي ترتبط بوسائل الإعلام بشكل كبير.

ويشير (أ/ أسامة الديب) أن المتدرب في الوقت القريب سوف يبحث أكثر عن الأدوات والتكنولوجيا أكثر من العلوم التقليدية لأنه بالفعل يعلم نوع المحتوى الذي يريد تقديمه ولكنه يحتاج لأدوات تمكنه من فعل هذا، كما يشير (أ.د/ خالد عبد الجواد) أنه لا بد أن يكون لديه إلمام كامل بطبيعة العمل الإعلامي الرقمي واستخدام أشكال التكنولوجيا التي تساعد في بناء إعلامي متميز يحقق أهداف المؤسسة التي ينتمي إليها.

وتضع (د/ دينا فكري) مجموعة من السمات التي يجب أن يتصف بها المتدرب في المستقبل وتتلخص في:

- لا بد من تصور عام للمتدرب في المستقبل

- لا بد أن يصقل بكافة المهارات التي تؤهله للسوق العمل باحترافية وجدية عالية.

- أن يكون لديه السمات النفسية والاجتماعية المؤهلة للعمل في هذا المجال.

- أن يخضع لدورات تدريبية كلما جد جديد في المجال أو للمعرفة أكثر.

- يجب أن يكون لديه حب للعمل وطموح للوصول للغاية الأسمى.

- يجب الاهتمام بالفكر خارج الصندوق حتى يضمن الاستمرار في عمله باحترافية.

2. التعاون بين المراكز التدريبية والمؤسسات الإعلامية والأكاديمية لتطوير عملية التدريب:-

أكد المتخصصون والأكاديميون ضرورة التعاون بين المراكز التدريبية والمؤسسات الإعلامية لما لها من فوائد في ربط البرامج التدريبية بما يتطلبه سوق العمل من مهارات وموضوعات مختلفة، خاصة في ظل التطورات التي يشهدها العصر الحالي والتي أصبحت تفرض على المؤسسات الإعلامية بعض المتطلبات الهامة، حيث يرى (أشرف مفيد) أن التعاون بين المراكز التدريبية والمؤسسات الإعلامية والأكاديمية يُعد ضرورة ملحة لا يمكن الاستغناء عنها في ظل التحديات المتسارعة التي يواجهها المجال الإعلامي، فهذا التعاون يُحقق التكامل المطلوب بين النظرية والممارسة، ويُساهم في إعداد كوادر إعلامية تمتلك التأهيل العلمي والخبرة العملية في آن واحد، فمن خلال هذا التعاون، يمكن للمؤسسات الأكاديمية أن تضمن تحديث مناهجها بما يتوافق مع تطورات المهنة، ويمكن للمؤسسات الإعلامية أن تواكب مستجدات التقنيات عبر تزويد كوادرها بالتدريب المستمر، في حين تعمل المراكز التدريبية كحلقة وصل حيوية، تُترجم المعارف النظرية إلى مهارات عملية، كما أن وجود آلية تشاركية منتظمة بين هذه الجهات الثلاث يُعزّز من جودة المحتوى التدريبي، ويُساهم في بناء شراكات

استراتيجية تؤدي إلى تطوير بيئة إعلامية أكثر احترافاً، وتخريج إعلاميين قادرين على المنافسة محلياً وإقليمياً وعالمياً.

كذلك ترى (د/ نادية النشار) أن هناك ضرورة قصوى للتعاون بين المراكز التدريبية والمؤسسات الإعلامية والأكاديمية لتطوير عملية التدريب يجب التعاون بين مؤسسات لتظل عملية الإعلام عملية متطورة ويظل علم الإعلام علماً قابلاً للممارسة.

ويشير (أ/ أسامة الديب) أنه لا بد أن يكون هناك تعاون بشكل دائم بل لا بد أن يكون هناك تقييم سنوي للعاملين لمدى حاجتهم في اجتياز دورات تدريبية في العلوم الجديدة التابعة لمهامهم، وهو ما أكدته (د/ دينا فكري) أن التعاون بين تلك المؤسسات يعد غاية في الأهمية فلا بد من التعاون الوثيق بينهما حتى يتدرب الطالب على أعلى مستوى ويتم تخريج كفاءات إعلامية متطورة

وهو ما يتفق مع ما أشار إليه (أ.د/ خالد عبد الجواد) حيث يرى أنه لا بد أن يسهم الأكاديميون بما لديهم من تصورات نظرية جيدة من المحتوى الإعلامي ورؤية لمستقبل الإعلام وبخاصة المناهج الدراسية التي تسهم في الارتقاء بمستوى المتدربين وبخاصة طلاب الإعلام.

3.مدى توافق البرامج التدريبية بالمراكز الإعلامية مع خطة مصر 2030 لتطوير المنتج الإعلامي:

أطلقت مصر في عام 2016 أجندة وطنية مصرية تعكس الاستراتيجية المستهدفة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة في كافة المجالات ومن بينها الإعلام، وترتكز رؤية مصر 2030 على عدة أهداف من بينها تطوير الإعلام بشكل يتوافق مع التطورات التقنية التي أحدثتها الثورة التكنولوجية، وتعكس إجابات عينة الدراسة مدى توافق المراكز الإعلامية التي تقدم برامج تدريبية مع ما تهدف إليه خطة مصر 2030، حيث يرى (أشرف مفيد) أن العديد من البرامج التدريبية بالمراكز الإعلامية، وخصوصاً مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي، تتوافق مع أهداف "رؤية مصر 2030"، من حيث السعي نحو بناء مجتمع معرفي، وتعزيز الابتكار، وتطوير الكوادر البشرية القادرة على التعامل مع أدوات التكنولوجيا الحديثة في الإعلام، فمن خلال التركيز على المهارات الرقمية، واستخدام الذكاء الاصطناعي، وتحسين قدرات إنتاج المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله، تتماشى هذه البرامج مع محور "الاقتصاد القائم على المعرفة" ومحور "التعليم والتدريب" ضمن الرؤية الوطنية، كما تسهم هذه البرامج في تطوير المنتج الإعلامي المصري من خلال رفع جودة الأداء، وتشجيع الإبداع، وتبني معايير مهنية وأخلاقية تتناسب مع التحول الرقمي، فضلاً عن تعزيز قدرة الإعلام الوطني على المنافسة في الأسواق الإقليمية والدولية، وهو ما يمثل أحد أهداف التنمية المستدامة في قطاع الإعلام ضمن خطة مصر 2030.

كذلك ترى (د/ دينا فكري) أنها تتوافق إلى حد كبير خاصة مع تسارع التكنولوجيا الرقمية وأدواتها والتطبيقات الإعلامية بها وترى أن هناك مجهود كبير يبذل في صحافة الموبايل و mojoo ونجحت المراكز التدريبية والأكاديمية في اللحاق بهذا التقدم من خلال عقد ورش تدريبية متخصصة في هذا المجال بالتحديد، كذلك يشير (أ.د/ خالد عبد الجواد) إنه يظن أن

المراكز التدريبية تضع نصب أعينها هذه الرؤية لتخصيص أفضل نتائج في مجال التدريب الإعلامي.

كما يرى (د/ جورج لطيف) أنها تتوافق إلى حد ما إلا أنها تحتاج إلى تطوير أكثر والتركيز على تطوير التقنيات والاندماج مع تخصصات مختلفة بعيدة عن مجال الإعلام وهو ما يخدم رؤية مصر 2030.

بينما ترى (د/ نادية النشار) أنها لا تتوافق دائما إلا في مراكز التدريب التي لها علاقة بالفتوات التلفزيونية أو المحطات الإذاعية مثل مركز تدريب الإذاعة والتلفزيون ومثل مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي الـ Up Skills فهذه المراكز تعمل وفق استراتيجية مصر أي الأماكن الاحتراف المرتبطة بفتوات أو مؤسسات إعلامية فهي الوحيدة التي تتوافق برامجها التدريبية مع خطة مصر 2030 أما غيرها من المراكز فلا تتوافق برامجها التدريبية مع هذه الخطة

ويشير (أ/ أسامة الديب) أن هناك مراكز مثل مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي UP Skills تتفهم تماما طبيعة التطور المتواجد في السوق الرقمي اليوم وتسعى لإكساب الطلاب تلك المهارات وهناك العديد من المؤسسات التي تهتم بالربح فقط.

المحور الرابع: التحديات والمعوقات التي تواجه التدريب الإعلامي ومقترحات تطوير التدريب الإعلامي:

1. أكثر التحديات والمعوقات التي تواجه التدريب الإعلامي في مصر:-

يرى (أشرف مفيد) أن التدريب الإعلامي في مصر يواجه مجموعة من التحديات والمعوقات التي تؤثر على فاعليته وكفاءته، والتي تحتاج إلى معالجة جادة ومتكاملة من جميع الجهات المعنية بالتعليم والتدريب والإعلام ويمكن تلخيص أبرز تلك التحديات فيما يلي:

1. الفجوة بين المناهج النظرية وسوق العمل.
2. ضعف الإمكانيات التقنية في بعض المراكز.
3. غياب الاستراتيجيات طويلة المدى.
4. قلة الشراكات مع المؤسسات الإعلامية.
5. عدم مواكبة بعض المدربين للتطورات الحديثة.
6. ارتفاع التكلفة أحيانا.

ومن وجهة نظر (أ.د/ خالد عبد الجواد) أن التحديات التي تواجه عملية التدريب الإعلامي أهمها:

- عدم توافر المدربين الأكفاء.
- عدم توافر الأجهزة والمعدات التكنولوجية لاستخدامها في التدريب.
- عدم وضوح رؤية محددة في مجال التدريب.

وترى (د/ نادية النشار) أن أكثر التحديات هي انتشار مراكز تدريبية تجارية فقط تهدف للربح فقط وتقدم فرصاً وهمية ولا تقدم علماً حقيقياً ولا تركز عليها وهذا يجعل المراكز الرسمية المرتبطة بالمؤسسات الإعلامية والتعليمية يجعل هذا من المراكز الرسمية مطالبة بتقديم فرص تدريبية منافسة بأسعار يتحملها المتدرب وتتيح له بعض الإغراءات مثل تقديم حلقة في قناة تليفزيونية أو محطة إذاعية أو مؤسسة إعلامية.

ويشير (أ/ أسامة الديب) أن أكثر المعوقات هي التطبيق العملي، لأن العلوم نفسها متواجدة في العديد من المنصات ولكن إيجاد المدرب القادر على تبسيط وشرح التدريب بشكل عملي، وأيضاً أن يكون كل تدريب له مخرجات عملية من الدارسين، وأن هذا شرط أساسي.

كما ترى (د/ دينا فكري) أنه لا بد أن يكون المدرب لديه القدرة على توصيل المعلومات ولديه حب التدريب والتعامل مع الطلاب وفن توصيل الرسالة لأنه فن، فقد يكون المدرب محترفاً لكن ليس لديه القدرة على التواصل والتدريب والصبر وحسن إدارة الورشة التدريبية.

وقد أكدت دراسة **Shadi Abu-Ayyash (2025)**³⁸ وجود بعض التحديات التي تواجه كليات الإعلام والتدريب الإعلامي من بينها نقص الدعم المادي الذي يساعد على توفير التكنولوجيا والوسائل المساعدة في عملية التدريب.

وتمثل الحلول المقترحة لمواجهة تلك التحديات من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين:

يرى (د/ أشرف مفيد) أنه يمكن طرح مجموعة من الحلول العملية والمستدامة لمواجهة التحديات التي تعيق عملية التدريب الإعلامي في مصر، كما يرى أن هذه الحلول إذا ما طبقت بفاعلية، يمكن أن تُحدث تحولاً حقيقياً في منظومة التدريب الإعلامي، وتُعيد بناء كوادِر قادرة على مواكبة التطورات العالمية، ومن أبرز تلك الحلول:

1. تطوير المناهج التدريبية باستمرار.
2. تعزيز الشراكات بين المراكز التدريبية والمؤسسات الإعلامية والأكاديمية.
3. تأهيل المدربين بشكل دوري.
4. دعم الدولة للبرامج التدريبية الحيوية.
5. إنشاء بيئات تدريب محاكية للواقع المهني.
6. التركيز على المهارات الناعمة مثل مهارات التواصل، وإدارة الأزمات، والتفكير النقدي.
7. إطلاق مبادرات وطنية مستدامة.

ويرى (أ/ أسامة الديب) أن من أبرز الحلول المقترحة لمواجهة التحديات هو البحث دائماً عن العلوم الجديدة أو التطور المستمر في العلوم القائمة والبحث عن الشخص المناسب لإيصال المعلومة، ويشير (أ.د/ خالد عبد الجواد) أن من أكثر الحلول المقترحة لمواجهة التحديات مواكبة المناهج الدراسية وبخاصة العملية في مجال الإعلام لكل التطورات التكنولوجية في الجوانب العملية للمقررات الدراسية وتوفير كوادِر أكاديمية تجمع بين النواحي العلمية والنظرية،

وتضيف (د/ دينا فكري) اختيار مدربين في كافة التخصصات لديهم القدرة على التواصل مع الأجيال وهم يحبون هذا العمل.

2. أكثر الدول الناجحة في مجال التدريب الإعلامي، وكيف يمكن الاستفادة من تلك التجارب لتعزيز دور الدورات التدريبية في الإعلام:

اختلفت آراء الخبراء فيما يتعلق بالدول الناجحة في مجال التدريب الإعلامي وتباينت آراؤهم حول تلك الدول كونها عربية أو أجنبية، فقد رأى (أشرف مفيد) أن هناك عدد من النماذج الرائدة عالمياً في مجال التدريب الإعلامي، أبرزها: (المملكة المتحدة/ الولايات المتحدة الأمريكية/ ألمانيا/ فنلندا والدول الإسكندنافية).

كذلك ترى (د/ دينا فكري) أن من أهم المراكز التدريبية الرائدة في مجال التدريب الإعلامي كانت (مركز تدريب bbc / مركز تدريب قناة Dw/ مركز تدريب التلفزيون الصيني الناطق بالعربية / التدريب مع المراكز الهندية العالمية خاصة في التعامل مع virtual studio / مركز تدريب الوكالات ومكاتبها في مصر خصوصاً في التدريب على one man crew)

ويشير (أ.د/ خالد عبد الجواد) أن بريطانيا وألمانيا وهولندا من أكثر الدول تميزاً في مجال التدريب الإعلامي من خلال بعض مؤسسات المجتمع المدني.

كما أن (د/ جورج لطيف) يرى أن من أهم الدول الناجحة في مجال التدريب الإعلامي ألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية وهولندا، ومن الدول العربية الإمارات.

وعلى مستوى الدول العربية ترى (د/ نادية النشار) أن الكويت تعد من أكثر الدول التي تهتم بالتدريب الإعلامي، بينما يرى (أ/ أسامة الديب) أن مصر من أهم الدول الرائدة في التدريب في منطقة الشرق الأوسط والإمارات في منطقة الخليج وبريطانيا في الاتحاد الأوروبي.

أما عن سبل الاستفادة من هذه التجارب في مصر، وخصوصاً في مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي، يرى (أشرف مفيد) أنها يجب أن تتمثل في الآتي:

- تبني نموذج التدريب القائم على "التعلم بالممارسة" وليس المحاضرات النظرية فقط.
- التعاون مع تلك المؤسسات من خلال برامج شراكة دولية أو زيارات تبادلية للمدربين والمتدربين.
- الاستفادة من مناهجهم الحديثة في تصميم محتوى تدريبي يُناسب السياق المحلي.
- التركيز على المهارات الرقمية وصحافة الحلول والابتكار الإعلامي، كما تفعل هذه الدول.
- تطبيق معايير الجودة الدولية في التخطيط والتنفيذ والتقييم للبرامج التدريبية.

كما يرى أن استلهام هذه النماذج يُمكن أن يُحدث نقلة نوعية في منظومة التدريب الإعلامي بمصر، ويُعزز مكانة مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي كمركز إقليمي رائد في هذا المجال.

3. مقترحات الخبراء لتطوير التدريب الإعلامي في ظل الرقمنة وظهور الأشكال الجديدة من الإعلام:-

يجمع الخبراء إنه في ظل التحول الرقمي الجذري الذي يشهده الإعلام، وتنامي الأشكال الجديدة مثل الإعلام التفاعلي، والبودكاست، والميتافيرس، وصحافة البيانات، يصبح من الضروري إعادة بناء منظومة التدريب الإعلامي بالكامل، وتقديم مقترحات عملية لتطويرها، ويقترح (أشرف مفيد) عدة مقترحات التي إذا ما تم تبنيها بشكل مؤسسي، ستحدث نقلة حقيقية في تدريب الإعلاميين، وستمكن مصر من إنتاج كوادرات إعلامية تليق بمكانتها إقليمياً ودولياً في ظل الثورة الرقمية، وجاءت أبرز تلك المقترحات:

1. إعادة هيكلة البرامج التدريبية.
 2. إدخال وحدات دراسية متخصصة في الذكاء الاصطناعي.
 3. تصميم منصات تدريبية تفاعلية أونلاين.
 4. دمج مفهوم "التعلم التشاركي".
 5. فتح المجال أمام الشركات مع شركات التكنولوجيا والمنصات الرقمية الكبرى.
 6. التركيز على الإعلام المتخصص.
 7. تدريب المدربين أنفسهم على أحدث الأدوات الرقمية.
 8. تبني نهج التفكير التصميمي (Design Thinking) .
- كما قدمت (د/ نادية النشار) عدة مقترحات منها:

- 1- طرح موضوعات تجعل الإعلامي يصدق أنه سيستمر في العمل الإعلامي
- 2- التدريب على الأشكال الإعلامية الجديدة المرتبطة بالتكنولوجيا الجديدة
- 3- فهم الجذور التقليدية للأشكال الجديدة ليستطيع البناء عليها مثل البودكاست، هو في الأصل برنامج حوارى المتدرب يرى أصول هذه الأشكال ويتعلم أصول هذه البرامج ويقدم (أ/ أسامة الديب) عدة مقترحات أخرى منها:

- 1- البحث عن كل ما هو جديد
- 2- فهم طبيعة رواد منصات السوشيال ميديا
- 3- عدم التفكير بطريقة التلفزيون التقليدي
- 4- الاستعانة بصحافة الموبايل
- 5- فهم الذكاء الاصطناعي

كما ترى (د/ دينا فكري) أنه ينبغي:

1. عقد بروتوكولات تعاون بالإضافة
2. منح في صورة دورات تدريبية متخصصة
3. تدريب الطلاب على إنتاج المشاريع بالهاتف والاستفادة من تكنولوجيا وبرامج وتطبيقات الهواتف
4. الحرص على التدريب في التخصصات المختلفة مثل الإلقاء الصوتي والمسرحي والدوبلاج والمونتاج بكافة أجهزته والتصوير تحت الماء وخلافه

عاشراً: الرؤية المستقبلية لتطوير التدريب الإعلامي بمراكز التدريب:

في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة، وتنامي دور الذكاء الاصطناعي ووسائل الإعلام الرقمي، شهدت الصناعة الإعلامية تحولات جذرية في أساليب الإنتاج والتوزيع والاستهلاك. أصبح من الضروري إعادة تشكيل المهارات الإعلامية لدارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني، لتتوافق مع متطلبات سوق العمل الرقمي والوسائط الجديدة. تلعب المؤسسات التدريبية دوراً حيوياً في سد الفجوة بين المناهج الأكاديمية والمهارات المهنية المطلوبة، خاصة في ظل رقمنة الإعلام وظهور أشكال جديدة من المحتوى الإعلامي، ويُعد مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي نموذجاً رائداً للمراكز التدريبية، إذ يسعى لإعادة تشكيل المهارات الإعلامية من خلال برامج تدريبية متطورة تلبي احتياجات العصر الرقمي، وخاصة البرامج المستحدثة في مجالات الذكاء الاصطناعي وصحافة الموبايل والبودكاست، حتى تتناسب مع خطة الدولة للاستدامة مصر 2030.

وقد تم وضع تصورات يمكن من خلالها تحقيق جودة شاملة للبرامج التدريبية، وبالتالي الارتقاء بترتيب مركز التدريب والوصول بها إلى مصاف المراكز التدريبية المتميزة، ويمكن توضيح مؤشرات كل متطلب كما يلي:

أ. فيما يتعلق بأساليب وطرق المستخدمة في عملية التدريب:

في ضوء التطورات التي تشهدها البيئة الإعلامية الحالية، كان هناك عدة مقترحات لتطوير عملية التدريب الإعلامي في مركز التدريب والتطوير بمدينة الإنتاج الإعلامي وتتمثل في:

- 1- الاعتماد على طرق أكثر تفاعلية في البرامج التدريبية كالزيارات الميدانية والتدريب العملي بالمؤسسات الإعلامية إلى جانب استضافة بعض المتخصصين من المؤسسات الإعلامية للاشتراك في التدريب وذلك بهدف ربط التدريب بما يحتاجه سوق العمل.
- 2- توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تدريس المقررات التدريبية إلى جانب توظيف المدونات والمننديات كبوابة رقمية تسهم في تكوين مجتمع تعليمي افتراضي خاصة في البرامج التدريبية.
- 3- إشراك الطلاب في البرامج التدريبية، من خلال استخدام التطبيقات التعاونية والتشاركية في تعليم الطلاب، وخصوصاً في المقررات التي تحمل الجانب العملي (كاستخدام الذكاء

- الاصطناعي والإخراج الصحفي، التصوير الصحفي، الصحافة الإلكترونية، إنتاج مواد إعلامية، الكتابة الإعلامية، مناهج البحث، تحليل الخطاب، قاعة بحث وغيرها).
- 4- استخدام تقنيات الواقع الافتراضي (VR) التي تضيف نوعاً من الحماس والجاذبية على عرض المحتوى الإعلامي أثناء شرح المحاضرات، وجعلها أداة لدعم وتعزيز قدرات طلاب الإعلام، حيث تنمي عدداً من المهارات والقدرات سواء المكتسبة أم الموروثة لدى الإعلاميين، ومن ثم يوفر لطلاب الإعلام فرصة تغطية الحروب والأزمات والصراعات.
- 5- التركيز على المحاضرة التفاعلية المتطورة، باستخدام الأفلام التعليمية، استخدام جوجل بلس واستخدام التطبيقات العملية التفاعلية داخل القاعة الدراسية، والتي تقدم ثورة معلوماتية نوعية متعددة الوسائط، كالنصوص والصور وملفات الصوت وملفات الفيديو.
- 6- التنوع في طرق التدريب، ومنها التركيز على الاستكشاف الاستقصائي للمواد الإعلامية لدى الطلاب، وتنمية مهارات التفكير الناقد، وحل القضايا الإعلامية بطريقة إبداعية وناقدة.
- 7- توظيف مواقع التواصل الاجتماعي والمننديات التعليمية، في تدريس البرامج التدريبية والتواصل مع الطلاب من خلال المناقشات البناءة وتنشيط المهارات لديهم، وخصوصاً ما يتعلق بمقررات التقنية، كالإعلام الرقمي، تكنولوجيا الاتصال والمعلومات؛ الصحافة الإلكترونية.
- 8- استخدام نظم رسم الخرائط والأجهزة المحمولة، لجمع المحتوى المتعلق بالمشكلات وعرضها ومن ثم تحليلها وكتابة تقرير عنها.
- 9- دمج مهارات الطلاب أثناء البرامج التدريبية، لإشراكهم في عملية التدريب، وحتى تحقق أهدافها ومخرجات برامجها، وتنمية الجوانب المهارية والإدراكية للطلاب، وتعزيز دافعيته للتعلم.
- 10- استخدام برامج وتقنيات رقمية متطورة تعزز العملية التعليمية، والتي تركز على استخدام التقنيات البصرية والمعلوماتية في عرض محتوى المقررات الإعلامية سواء نظرية أم تطبيقية.

ب- متطلبات خاصة بالمدرسين:

نظراً لأهمية اختيار المدرب الأمثل بوصفه الدعامة الأساسية للعملية التدريبية، كان من الضروري النظر إلى تنمية قدرات المدرسين وتطويرها من النواحي: المهنية، والإرشادية، والاتصالية، والبحثية، لزيادة فاعلية البحث العلمي، ولتعزيز الابتكار والقدرة التنافسية داخل المؤسسة التدريبية، أي ينبغي على المدرب أن يواكب المتغيرات العلمية المتسارعة ويطور من أدائه على المستويين الأكاديمي والتقني، لخلق نموذج تعليمي متميز، فالعملية التدريبية تحتاج إلى تخطيط وإعداد متقن من المدرسين، لذا انقسمت المتطلبات الخاصة بالمدرّب إلى عدة محاور فرعية، وتتمثل في:

- دمج تقنية المعلومات والاتصال في العملية التدريبية داخل مركز التدريب.
- تشجيع المدربين على حضور دورات تدريبية في مجال التقويم الفعال وأساليبه الحديثة، واستراتيجيات التدريب الفعالة كاستراتيجية الفصل المقلوب، العصف الذهني وحضور ورش تدريبية عملية مكثفة في مجال الإعلام بكافة فنونه وأشكاله للتعرف على آخر مستجدات العمل الإعلامي الميداني.
- تصميم برامج تدريبية تعتمد على تنمية الفكر الثقافي والإبداعي والتحليلي والاستقصائي لدارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني، وتدريب المدربين على كيفية استخدام النواحي التقنية فنياً في التدريب.
- تشجيع المدربين على حضور المؤتمرات والملتقيات العلمية محلياً وإقليمياً ودولياً في مجال التدريب الإعلامي، للتعرف على آخر ما توصلت إليه الساحة الإعلامية الأكاديمية في مجال التدريب.
- استقطاب الأساتذة المتميزين من المدربين العرب والأجانب، والإبقاء على المدربين المميزين مهنيًا وتعليميًا وعلميًا وبحثيًا وأخلاقيًا.
- تخصيص أوقات معينة يتواجد فيها كل مدرب للإجابة عن أسئلة المتدربين واستفساراتهم.
- عقد لقاءات إرشادية للطلاب في بداية كل برنامج تدريبي جديد، لتهيئتهم للبرنامج.

ج- متطلبات خاصة بتعزيز المهارات الإبداعية والابتكارية لدى الطلاب:

- تقاس جودة التدريب بالتقدم الحادث للطلاب؛ لذا فإن تحسين نظام التدريب والأساتذة تعد ضرورة لتقدمهم حيث تتعلق تلك المتطلبات بالطالب بوصفه أحد دعائم العملية التدريبية، فالطالب ينبغي أن يكون عنصراً فعالاً في اكتساب المادة العلمية؛ لتشكيل شخصية إعلامية بارزة، وتخريج كوادر إعلامية لذا فيجب:
- الاهتمام بالبرامج التدريبية المقدمة للطلاب التي تؤهلهم لسوق العمل.
 - تنمية مهارات تحمل المسؤولية والقدرة على اتخاذ القرار، وتنمية روح العمل الجماعي التعاوني في إنتاج المشاريع الإعلامية، وصناعة رسائل إعلامية هادفة، وتنمية الجوانب الإبداعية في المجال البحثي.
 - تنمية مهارات التعلم المستمر الذاتي، وإنتاج المعرفة الإعلامية ضمن أعلى مستويات الاحترافية الإعلامية، وتوظيفها لخدمة العملية التعليمية.
 - التركيز على تنمية التفكير العلمي والنقدي التحليلي الإعلامي ومهارات ما وراء المعرفة لدى الطلاب، ودعم الهوية الإعلامية الوطنية.
 - يمارس الطالب العمل الإعلامي بأشكاله وفنونه كافة داخل المحاضرة، والمعمل الصحفي.
 - التركيز على تنمية الاستخدام الفعال للأدوات التكنولوجية في التواصل والتعاون وحل المشكلات؛ لإنتاج صحف ومواقع إخبارية متعددة الوسائط الرقمية.

- تنمية المهارات اللغوية العربية والإنجليزية ومهارات تقنية المعلومات والكتابة والإلقاء والإقناع والمهارات الفنية والمجتمعية لدى دارسي الإعلام، وغيرها من المهارات الإعلامية، لمساعدته في تغطياته الإعلامية.

د- متطلبات خاصة بتوفير المصادر والتجهيزات (البيئة التدريبية):

- تأسيس مراكز إعلامية داخل الكليات مشتملة على ستديوهات إذاعية وتليفزيونية بأحدث معدات التصوير، تحت إشراف مصورين إعلاميين محترفين، ومعامل صحفية لتدريب الطلاب، والحرص على توفير معايير السلامة فيها.
- توفير أفضل وأحدث المصادر الإعلامية والمناهج وفق المعايير العالمية.
- رفع كفاءة وجودة الخدمات الأكاديمية المقدمة للطلاب.
- تجهيز معامل حاسوبية بأبرز الإصدارات الخاصة ببرامج التصميم والمونتاج المحدثه وسرعة تحميلها لاستخدامها في تصميم وإنتاج المواد الإعلامية، وتوفير برامج إذاعية متخصصة لتسجيل صوت الإعلانات الإذاعية والمؤثرات الصوتية.
- توفير الإنترنت فائق السرعة لإفادة الطلاب داخل القاعات، وخصوصاً في المواد المرتبطة بالإعلام الرقمي، وتكنولوجيا الاتصال، والصحافة الإلكترونية.
- أن تكون وسائل الاتصال والنظم التكنولوجية المستخدمة ملائمة للنشاط التعليمي.

هـ- متطلبات خاصة بتطوير البرامج والخطط التدريبية بما يواكب مستجدات العصر:

- وتتعلق تلك المتطلبات بضرورة تطوير البرامج والخطط الإعلامية والمقررات الدراسية واستراتيجيات التدريب وطرق التقويم، ومصادر التعلم، لزيادة فعالية العملية التدريبية وتتمثل في:
- عقد بروتوكولات تعاون بين المركز وعدد من الهيئات والمؤسسات الإعلامية خاصة في الدول الأجنبية العربية والأجنبية للاستفادة من تجاربهم في مجال التدريب الإعلامي.
- تطوير المناهج الدراسية والمقررات الإعلامية، بما يواكب التطورات المستجدة في مجال الإعلام، وبحيث ترتقي لطموحات الطلاب للعمل في المؤسسات الإعلامية بعد التخرج، وبما يتناسب مع متطلبات سوق العمل.
- ربط المقررات بالثورة المعرفية وبحاجة سوق العمل وحسب التطورات المستجدة في مجال الإعلام، بحيث تناسب احتياجات الثورة الصناعية الرابعة وتقنيات الذكاء الاصطناعي.
- تخصيص ميزانية مستقلة للبرنامج التدريبي، والبحث عن مصادر غير تقليدية للتمويل، مثل إنشاء الكراسي البحثية والتي تهدف إلى تحقيق التميز في مجال البحث والتطوير والمعرفة بما يساهم في الوصول بالمركز إلى مكانة عالمية متميزة في الإبداع والابتكار.
- الحرص على تنوع تخصصات المدربين وتناسب أعدادهم مع أعداد المتدربين.

- يكون للبرامج الإعلامية الخاصة بالتدريب دوراً أساسياً في المساهمة في خدمة المنظومة الإعلامية وتطويرها.
- مراجعة توصيف المقررات بشكل دوري، للتأكد من ملائمتها ومواكبتها لتطورات تقنية الاتصال والإعلام.
- أن تكون رؤية ورسالة وأهداف البرنامج مرتبطة بمستجدات العصر وتكون مرنة وقابلة للتحقيق خلال مدة زمنية معينة.
- تعدد وتنوع الطرق والأساليب التي يستخدمها المدرب في تدريس مقرراته، وينبغي أن تتسم تلك الاستراتيجيات بالتنوع والشمول، وأن يتم توظيفها حسب طبيعة كل مقرر، ومن الاستراتيجيات التي يمكن تطبيقها في التعليم الإعلامي لإذكاء روح النقد العلمي والمناظرة والنقاش والإبداع لدى الطالبات لتحفيز البحث العلمي ولتشجيع ثقافة فريق العمل ما يلي: (التعليم التعاوني، التعليم التشاركي، التعليم القائم على إدارة المشاريع، استضافة خبراء متخصصين في الإعلام، الاعتماد على أسلوب الحوار وحلقات النقاش أثناء المحاضرات، التعليم الذاتي).

حادي عشر: التوصيات والمقترحات:

من خلال استعراض النتائج السابقة تم التوصل إلى مجموعة من التوصيات كما يلي:

- 1- ضرورة قيام المراكز التدريبية تعزيز استخدام تقنيات الواقع الافتراضي (VR) Virtual Reality في التدريب الإعلامي. باعتباره من أفضل الوسائل التي تقوم بتقديم تجربة تدريب واقعية تحاكي القاعات الدراسية.
- 2- على الدولة القيام بتوفير المساعدات المالية اللازمة التي تمكن المؤسسات التدريبية من تحقيق أقصى استفادة من تلك التكنولوجيا الرقمية.
- 3- على المراكز والمؤسسات التدريبية دمج التعليم الرقمي في أساليبها وعدم اقتصرها على تفعيل تلك المنظومة في أوقات الأزمات.
- 4- على الدراسات الإعلامية التعرف على العوامل التي تؤثر بشكل كبير في تقبل تلك التكنولوجيا سواء بين الطلاب وبين المدربين حيث إن دراسة تلك العوامل يساعد في إزالة العقبات والتحديات التي تواجه تطبيق تلك التكنولوجيا الرقمية.
- 5- ضرورة القيام بتوسيع نطاق الدراسة في الوطن العربي خاصة في الدول العربية وعمل بروتوكولات تعاون مع المؤسسات الإعلامية العربية والأجنبية للاستفادة من تجارب الدول في مجال التدريب الإعلامي.
- 6- تحديث البرامج التدريبية وفقاً للتطورات التكنولوجية إدخال مناهج متخصصة في الإعلام الرقمي، الذكاء الاصطناعي، وصحافة البيانات.
- 7- دعم التعاون بين المؤسسات الإعلامية والجامعات وتوفير برامج تدريب عملي مكثفة داخل القنوات التليفزيونية والصحف الكبرى وإشراك الإعلاميين والخبراء في تصميم المناهج التدريبية داخل الجامعات

- 8- تقديم منح تدريبية مجانية للشباب والخريجين وزيادة دعم المؤسسات الإعلامية لتوفير دورات تدريبية مجانية أو منخفضة التكلفة للطلاب وإنشاء صندوق لدعم التدريب الإعلامي بالتعاون بين الدولة والقطاع الخاص.
- 9- تعزيز التدريب في الصحافة الاستقصائية والتحقق من المعلومات وتقديم دورات متخصصة في الصحافة الاستقصائية وتقنيات التحقق الرقمي ودعم الصحفيين في الوصول إلى المصادر المفتوحة وأدوات البحث الرقمي.
- 10- الاستثمار في البنية التحتية للمؤسسات التدريبية وتحديث ستوديوهات التدريب داخل الجامعات والمراكز الإعلامية وتوفير أحدث معدات التصوير والمونتاج لضمان جودة التدريب.

التوصيات البحثية المستقبلية:

- 1- إجراء دراسات مقارنة بين أساليب التدريب المختلفة (العملي، الإلكتروني، المدمج) لتقييم فعاليتها في تطوير المهارات الإعلامية.
- 2- تطوير أدوات قياس موحدة لقياس تأثير التدريب على المهارات الإعلامية، مما يُسهل من مقارنة نتائج الدراسات المختلفة.
- 3- توسيع نطاق الدراسات لتشمل تأثير التدريب على المدى الطويل، ومدى استدامة المهارات المكتسبة في بيئات العمل الفعلية.

خاتمة الدراسة:

في عصر يتسارع فيه التدفق المعلوماتي وتزداد فيه أهمية الإعلام كأداة للتأثير، يصبح التدريب الإعلامي للعاملين في هذا المجال ضرورة ملحة، لتعزيز قدرات الإعلاميين وتزويدهم بالمعرفة والمهارات اللازمة لمواكبة التحديات الحديثة، على أن يتم ذلك من خلال الاهتمام بالتدريب وفق أعلى معايير الجودة، لتطوير وتعزيز مهارات الكوادر الإعلامية العاملة بالمؤسسات الإعلامية المصرية، لمواكبة الإعلام الحديث لا سيما طلاب ودارسي الإعلام على وجه أشد خصوصية.

وتبرز أهمية التدريب الإعلامي كعملية أساسية وحيوية تحتاج إليها المؤسسات الإعلامية، نظرًا للتطورات الكبيرة التي يشهدها مجال الإعلام على مستوى المنطقة والعالم، لرفع وتطوير أداء الإعلاميين وهي عملية أحرى بها أن تبدأ خلال المرحلة الجامعية لطلاب ودارسي الإعلام، حيث يهدف التدريب إلى تحسين معارفهم ومهاراتهم الإعلامية، لمواكبة التطورات المعلوماتية المعاصرة، من خلال التدريب المهني باعتبارها حجر الزاوية والرهان الذي يعول عليها في عملية التحول والنهوض بالرسالة الإعلامية ومواكبة معطيات التطورات الراهنة، كما يعمل التدريب على تجديد اكتساب مهارات وخبرات تمكن الإعلامي من أداء مهامه بكل فعالية وكفاءة، وهنا يبرز دور التدريب وأهميته لنجاح الإعلامي في مساهمة التطورات المتسارعة في مجال الإعلام من خلال دمج وربط الإعلام التقليدي بالإعلام الرقمي، ووضع إستراتيجية متكاملة للتدريب، من هنا جاءت الضرورة الملحة لإجراء دراسات لمعرفة دور

المؤسسات التدريبية في إعادة تشكيل المهارات الإعلامية لدارسي المحتوى الإذاعي والتلفزيوني.

ولعل الدور المهم الذي يقوم به المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في اهتمامه بتدريب الإعلاميين، الذي يعد أحد الركائز الأساسية لرفع كفاءة الإعلاميين والحفاظ على مهاراتهم وتعزيز قدراتهم على التعامل مع المحتوى الإعلامي بشكل احترافي لدليل بارز على أهمية التدريب الإعلامي لطلاب ودارسي الإعلام لأنه استثمار في المستقبل. فكلما ارتفعت كفاءتهم الإعلامية زادت قدرة الإعلام على تقديم محتوى هادف وموثوق.

مراجع الدراسة:

- 1 محمد بن عبدالعزيز بن عبدالله العباد. "واقع التدريب الإعلامي في الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين بالهيئة 2022 م. ، *المجلة العربية للآداب والدراسات الإنسانية*، مجلد 9، ع34، 2025، ص ص 293-318.
- 2 كامل خورشيد، صدام المشاقبة، " واقع التدريب الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية من وجهة نظر الصحفيين " *مجلة الشرق الأوسط لعلوم الاتصال*، المجلد 2 ، العدد 1 ، 2022، ص ص 143-166
- 3 نادية العدوي. (2022). دور التدريب الميداني في سد الفجوة بين التعليم النظري والممارسة الإعلامية. *المجلة المصرية للإعلام والاتصال*، المجلد 29، العدد 3، ص. 179-204.
- 4 Samson, N. B. & Ndati, N. (2022). The Role of Journalism Training Institutions in the Changing Media Dynamics of Tanzania. *East African Journal of Education Studies*, 5(2), 164–174. <https://doi.org/10.37284/eajes.5.2.707>.
- 5 Gulnara, T., et al. (2022). Development of students' professional skills through media technologies. *World Journal on Educational Technology: Current Issues*, 14(5), 1634–1641. <https://doi.org/10.18844/wjet.v14i5.8127>
- 6 Deuze, M. (2022). *Media Work* (2nd ed.). Polity Press.
- 7 Singer, J. B., & Broersma, M. (Eds.). (2022). *Post-Industrial Journalism: Adapting to the Present*. Routledge.
- 8 Kolodzy, J. (2022). *Practicing Convergence Journalism: An Introduction to Cross-Media Storytelling* (3rd ed.). Routledge.
- 9 Pavlik, J. V. (2021). *Journalism in the Age of Virtual Reality and Artificial Intelligence*. Columbia University Press.
- 10 فيصل صالح الشميري، " واقع التدريب والتأهيل الأكاديمي في مجال الإعلام - دراسة حالة بالتطبيق على قسم الإعلام بجامعة أم القرى"، *مجلة بحوث الإعلام وعلوم الاتصال*، المجلد 9، العدد 9 ، يناير 2021، ص ص 25-45
- 11 سامي عبد الراضي. (2021). تحليل فاعلية البرامج التدريبية الإعلامية في المؤسسات الإعلامية العربية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام* ، العدد 66، ص. 88-116.
- 12 وائل العشري، " التدريب الإعلامي في مصر دراسة تحليلية لواقع الممارسة واتجاهات الممارسين، جامعة القاهرة ،كلية الإعلام ، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، المجلد 2018، العدد 15، إبريل 2018، ص ص 127-182
- 13 مهند حميد عبيد وحمزه خالد مطشر ،"التدريب الإعلامي ودوره في تطوير أداء العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية"، *مجلة لاراك* ، كلية الآداب، جامعة واسط ، مجلد 15، ع 3(2023)، وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الآداب، 2023، ص ص 514-536.
- 14 هبة محمد شفيق ،" فاعلية برنامج تدريبي لتنمية مهارات الإعلام الرقمي وتطوير التأهيل الأكاديمي لطلاب الصحافة"، *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، المجلد 25، العدد 25 ، سبتمبر 2023، ص ص 279-374.
- 15 أشرف صالح. (2023). أثر التدريب الإعلامي على تطوير المهارات المهنية لطلاب الإعلام في الجامعات المصرية. *مجلة البحوث الإعلامية العربية*، العدد 61، ص. 233-258.
- 16 Vos, T. P., & Hanusch, F. (Eds.). (2022). *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. Wiley-Blackwell.

17 Abuhasirah, Ramez Dr. (2022) "The academic training in media faculties and its implications for professional practice: a field study on media practitioners in Jordanian Media Institutions," **Middle East Journal of Communication Studies**: Vol. 2: Iss. 2, Article 3.

DOI: <http://doi.org/10.71220/2585-002-002-002>

Available at: <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/mejcs/vol2/iss2/3>

18 أمين منصور وعبد الله سمير (2021) بعنوان التدريب الإعلامي للقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية وعلاقته بالمهنية، جامعة الأزهر ،كلية الإعلام ، **مجلة البحوث الإعلامية** ، ع 56، ج 2، يناير 2021، ص ص 636-676.

19 Mensing, D., & Franklin, B. (2020). **Journalism Education, Training and Employment**. Routledge.

20 Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2020). **Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture**. NYU Press.

21 خالد زكي أبو الخير. (2020). ثلاثة دوافع لتطوير الأداء الإعلامي وأربع إشكاليات بالقرارات الدراسية الإعلامية العربية. **آراء حول الخليج**، ع 147، 66 - 70

<http://search.mandumah.com/Record/1060121>

22 خلود خليل. (2020). تقييم أثر التدريب الإعلامي على طلاب الإعلام في ضوء المهارات الرقمية. **مجلة الإعلام العربي**، العدد 51، ص. 201-229.

23 عبد الله السعدي. (2019). المهارات الإعلامية الجديدة ومتطلبات التدريب الإعلامي في البيئة الرقمية. **مجلة دراسات الإعلام الرقمي**، العدد 14، ص. 92-117.

24 Pavlik, J. V. (2021). **Journalism in the Age of Virtual Reality and Artificial Intelligence**. Columbia University Press.

25 مهند حميد عبيد وحمزه خالد مطشر، "التدريب الإعلامي ودوره في تطوير أداء العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية"، **مجلة لاراك** ، كلية الآداب، جامعة واسط ، مجلد 15، ع 3 (2023)، وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الآداب، 2023، ص ص 514-536.

26 محمد اسماعيل الكوفي. (2020). واقع التدريب الإعلامي وسبل تطويره من وجهة نظر العاملين في شبكة الأقصي الإعلامية. **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة الأقصي ، قسم الإعلام.

27 Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2020). **Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture**. NYU Press.

28 Singer, J. B., & Broersma, M. (Eds.). (2022). **Post-Industrial Journalism: Adapting to the Present**. Routledge.

29 Deuze, M. (2022). **Media Work**. Polity Press.

30- ابراهيم عبد الله المسلمي، **مناهج البحث في الدراسات الإعلامية**، القاهرة، دار الفكر العربي، 2008، ص ص 103-104.

31 محمد عبد الحميد ، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، (القاهرة ، عالم الكتب ، 2000)

32 بركات عبد العزيز محمد (2015)، "مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية ومهارات التطبيق"، دار الكتاب الحديث ، القاهرة، مصر، ط 2، ص 155.

33 سامي طابع (2001)، **بحوث الإعلام** ، القاهرة، دار النهضة العربية، 2001، ص 305.

34 مهند حميد عبيد وحمزه خالد مطشر، "التدريب الإعلامي ودوره في تطوير أداء العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية"، **مجلة لاراك** ، كلية الآداب، جامعة واسط ، مجلد 15، ع 3 (2023)، وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الآداب، 2023، ص ص 514-536.

35 وائل العشري (2018)، "التدريب الإعلامي في مصر دراسة تحليلية لواقع الممارسة واتجاهات الممارسين، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، المجلد 2018، العدد 15، إبريل 2018، ص ص 127-182

36 Aondover, E.M., Ademosu, I. (2025). **E-Learning Practices of Journalism Education in Nigerian Higher Education Institutions: Conceptual Context and Challenges.** In: Okorie, N., Osunkunle, O., Oyesomi, K. (eds) Media and Communication Systems for Sustainability in Nigeria. Palgrave Macmillan, Cham

37 Abuhasirah, Ramez Dr. (2022) "The academic training in media faculties and its implications for professional practice: a field study on media practitioners in Jordanian Media Institutions," **Middle East Journal of Communication Studies: Vol. 2: Iss. 2, Article 3.**

DOI: <http://doi.org/10.71220/2585-002-002-002>

Available at: <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/mejcs/vol2/iss2/3>

38 Shadi Abu-Ayyash. (2025). Bridging the academia-industry gap: Insights from **digital journalism education in Palestine. Journalism** 2025, Vol. 0(0) 1–19.