

التدريب الإعلامي في مصر

دراسة تحليلية لواقع الممارسة واتجاهات الممارسين

د. وائل العشري (*)

يعد التدريب في المنظمات المعاصرة العمود الفقري لأية مجهودات تبذلها هذه نحو التطوير والتحديث والاستجابة للمتغيرات والمستجدات البيئية، ويستوجب ذلك أن يتم إعداد وتصميم البرامج التدريبية بشكل يتلائم ويتوافق مع طبيعة الاحتياجات التدريبية بما يساهم في إزالة جوانب القصور في الأداء من ناحية، وتعزيز جوانب القوة من ناحية أخرى.

وتتنوع أنماط التدريب التي يحصل عليها الإعلاميون، ومن بينها: التدريب الأكاديمي وهو الذي يتم في المؤسسات التعليمية الأكاديمية ككليات الإعلام ومعاهده أو في أقسام الإعلام في الكليات المختلفة، أو في أكاديميات الإعلام المختلفة في إطار برامجها التدريبية سواء بمدربين من الداخل أو الخارج، والتدريب في البيئة الإعلامية والذي يتم داخل المؤسسات الإعلامية من خلال المشاهدة والاطلاع والملاحظة لخطوات العمل داخل هذه المؤسسات، وليس ضروريا في هذا النوع أن يقوم المتدرب بإنتاج إعلامي حيث تحل الملاحظة والمشاهدة والمعيشة محل الإنتاج الفعلي وتزويد من معارف المتدرب ومداركه نحو خطوات العمل الإعلامي، أما تدريب الدورات فهو الذي يتم من خلال دورات تدريبية متخصصة في مجالات العمل الإعلامي بما يساعد المتدرب على اكتساب معارف وخبرات ومهارات جديدة، حيث يقوم هذا النوع من التدريب على قيام المتدرب في أغلب الأحيان بإنتاج إعلامي بسيط في مجال التخصص، في حين يهتم التدريب الدوري بتنمية مهارات وقدرات العاملين بشكل دوري للتدريب على كل ما هو جديد في مجال التكنولوجيا والاطلاع على أحدث ما وصل إليه التخصص في المجال المهني وتختص به المؤسسة الإعلامية (1).

ويحتل موضوع التدريب أهمية كبيرة في مجال العمل الإعلامي، نظرا لانعكاساته وتأثيراته على العاملين في هذا المجال، ودوره في رفع كفاءتهم المهنية، وزيادة القدرة التنافسية للإعلاميين، وربطهم بالأدوات التكنولوجية وتدريبهم على استخدامها في إنجاز المهام الموكلة لهم، وتنمية رؤيتهم النقدية وقدرتهم على التفسير والتحليل.

وفيما يتعلق بالتدريب في مجال الإعلام في مصر يمكن الإشارة إلى جملة من الملاحظات أبرزها:

* المدرس بقسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة.

أولا : تتعدد الجهات التي تقدم برامج تدريبية في مجال الإعلام ومن أبرزها ():**

- نقابة الصحفيين : حيث تقدم لجنة تطوير المهنة والتدريب برامج تدريبية للصحفيين، كما أنشأت النقابة معهد التدريب والتكنولوجيا ويضم صالة تحرير واستوديو للإذاعة والتلفزيون ملحق به وحدات مونتاج خاصة ، وقاعات للـ Social Media، واستوديو للتصوير الفوتوغرافي ، و14 قاعة متنوعة للتدريب.
 - المؤسسات الصحفية القومية : من خلال مراكز التدريب التابعة لها (مركز الأهرام الإقليمي – مركز أخبار اليوم للتدريب والاستشارات – مركز الجمهورية للتدريب الصحفي - مركز التدريب بوكالة أنباء الشرق الأوسط).
 - الهيئة الوطنية للإعلام من خلال معهد الإذاعة والتلفزيون والذي تم تأسيسه عام 1953 لتقديم دورات تدريبية في جميع التخصصات الفنية والإعلامية والبرمجية المختلفة .
 - الشركة المصرية لمدينة الإنتاج الإعلامي: وأنشأت معهدا للتدريب لتقديم دورات في مجال صناعة الإعلام وهندسة الاستوديوهات ومحطات القوى وإدارة المؤسسات الإعلامية .
 - الصحف الخاصة ومن بينها مركز المصري اليوم للتدريب .
 - المراكز التدريبية التابعة لقنوات ومؤسسات ومراكز خاصة .
 - مراكز التدريب التابعة للجامعات الحكومية والخاصة (ومن بينها مركز التدريب والتوثيق والإنتاج الإعلامي بكلية الإعلام بجامعة القاهرة) .
 - جمعيات واتحادات تقدم تدريبا مجانيا أو بتكلفة منخفضة .
- ثانيا : بالنسبة للقائمين على التدريب :** يتولى التدريب في الجهات التي تم ذكرها أنفا أكاديميون ، وممارسون للمهنة في مجالاتها المختلفة ، وخبراء متخصصون سواء في مجال الإعلام أو في المجالات والتخصصات الأخرى التي تحتويها الدورات التدريبية .
- ثالثا : البرامج التدريبية :** تتعدد البرامج التدريبية التي تقدمها الجهات المعنية بالتدريب في مصر سواء كانت دورات تدريبية أو دبلومات متخصصة ويمكن تصنيفها فيما يلي :
- الكتابة : سواء للصحافة الورقية أو الإلكترونية أو في مجال الإذاعة والتلفزيون أو وسائل التواصل الاجتماعي - الإعداد .

** قام الباحث بمراجعة البرامج التدريبية التي تقدمها هذه المراكز عبر مواقعها على شبكة الإنترنت ، ومواقع التواصل الاجتماعي التي دشنتها للترويج لدوراتها التدريبية ، وكذلك التواصل مع الدارسين بها ومتابعيها.

- الأداء : التقديم الإذاعي والتلفزيوني – قراءة النشرات – التعليق الصوتي – الأداء التمثيلي .
- الإنتاج : ويشمل مجالات التصوير والإخراج والديكور – الهندسة الإذاعية والتلفزيونية والرقمية ، والخاصة بالأقمار الصناعية .
- المونتاج والدبلج والتصميم .
- اللغة والترجمة .
- العلاقات العامة .
- إدارة المؤسسات الإعلامية .
- البحوث في مجال الإعلام (بحوث المتابعة ومعدلات القراءة والمشاهدة) .
- المهارات الإعلامية .
- التشريعات والأخلاقيات المهنية .
- المهارات الرقابية وتنمية الحس بقضايا الأمن القومي .
- الوسائط الإعلامية الجديدة (صحافة الفيديو – صحافة الموبايل)
- الإعلان والتسويق.
- التنمية البشرية .

رابعا : يلاحظ على بعض البرامج التدريبية التي يتم تقديمها أنها شديدة العمومية ولا تغطي مجالات تدريبية محددة ، كما لا تضع غالبية الجهات التي تقدم برامج تدريبية توصيفا دقيقا لمضمونها والمخرجات التي تستهدفها ، وكيفية تقييم الأشخاص الذين انخرطوا في العملية التدريبية ، كما أن معظمها لا يُعنى بالتعرف على الـ Feed Back لدى الدارسين أو تقييمهم للمدربين .

وتنبع أهمية الدراسة من أنها تتناول موضوعا هاما ، حيث يشهد مجال الإعلام تحولات جذرية على صعيد المنافسة تتطلب تكوين إعلاميين مؤهلين وقادرين على مواجهة التحديات التي تمر بها صناعة الإعلام في العالم وتكوين المميزات التنافسية ، حيث تمر صناعة الإعلام العالمية بتغييرات عدة في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة ، يتوقع معظم الخبراء نهاية تامة للصحافة الورقية خلال عقد أو عقدين من الزمن على الأكثر .

لكن هذه ليست المسألة الوحيدة التي تواجه الإعلام في الوقت ، فحتى الإعلام التقليدي الذي تحوّل إلى رقمي بالكامل، بات يواجه تحديات كبيرة من حيث العائدات بسبب هيمنة شركات الإنترنت الكبرى - مثل جوجل وفيسبوك - على

سوق الإعلانات الرقمية، كما يواجه أيضاً تحديات أخرى ناجمة عن وقوعه تحت ضغط اللحاق بالتطورات التكنولوجية المتسارعة التي تؤدي إلى تغيير عادات القراءة لدى الجمهور.

وبهذا تعمل الدراسة على توجيه أنظار متخذي القرار في المؤسسات الإعلامية في مصر ، لإعداد وتصميم برامج تدريبية تتفق مع واقع الاحتياجات التدريبية للعاملين بها ، وتسهم في تأهيلهم للأداء بشكل كفاء وفعال ، وهو ما ينعكس بدوره على نوعية المضامين والخدمات التي يتم تقديمها لجمهور تلك الوسائل ، كما تأتي أهمية هذه الدراسة كمحاولة للإسهام بجهد علمي في صياغة الأسس والقواعد الضرورية لتحديد الاحتياجات التدريبية للإعلاميين في مصر .

مشكلة الدراسة :

يواجه التدريب الإعلامي في العالم العربي العديد من التحديات ومن أبرزها (2):

أولاً : بقي مجال التدريب المهني رهانا تسعى كل دول العالم العربي اليوم دون استثناء إلى كسبه ، ويتمحور اهتمام أغلبها حول أربعة محاور أساسية :

أ - مهارات الإنتاج الصحفي : تركز أغلب الدورات التدريبية على مهارات الكتابة للإذاعة والتلفزيون ، ومهارات التقديم التلفزيوني والإذاعي .

ب - مهارات استخدام تكنولوجيات الإنتاج الإعلامي السمعي - البصري : ويتعلق الأمر بتقديم دورات متخصصة في استخدام تكنولوجيا الإنتاج السمعي البصري ، كبرمجيات التوضيب وتكنولوجيا التوثيق والتخزين والإرسال والبيث واستخدام الكاميرات عالية الدقة وتوظيف وسائل الإعلام الجديدة في إعداد وبيث ونشر المضامين السمعية البصرية .. وغيرها .

ج - مهارات إدارة المؤسسات السمعية - البصرية : توفر بعض مؤسسات التدريب بالعالم العربي دورات تدريبية في مجال إدارة المؤسسات الإعلامية كإدارة قاعات التحرير ورئاسة التحرير وغيرها .

د - المهارات الفنية في التلفزيون والإذاعة : ويتعلق الأمر بتكوينات في مجال الحرف الفنية السمعية - البصرية كتقنيات الصوت والديكور والإخراج والسيناريو والتوضيب والملابس والإكسسوار ، وما إلى ذلك من المهن الفنية الضرورية في العمل السمعي - البصري .

ثانياً : هناك افتقار واضح إلى ثقافة التدريب سواء من ناحية بعض القيادات أو من ناحية العاملين أنفسهم، ويؤدي ذلك إلى عدم التفكير في أهمية التدريب وعدم ترشيح متدربين أو إلى ترشيح متدربين غير مناسبين رغبة في التخلص منهم فترة من الوقت، ويترتب على ذلك عدم حماس العاملين للعملية التدريبية .

ثالثاً: لا توجد لدى معظم الهيئات الإعلامية العربية بيانات تفصيلية عن المواصفات المهنية للعاملين ونمو مهارتهم أو نقصها والاحتياجات التدريبية لكل فرد فيها، وذلك يشكل صعوبة بالغة لدى واضعي الخطط التدريبية في تحديد الاحتياجات التدريبية للعاملين .

رابعاً: عدم التعاون الواضح بين قيادات العمل الإعلامي وبين المسؤولين عن التدريب سواء عند تحديد الاحتياجات التدريبية ووضع محتوى التدريب أو عند ترشيح المدربين والمحاضرين والمتدربين ومتابعة من تم تدريبهم، و تأثير الدورات التدريبية على الارتقاء بالعمل.

خامساً: عدم الاعتماد على المعايير المهنية الصحيحة عند اختيار العاملين الجدد (اختبارات تحريرية وشفوية- سيرة ذاتية مناسبة لحاجة العمل) ولا يخفى ارتباط نجاح التدريب ارتباطاً وثيقاً بعملية الاختيار عند الالتحاق بالعمل، وذلك لأن اختيار عاملين غير مناسبين اعتماداً على أن التدريب سيأتي بنتائج سحرية هو نوع من الخيال ، حيث ثبت عدم جدوى تدريب من تم اختيارهم بشكل خاطئ عند بدء الالتحاق بالعمل، وقد أظهرت التجارب أيضاً أن الذين تم اختيارهم بشكل جيد قد تجاوزوا مع التدريب وأدت الدورات التدريبية إلى تقدم في مستوياتهم المهنية.

سادساً: تفتت ظاهرة الاستعانة بمشاهير غير مؤهلين إعلامياً أو لغوياً لتقديم برامج إذاعية أو تليفزيونية، بدون مؤهلات إعلامية وبدون أي نوع من التدريب المنظم ، فأصبحت الساحة الإعلامية مرتعاً للتجارب.

سابعاً: لا توجد آلية لمتابعة من تم تدريبهم لمعرفة جدوى العملية التدريبية ومعرفة تأثير الدورات التدريبية في أداء العاملين..

ثامناً: محدودية مصادر التمويل : يعتبر التمويل عائقاً أمام تنظيم دورات تدريبية للعاملين بوسائل الإعلام العربية ، وتظل تغطية تكاليف الدورات التدريبية أحياناً على عاتق المتدرب أو المؤسسة التي يعمل بها، وغالباً ما يتم تمويل تلك الدورات من قبل هيئات ومنظمات عربية متخصصة وغير متخصصة ، لا يحظى باهتمام بعض المؤسسات الإعلامية ، ويعاني الكثير من الهيئات الإعلامية من نقص كبير في الميزانية المخصصة للتدريب، ويبدو أن الأمر متعلق بتحديد الأولويات من وجهة نظر واضعي الميزانية، وقد أدى ذلك إلى وضع التدريب في ذيل الأولويات أو ترتيب متأخر.

تاسعاً: لا ترتبط العملية التدريبية في العديد من الهيئات الإعلامية العربية بالمسار الوظيفي(مثل الترقيات – المكافآت – الحوافز – المنح الخارجية) فيتساوى من يتلقى دورات تدريبية مع غيرهم ممن لم يتلق أي دورات.

عاشرا : يفتقر العديد من الهيئات الإعلامية إلى المحاضرين والمدربين والمشرفين المؤهلين للإشراف على العملية التدريبية .

وبناء على ما سبق **تحدد مشكلة الدراسة** بشكل أساسي في التعرف على واقع التدريب المهني في وسائل الإعلام المصرية على اختلافها أنماطها (الصحف – المحطات الإذاعية – القنوات التلفزيونية – وكالات الأنباء – وسائل الإعلام الإلكترونية) ، وأشكال ملكيتها (قومية – حزبية – خاصة) ، والمعوقات التي تقف أمام العملية التدريبية بها ، والجهات التي تمول عملية التدريب في المؤسسات الإعلامية في مصر .

مفاهيم الدراسة (3) :

التدريب : نشاط مخطط له يهدف إلى تنمية القدرات والمهارات الفنية والسلوكية والإدارية للأفراد العاملين لتمكينهم من أداء فعال ومثمر يؤدي لبلوغ أهدافهم الشخصية وأهداف المنظمة بأعلى كفاءة ممكنة .

الاحتياجات التدريبية : مجموعة من التغييرات والتطورات المطلوب إحداثها في الفرد، والمتعلقة بمعارفه ومهاراته واتجاهاته، يجعله لائقاً لشغل وظيفة، أو أداء اختصاصات وظيفته الحالية بما يحقق أهداف المنظمة بالكفاءة المطلوبة.

البرامج التدريبية : بيئة تدريبية تحتوي على منهج علمي وتطبيقي ، تهدف إلى تزويد الإعلاميين بالمعارف والمهارات والكفاءات اللازمة وفق خطة تدريبية معدة مسبقا .

الدراسات السابقة :

بعد الاطلاع على التراث العلمي وثيق الصلة بموضوع الدراسة وأهدافها، تبين للباحث ندرة الدراسات التي ركزت علي توصيف واقع التدريب داخل المؤسسات الصحفية والإعلامية، وإن غالبيتها ناقشت ذلك ضمن دراسات القائم بالاتصال، والعوامل المؤثرة في أدائه ، وهو ما دفع الباحث إلي عرض الدراسات بشكل عام دون تقسيمها إلي محاور.

وصفت دراسة خالد زكي أبو الخير(2017) طبيعة العلاقة بين محددات صناعة القرار التحريري في الصحافة المصرية ومستوي الأداء المهني للمحررين، واستهدفت ضمن تساؤلاتها الكشف عن مدي اهتمام عينة الصحف الخاضعة للدراسة « الأهرام، المصري اليوم، الفجر، الوفد» بالتدريب المستمر لمحرريها، وتوصلت إلي تباین مستوي الاهتمام بتدريب المحررين في الصحف الأربعة، حيث تبين أن صحيفتي "الأهرام، المصري اليوم" أكثر اهتمامًا بعملية التدريب عن " الفجر، الوفد". وأظهرت الدراسة باستخدام معامل تحليل التباين أحادي الاتجاه "ANOVA"، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين بحسب درجة مشاركتهم في صناعة القرار التحريري، وجودة أدائهم المهني، وهي نتيجة يمكن

تفسيرها في ضوء تعدد العوامل المؤثرة في جودة الأداء المهني للصحفيين، وعدم اقتصرها على مبدأ المشاركة في صناعة القرار التحريري، وأهمها - حسب مذكره المحررين- التدريب المستمر لرفع كفاءتهم المهنية(4).

واهتمت دراسة أسماء صالح عبد البدران (2017) ضمن دراستها عن العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال بمواقع الصحف الإلكترونية العراقية ودورها في تطوير تلك المواقع، بتقييم مستوي التدريب في صحف الصباح "حكومية"، والتأخي "حزبية تمثل إقليم كردستان"، والمشرق "مستقلة"، وطريق الشعب تمثل "الحزب الشيوعي"، وانعكاساته على مستوي الأداء المهني للعاملين بهذه المواقع، وخلصت الدراسة إلى تدني مستوي الاهتمام بالتدريب في المواقع الإلكترونية عينة الدراسة، ما انعكس على المحررين وعدم اهتمامهم بمسألة التدريب، وبالتالي انعكس بالسلب على طبيعة المضمون المقدم في هذه المواقع، وهو ما توصلت إليه الباحثة من سياق دراسة تحليلية لتقييم مضمون هذه المواقع(5).

فيما ناقشت بعض الدراسات إشكالية التدريب المهني للصحفيين ضمن توصيفها لواقع الأداء المهني للمحررين والإعلاميين والضغوط التي تؤثر في أدائهم، ومنها دراسة Nick Richardson (2017) التي خلصت إلى أن أكبر التحديات المهنية التي تواجه الصحافة هي انتشار ظاهرة "الأخبار المفبركة" وعدم الالتزام بالدقة والموضوعية في نقل كثير من الوقائع، مشيرة إلى أن السبب الرئيسي في تلك الظاهرة غياب الوعي بأخلاقيات المهنة، وعدم الاهتمام بمسألة التدريب(6).

وخلصت دراسة Tomás Undurraga (2017) إلى أن العاملين بغرف الأخبار البرازيلية يعانون مجموعة من الضغوط الاقتصادية والإدارية، نتيجة تبني الإدارة سياسات وأساليب من شأنها التوجه نحو الأخذ بأساليب السوق، وإعلاء شأن القيم الاقتصادية والإدارية على الاعتبارات والقيم المهنية والأخلاقية الحاكمة للعمل الصحفي، ما يدفعهم إلى الاهتمام بالجانب الربحي عن المهني، وعدم الاهتمام بالتكوين المهني لمحرريها(7).

أما دراسة سانجاي بارثاسارثاي باراثوي (2017) ، والتي حملت عنوان "تعليم الصحافة في الهند : السعي إلى الاحترافية أم البحث عن وسيلة للاستجابة للتحديات الراهنة" ، فقد تناولت البرامج الدراسية التي يتم تقديمها في الجامعات الهندية ، ودورها في تأهيل الطلاب لممارسة مهنة الصحافة ، وتوصلت إلى أن هناك حاجة إلى الموازنة بين الجوانب الأكاديمية وتلك المهنية في البرامج التي يتم تقديمها للطلاب ، وأشارت إلى أن دخول بعض المؤسسات الخاصة إلى مجال تعليم الصحافة في الهند ، وتغير متطلبات صناعة الإعلام في عصر العولمة ، ساهم في تغيير منظومة تعليم المهنة ، حيث زاد الاهتمام والتركيز على الجوانب المهنية في تلك البرامج (8) .

وسعت دراسة **معتز أحمد عبد الفتاح (2016)** للكشف عن مستوى التأهيل والتدريب في المؤسسات الصحفية وعلاقته بالأداء المهني للصحفيين المصريين، من خلال دراسة ميدانية تم تطبيقها على 200 صحفياً في صحف " الأهرام، الأخبار، الجمهورية، اليوم السابع، المصري اليوم، فيتو"، واهتمت الدراسة برصد رؤيتهم نحو برامج التأهيل والتدريب التي توفرها لهم صحفهم، وأكدت النتائج أن 39.5% من إجمالي عينة الدراسة قالوا إن هذه البرامج غير كافية على الإطلاق لرفع وتطوير الأداء المهني، وهذه النتائج تعكس رؤية الصحفيين "عينة الدراسة"، في أن مجموعة البرامج التدريبية التي تعقد غير كافية وبها قصور كبير ومشكلات، ولا تعود بالنفع الكبير على تطوير الأداء المهني لهم، كما كشفت نتائج الدراسة أن 81% من إجمالي عينة الدراسة، يرون أن الصحفيين في المؤسسات الصحفية المصرية لديهم إلى حد ما المهارات المهنية الكافية لممارسة المهنة، ويرى 48.5% من إجمالي عينة الدراسة، وجود تأثير للمتغير السياسي على الأداء المهني للصحفيين⁽⁹⁾.

وقدمت دراسة **مروة عبد الهادي ثابت (2016)** توصيفاً للعوامل المهنية المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال بوكالة أنباء الشرق الأوسط، إلي جانب معرفة واقع وظروف القائمين بالاتصال في مختلف الأقسام بالوكالة، سواء ما يرتبط منها بسياسة المؤسسة وأساليب الإدارة، والعلاقة بزملاء العمل، ومستوي التأهيل والتدريب والضغط التي يتعرض لها الصحفيون داخل وكالات الأنباء، وضمن ذلك استهدفت التعرف على نظم التأهيل والتدريب للقائمين بالاتصال بالوكالة، من واقع دراسة ميدانية تم تطبيقها على عينة قوامها 150 مبحوثاً، وجاءت رؤيتهم- بحسب نتائج الدراسة- لتشير إلي عدم تقدير المهارات والمواهب في العمل بالقدر الكافي الذي يسمح لها بتأدية عملها بفعالية، ويرجع ذلك في جانب منه إلي ضعف الإمكانيات المالية للوكالة، مشيرة إلي أن ضعف ميزانية الوكالة أدي إلي ضعف إمكانياتها التكنولوجية، وإغلاق بعض مكاتبها في الخارج، وقلة فرص سفر المندوبين لتغطية الأحداث الهامة، وجمع الكثير من المحررين بين أكثر من عمل بجانب الوكالة. وأوضحت الدراسة أن السياسة التحريرية هي أبرز الضغوط المهنية المؤثرة على القائمين بالاتصال في الوكالة⁽¹⁰⁾.

واستهدفت الدراسة التي أجراها معهد الإعلام الأردني (2016) ، توفير معلومات أولية شاملة حول مستوى انخراط الصحفيين الأردنيين في التدريب في آخر عامين، والتعرف على حاجاتهم التدريبية في مختلف مستوياتهم المهنية وحسب نوع وسائل الإعلام وحسب الأقاليم التي يعملون فيها، والتعرف على أهم معوقات التدريب الإعلامي ومستوى الرضا عن التدريب الراهن .

واعتمدت الدراسة في منهجيتها على مراجعة الدراسات والتقارير السابقة المحلية والدولية، بالإضافة إلى الدراسة المسحية التي اشتملت على استبيان تم تطبيقه

250 صحفياً وصحفية انخرطوا في دورات تدريبية خلال العامين الماضيين و40 مديراً ورئيس تحرير.

وتوصلت إلى أن هناك عوامل عدة تحد بشكل كبير من تحسين جودة التدريب الإعلامي، منها: تكرار الموضوعات وتشابهها، وانقطاع استدامة التدريب، وتوضع حجم المخصصات، بالإضافة إلى افتقار التدريب للدمج بين الجانبين النظري والتطبيقي وأن الكثير من الدورات تعقد في أوقات غير مناسبة.

وأكدت الدراسة أن هناك مؤشرات على التشابه والتكرار في البرامج التدريبية، وعدم وجود تنسيق بين الجهات التي تقدم التدريب، وأحياناً قد لا يلبي التدريب الاحتياجات الفعلية للصحافيين ولقطاع الإعلام، وأحياناً لا يستجيب للتطور السريع في تكنولوجيا الاتصال ما يؤكد الحاجة لضرورة لإجراء تقييم دوري للحاجات التدريبية، وتقييم آخر لأثر التدريب على الصحفيين (11).

أما بشرى أזור (2016) ، فقد سعت إلى تسليط الضوء على مدى استفادة مهنيي التلفزيون في المغرب من أنماط التدريب في مختلف التخصصات المرتبطة بعملهم اليومي ، ومدى وعيهم بأهمية التدريب في حياتهم المهنية ، وتأثيره في أدائهم المهني خلال الممارسة اليومية .

وتوصلت الدراسة توصلت إلى أن 42 % ممن تم استطلاع رأيهم أكدوا أن التدريب ضروري لتطوير الأداء المهني ، فيما أكد 37 % أنه ضروري لتعزيز المكتسبات المعرفية ، واتفق 21 % على أنه ضروري لتطوير المكتسبات المعرفية ، كما أكدت الدراسة أن تدريب التلفزيون المغربي لا يواكب بشكل كبير التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا الإعلام (12).

وحاولت دراسة **T. Nkomo, L. Chidyagwayi (2016)** ، الإجابة على التساؤل الآتي : كيف تؤثر التقنيات الرقمية على تعليم مهنة الصحافة في البرامج التي تقدمها مدارس الصحافة في زيمبابوي ؟ وتوصلت إلى أنه كان هناك اهتمام متزايد بتضمين الموضوعات ذات الصلة بالتكنولوجيا في تلك البرامج ، ووصلت نسبتها في عدد من تلك المدارس إلى 25 % مما يتم تقديمه ، بالإضافة إلى توظيف التقنيات الرقمية عند تدريس تلك البرامج ، واستخدام منصات التعلم الإلكتروني لسهولة التواصل والتفاعل مع الدارسين ، وتبادل المعلومات والخبرات ، إلا أن الدراسة لاحظت كذلك أن تبني هذه التقنيات في التعليم كان محدوداً في معظم الأحيان بسبب ضعف البنية الاتصالية في البلاد وارتفاع تكلفة خدمة الإنترنت ، وأسعار أجهزة الكمبيوتر المحمولة والبرمجيات ، وأوصت بضرورة التعاون بين المدارس الصحفية والمنظمات الإعلامية والوكالات غير الحكومية لإيجاد حلول لهذه التحديات (13).

وعكست دراسة أمل السيد (2015) أهمية تدريب القائمين بالاتصال في الصفحات المتخصصة علي كيفية التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي، حيث

توصلت عبر مجموعة من المقابلات مع الصحفيين المتخصصين في صحف الأهرام واليوم السابع، والمصري اليوم، الشروق، روزاليوسف، الوفد إلي غياب التدريب علي المستحدثات التكنولوجية في سوق الصحافة، ما أدي عدد من التجاوزات المهنية منها أنه رغم أن هذه الشبكات قد حرر الصياغات الصحفية من القيود التقليدية، فإنه قد أضفي طابعاً ذاتياً علي المعالجات المتخصصة، كما أدي إلي تدني مستوي اللغة الصحفية في بعض الأحيان ليس فقط في مجالات الفن والرياضة بل والسياسة أيضاً، فضلاً عن أنها فرضت نمطاً من الاهتمامات قد يعكس اهتمامات المواطن الحاضر علي مواقع هذه الشبكات أكثر مما يعكس اهتمامات باقي الفئات التي قد لا تملك فرصة الحضور عبر هذه الشبكات⁽¹⁴⁾.

وسعت دراسة أسماء قنديل (2015) إلي رصد تصورات المحررين في عينة من الصحف المصرية شملت "الأهرام، المصري اليوم، الشروق، اليوم السابع" بشأن المهارات الضرورية لتطوير أدائهم، وذلك عبر دراسة ميدانية تم تطبيقها علي عينة قوامها (229) صحفياً من العاملين بأقسام الأخبار، وتوصلت الدراسة إلي أن التطورات التكنولوجية المتلاحقة أدت إلي تغيير أنماط ثقافة غرف الأخبار بسبب ظهور الصحفيين متعددي المهارات والمهام الذين يقومون بالعديد من الوظائف داخل غرف الأخبار، ما أدي إلي خلق جيل جديد من شباب الصحفيين المتحمسين للعمل، والذين يجيدون التعامل مع الوسائط التكنولوجية الجديدة شريطة التدريب والتأهيل المهني لهم⁽¹⁵⁾.

وتوصلت دراسة نسيم محمد الطويسى وباسم محمد الطويسى ، ورائد جميل سليمان (2015) ، إلي أن معدلات الانخراط في التدريب الإعلامي بالأردن جيدة ، حيث أن 74 % من مجتمع الدراسة تلقوا تدريباً ، أما الانخراط المستدام المتمثل في الذين اشتركوا خلال السنة الأخيرة فكانت نسبتهم 55.3 % ، وأن البرامج التدريبية في مجال اللغات الأجنبية كانت الأقل حضوراً في التحاق الإعلاميين بنسبته 19.9 % ، كما أن تمويل التدريب في الأردن يعتمد بدرجة أساسية علي مصدرين هما تمويل المؤسسات الإعلامية ، وتمويل المؤسسات والبرامج الدولية ، ما يطرح تحدي استدامة التدريب⁽¹⁶⁾.

وربطت دراسة فوزية عبدالله آل علي (2013)، التي طبقتها علي عينة من الإعلاميين في وسائل الإعلام الإلكترونية الإماراتية، بين التدريب المستمر لهؤلاء الإعلاميين وتصوراتهم المهنية لأدوارهم في المجتمع، التي حددتها في 14 دوراً في محاولة لفهم دور الصحفي في المجتمع، ومنها الدور المعلوماتي، ويعني إعلام الناس، وخلق مواطن علي درايه بما يدور حوله، دور الملاحظ ويهتم بمتابعة الأحداث دون الانخراط فيها، دور المرأة يعني الكتابة عن الأحداث كما هي، دور المفسر أي القيام بتحليل وتفسير الأحداث، دور المراقب أو كلب الحراسة ويهتم بمراقبة وتقصي أعمال القادة السياسيين ورجال الأعمال، دور المنخرط أو المتداخل

Interventionist ويعني وضع الأجندة، والتأثير في الرأي العام، والدفاع عن التغيير الاجتماعي، دور الخصم Adversary ويقوم علي تحدي ومعارضة الحكومة، الدور التنموي ويهتم بدعم خطط التنمية القومية، دور المرفه أو المسلي ويهتم بتوفير الترفيه ووسائل الراحة⁽¹⁷⁾.

واستهدفت دراسة شعيب عبد المنعم الغباشي (2013) رصد العوامل المؤثرة علي الممارسة المهنية للمحررين العلميين في الصحافة المصرية من واقع دراسة ميدانية علي عينة من الصحف هي الأهرام والأهرام المسائي والأخبار والجمهورية والمساء والوفد والأحرار والشروق والمصري اليوم، وتوصلت إلي أن نوع العلاقة التي تربط الصحفي في الإعلام العلمي ومصادره هي علاقة العمل في المقام الأول، وأثبتت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين عدد سنوات الخبرة لدي المحرر العلمي والضغوط الوظيفية التي يتعرض لها وكذلك رضاه الوظيفي، وأوصت الدراسة بعقد دورات تدريبية دورية في مجال فنون الكتابة الصحفية وأساليب التحرير والصياغة الصحفية حتي ينسني للصحفيين غير خرجي كليات وأقسام الإعلام الوقوف علي أهم وأبرز وأحدث آليات الكتابة الصحفية والتحرير والعمل الصحفي⁽¹⁸⁾.

أما الدراسة التي أجراها **Knight Center بالولايات المتحدة (2013)** على عينة من 660 صحفياً من الولايات المتحدة ودول أخرى عبر العالم 38.7% منهم من الولايات المتحدة ، و 61.3% من خارج الولايات المتحدة ، فقد توصلت إلى تزايد الطلب على التدريب الخاص بتكنولوجيا الاتصال الرقمي ، والوسائط المتعددة ، وتحليل البيانات ، حيث يرى الصحفيون – عينة البحث – أنه بات ضروريا لمساعدتهم على التكيف مع التطورات المتلاحقة التي لحقت بتكنولوجيا المعلومات ، كما أنه يمكنهم من تبني أدوات جديدة تمكنهم من التفاعل مع الجمهور في العصر الرقمي .

وبالرغم من ذلك ، فإن أقل من 50 % ممن تم استطلاع آرائهم مازالوا يرون أهمية للتدريب التقليدي (الذي يركز على مهارات الكتابة والتحرير وتشريعات المهنة وأخلاقياتها) خاصة بالنسبة للصحفيين من خارج الولايات المتحدة .

وتشير الدراسة إلى أن الحصول على فرص تدريبية جاء كأولوية أولى بالنسبة لعينة الدراسة متفوقا على الحصول على دخل مناسب ، كما أن غالبية الصحفيين غير راضين عن التدريب الذي يقدم لهم ، وأن 24 % منهم يرون أن أحد المشكلات التي تواجههم في هذا المجال هو نقص التمويل ، وعدم إنفاق المؤسسات التي يعملون بها ما يكفي على التدريب⁽¹⁹⁾.

وسعت دراسة **نصر الدين عبدالقادر عثمان (2012)** إلى التعرف على فاعلية التدريب الإعلامي في بناء الشخصية الإعلامية بالتطبيق على عينة من

الإعلاميين العرب ، وتوصلت إلى أن غالبية المبحوثين يرون أن أهم مشاكل المتدربين في المجال الإعلامي هي الاعتماد على أساليب تدريب تقليدية ، وأن أكثر وسائل التدريب الإعلامي فعالية هي الأداء العملي ثم مجموعات النقاش ، وأنهم غير راضين عن المؤسسات ومراكز التدريب العربية وما تقدمه من برامج تدريبية (20) .

واهتمت دراسة سحر فاروق الصادق(2012) بتفسير مدخلات تأهيل الصحفي المتخصص وتدريبه في النظم الإعلامية الأكاديمية والصحفية وذلك من خلال دراسة مسحية علي عينة من الطلاب، وعينة من الصحفيين العاملين بالأصدرات لمخصصة " الفنية والرياضية والنسائية والحوادث والعلمية والاقتصادية والشبابية والتكنولوجية والأطفال، وخلصت الدراسة إلي أن الفقر التدريبي الذي يعانیه الصحفيون يتعلّق بعضها بالصحفي ومهاراته وقناعاته، بينما يتعلّق الجزء الأكبر منها بالمؤسسة الصحفية، إما لعدم اهتمامها بتأهيل الصحفيين أو لضعف إمكانياتها وأكدت الدراسة علي إعادة النظر في تفعيل دور النظم الإعلامية في تأهيل الصحفي وتدريبه خاصة وقد تبين حرص هذه المؤسسات علي إلقاء مسؤولية التدريب شبه الكاملة علي أكتاف الصحفيين(21).

وأكدت دراسة Natalia Vasilendiuc (2012) علي أهمية التدريب المتواصل للصحفيين والإعلاميين في ظل التحديات التكنولوجية التي تواجه صناعة الصحافة، خاصة أن الدراسة أثبتت وجود وجود علاقة ارتباطية بين استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيرها على الممارسات الصحفية، من منظورين أحدهما إيجابي تجلت مظاهره في التنوع في اختيار المصادر الصحفية، وتجويد المنتج النهائي للعملية الصحفية، والابتكار في أساليب الكتابة والفنون الصحفية، وإتاحة أكبر قدر من المعلومات عبر الاعتماد على شبكة الإنترنت، أما المنظور السلبي فيتجسد في كون تلك التحديات قد أضرت بالكثير من الاعتبارات المهنية، حيث إنها ساعدت علي إمكانية تحريف المواد المصورة، فضلاً عن أن الإنترنت كأحد الاعتبارات التكنولوجية قد مكن بعض الوسائل الإعلامية من تضليل القراء والمشاهدين من خلال نشر أي أخبار، في ظل غياب عملية الرقابة، إلي جانب أنه ساعد في انتشار ظاهرة من يسمون "صحفيي جوجل" غير المتخصصين، وهو ما أتاح الفرصة بحسب نتائج تلك الدراسات لاختراق الكثير من الاعتبارات المهنية(22).

وأوضحت دراسة نسرین عبدالله (2012) التي سعت لتوصيف ملامح بيئة العمل الصحفي في مصر والأردن، وتأثيرها علي القائمين بالاتصال في صحف كلا البلدين، إلي إهمال الأنشطة التدريبية الفعالة الموجهة لشباب الصحفيين، مشيرة إلي قدر كبير من التشابه في الممارسات السيئة التي تنطوي علي تجاوزات مهنية واضحة في صحف كلا البلدين نتيجة غياب عامل التدريب، إلي جانب عوامل أخرى تتعلق بوجود تقصير مهني وإداري واضح في عمل نقابة الصحفيين في مصر والأردن، وتمثل ذلك في الموالاة للسلطة علي حساب الواقع المهني(23).

وتوصلت دراسة إسماعيل الفلاح (2009) ضمن كشفها عن العوامل المؤثرة علي الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحافة الليبية من واقع التطبيق علي عينة قوامها 221 مفردة من الصحفيين في 11 صحيفة ومجلة ليبية خلال عام 2007، إلي ندرة التدريب الذي يحصل عليه المحررين لتطوير أدائهم، إلي جانب قلة فرص الترفي الوظيفي مشيرة إلي مجموعة من الأساليب المتبعة في تقييم الأداء داخل الصحف عينة الدراسة، أهمها: السبق الصحفي، حجم الإنتاج الصحفي، ثم معيار العلاقات الشخصية مع رؤساء العمل، وأوصت الدراسة بضرورة تدريب وتأهيل المحررين لتحسين واقع الأداء في الصحف الليبية⁽²⁴⁾.

بينما سعت دراسة Mohammed el-Nawawy (2007) إلي رصد أوجه التشابه والاختلاف بين الإعداد الأكاديمي والتدريب المهني للصحفيين وبين ممارساتهم الصحفية في غرف الأخبار بعينة من الصحف المصرية والأردنية اليومية، بالتطبيق علي 92 مدربًا صحفيًا و (385) صحفيًا في كل من مصر والأردن، وتوصلت إلي أن المدربين الصحفيين ذكروا أن دورة أخلاقيات العمل الصحفي أكثر أهمية بالنسبة للصحفيين المبتدئين، في حين صنفت دورة " التحليل الإحصائي للبيانات" بأنها أقل أهمية، واتفق المبحوثون سواء من المدربين أو الصحفيين علي أهمية التدريب كعامل رئيسي في تطوير الأداء المهني⁽²⁵⁾.

وقدمت دراسة Simon Frith and Peter Meech (2007) توصيفًا لطبيعة العلاقة بين التأهيل الأكاديمي والمهني للصحفيين في اسكتلندا ورضاهم الوظيفي عن العمل، عبر دراسة ميدانية تم تطبيقها علي عينة من الصحفيين في مختلف الصحف الاسكتلندية، وتوصلت إلي ارتفاع مستويات الرضا الوظيفي خاصة لدي من توفر لهم المؤسسة دورات تدريبية لتطوير أدائهم المهني، مشيرين إلي أنهم استفادوا من الدورات التدريبية في تنمية قدرتهم في تقييم الأخبار التي يجمعونها، وكيفية تحديد القيم الإخبارية البارزة فيها، ومن ثم كتابة وتحرير الأخبار بطريقة سليمة⁽²⁶⁾.

وتوصلت دراسة Fritz Plasser (2005) التي تم تطبيقها علي عينة من الصحفيين الأمريكيين المتخصصين في الشؤون السياسية في صحف " لوس إنجلوس تايمز، وول ستريت جورنال، واشنطن بوست، مجلة تايم، وكالة أنباء الاسوشيتدبرس، إلي أن غياب التدريب المستمر لشباب الصحفيين العاملين بأقسام الشؤون السياسية، قد انعكس علي فلسفة اهتمامهم بنوعية الأخبار وتحريرها، من الأخبار الجادة التي تتسق مع القسم السياسي، إلي الأخبار الخفيفة، وأوصت الدراسة بأن التدريب المستمر أصبح ضرورة ملحة لجميع الصحفيين والإعلاميين العاملين في مختلف وسائل الإعلام⁽²⁷⁾.

وأجري حسام إلهامي (2004) دراسة تتبعية علي 34 منهجًا دراسيًا من مناهج أقسام الصحافة بأسلوب المسح الشامل، وكذلك علي برامج التدريب المهني

للصحفيين التي قدمتها الجهات التالية: معهد الأهرام الإقليمي للصحافة – نقابة الصحفيين – المجلس الأعلى للصحافة – اتحاد الصحفيين العرب – اتحاد الصحفيين الأفريقيين، بهدف رصد تأثير التطور في تكنولوجيا الصحافة علي نظم التأهيل الأكاديمي والتدريب المهني للصحفيين في مصر، وخلصت الدراسة إلي أن الأقسام المتخصصة في الصحافة هي الأكثر عناية بتكنولوجيا الصحافة في محتواها العلمي بشكل يفوق الأقسام التي تقدم تأهيلاً إعلامياً عاماً، كما أشارت إلي تنامي الاهتمام بالتدريب داخل المؤسسات الصحفية مع التطور التكنولوجي في صناعة الصحافة، لكن بنسب متفاوتة من مؤسسة لأخرى وفقاً لعدة عوامل أهمها، مدي إيمان القيادات الصحفية بأهمية التدريب للمحررين، والأوضاع الاقتصادية للمؤسسة إلي جانب استعداد الصحفي ذاته لمسألة التدريب⁽²⁸⁾.

أما دراسة **عبد الله بن ناصر الحمود و فهد بن عبدالعزيز العسكر** (2004)، فقد استهدفت تقويم مدى قدرة قسم الإعلام بكلية الدعوة ، والإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض على مواكبة متطلبات سوق العمل الإعلامي في المملكة ، وذلك من خلال مسح آراء عينة من قيادي العمل الإعلامي في المؤسسات الحكومية والخاصة حول مستوى المتخرجين في القسم في الجوانب الفكرية والمهنية والمعرفية ، وتوصلت إلي أن المتخرجين في القسم مؤهلون بشكل أكبر في جانب البناء المعلوماتي ، مقارنة بالبناء الفكري الذي جاء في المرتبة الثانية والتأهيل المهني الذي جاء في المرتبة الثالثة ، وأنه رغم إيجابية تقويم القبايين لمستوى التأهيل المهني للمتخرجين فإن تأخر هذا النوع من التأهيل في المرتبة الثالثة يعود وفقاً لما يراه القبايون إلي عدم كفاية ما يمتلكه المتخرجون من مهارات للمتطلبات الحالية لسوق العمل الإعلامي ، وبخاصة في جوانب اللغة الإنجليزية ، مهارات الإنتاج الإعلامي ، إعداد الدراسات الإعلامية ، استخدام التقنيات الإعلامية الحديثة ، التخطيط للعمل الإعلامي وإدارته⁽²⁹⁾.

وبحثت دراسة **عادل عبد الرازق (2002)** في العلاقة بين حصول القائمات بالاتصال في الصحف والإذاعة والتلفزيون علي دورات متخصصة في مهارات التعامل مع التكنولوجيا الحديثة، وسرعة أدائهم في العمل، وتوصلت الدراسة إلي تأكيد الإعلاميات عينة الدراسة علي التأثير الإيجابي لتكنولوجيا المعلومات في سرعة إنجاز أعمالهن، ما انعكس بالإيجاب علي أدائهن المهني، كما أجمعت الإعلاميات علي أن من تلقت منهن دورات تدريبية أكثر تميزاً عن غيرهن في الحصول علي المعلومات⁽³⁰⁾.

التعليق العام على الدراسات السابقة

- غالبية الدراسات لم تتمحور إشكالياتها البحثية حول التدريب الصحفي والإعلامي ومركزاته ومدخلاته ومخرجاته، سوي عدد قليل منها، وهو ما ظهر في دراسات "معترز أحمد عبد الفتاح (2016)، سحر فاروق الصادق (2012)، Natalia

إلهامي (2004)، ما يشير إلى ثمة ندرة واضحة في الدراسات التي عُنيت بإشكالية التدريب المهني للصحفيين، خاصة أن أغلب الدراسات السابقة تناولت إشكالية التدريب ضمن دراستها وتوصيفها للعوامل المؤثرة علي الأداء المهني للصحفيين والإعلاميين.

- بالنسبة للدراسات التي تناولت إشكالية التدريب الصحفي والإعلامي، فقد غلب عليها الطابع الوصفي في رصد رؤي وتصورات الصحفيين بشأن التدريب، من حيث مدي الاهتمام بالتدريب داخل مؤسساتهم التي يعملون بها، دون وضع تصور مستقبلي للاحتياجات التدريبية، وأسس بناء هذا التصور بشكل علمي، بما يؤؤل في النهاية إلى تطوير مهارات الصحفيين.

- اعتمدت أغلب الدراسات علي أداة "الاستبيان" كأداة لجمع البيانات، وغاب عن أغلبها أدوات من شأنها إثراء النتائج، مثل أداة المقابلة، واعتمدت أغلبها أيضًا علي منهج المسح وأسلوب المقارنة المنهجية، وتشابهت في مداخلها النظرية إلي حد كبير، فالأغلبية منها اعتمدت علي نظرية حارس البوابة، تحليل النظم الإعلامية، مدخل الممارسة المهنية.

- تمثلت حدود الاستفادة من الدراسات السابقة في كونها قدمت للباحث خريطة معرفية بشأن العوامل المؤثرة في التدريب داخل المؤسسات الصحفية والإعلامية، كما أفادت الباحث في تحديد الأطر النظرية الملائمة للدراسة، وكذلك في صياغة أهدافها وتساؤلاتها وفروضها، بشكل ساعد الباحث في بلورة المشكلة البحثية، وأبعادها، ومتغيراتها.

أهداف الدراسة :

يسعى البحث إلى رصد وتحليل وتوصيف واقع التدريب الإعلامي في مصر من وجهة نظر الممارسين واتجاهاتهم نحوه ويتضمن ذلك :

أ - التعرف على درجة انخراط الإعلاميين في مصر في برامج تدريبية خلال العامين الماضيين .

ب- التعرف على موضوعات الدورات التدريبية في مجال العمل الإعلامي التي حصل عليها الإعلاميون .

ج - تحديد أولويات الإعلاميين عند مشاركتهم في الدورات التدريبية .

د - التعرف على آراء الإعلاميين بشأن وسائل التدريب الأفضل في مجال العمل الإعلامي .

- هـ- التعرف على الجهات التي تمول عملية التدريب في المؤسسات الإعلامية في مصر
- و - التعرف على المسؤول عن تحديد الاحتياجات التدريبية في المؤسسات الإعلامية المصرية .
- ز- التعرف على الأساليب المستخدمة لتحديد الاحتياجات التدريبية في وسائل الإعلام في مصر .
- ح - رصد اتجاهات الإعلاميين نحو واقع التدريب الإعلامي في مصر بشكل عام
- ط - تحليل اتجاهات الإعلاميين نحو عملية التدريب في المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها
- ي - تحليل اتجاهات الإعلاميين نحو مدى دعم الإدارة لعملية التدريب الإعلامي في مصر
- ق - التعرف على معوقات التدريب الإعلامي في مصر من وجهة نظر الممارسين
- ل - معرفة مدى إسهام العوامل التالية في تحديد مشاركة الإعلاميين في البرامج التدريبية المختلفة
- ص - التعرف على المجالات المقترحة للتدريب في العمل الإعلامي في المستقبل من وجهة نظر الممارسين
- تساؤلات الدراسة :**

- يسعى هذا البحث بحكم أهدافه إلى الإجابة على مجموعة من التساؤلات التي تتمحور حول واقع التدريب الإعلامي في مصر واتجاهات الممارسين في وسائل الإعلام المختلفة نحوه ، ويتضمن ذلك :
- أ - ما هي درجة انخراط الإعلاميين في مصر في برامج تدريبية خلال العامين الماضيين ؟
- ب- ما هي موضوعات الدورات التدريبية في مجال العمل الإعلامي التي حصل عليها الإعلاميون ؟
- ج - ما هي أولويات الإعلاميين عند مشاركتهم في الدورات التدريبية ؟
- د - كيف يرى الإعلاميون وسائل التدريب الأفضل في مجال العمل الإعلامي؟
- هـ- ما الجهات التي تمول عملية التدريب في المؤسسات الإعلامية في مصر؟
- و - من هم المسؤولون عن تحديد الاحتياجات التدريبية في المؤسسات الإعلامية المصرية ؟

- ز- ما الأساليب المستخدمة لتحديد الاحتياجات التدريبية في وسائل الإعلام في مصر؟
- ح - كيف يرى الإعلاميون في مصر واقع التدريب الإعلامي في وسائل الإعلام المختلفة؟
- ط - ما هي اتجاهات الإعلاميين نحو عملية التدريب في المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها؟
- ي - إلى أي مدى يرى الإعلاميون أن الإدارة في المؤسسات الإعلامية تقدم دعماً للعملية التدريبية الإدارية لعملية التدريب؟
- ق - ما معوقات التدريب الإعلامي في مصر من وجهة نظر الممارسين؟
- ل - كيف تسهم عوامل محددة في تحديد مشاركة الإعلاميين في البرامج التدريبية المختلفة؟
- ص - ما المجالات المقترحة للتدريب في العمل الإعلامي في المستقبل من وجهة نظر الممارسين؟

المدخل النظري للدراسة :

تعتمد هذه الدراسة على مدخل الممارسة المهنية والتي يمكن تصنيفها إلى اتجاهين :
الاتجاه الأول : وصف اتجاهات الممارسة المهنية ومحتواها في المجالات الفنية والإدارية والمالية ، في إطار وصف الاتجاهات المتميزة للممارسة المهنية في المجالات المذكورة أو الإعلام البارزين فيها أو في إطار المقارنة بين المؤسسات الإعلامية .

ويدخل في هذا الاتجاه : وصف التأهيل العلمي والمهني للقائم بالاتصال ، وصف المهارات المتميزة في مجالات الإعداد والإنتاج بما ينعكس على شخصية المؤسسة أو الوسيلة الإعلامية .

أما **الاتجاه الثاني :** فيعنى بوصف اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها في إطار العلاقة مع غيرها من العوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر في هذه الممارسة ، وتأثيرات الممارسة المهنية على المنتج الإعلامي في النهاية، حيث أن الممارسة المهنية هي محصلة تفاعل عدد من العناصر والعوامل التي تبدأ من الالتزام بالفكرة أو المبدأ أو الهدف العام للمؤسسة إلى الضوابط والقيود التي تفرضها العلاقات التنظيمية والأدوار والمراكز المرتبطة والأدوار والمراكز المرتبطة بالإطار التنظيمي للمؤسسة .

كما يتأثر المنتج النهائي للمؤسسة - المحتوى الإعلامي - بالفكرة والمبدأ فإنه يتأثر بدرجة كبيرة باتجاهات الممارسة المهنية للقائم بالاتصال .

وعلى الجانب الآخر تتأثر الممارسة المهنية بعدد كبير من العوامل مثل : التنظيم الإداري في المؤسسة الإعلامية وقنوات الاتصال في هذا التنظيم والتأهيل العلمي والمهني ، ثم إتجاهات العلاقات الوظيفية والاجتماعية بين المستويات المختلفة وبين الزملاء بجانب العوامل المحددة التي تؤثر في مستوى الرضا الوظيفي .

وعلى سبيل المثال يعتبر التقسيم الداخلي للعمل والأدوار المتبادلة والأهداف المتبادلة والأهداف المحددة والمتوقعة للمؤسسة، وترجمة هذه الأهداف في سياسات ونظم الممارسة والخطوط الواضحة للاتصال التي تمثل التسلسل التنظيمي والعلاقات بين الأدوار التي تعكس التفاعل بين الوظائف المختلفة التي تركز على التنظيم الداخلي للبناء والسلوك ، بجانب الدراسات الأخرى التي تركز على الامتدادات الخارجية للتنظيم مثل العلاقات بالمصادر والمساهمين والعملاء (31) .

مناهج الدراسة وأدواتها :

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي ، كما تنتمي بحكم أهدافها والتساؤلات التي تسعى إلى الإجابة عليها إلى الدراسات الوصفية التحليلية ، فهي لا تقتصر على رصد اتجاهات الإعلاميين في مصر نحو التدريب الإعلامي في مصر فحسب ، ولكنها تعمل كذلك على التعرف على معوقات العملية التدريبية في وسائل الإعلام المصرية على اختلافها ، وعلاقتها بالأساليب المستخدمة لتحديد الاحتياجات التدريبية ، ومدى الدعم الذي تقدمه الإدارة داخل تلك الوسائل للتدريب .

وتعتمد هذه الدراسة على أداة الاستبيان ، حيث قام الباحث بصياغة استمارة استبيان تم توزيعها على عينة من الصحفيين في وسائل الإعلام المصرية ، تتضمن محورين أساسيين الأول يتعلق بواقع الممارسة ويرصد درجة إجادة الإعلاميين المهارات المختلفة، ومدى حصولهم على دورات تدريبية ومجالاتها ، أما المحور الثاني فيتناول اتجاهات الممارسين سواء نحو واقع التدريب الإعلامي في مصر بشكل عام أو نحو عملية التدريب في المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها .

عينة الدراسة

الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة:

أجريت الدراسة في الفترة ما بين 1 يناير 2018 – 3 مارس 2018، على عينة من 392 مشتغلاً بالمجال الإعلامي على اختلاف الوسيلة الإعلامية، وقد تنوعت خصائصهم الديموغرافية على النحو التالي:

- من حيث النوع، حيث ضمت عددًا من الصحفيين الذكور يبلغ 214 إعلامي بنسبة 54.6% و178 إعلامية بنسبة 32.9%.
- ومن حيث الفئة العمرية، فقد بلغ عدد الإعلاميين في الفئة العمرية من 20 إلى 30 سنة 68 إعلامياً بنسبة 17.3%، يليهم الإعلاميون في الفئة العمرية من 31

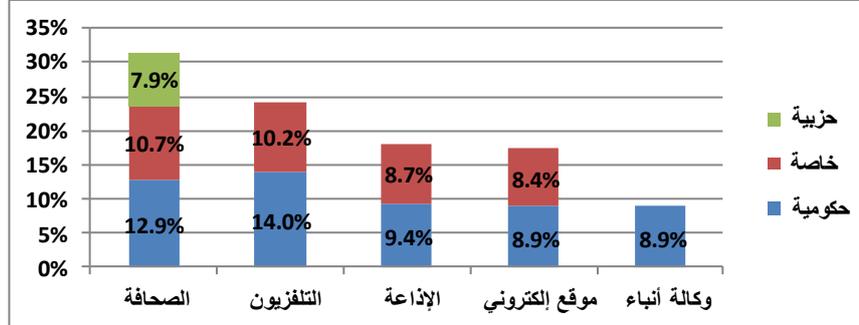
إلى 40 سنة حيث بلغ عددهم 163 إعلامياً بنسبة 41.6%، ثم الإعلاميون في الفئة العمرية من 41 إلى 50 سنة بنسبة 23%، وأخيراً الإعلاميون في الفئة العمرية 51 سنة فأكثر حيث بلغ عددهم 71 إعلامياً بنسبة 18.1%.

- أما من حيث **المستوي التعليمي**، فقد بلغ عدد الإعلاميين الحاصلين على مؤهل جامعي 353 إعلامياً بنسبة 90.1%، يليهم الإعلاميون الحاصلون على دراسات عليا حيث بلغ عددهم 36 إعلامياً بنسبة 9.2%، بينما كان هناك إعلاميان من أصحاب المؤهلات المتوسطة وإعلامي واحد حاصل على مؤهل فوق متوسط.
- من حيث **عدد سنوات الخبرة**، فقد بلغ عدد الإعلاميين ذوي الخبرة أقل من خمس سنوات 71 إعلامياً بنسبة 18.1%، والإعلاميين ذوي الخبرة من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات 66 إعلامياً بنسبة 16.8%، والإعلاميين ذوي الخبرة من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنوات 125 إعلامياً بنسبة 31.9%، والإعلاميين ذوي الخبرة من 15 سنة إلى أقل من 20 سنة 99 إعلامياً بنسبة 25.3%، وأخيراً بلغ عدد الإعلاميين ذوي الخبرة أكثر من 20 سنة 31 إعلامياً بنسبة 7.9%.

الخصائص المهنية لعينة الدراسة:

تنوعت الخصائص المهنية لعينة الدراسة:

- فمن حيث **نوع الوسيلة**: كانت أكثرية العينة بنسبة 31.5% يعملون بالصحافة، بينما بلغت نسبة من يعملون بالتلفزيون 24.2%، في حين بلغت نسبة العاملين بالإذاعة ضمن عينة الدراسة 18.1%، أما العاملون بمواقع إلكترونية فبلغت نسبتهم 17.3%، وأخيراً جاء العاملون بوكالات أنباء بنسبة 8.9% من إجمالي عينة الدراسة.
- من حيث **ملكية الوسيلة**: بلغت نسبة العاملين بمؤسسات إعلامية حكومية 54.1%، بينما بلغت نسبة من يعملون بمؤسسات خاصة 38%، على حين بلغت نسبة العاملين بمؤسسات حزبية 7.9% ضمن عينة الدراسة.
- من حيث **عضوية نقابة مهنية**: بلغت نسبة الإعلاميين أعضاء نقابة الصحفيين ضمن عينة الدراسة 40.8% ضمن عينة الدراسة، بينما بلغت نسبة الإعلاميين غير النقابيين 57.9%، على حين لم تزد نسبة الإعلاميين الأعضاء في نقابة الإعلاميين تحت التأسيس عن 1.3%.



شكل رقم (1)

الخصائص المهنية لعينة الدراسة

المعالجة الإحصائية للبيانات :

اعتمدت الدراسة على معالجة البيانات التي تم تجميعها إحصائياً من خلال برنامج SPSS ، وتم صياغة مجموعة من المقاييس تضمنت :
مقاييس الدراسة

1- مقياس اتجاهات الإعلاميين نحو واقع التدريب في مصر بشكل عام:

يتكوّن هذا المقياس من 11 عبارة، هي:

- التدريب الإعلامي في مصر يلبي احتياجات ومتطلبات الإعلاميين
- برامج التدريب الإعلامي السائدة تضع في الاعتبار التطور المهني لمجتمع وسائل الإعلام المصرية
- برامج التدريب الإعلامي السائدة في مصر تساعد في تنمية الروح النقدية للإعلاميين وقدرتهم على التحليل والتفسير
- التدريب الإعلامي في مصر تساهم نقل مهارات الصحافة الاستقصائية والدور الرقابي لوسائل الإعلام
- التدريب المقدم عبر المؤسسات الإعلامية يلبي احتياجات العاملين بالمهنة
- التدريب الإعلامي في مصر يواكب التطورات التكنولوجية الحديثة
- التدريب الإعلامي في وسائل الإعلام المصرية متاح لجميع الإعلاميين من القطاعات كافة
- يتم تقييم أداء العاملين بوسائل الإعلام وفقاً للدورات التدريبية التي حصلوا عليها
- التدريب الإعلامي ينعكس على الأداء المهني للعاملين بالمهنة
- يوجد نظام حوافز فعال بالمؤسسات الإعلامية يحفز الإعلاميين للمشاركة في دورات وبرامج تدريبية
- التدريب الإعلامي في مصر يساهم في تنمية الرؤية النقدية للإعلاميين وقدرتهم على التحليل والتفسير

يحدّد المبحوث موقفه منها علي مقياس خماسي (موافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة)، وتم وضع درجة لكل اختيار كما يلي: (موافق بشدة يعطى المبحوث 5)، (موافق يعطى المبحوث 4)، (محايد يُعطى المبحوث 3)، (معارض يُعطى المبحوث 2)، (معارض بشدة يُعطى المبحوث 1)، لتتراوح درجات المقياس ككل بين (11: 55)، توزعت علي النحو التالي:

- سلبي (11-25 درجة).

- محايد (26-40 درجة).

- إيجابي (41-55 درجة).

2- مقياس اتجاهات الإعلاميين نحو دعم الإدارة لعملية التدريب في مصر:

يتكوّن هذا المقياس من 12 عبارة، هي:

- تهتم الإدارة العليا بتشخيص المشكلات التي تعوق أداء عاملها
- تقوم الإدارة العليا في المؤسسة الإعلامية بتوفير الوقت الكافي للقيام بعملية تحديد الاحتياجات التدريبية
- توجد وحدة متخصصة مسؤولة عن التدريب في المؤسسة الإعلامية
- تقوم الإدارة العليا بتوفير الكادر اللازم لتنفيذ عملية تحديد الاحتياجات التدريبية لعاملها
- تقوم الإدارة العليا بتوفير الدعم المادي الكافي للقيام بعملية تحديد الاحتياجات التدريبية للعاملين بها
- تعمل الإدارة العليا على التغلب على المعوقات التي تعترض عملية تحديد الاحتياجات التدريبية
- تقترح الإدارة البرامج التدريبية المناسبة للإعلاميين
- تعتمد الإدارة العليا على نتائج تحديد الاحتياجات التدريبية في تحديد طبيعة التدريب المطلوب
- تقوم الإدارة العليا بشرح إجراءات عملية تحديد الاحتياجات التدريبية للعاملين بالوسيلة الإعلامية
- لا تشجع الإدارة الإعلاميين على الالتحاق بالدورات التدريبية
- تقوم الإدارة بتقدير الاحتياجات التدريبية للإعلاميين
- تحدد الإدارة مجالات التدريب والنمو المهني

يحدّد المبحوث موقفه منها علي مقياس خماسي (موافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة)، وتم وضع درجة لكل اختيار كما يلي: (موافق بشدة يعطى المبحوث 5)، (موافق يعطى المبحوث 4)، (محايد يُعطى المبحوث 3)، (معارض يُعطى المبحوث 2)، (معارض بشدة يُعطى المبحوث 1)، لتتراوح درجات المقياس ككل بين (11: 55)، توزعت علي النحو التالي:

يُعطى المبحوث (2)، (معارض بشدة يُعطى المبحوث 1)، لتتراوح درجات المقياس ككل بين (12: 60)، توزعت علي النحو التالي:

- سلبي (12-27 درجة).
- محايد (28-44 درجة).
- إيجابي (45-60 درجة).

3- مقياس اتجاهات الإعلاميين نحو عملية التدريب في المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها:

يتكوّن هذا المقياس من 14 عبارة، هي:

- توجد خطة تدريبية شاملة لكل المستويات الوظيفية داخل المؤسسة
 - تقوم الوسيلة الإعلامية بتحديد الاحتياجات التدريبية للعاملين بشكل منتظم
 - تراعي نتائج تقييم أداء العاملين عند تحديد احتياجاتهم التدريبية
 - تراعي نتائج تقييم الدورات التدريبية السابقة المقدمة للعاملين عند تحديد احتياجاتهم التدريبية
 - يتم مراعاة المسار الوظيفي للعاملين عند تحديد احتياجاتهم التدريبية المستقبلية
 - تبني عملية تحديد الاحتياجات التدريبية على خطة المؤسسة الإعلامية
 - يتردد العاملون بالمؤسسة الإعلامية في الاعتراف بأنهم بحاجة لبعض المهارات
 - تراعى شكاوي المستفيدين من المؤسسة الإعلامية عند تحديد الاحتياجات التدريبية
 - يتم تحليل أهداف الوسيلة الإعلامية عند تحديد الاحتياجات التدريبية على مستوى الوسيلة
 - يتم تغيير أولويات الاحتياجات التدريبية تبعاً لتغيير خطط الوسيلة الإعلامية
 - يتم الاستعانة بالوصف الوظيفي لمعرفة المسؤوليات والواجبات الخاصة بالوظيفة لأخذها بالحسبان عند تحديد الاحتياجات التدريبية
 - يراعى التغيير في الوظيفة عند تحديد الاحتياجات التدريبية
 - تراعى الاحتياجات التدريبية الحالية للعاملين عند تحديد الاحتياجات التدريبية على مستوى الفرد
 - يتم مراعاة الاحتياجات التدريبية المستقبلية للعاملين عند تحديد الاحتياجات التدريبية
- يحدّد المبحوث موقفه منها علي مقياس خماسي (موافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة)، وتم وضع درجة لكل اختيار كما يلي: (موافق بشدة يعطى المبحوث 5)، (موافق يعطى المبحوث 4)، (محايد يُعطى المبحوث 3)، (معارض يُعطى المبحوث 2)، (معارض بشدة يُعطى المبحوث 1)، لتتراوح درجات المقياس ككل بين (14: 70)، توزعت علي النحو التالي:

- سلبي (14-32 درجة).

- محايد (33-51 درجة).

- إيجابي (52-70 درجة).

نتائج الدراسة: تم تقسيم النتائج التي توصلت إليها الدراسة الأول يتعلق باتجاهات الإعلاميين نحو واقع التدريب الإعلامي في مصر ، أما الثاني فتتناول رؤيتهم للعملية التدريبية التي تتم داخل مؤسساتهم والمعوقات التي تواجههم في هذا المجال .

المحور الأول: واقع الممارسة

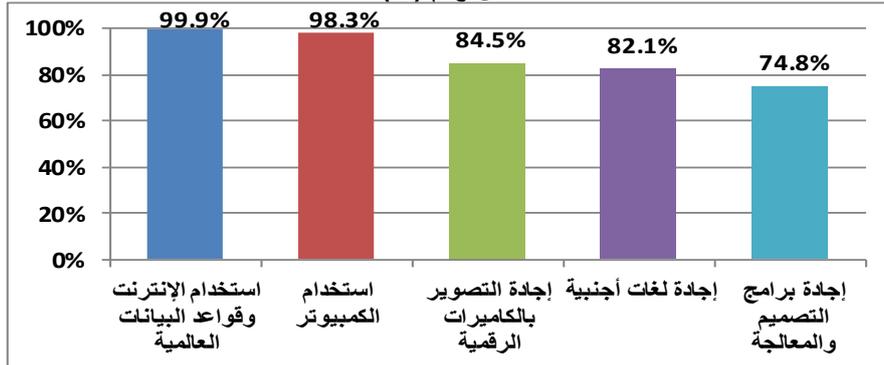
يعرض هذا المحور للنتائج الخاصة بواقع التدريب الإعلامي في مصر، وذلك من خلال رصد درجة إجابة الإعلاميين المهارات المختلفة، ومدى حصولهم على دورات تدريبية ومجالاتها وألويات التدريب لديهم.

1- تقييم الإعلاميين لدرجة إجادتهم المهارات المختلفة:

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية فيما يخص التقييم الذاتي للإعلاميين محل الدراسة درجة إجادتهم المهارات المختلفة ارتفاعاً كبيراً في مهارات استخدام الإنترنت وقواعد البيانات العالمية، حيث بلغ الوزن النسبي لإجابة هذه المهارة 99.9%، تليها مباشرة بفارق طفيف إجابة استخدام الكمبيوتر بوزن نسبي 98.3%، ما يعنى أن الغلبة في المهارات التي يحسنها الإعلاميون كانت لتلك المتعلقة بالحاسب الآلى وبرامجه وهى من مستلزمات الممارسة اليومية للعمل الإعلامي في الوقت الحاضر.

وفيما يخص إجابة التصوير بالكاميرات الرقمية فقد بلغ الوزن النسبي لها 84.5%، يليها إجابة لغات أجنبية بوزن نسبي 82.1%، على حين بلغ الوزن النسبي لإجابة برامج التصميم والمعالجة 74.8% كما يوضح هذا الشكل البياني (التالى رقم 2).

شكل رقم (2)



تقييم الإعلاميين لدرجة إجادتهم المهارات المختلفة

وعلى مستوى كل وسيلة من وسائل الإعلام محل الدراسة، فلم يختلف الحال عنه على مستوى العينة. فقد كان هناك إتقان تام بوزن نسبي للإجادة 100% لاستخدام الإنترنت وقواعد البيانات العالمية لدى الإعلاميين العاملين بالصحف ووكالات الأنباء والمواقع الإلكترونية محل الدراسة. أما استخدام الكمبيوتر فقد جاء في الترتيب الأول لدى الإعلاميين العاملين بالمواقع الإلكترونية بوزن نسبي للإجادة 99.9%، يليهم الإعلاميون العاملون بوكالات الأنباء بوزن نسبي للإجادة 99.4%. وبالنسبة لإجادة التصوير بالكاميرات الرقمية فقد جاءت في الترتيب الأول لدى الإعلاميين العاملين بالصحافة بوزن نسبي 88.4%، يليهم مباشرة الإعلاميون العاملون بالتلفزيون بوزن نسبي 87.9%. وفيما يخص إجادة لغات أجنبية فقد جاءت في الترتيب الأول لدى الإعلاميين العاملين بوكالات الأنباء بوزن نسبي للإجادة 90.6%، يليهم الإعلاميون العاملون بالمواقع الإلكترونية بوزن نسبي للإجادة 87.9%. وأخيرًا بالنسبة لإجادة برامج التصميم والمعالجة فقد تقاربت الأوزان النسبية لإجادتها بين العاملين بالوسائل المختلفة، وإن ارتفع الوزن النسبي لها بين الإعلاميين العاملين بالصحافة ليلبغ 77.6%. وهو ما تكشف عنه بيانات الجدول التالي رقم (1).

جدول رقم (1)

الأوزان النسبية لتقييم الإعلاميين درجة إجادتهم المهارات المختلفة

المهارات	الوسيلة	صحافة	إذاعة	تلفزيون	وكالات أنباء	مواقع إلكترونية
استخدام الإنترنت وقواعد البيانات العالمية	100%	99.8%	99.7%	100%	100%	100%
استخدام الكمبيوتر	97.2%	96.6%	98.5%	99.4%	99.9%	99.9%
إجادة التصوير بالكاميرات الرقمية	88.4%	79.9%	87.9%	85.6%	81%	81%
إجادة لغات أجنبية	69.1%	78.5%	84.4%	90.6%	87.9%	87.9%
إجادة برامج التصميم والمعالجة	77.6%	74.9%	76.6%	69.8%	75.2%	75.2%

2- مدى الحصول على دورات إعلامية وبرامج تدريبية خلال العامين الماضيين:

جدول رقم (2)

مدى الحصول على دورات إعلامية وبرامج تدريبية خلال العامين الماضيين

مدى التدريب	الوسيلة	صحافة	إذاعة	تلفزيون	وكالات أنباء	مواقع إلكترونية	الإجمالي
نعم	ك	106	59	84	31	60	340
	%	86.2%	83.1%	88.4%	88.6%	88.2%	86.7%
لا	ك	17	12	11	4	8	52
	%	13.8%	16.9%	11.6%	11.4%	11.8%	13.3%
الإجمالي	ك	123	71	95	35	68	392
	%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

($26.924 = 2^2$)، درجة الحرية=5، مستوى المعنوية=0.003، معامل

التوافق=0.248)

تكشف بيانات هذا الجدول رقم (2) أن غالبية الإعلاميين عينة الدراسة بنسبة 86.7% قد تلقوا دورات إعلامية وبرامج تدريبية خلال العامين الماضيين. بينما ذكرت النسبة الباقية 13.3% أنها لم تحصل على أى تدريب خلال هذه المدة.

كما تُظهر بيانات الجدول نفسه تقارب نسب الإعلاميين الحاصلين على تدريب خلال العامين الماضيين بين الوسائل الإعلامية الخمسة محل الدراسة، فقد بلغت نسبتهم بين العاملين بوكالات الأنباء 88.6، وبالتلفزيون 88.4%، وبالمواقع الإلكترونية 88.2%، وبالصحافة 86.2%، وأخيراً بلغت نسبتهم بين العاملين بالإذاعة 83.1%، وجميعها نسب تؤشر إلى ارتفاع معدلات التدريب للعاملين بالوسائل المختلفة.

تتسق هذه النتيجة مع ما تُظهره المؤشرات الإحصائية المبينة أسفل الجدول من وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى الحصول على دورات إعلامية وبرامج تدريبية خلال العامين الماضيين ونوع الوسيلة التي يعمل بها الإعلامي، حيث بلغت قيمة χ^2 26.924، وهى قيمة دالة إحصائياً عند درجة الحرية 5 ومستوى المعنوية 0.003. ومن حيث الشدة يمكن وصف العلاقة بالضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق 0.248.

جدول رقم (3)

عدد الدورات الإعلامية والبرامج التدريبية خلال العامين الماضيين

الإجمالي	مواقع إلكترونية	وكالات أنباء	تلفزيون	إذاعة	صحافة	الوسيلة	
						عدد الدورات	ك
101	19	12	32	20	18	ك	أقل من 3 دورات
%29.7	%31.7	%38.7	%38.1	%33.9	%17	%	
145	22	9	28	27	59	ك	من (3: 5) دورات
%42.7	%36.6	%29	%33.3	%45.8	%55.7	%	
94	19	10	24	12	29	ك	أكثر من 5 دورات
%27.6	%31.7	%32.3	%28.6	%20.3	%27.3	%	
340	60	31	84	59	106	ك	الإجمالي
%100	%100	%100	%100	%100	%100	%	

($\chi^2=19.453$ ، درجة الحرية=8، مستوى المعنوية=0.012، معامل التوافق=0.198)

توضّح بيانات هذا الجدول رقم (3) أن 42.7% من الإعلاميين عينة الدراسة قد تلقوا من (3: 5) دورات إعلامية وبرامج تدريبية خلال العامين الماضيين. بينما أشار ما نسبتهم 29.7% أنهم تلقوا أقل من 3 دورات إعلامية وبرامج تدريبية خلال هذه المدة. على حين ذكر 27.6% من إجمالي عينة الدراسة تلقيهم أكثر من 5 دورات إعلامية وبرامج تدريبية خلال العامين الماضيين. ما يعنى إمكانية وصف معدل التدريب لأكثرية الإعلاميين خلال العامين الماضيين بالمتوسط.

كما تُظهر بيانات الجدول نفسه أن العاملين بالصحافة وبالإذاعة كانوا الأكثر حصولاً على تدريب، إذ بلغت نسبة الحاصلين على من (3: 5) دورات إعلامية

وبرامج تدريبية خلال العاميين الماضيين بين العاملين في القطاع الأول 55.7%، وبلغت نسبتهم بين العاملين بالقطاع الآخر 45.8%. بينما كان العاملون بوكالات الأنباء والتلفزيون وبالمواقع الإلكترونية الأقل حصولاً على تدريب، إذ بلغت نسبة الحاصلين على أقل من 3 دورات بين العاملين بوكالات الأنباء 38.7%، بينما بلغت نسبتهم بين العاملين بالتلفزيون 38.1%، على حين بلغت نسبتهم بين العاملين بالمواقع الإلكترونية 31.7%.

تتنسق هذه النتيجة مع ما تُظهره المؤشرات الإحصائية المبينة أسفل الجدول من وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين عدد الدورات الإعلامية والبرامج التدريبية خلال العاميين الماضيين ونوع الوسيلة التي يعمل بها الإعلامي، حيث بلغت قيمة χ^2 19.453، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة الحرية 8 ومستوى المعنوية 0.012. ومن حيث الشدة يمكن وصف العلاقة بالضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق 0.198.

3- موضوعات الدورات التدريبية في مجال العمل الإعلامي:

جدول رقم (4)

موضوعات الدورات التدريبية في مجال العمل الإعلامي

الإجمالي	مواقع إلكترونية	وكالات أنباء	تلفزيون	إذاعة	صحافة	الوسيلة	
						الموضوعات	الموضوعات
166	7	12	47	22	78	ك	إنتاج التقارير المصورة (تقارير الفيديو)
%42.3	%10.3	%34.3	%49.5	%31	%63.4	%	
165	46	9	22	43	45	ك	وسائل الإعلام الرقمية
%42.1	%67.6	%25.7	%23.2	%60.6	%36.6	%	
159	26	19	59	46	9	ك	الإنتاج التلفزيوني
%40.6	%38.2	%54.3	%62.1	%64.8	%7.3	%	
133	37	24	20	16	36	ك	الكتابة والمهارات التحريرية وجمع الأخبار والمعلومات
%33.9	%54.4	%68.6	%21.1	%22.5	%29.3	%	
122	28	22	11	22	39	ك	الصحافة الاستقصائية
%31.1	%41.2	%34.3	%11.6	%31	%31.7	%	
119	24	23	11	61	-	ك	المهارات الإذاعية
%30.4	%35.3	%65.7	%11.6	%85.9	-	%	
111	12	11	23	36	29	ك	التحرير والكتابة الإعلامية
%28.3	%17.6	%31.4	%24.2	%50.7	%23.6	%	
64	11	10	14	29	-	ك	الإنتاج الإذاعي
%16.3	%16.2	%28.6	%14.7	%40.8	-	%	
53	4	2	3	26	18	ك	إدارة المؤسسات الإعلامية
%13.5	%5.9	%5.7	%3.2	%36.6	%14.6	%	
17	1	3	4	6	3	ك	أخلاقيات المهنة والنواحي والجوانب القانونية
%4.3	%1.5	%8.6	%4.2	%8.5	%2.4	%	
392	68	35	95	71	123	ك	ن
%100	%100	%100	%100	%100	%100	%	

($\chi^2=16.342$ ، درجة الحرية=36، مستوى المعنوية=0.045، معامل

التوافق=0.187)

تُظهر بيانات هذا الجدول رقم (4) موضوعات الدورات التدريبية في مجال العمل الإعلامي، حيث جاء في الترتيب الأول دورات إنتاج التقارير المصورة (تقارير الفيديو) بنسبة 42.3% من إجمالي عينة الدراسة، تليها دورات وسائل الإعلام الرقمية بنسبة 42.1%، ثم دورات الإنتاج التلفزيوني بنسبة 40.6%، وفي الترتيب الرابع جاءت الكتابة والمهارات التحريرية وجمع الأخبار والمعلومات بنسبة 33.9% من إجمالي عينة الدراسة. على حين تراجع ترتيب دورات أخلاقيات المهنة والنواحي والجوانب القانونية للمركز الأخير بنسبة 4.3% فقط، يسبقها في المركز قبل الأخير دورات إدارة المؤسسات الإعلامية بنسبة 13.5% من إجمالي عينة الدراسة.

وعلى مستوى كل وسيلة من الوسائل الإعلامية الخمسة محل الدراسة على حدة، فقد كانت موضوعات الدورات التدريبية أكثر ارتباطاً بطبيعة العمل محل الممارسة؛ فقد حصل ما نسبته 63.4% من العاملين بالصحف عينة الدراسة على دورات في إنتاج التقارير المصورة (تقارير الفيديو)، بينما حصل 85.9% من العاملين بالإذاعات عينة الدراسة على دورات في المهارات الإذاعية، على حين حصل 62.1% من العاملين بالتلفزيون على دورات في الإنتاج التلفزيوني، أما العاملون في وكالات أنباء فقد حصلت غالبيتهم بنسبة 68.6% الكتابة والمهارات التحريرية وجمع الأخبار والمعلومات، بينما حصل ما نسبته 67.6% العاملون في المواقع الإلكترونية على دورات في وسائل الإعلام الرقمية.

تتفق هذه النتيجة مع ما تُظهره المؤشرات الإحصائية المبينة أسفل الجدول من وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين موضوعات الدورات التدريبية في مجال العمل الإعلامي ونوع الوسيلة التي يعمل بها الإعلامي، حيث بلغت قيمة χ^2 16.342، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة الحرية 36 ومستوى المعنوية 0.045. ومن حيث الشدة يمكن وصف العلاقة بالضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق 0.187.

4- أولويات الإعلاميين عند المشاركة في دورات تدريبية:

جدول رقم (5)

أولويات الإعلاميين عند المشاركة في دورات تدريبية

الإجمالي	مواقع إلكترونية	وكالات أنباء	تلفزيون	إذاعة	صحافة	الوسيلة الأولويات	
						ك	%
318	41	27	81	68	101	ك	رفع كفاءتي المهنية في مجال العمل الإعلامي
%81.1	%60.3	%77.1	%85.3	%95.8	%82.1	%	
269	23	11	63	59	113	ك	زيادة مهاراتي في استخدام التكنولوجيا الجديدة في مجال عملي
%68.6	%33.8	%31.4	%66.3	%83.1	%91.9	%	
187	19	13	58	28	69	ك	زيادة الوعي بقوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي
%47.7	%27.9	%37.1	%61.1	%39.4	%56.1	%	

التدريب الإعلامي في مصر: دراسة تحليلية لواقع الممارسة واتجاهات الممارسين

الإجمالي	مواقع إلكترونية	وكالات أنباء	تلفزيون	إذاعة	صحافة	الوسيلة الأولويات	
						ك	%
183	22	24	29	30	78	ك	زيادة الثقافة العامة
%46.7	%32.4	%68.6	%30.5	%42.3	%63.4	%	
172	10	9	33	24	96	ك	الحصول على شهادات تدريب تعزز موقعي في المؤسسة التي أعمل بها
%43.9	%14.7	%25.7	%34.7	%33.8	%78	%	
98	11	2	12	5	68	ك	الحصول على رضا رؤسائي في العمل
%25	%16.2	%5.7	%12.6	%7	%55.3	%	
92	3	8	34	19	28	ك	تحقيق الرضا الذاتي
%23.5	%4.4	%22.9	%35.8	%26.8	%22.8	%	
392	68	35	95	71	123	ك	ن
%100	%100	%100	%100	%100	%100	%	

($\chi^2=7.542$ ، درجة الحرية=24، مستوى المعنوية=0.124)

تكشف بيانات هذا الجدول رقم (5) أولويات الإعلاميين عند المشاركة في دورات تدريبية، حيث جاء في صدارة هذه الأولويات رفع كفاءتي المهنية في مجال العمل الإعلامي بنسبة 81.1% من إجمالي عينة الدراسة، تليها زيادة مهاراتي في استخدام التكنولوجيا الجديدة في مجال عملي لدى ما نسبته 68.6%، ثم زيادة الوعي بقوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي لدى ما نسبته 47.7%، على حين جاء في الترتيب الأخير تحقيق الرضا الذاتي لدى ما نسبته 23.5% من إجمالي عينة الدراسة.

على مستوى كل وسيلة من الوسائل الإعلامية الخمسة محل الدراسة على حدة، فقد كان رفع الكفاءة المهنية في مجال العمل الإعلامي الأولوية الأولى لدى العاملين بالإذاعات بنسبة 95.8%، وبالتلفزيون بنسبة 85.3%، و بوكالات الأنباء بنسبة 77.1%، وبالمواقع الإلكترونية بنسبة 60.3%. بينما مثل زيادة المهارات في استخدام التكنولوجيا الجديدة في مجال العمل الأولوية الأولى لدى ما نسبته من العاملين بالصحافة.

تتسق هذه النتيجة مع ما تُظهره المؤشرات الإحصائية المبينة أسفل الجدول من عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين أولويات الإعلاميين عند المشاركة في دورات تدريبية ونوع الوسيلة التي يعمل بها الإعلامي، حيث بلغت قيمة χ^2 7.542، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($P > 0.05$).

5- رأى الإعلاميين بشأن وسائل التدريب الأفضل في مجال العمل الإعلامي:

جدول رقم (6)

رأى الإعلاميين بشأن وسائل التدريب الأفضل في مجال العمل الإعلامي

الإجمالي	مواقع إلكترونية	وكالات أنباء	تليفزيون	إذاعة	صحافة	الوسيلة	
						ك	%
294	42	29	58	54	111	ك	الدورات التدريبية الطويلة
	61.8%	82.9%	61.1%	76.1%	90.2%	%	
134	32	7	36	21	38	ك	حلقات نقاشية
	47.1%	20%	37.9%	29.6%	30.9%	%	
127	26	11	27	34	29	ك	ورش العمل التي تتوصل إلى تطبيقات عملية
	38.2%	31.4%	28.4%	47.9%	23.6%	%	
103	24	6	17	14	42	ك	لقاءات مع خبراء وقيادات متخصصة في مجال الإعلام
	35.3%	17.1%	17.9%	19.7%	34.1%	%	
60	11	9	16	13	11	ك	زيارات ميدانية
	16.2%	25.7%	16.8%	18.3%	8.9%	%	
55	2	8	9	19	17	ك	تطبيقات بأسلوب المحاكاة
	2.9%	22.9%	9.5%	26.8%	13.8%	%	
392	68	35	95	71	123	ك	ن
	100%	100%	100%	100%	100%	%	

(كا²=31.296، درجة الحرية=20، مستوى المعنوية=0.011، معامل التوافق=0.302)

تكشف بيانات هذا الجدول رقم (6) وسائل التدريب الأفضل في مجال العمل الإعلامي برأى الإعلاميين، حيث جاءت الدورات التدريبية الطويلة في المقام الأول لدى ما نسبته 75% من إجمالي عينة الدراسة، تليها بفارق كبير الحلقات النقاشية بنسبة 34.2%، ثم ورش العمل التي تتوصل إلى تطبيقات عملية لدى ما نسبته 32.4% من إجمالي الإعلاميين، بينما تراجعت للترتيب الأخير التطبيقات بأسلوب المحاكاة إذ أشار إليها ما نسبته 14% من إجمالي عينة الدراسة.

على مستوى كل وسيلة من الوسائل الإعلامية الخمسة محل الدراسة على حدة، فقد كانت الدورات التدريبية الطويلة الوسيلة التدريبية الأكثر تفضيلاً لدى العاملين بالصحافة بنسبة 90.2%، و بوكالات الأنباء بنسبة 82.9%، بالإذاعات بنسبة 76.1%، وبالمواقع الإلكترونية بنسبة 61.8%، ولدى العاملين بالتليفزيون بنسبة 61.1%.

تتسق هذه النتيجة مع ما تُظهره المؤشرات الإحصائية المبينة أسفل الجدول من وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين رأى الإعلاميين بشأن وسائل التدريب الأفضل في مجال العمل الإعلامي ونوع الوسيلة التي يعمل بها الإعلامي، حيث بلغت قيمة كا² 31.296، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة الحرية 20 ومستوى المعنوية 0.011. ومن حيث الشدة يمكن وصف العلاقة بالضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق 0.302.

6- البرامج التدريبية محل المشاركة:

جدول رقم (7)

البرامج التدريبية محل المشاركة

الإجمالي	مواقع إلكترونية	وكالات أنباء	تلفزيون	إذاعة	صحافة	الوسيلة	
						البرامج التدريبية	
286	53	13	63	57	100	ك	دورات محلية (داخل مصر)
%84.1	%88.3	%42	%75	%96.6	%94.4	%	
32	2	9	15	1	5	ك	دورات خارجية إقليمية (في دول عربية)
%9.4	%3.3	%29	%17.9	%1.7	%4.7	%	
22	5	9	6	1	1	ك	دورات دولية (في دول أجنبية)
%6.5	%8.3	%29	%7.1	%1.7	%0.9	%	
340	60	31	84	59	106	ك	ن
%100	%100	%100	%100	%100	%100	%	

(كا²=17.025، درجة الحرية=8، مستوى المعنوية=0.003، معامل

التوافق=0.208)

تكشف بيانات هذا الجدول رقم (7) أن غالبية الإعلاميين محل الدراسة بنسبة 84.1% قد تلقوا دورات تدريبية محلية (داخل مصر)، بينما تلقى ما نسبته 9.4% من الإعلاميين محل الدراسة دورات خارجية إقليمية (في دول عربية)، على حين لم تزد نسبة الإعلاميين الحاصلين على دورات دولية (في دول أجنبية) عن 6.5% من إجمالي عينة الدراسة.

على مستوى كل وسيلة من الوسائل الإعلامية الخمسة محل الدراسة على جده، فقد كانت غالبية الإعلاميين حصلوا على دورات تدريبية محلية (داخل مصر) بنسبة 96.6% من العاملين بالإذاعات، و94.4% من العاملين بالصحافة، و88.3% من العاملين بالمواقع الإلكترونية، و75% من العاملين بالتلفزيون، وأخيراً بنسبة 42% من العاملين بوكالات الأنباء.

تتسق هذه النتيجة مع ما تُظهره المؤشرات الإحصائية المبينة أسفل الجدول من وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين البرامج التدريبية محل المشاركة ونوع الوسيلة التي يعمل بها الإعلامي، حيث بلغت قيمة كا² 17.025، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة الحرية 8 ومستوى المعنوية 0.003. ومن حيث الشدة يمكن وصف العلاقة بالضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق 0.208.

7- الجهات الممولة للدورات التدريبية:

جدول رقم (8)
الجهات الممولة للدورات التدريبية

الإجمالي	مواقع الإلكترونية	وكالات أنباء	تلفزيون	إذاعة	صحافة	الوسيلة	الجهات الممولة
233	29	11	69	27	97	ك	دورات بتمويل من المؤسسة التي أعمل بها
%68.5	%48.3	%35.5	82.1	%45.8	%91.5	%	
78	15	18	13	13	19	ك	دورات بتمويل ذاتي (على حسابي الخاص)
%22.9	%25	%58.1	%15.5	%22	%17.9	%	
70	10	6	24	12	18	ك	دورات ممولة من مؤسسات حكومية
%20.6	%16.7	%19.4	%28.6	%20.3	%17	%	
58	15	1	-	6	36	ك	دورات ممولة من نقابة الصحفيين/الإعلاميين
%17.1	%25	%3.2	-	%10.2	%34	%	
53	11	7	21	10	4	ك	دورات ممولة من شركات من القطاع الخاص
%15.6	%18.3	%22.6	%25	%16.9	%3.8	%	
31	11	2	4	5	9	ك	دورات ممولة من مؤسسات وبرامج دولية
%9.1	%18.3	%6.5	%4.8	%8.5	%8.5	%	
19	4	4	7	2	2	ك	دورات مولتها جامعات وكليات
%5.6	%6.7	%12.9	%8.3	%3.4	%1.9	%	
17	2	1	7	-	7	ك	دورات مولتها مؤسسات المجتمع المدني
%5	%3.3	%3.2	%8.3	-	%6.6	%	
340	60	31	84	59	106	ك	ن
%100	%100	%100	%100	%100	%100	%	

(كا²=15.623، درجة الحرية=28، مستوى المعنوية=0.017، معامل التوافق=0.239)

توضّح بيانات هذا الجدول رقم (8) الجهات الممولة للدورات التدريبية، حيث جاء في صدارة هذه الجهات المؤسسات الإعلامية نفسها لدى ما نسبته 68.5% من الإعلاميين محل الدراسة، يليها بفارق كبير التمويل الذاتي من جانب الإعلاميين أنفسهم بنسبة 22.9%، ثم الدورات الممولة من مؤسسات حكومية بنسبة 20.6%، على حين تراجع للترتيب الأخير دور المجتمع المدني في توفير التدريب للإعلاميين، حيث لم تزد نسبة الإعلاميين الحاصلين على دورات مولتها مؤسسات المجتمع المدني عن 5% من إجمالي عينة الدراسة.

على مستوى كل وسيلة من الوسائل الإعلامية الخمسة محل الدراسة على حدة فلم يختلف الحال عنه على مستوى العينة ككل، فقد جاء تمويل المؤسسات الإعلامية في المقام الأول لدى العاملين بالصحافة بنسبة 91.5%، وبالتلفزيون بنسبة 82.1%، وبالمواقع الإلكترونية بنسبة 48.3% وبالإذاعات بنسبة 45.8%. بينما جاء التمويل الذاتي من جانب الإعلاميين أنفسهم في المقام الأول لدى ما نسبته 58.1% من العاملين بوكالات الأنباء.

تتفق هذه النتيجة مع ما تُظهره المؤشرات الإحصائية المبينة أسفل الجدول من وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الجهات الممولة للدورات التدريبية ونوع الوسيلة التي يعمل بها الإعلامي، حيث بلغت قيمة كا² 15.623، وهي قيمة دالة

إحصائياً عند درجة الحرية 28 ومستوى المعنوية 0.017. ومن حيث الشدة يمكن وصف العلاقة بالضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق 0.239.

8- المسئول عن تحديد الاحتياجات التدريبية في مؤسستك الإعلامية:

جدول رقم (9)

المسئول عن تحديد الاحتياجات التدريبية في المؤسسات الإعلامية

المسئول	الوسيلة					
	صحافة	إذاعة	تلفزيون	وكالات أنباء	مواقع إلكترونية	الإجمالي
الإدارة العليا	103	49	70	31	52	305
	97.2%	83.1%	83.3%	100%	86.7%	89.7%
المدير المباشر	95	31	-	26	51	203
	89.6%	52.5%	-	83.9%	85%	59.7%
أقوم أنا بتحديد احتياجاتي التدريبية	29	16	27	10	14	96
	27.4%	27.1%	32.1%	32.3%	23.3%	28.2%
مستشار خارجي	3	-	-	1	7	11
	2.8%	-	-	3.2%	11.7%	3.2%
ن	106	59	84	31	60	340
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

(كا²=24.847، درجة الحرية=12، مستوى المعنوية=0.024، معامل التوافق=0.426)

طبقاً لبيانات هذا الجدول رقم (9) فقد كانت الإدارة العليا المسئول الأول عن تحديد الاحتياجات التدريبية في المؤسسات الإعلامية، حيث أشارت إليها غالبية العينة بنسبة 89.7% من إجمالي الإعلاميين عينة الدراسة. بينما جاء المدير المباشر في الترتيب الثاني بنسبة 59.7%، ثم تحديد المتدرب نفسه لاحتياجاته التدريبية بنسبة 28.2%، وأخيراً جاء دور المستشار الخارجي في الترتيب الأخير حيث لم يشر إليه سوى 3.2% من إجمالي المبحوثين عينة الدراسة.

على مستوى كل وسيلة من الوسائل الإعلامية الخمسة محل الدراسة على جده فأيضاً لم يختلف الحال عنه على مستوى العينة ككل، فقد جاء دور الإدارة العليا في المقام الأول لدى العاملين بوكالات الأنباء بنسبة 100%، بالصحافة بنسبة 97.2%، وبالمواقع الإلكترونية بنسبة 86.7% وبالتلفزيون بنسبة 83.3%، وبالإذاعات بنسبة 83.1%.

تتماشى هذه النتيجة مع ما تُظهره المؤشرات الإحصائية المبينة أسفل الجدول من وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين المسئول عن تحديد الاحتياجات التدريبية في المؤسسات الإعلامية ونوع الوسيلة التي يعمل بها الإعلامي، حيث بلغت قيمة كا² 24.847، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة الحرية 12 ومستوى المعنوية 0.024. ومن حيث الشدة يمكن وصف العلاقة بالمتوسطة حيث بلغت قيمة معامل التوافق 0.426.

9- الأساليب المستخدمة لتحديد الاحتياجات التدريبية:

جدول رقم (10)

الأساليب المستخدمة لتحديد الاحتياجات التدريبية

الأساليب	الوسيلة					
	صحافة	إذاعة	تلفزيون	وكالات أنباء	مواقع إلكترونية	الإجمالي
لا يوجد أسلوب محدد	59	21	34	11	19	144
%	%55.7	%35.6	%40.5	%35.5	%31.7	%42.4
تحليل تقارير الأداء	24	19	19	8	7	77
%	%22.6	%32.2	%22.6	%25.8	%11.7	%22.6
قوائم الاحتياجات التدريبية	15	9	36	6	9	75
%	%14.2	%15.3	%42.9	%19.4	%15	%22.1
الاختبارات	13	17	22	7	7	66
%	%12.3	%28.8	%26.2	%22.6	%11.7	%19.4
المقابلات الشخصية	12	3	22	5	15	57
%	%11.3	%5.1	%26.2	%16.1	%25	%16.8
الملاحظة	28	11	5	5	8	57
%	%26.4	%18.6	%6	%16.1	%13.3	%16.8
الاستبيان	13	7	13	10	6	49
%	%12.3	%11.9	%15.5	%32.3	%10	%14.4
ن	106	59	84	31	60	340
%	%100	%100	%100	%100	%100	%100

($\chi^2=19.874$ ، درجة الحرية=24، مستوى المعنوية=0.001، معامل

التوافق=0.268)

تكشف بيانات هذا الجدول رقم (10) فيما يخص الأساليب المستخدمة لتحديد الاحتياجات التدريبية عدم وجود أسلوب محدد لتحديد هذه الاحتياجات لدى ما نسبته 42.4% من إجمالي عينة الدراسة. بينما أشار 22.6% من الإعلاميين محل الدراسة إلى تحليل تقارير الأداء كأسلوب متبع في المؤسسات التي يعملون بها لتحديد الاحتياجات التدريبية، يليه قوائم الاحتياجات التدريبية بنسبة 22.1%، ثم الاختبارات بنسبة 19.4%، على حين تأخرت أداة الاستبيان للترتيب الأخير بنسبة 14.4% من إجمالي عينة الدراسة.

على مستوى كل وسيلة من الوسائل الإعلامية الخمسة محل الدراسة على حدة فقد كان هناك تبايناً في الأساليب المستخدمة لتحديد الاحتياجات التدريبية، فقد أشار للملاحظة ما نسبته 26.4% من العاملين بالصحافة، بينما ذكر 32.2% من العاملين بالإذاعات تحليل تقارير الأداء، بينما أشار 42.9% من العاملين بالتلفزيون إلى قوائم الاحتياجات التدريبية، أما العاملون بوكالات الأنباء فقد أشاروا بنسبة 32.3% إلى أداة الاستبيان، وأخيراً أشار 25% من العاملين بالمواقع الإلكترونية إلى المقابلات الشخصية كأسلوب مستخدم لتحديد الاحتياجات التدريبية.

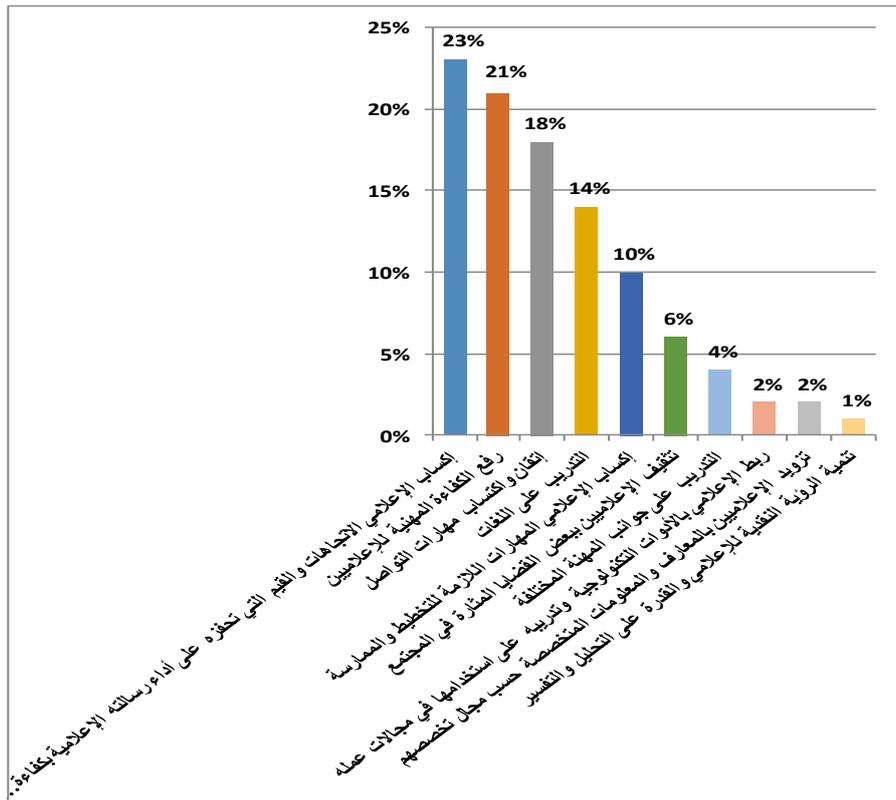
تتسق هذه النتيجة مع ما تُظهره المؤشرات الإحصائية المبينة أسفل الجدول من وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الأساليب المستخدمة لتحديد

الاحتياجات التدريبية ونوع الوسيلة التي يعمل بها الإعلامي، حيث بلغت قيمة كاسي 19.874 ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة الحرية 24 ومستوى المعنوية 0.001. ومن حيث الشدة يمكن وصف العلاقة بالضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق 0.268.

10- الأهداف التي يجب أن تتحقق من التدريب الإعلامي:

كشفت نتائج الدراسة الميدانية فيما يخص الأهداف التي يجب أن تتحقق من التدريب الإعلامي من منظور الإعلاميين محل الدراسة تصدُر هدف إكساب الإعلامي الاتجاهات والقيم التي تحفزه على أداء رسالته الإعلامية بكفاءة وفاعلية بوزن مرجح عام 23%، يليه رفع الكفاءة المهنية للإعلاميين بوزن مرجح عام 21%، ثم إتقان واكتساب مهارات التواصل بوزن مرجح عام 18%. على حين تراجع للترتيب الأخير تنمية الرؤية النقدية للإعلامي والقدرة على التحليل والتفسير بوزن مرجح عام 1%، وهو ما يوضّحه الشكل البياني التالي رقم (3).

شكل رقم (3)



الأهداف التي يجب أن تتحقق من التدريب الإعلامي

فيما يخص الأهداف التي يجب أن تتحقق من التدريب الإعلامي من منظور الإعلاميين في كل وسيلة من الوسائل الإعلامية الخمسة محل الدراسة على جدة فلم يختلف الحال عنه على مستوى العينة ككل، حيث جاء إكساب الإعلامي الاتجاهات والقيم التي تحفزها على أداء رسالته الإعلامية بكفاءة وفاعلية في المقام الأول لدى العاملين بالتلفزيون والصحافة وبالمواقع الإلكترونية وبالإذاعات وبوكالات الأنباء بأوزان مرجحة 24.7% و23% و22.2% و21.9% و20.8% على التوالي. وهو ما يُظهره الجدول التالي رقم (11).

جدول رقم (11)

الأوزان المرجحة للأهداف التي يجب أن تتحقق من التدريب الإعلامي

مواقع إلكترونية	وكالات أنباء	تلفزيون	إذاعة	صحافة	الوسيلة	الأهداف
22.2%	20.8%	24.7%	21.9%	23%	إكساب الإعلامي الاتجاهات والقيم التي تحفزها على أداء رسالته الإعلامية بكفاءة وفاعلية	
21.5%	20.2%	19.5%	20.7%	22.1%	رفع الكفاءة المهنية للإعلاميين	
20%	19.5%	18.7%	13.7%	18.6%	إتقان واكتساب مهارات التواصل	
18.4%	12.6%	11.8%	15.7%	10.5%	التدريب على اللغات	
11.3%	11.3%	7.7%	9.9%	8.7%	إكساب الإعلامي المهارات اللازمة للتخطيط والممارسة	
4.2%	5.9%	8.9%	5.8%	5.4%	تثقيف الإعلاميين ببعض القضايا المثارة في المجتمع	
1.1%	2.6%	5.9%	7.9%	4.3%	التدريب على جوانب المهنة المختلفة	
0.3%	3.1%	1.3%	1.5%	3.5%	ربط الإعلامي بالأدوات التكنولوجية وتدريبه على استخدامها في مجالات عمله	
0.6%	2.2%	1.2%	1.8%	2.6%	تزويد الإعلاميين بالمعارف والمعلومات المتخصصة حسب مجال تخصصهم	
0.4%	1.8%	0.3%	1.1%	1.3%	تنمية الرؤية النقدية للإعلامي والقدرة على التحليل والتفسير	

المحور الثاني: اتجاهات الممارسين:

يعرض هذا المحور للنتائج الخاصة باتجاهات الممارسين سواء نحو واقع التدريب الإعلامي في مصر بشكل عام أو نحو عملية التدريب في المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها أو نحو مدى دعم الإدارة لعملية التدريب الإعلامي في مصر، فضلاً عن معوقات التدريب.

11- اتجاهات الإعلاميين نحو واقع التدريب الإعلامي في مصر بشكل عام

جدول رقم (12)

اتجاهات الإعلاميين نحو واقع التدريب الإعلامي في مصر بشكل عام

الاتجاهات	الوسيلة					
	صحافة	إذاعة	تلفزيون	وكالات أنباء	مواقع إلكترونية	الإجمالي
إيجابي	46	21	54	11	21	153
	%37.4	%29.6	%56.8	%31.4	%30.9	%39
محايد	23	19	23	5	12	82
	%18.7	%26.8	%24.2	%14.3	%17.6	%20.9
سلبي	54	31	18	19	35	157
	%43.9	%43.7	%18.9	%54.3	%51.5	%40.1
الإجمالي	123	71	95	35	68	392
	%100	%100	%100	%100	%100	%100

(كا²=8.547، درجة الحرية=8، مستوى المعنوية=0.624)

تعرض بيانات هذا الجدول رقم (12) لاتجاهات الإعلاميين نحو واقع التدريب الإعلامي في مصر بشكل عام، حيث حملت أكثرهم بنسبة 40.1% اتجاهات سلبية نحو واقع التدريب الإعلامي في مصر، بينما بلغت نسبة أصحاب الاتجاهات الإيجابية 39%، على حين بلغت نسبة أصحاب الاتجاهات المحايدة 20.9%. ما يعنى توزع العينة بين أصحاب الاتجاهات الإيجابية وأصحاب الاتجاهات السلبية نحو واقع التدريب الإعلامي في مصر بشكل عام.

على مستوى كل وسيلة من الوسائل الإعلامية الخمسة محل الدراسة على جده، فعلى حين كانت غالبية العاملين بوكالات الأنباء والمواقع الإلكترونية والصحافة والإذاعة بنسب 54.3% و 51.5%، و 43.9%، و 43.7% على التوالي من أصحاب الاتجاهات السلبية نحو واقع التدريب الإعلامي في مصر بشكل عام، فقد كانت غالبية العاملين بالتلفزيون بنسبة 56.8% من أصحاب الاتجاهات الإيجابية نحو واقع التدريب الإعلامي في مصر بشكل عام.

تتسق هذه النتيجة مع ما تظهره المؤشرات الإحصائية المبينة أسفل الجدول من عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاهات الإعلاميين نحو واقع التدريب الإعلامي في مصر بشكل عام ونوع الوسيلة التي يعمل بها الإعلامي، حيث بلغت قيمة كا² 8.547، وهي قيمة غير دالة إحصائياً (P > 0.05).

12- اتجاهات الإعلاميين نحو عملية التدريب في المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها:

جدول رقم (13)

اتجاهات الإعلاميين نحو عملية التدريب في المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها

الاتجاهات	الوسيلة					
	صحافة	إذاعة	تلفزيون	وكالات أخبار	مواقع إلكترونية	الإجمالي
إيجابي	ك	23	21	27	19	99
	%	18.7%	29.6%	28.4%	25.7%	25.2%
محايد	ك	43	21	21	27	125
	%	35%	29.6%	22.1%	37.1%	31.9%
سلبى	ك	57	29	47	13	168
	%	46.3%	40.8%	49.5%	37.1%	42.9%
الإجمالي	ك	123	71	95	35	392
	%	100%	100%	100%	100%	100%

(كا²=19.578، درجة الحرية=8، مستوى المعنوية=0.029، معامل التوافق=0.239)

تكشف بيانات هذا الجدول رقم (13) اتجاهات الإعلاميين نحو عملية التدريب في المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها، حيث حملت أكثرهم بنسبة 42.9% اتجاهات سلبية نحو عملية التدريب في المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها، بينما بلغت نسبة أصحاب الاتجاهات الإيجابية 25.2%، على حين شكّل أصحاب الاتجاهات المحايدة ما نسبته 31.9%. وتأتى هذه النتيجة مُتسقة مع النتيجة التي سبق شرحها عند التعليق على جدول رقم (12) بشأن اتجاهات الإعلاميين نحو واقع التدريب الإعلامي في مصر بشكل عام. فمن الملاحظ سيطرة الاتجاه السلبى نحو واقع عملية التدريب سواء على المستوى العام أو فى المؤسسات الإعلامية بشكل خاص.

على مستوى كل وسيلة من الوسائل الإعلامية الخمسة محل الدراسة على جده، فعلى حين كانت غالبية العاملين بالتلفزيون والصحافة والإذاعة ووكالات الأنباء بنسب 49.5% و 46.3%، و 40.8%، و 37.1% على التوالي من أصحاب الاتجاهات السلبية نحو عملية التدريب فى المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها، فقد كانت غالبية العاملين بالمواقع الإلكترونية بنسبة 39.7% من أصحاب الاتجاهات المحايدة نحو عملية التدريب فى المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها.

تنسق هذه النتيجة مع ما تُظهره المؤشرات الإحصائية المبينة أسفل الجدول من وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاهات الإعلاميين نحو عملية التدريب فى المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها ونوع الوسيلة التي يعملون بها، حيث بلغت قيمة كا² 19.578، وهى قيمة دالة إحصائياً عند درجة الحرية 8 ومستوى المعنوية 0.029. ومن حيث الشدة يمكن وصف العلاقة بالضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق 0.239.

13- اتجاهات الإعلاميين نحو مدى دعم الإدارة لعملية التدريب الإعلامي في مصر:

جدول رقم (14)

اتجاهات الإعلاميين نحو مدى دعم الإدارة لعملية التدريب الإعلامي في مصر

الاتجاهات	الوسيلة					
	صحافة	إذاعة	تلفزيون	وكالات أخبار	مواقع إلكترونية	الإجمالي
إيجابي	ك	19	30	9	15	99
	%	%21.1	%26.8	%31.6	%25.7	%25.3
محايد	ك	29	34	12	17	130
	%	%30.9	%40.8	%35.8	%25	%33.2
سلبى	ك	59	23	14	36	163
	%	%48	%32.4	%40	%52.9	%41.5
الإجمالي	ك	123	71	95	35	392
	%	100	%100	%100	%100	%100

(كا²=34.528، درجة الحرية=8، مستوى المعنوية=0.001، معامل التوافق=0.351)

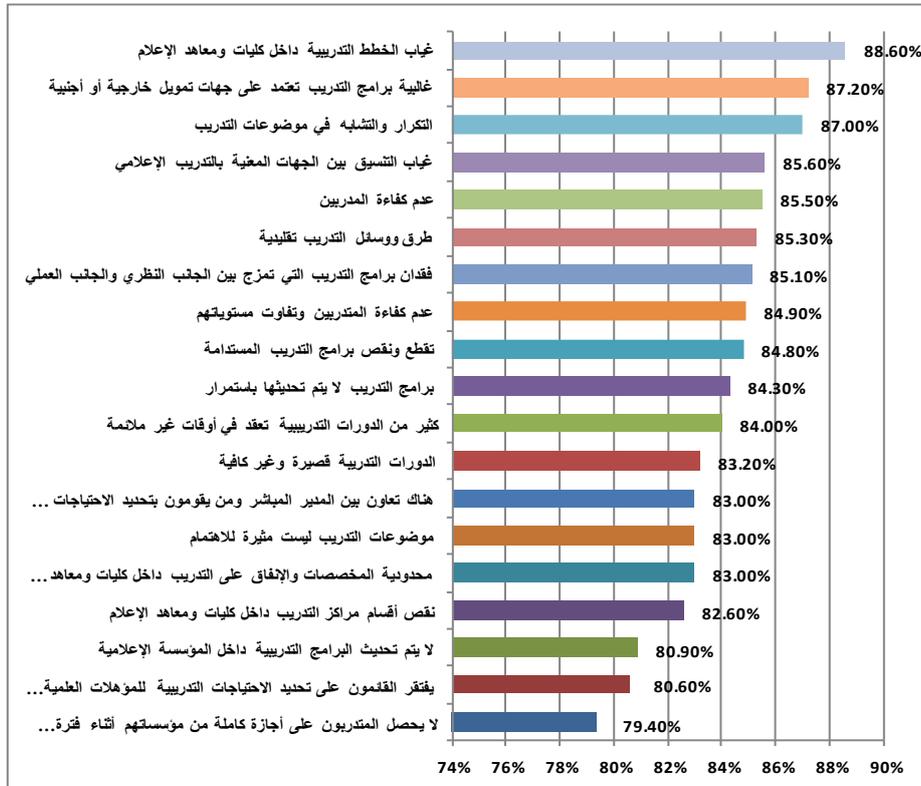
تعرض بيانات هذا الجدول رقم (14) اتجاهات الإعلاميين نحو مدى دعم الإدارة لعملية التدريب الإعلامي في مصر، حيث حملت أكثرهم بنسبة 41.5% اتجاهات سلبية نحو مدى دعم الإدارة لعملية التدريب الإعلامي في مصر، بينما بلغت نسبة أصحاب الاتجاهات الإيجابية 25.3%، على حين شكّل أصحاب الاتجاهات المحايدة ما نسبته 33.2%. وأيضاً تأتي هذه النتيجة مُنسقة مع النتيجة التي سبق شرحها عند التعليق على الجدولين رقمي (12، و13) بشأن اتجاهات الإعلاميين نحو واقع التدريب الإعلامي في مصر بشكل عام ونحو عملية التدريب في المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها.

على مستوى كل وسيلة من الوسائل الإعلامية الخمسة محل الدراسة على جده، فعلى حين كانت غالبية العاملين بالمواقع الإلكترونية والصحافة ووكالات الأنباء بنسب 52.9%، و48%، و40% على التوالي من أصحاب الاتجاهات السلبية نحو مدى دعم الإدارة لعملية التدريب الإعلامي في مصر، فقد كانت غالبية العاملين بالإذاعة والتلفزيون بنسبة 40.8% و35.8% على التوالي من أصحاب الاتجاهات المحايدة نحو مدى دعم الإدارة لعملية التدريب الإعلامي في مصر.

تتنسق هذه النتيجة مع ما تُظهره المؤشرات الإحصائية المبينة أسفل الجدول من وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاهات الإعلاميين نحو مدى دعم الإدارة لعملية التدريب الإعلامي في مصر ونوع الوسيلة التي يعملون بها، حيث بلغت قيمة كا² 34.528، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة الحرية 8 ومستوى المعنوية 0.001. ومن حيث الشدة يمكن وصف العلاقة بالضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق 0.351.

14- معوقات التدريب الإعلامي في مصر

فيما يتصل بمعوقات التدريب الإعلامي في مصر أظهرت نتائج الدراسة الميدانية تصدر غياب الخطط التدريبية داخل كليات ومعاهد الإعلام بوزن نسبي عام 88.6%، يليه أن غالبية برامج التدريب تعتمد على جهات تمويل خارجية أو أجنبية بوزن نسبي عام 87.2%، ثم التكرار والتشابه في موضوعات التدريب بوزن نسبي عام 87%. وفي الترتيب الرابع جاء غياب التنسيق بين الجهات المعنية بالتدريب الإعلامي بوزن نسبي عام 85.6%، ثم عدم كفاءة المدربين بوزن نسبي عام 85.5% كما يوضح الشكل البياني التالي رقم (4).



شكل رقم (4)

الأوزان النسبية لمعوقات التدريب الإعلامي في مصر

وبالنسبة لمعوقات التدريب الإعلامي في مصر من منظور الإعلاميين في كل وسيلة من الوسائل الإعلامية الخمسة محل الدراسة على جِدَة فأيضًا لم يختلف الحال كثيرًا عنه على مستوى العينة ككل، حيث جاء غياب الخطط التدريبية داخل

كليات ومعاهد الإعلام في المقام الأول لدى العاملين بالإذاعات وبالصحافة بأوزان نسبية 97.3% و 91.2% على التوالي، بينما جاء التكرار والتشابه في موضوعات التدريب في المقام الأول لدى العاملين بالتلفزيون وبوكالات الأنباء بأوزان نسبية على التوالي، بينما جاء عدم كفاءة المدربين في المقام الأول لدى العاملين بالمواقع الإلكترونية بوزن نسبي 87.6%. وهو ما يُظهره الجدول التالي رقم (15).

جدول رقم (15)

الأوزان النسبية لمعوقات التدريب الإعلامي في مصر

المعوقات	الوسيلة	صحافة	إذاعة	تلفزيون	وكالات أنباء	مواقع إلكترونية
غياب الخطط التدريبية داخل كليات ومعاهد الإعلام	%91.2	%97.3	%93.1	%79.8	%81.7	
غالبية برامج التدريب تعتمد على جهات تمويل خارجية أو أجنبية	%82.9	%92.1	%91.1	%85.6	%84.2	
التكرار والتشابه في موضوعات التدريب	%82.2	%79.8	%94.3	%93.2	%85.5	
غياب التنسيق بين الجهات المعنية بالتدريب الإعلامي	%89.4	%91.7	%77.9	%82.2	%86.9	
عدم كفاءة المدربين	%80.6	%88.2	%81.4	%89.7	%87.6	
طرق ووسائل التدريب تقليدية	%87.6	%85.5	%86.9	%84.2	%82.2	
فقدان برامج التدريب التي تمزج بين الجانب النظري والجانب العملي	%88.6	%86.1	%85.7	%82.6	%82.4	
عدم كفاءة المتدربين وتفاوت مستوياتهم	%82.3	%85.4	%83.9	%84.7	%88.2	
تقطع ونقص برامج التدريب المستدامة	%87.5	%81.2	%85.4	%91.3	%78.5	
برامج التدريب لا يتم تحديثها باستمرار	%90.1	%90.7	%69.8	%83.6	%87.5	
كثير من الدورات التدريبية تعقد في أوقات غير ملائمة	%78.3	%80.2	%89.2	%88.4	%83.9	
الدورات التدريبية قصيرة وغير كافية	%89.3	%87.9	%81.1	%79.5	%78.1	
هناك تعاون بين المدير المباشر ومن يقومون بتحديد الاحتياجات التدريبية	%80.1	%87.6	%79	%84.5	%83.6	
موضوعات التدريب ليست مثيرة للاهتمام	%79.2	%83.3	%88	%88.9	%75.6	
محدودية المخصصات والإنفاق على التدريب داخل كليات ومعاهد الإعلام	%88.9	%89.9	%87.7	%78.6	%69.7	
نقص أقسام مراكز التدريب داخل كليات ومعاهد الإعلام	%77.5	%91	%88	%74.5	%82.2	
لا يتم تحديث البرامج التدريبية داخل المؤسسة الإعلامية	%88.2	%78.5	%83.6	%76.8	%77.5	
يفتقر القائمون على تحديد الاحتياجات التدريبية للمؤهلات العلمية اللازمة للقيام بتلك العملية	%77.9	%85.6	%79.2	%78.9	%81.2	
لا يحصل المتدربون على اجازة كاملة من مؤسساتهم أثناء فترة التدريب	%86.5	%79.2	%84.7	%69.9	%76.5	

15- مدى أهمية التدريب بالنسبة للإعلاميين ولزملائهم في المجالات التالية:

جدول رقم (16)

الأوزان النسبية لمدى أهمية مجالات التدريب بالنسبة للإعلاميين ولزملائهم

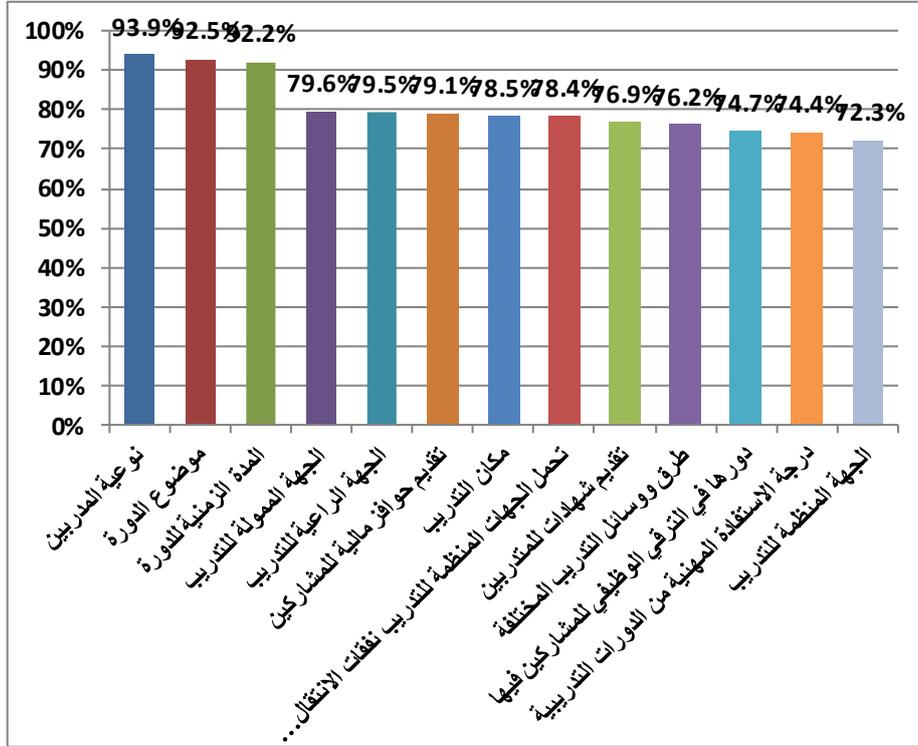
مجالات التدريب	الوسيلة	صحافة	إذاعة	تلفزيون	وكالات وأنباء	مواقع إلكترونية	الوزن النسبي
الكتابة للصورة	%91.2	%91.7	%94.7	%79.8	%86.9	%88.9	
صحافة الموبايل	%92.1	%87.1	%88.6	%87.5	%87	%88.5	
صحافة البيانات	%90.5	%88.9	%84.7	%89.5	%88.6	%88.4	
تنقيح المعلومات والأخبار	%96.8	%89.2	%84.2	%84.2	%86.4	%88.2	
مهارات إعداد التحليلات الإخبارية	%88.4	%94.1	%91	%84.9	%80	%87.7	
تصميم المعلومات Infographics	%93	%81.4	%86.9	%86.5	%89.6	%87.5	
مهارات الكتابة والتحرير	%87.5	%92.1	%93.2	%72.6	%88.7	%86.8	
معايير الجودة في إدارة المؤسسات الإعلامية	%87.9	%79.9	%89.2	%90	%86.5	%86.7	
مهارات المقابلات الإعلامية	%87.8	%91	%85.6	%79.9	%88.1	%86.5	
الترجمة الفورية	%79.9	%87.4	%89.6	%87.2	%87.6	%86.3	
تطبيقات تكنولوجيا المعلومات للعاملين بالإعلام	%91.4	%83.1	%92.1	%85.6	%78.2	%86.1	
مهارات العرض والتقديم	%89.7	%86.9	%88	%85.9	%77.6	%85.6	
الإعلام المتخصص	%86.3	%90.4	%87.9	%87.5	%74.8	%85.4	
السرديات البصرية التفاعلية (إنتاج قصص باستخدام الصور والفيديو والصوت والرسوم البيانية والخرائط)	%77.9	%93.2	%91.8	%80.3	%83.5	%85.3	
صناعة الفيلم الوثائقي	%75.9	%90.7	%91.8	%76.9	%89.5	%85.0	
تغطية الحروب والكوارث	%87.9	%88	%86.5	%86.9	%75.6	%85	
الأخلاقيات المهنية	%88.4	%76.8	%87.6	%83.6	%87.5	%84.8	
الصحافة الاستقصائية	%75.6	%91	%90	%79.5	%84.7	%84.2	
مهارات استخدام indesign وال illustrator	%84.6	%83.9	%89.5	%84.6	%77.4	%84	
تخطيط وإدارة المؤسسات الإعلامية	%86.3	%82.6	%90.1	%86.6	%73.1	%83.7	
صحافة الفينشر	%94.2	%79.2	%88.7	%66.9	%87.9	%83.4	
تحليل المحتوى الإعلامي	%87	%77.9	%85.6	%85.2	%79.6	%83.1	
أمن وسلامة الصحفيين	%99	%87.4	%79.6	%76	%71	%82.6	
التشريعات الإعلامية	%97.6	%59.6	%85.6	%87.5	%78	%81.7	
المراسل التلفزيوني الميداني	%68.9	%96.2	%92.2	%75.4	%75	%81.5	
إدارة غرف الأخبار	%86.9	%84.5	%85.9	%68.5	%79.9	%81.1	
التدقيق اللغوي	%72.6	%87.5	%78.7	%89.1	%77.2	%81	
استطلاعات الرأي العام	%86.5	%86.9	%86.1	%68.8	%75.6	%80.8	
مهارات المونتاج	%78.6	%86.3	%89.1	%78.6	%68.5	%80.2	
مهارات استخدام الفوتوشوب	%68.9	%82.6	%90.3	%86.5	%72.1	%80.1	
كتابة السيناريو	%68.8	%89.7	%93.2	%78.5	%69.5	%79.9	
إعداد وتقديم البرامج	%49.8	%89.6	%91.7	%81.4	%86.9	%79.9	
إنتاج البرامج التلفزيونية	%80.9	%88.5	%93.8	%69.8	%65.7	%79.7	
التصوير التلفزيوني	%77.9	%86.9	%93.2	%78.2	%62.5	%79.7	
تدريب المدربين الإعلاميين	%98.2	%85.6	%77.8	%59.8	%77.1	%79.7	
صحافة حقوق الإنسان	%77.6	%84.5	%79.8	%87.2	%68.4	%79.5	
إعداد القصص الإخبارية	%78.9	%69.7	%84.7	%78.5	%85.6	%79.5	
التقديم التلفزيوني الحواري	%64.2	%97.4	%90.3	%70.5	%73.5	%79.2	
تغطية الكوارث	%81.4	%88.1	%87.4	%78.5	%59.8	%79	
التقديم التلفزيوني الإخباري	%50.4	%78.9	%90	%80.9	%84.2	%76.9	
الإخراج التلفزيوني	%59.6	%87.6	%95	%85.6	%53.8	%76.3	
مهارات الإلقاء	%42.1	%91.2	%91.1	%71.2	%78.1	%74.7	
الدبلج والتعليق الصوتي	%36.8	%96.3	%89.5	%69	%69	%72.1	

تكشف بيانات هذا الجدول رقم (16) الأوزان النسبية لمدى أهمية مجالات التدريب بالنسبة للإعلاميين ولزملائهم، حيث جاء في الترتيب الأول الكتابة للصورة بوزن نسبي عام 88.9%، يليه صحافة الموبايل بوزن نسبي عام 88.5%، ثم صحافة البيانات بوزن نسبي عام 88.4%، وفي الترتيب الرابع جاء تدقيق المعلومات والأخبار بوزن نسبي عام 8.2%، ثم مهارات إعداد التحليلات الإخبارية بوزن نسبي عام 87.7%، ثم تصميم المعلومات Infographics بوزن نسبي عام 87.5%.

فيما يتصل بمدى أهمية مجالات التدريب بالنسبة للإعلاميين ولزملائهم من منظور الإعلاميين في كل وسيلة من الوسائل الإعلامية الخمسة محل الدراسة على حدة، فبالنسبة للعاملين في الصحافة فقد جاء في المقام الأول صحافة الموبايل بوزن نسبي 92.1، بينما جاءت مهارات الكتابة والتحرير في المقام الأول للعاملين في الإذاعة بوزن نسبي 92.1%، على حين جاء الكتابة للصورة في المقام الأول للعاملين في التلفزيون بوزن نسبي 94.7%، أما العاملون في وكالات الأنباء فقد جاء في المقام الأول لديهم معايير الجودة في إدارة المؤسسات الإعلامية بوزن نسبي 90%، وأخيرًا فقد جاء تصميم المعلومات Infographics في المقام الأول للعاملين في المواقع الإلكترونية بوزن نسبي 89.6%.

16- مدى إسهام العوامل التالية في تحديد مشاركة الإعلاميين في البرامج التدريبية المختلفة:

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية مدى إسهام بعض العوامل في تحديد مشاركة الإعلاميين في البرامج التدريبية المختلفة، حيث جاء في الترتيب الأول نوعية المدربين بوزن نسبي عام 93.9%، يليه موضوع الدورة بوزن نسبي عام 92.5%، ثم المدة الزمنية للدورة بوزن نسبي عام 92.2%، بينما جاء في الترتيب الرابع الجهة الممولة للتدريب بوزن نسبي عام 79.6%. وهو ما يوضحه الشكل البياني التالي رقم (5).



شكل رقم (5)

الأوزان النسبية للعوامل المساهمة في تحديد مشاركة الإعلاميين في البرامج التدريبية المختلفة

وبالنسبة للعوامل المساهمة في تحديد مشاركة الإعلاميين في البرامج التدريبية المختلفة على مستوى كل وسيلة من الوسائل الإعلامية الخمسة محل الدراسة على جده فأيضًا لم يختلف الحال كثيرًا عنه على مستوى العينة ككل، حيث جاء نوعية المدربين في المقام الأول لدى العاملين بالتلفزيون و بوكالات الأنباء وبالإذاعات بأوزان نسبية 96.8% و 96.4% و 94% على التوالي، بينما جاء موضوع الدورة في المقام الأول لدى العاملين بالصحافة وبالمواقع الإلكترونية بأوزان نسبية 94.2% و 90.8% على التوالي، وهو ما يُظهره الجدول التالي رقم (17).

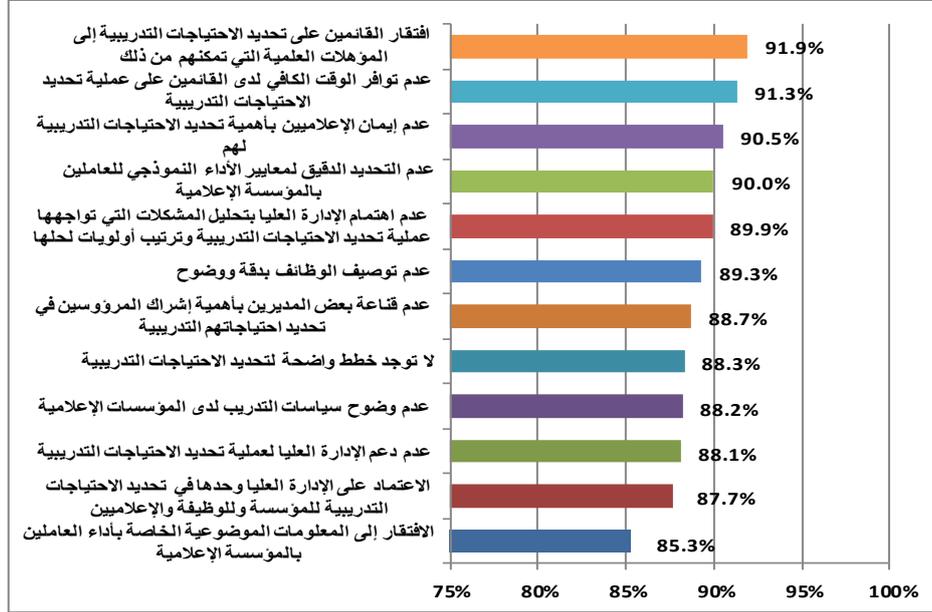
جدول رقم (17)

الأوزان النسبية للعوامل المساهمة في تحديد مشاركة الإعلاميين في البرامج التدريبية المختلفة

العوامل	الوسيلة	صحافة	إذاعة	تلفزيون	وكالات أخبار	مواقع إلكترونية
نوعية المدربين	%92.4	%94	%96.8	%96.4	%89.9	
موضوع الدورة	%94.2	%91.5	%92.7	%93.3	%90.8	
المدة الزمنية للدورة	%93.5	%91.4	%92.3	%93.1	%90.5	
الجهة الممولة للتدريب	%85.2	%74.5	%88.1	%75.6	%74.8	
الجهة الراعية للتدريب	%80.7	%81.2	%79.5	%78.6	%77.4	
تقديم حوافز مالية للمشاركين	%88	%82.7	%70	%75.9	%79.1	
مكان التدريب	%78.1	%77.2	%81	%82.5	%73.6	
تحمل الجهات المنظمة للتدريب نفقات الانتقال والإعاشة	%78.6	%80.1	%79.6	%78.6	%75.3	
تقديم شهادات للمتدربين	%85.9	%75.4	%76.5	%59.8	%87	
طرق ووسائل التدريب المختلفة	%80	%79.8	%73.6	%74.5	%72.9	
دورها في الترفي الوظيفي للمشاركين فيها	%75.2	%76.3	%73.6	%74.5	%73.9	
درجة الاستفادة المهنية من الدورات التدريبية	%75.2	%79.9	%74.8	%71	%70.9	
الجهة المنظمة للتدريب	%82.1	%73.6	%68.9	%68.1	%69	

17- تقييم الإعلاميين لمعوقات عملية تحديد الاحتياجات التدريبية في مجال الإعلام في مصر:

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية الأوزان النسبية لمعوقات عملية تحديد الاحتياجات التدريبية في مجال الإعلام في مصر، حيث جاء في الترتيب الأول افتقار القائمين على تحديد الاحتياجات التدريبية إلى المؤهلات العلمية التي تمكنهم من ذلك بوزن نسبي عام 91.9%، يليه عدم توافر الوقت الكافي لدى القائمين على عملية تحديد الاحتياجات التدريبية بوزن نسبي عام 91.3%، ثم عدم إيمان الإعلاميين بأهمية تحديد الاحتياجات التدريبية لهم بوزن نسبي عام 90.5%، فعدم التحديد الدقيق لمعايير الأداء النموذجي للعاملين بالمؤسسة الإعلامية بوزن نسبي عام 90%. وهو ما يوضحه الشكل البياني التالي رقم (6).



شكل رقم (6)

الأوزان النسبية لمعوقات عملية تحديد الاحتياجات التدريبية في مجال الإعلام في مصر

وبالنسبة لمعوقات عملية تحديد الاحتياجات التدريبية في مجال الإعلام في مصر على مستوى كل وسيلة من الوسائل الإعلامية الخمسة محل الدراسة على جدة فأيضاً لم يختلف الحال كثيراً عنه على مستوى العينة ككل، حيث جاء افتقار القائمين على تحديد الاحتياجات التدريبية إلى المؤهلات العلمية التي تمكنهم من ذلك في المقام الأول لدى العاملين بالإذاعات وبالمواقع الإلكترونية بأوزان نسبية 91.4% و95.2% على التوالي، بينما جاء عدم توافر الوقت الكافي لدى القائمين على عملية تحديد الاحتياجات التدريبية في المقام الأول لدى العاملين بالصحافة وبالتليفزيون بأوزان نسبية 91.4% و95.2% على التوالي، بينما جاء عدم اهتمام الإدارة العليا بتحليل المشكلات التي تواجهها عملية تحديد الاحتياجات التدريبية وترتيب أولويات حلها في الترتيب الأول لدى العاملين بوكالات الأنباء بوزن نسبي 90.7%، وهو ما يُظهره الجدول التالي رقم (18).

جدول رقم (18)

الأوزان النسبية لمعوقات عملية تحديد الاحتياجات التدريبية في مجال الإعلام في مصر

المعوقات	الوسيلة	صحافة	إذاعة	تلفزيون	وكالات اتباء	مواقع إلكترونية
افتقار القائمين على تحديد الاحتياجات التدريبية إلى المؤهلات العلمية التي تمكنهم من ذلك	%91.1	%91.4	%91.4	%90.2	%91.4	%95.2
عدم توافر الوقت الكافي لدى القائمين على عملية تحديد الاحتياجات التدريبية	%92.4	%90	%90	%89.9	%93.7	%90.7
عدم إيمان الإعلاميين بأهمية تحديد الاحتياجات التدريبية لهم	%90.1	%86.9	%86.9	%89.6	%92.6	%93.5
عدم التحديد الدقيق لمعايير الأداء النموذجي للعاملين بالمؤسسة الإعلامية	%89.3	%90.9	%90.9	%89	%89.2	%91.7
عدم اهتمام الإدارة العليا بتحليل المشكلات التي تواجهها عملية تحديد الاحتياجات التدريبية وترتيب أولويات حلها	%88	%90.2	%90.2	%90.7	%87.5	%93.2
عدم توصيف الوظائف بدقة ووضوح	%89.8	%88.1	%88.1	%90.6	%86.9	%91.1
عدم فقاعة بعض المديرين بأهمية إشراك المرؤسين في تحديد احتياجاتهم التدريبية	%94.2	%91.3	%91.3	%79.3	%88.4	%90.3
لا توجد خطط واضحة لتحديد الاحتياجات التدريبية	%89.7	%84.3	%84.3	%87.4	%89.5	%90.8
عدم وضوح سياسات التدريب لدى المؤسسات الإعلامية	%85.6	%89.1	%89.1	%82.9	%90.8	%92.8
عدم دعم الإدارة العليا لعملية تحديد الاحتياجات التدريبية	%87.5	%87.2	%87.2	%82.9	%91.4	%91.4
الاعتماد على الإدارة العليا وحدها في تحديد الاحتياجات التدريبية للمؤسسة وللوظيفة والإعلاميين	%87.5	%88.6	%88.6	%81.4	%87.6	%93.3
الافتقار إلى المعلومات الموضوعية الخاصة بأداء العاملين بالمؤسسة الإعلامية	%79.1	%80.7	%80.7	%87.9	%89.2	%89.4

18- المجالات المقترحة للتدريب في العمل الإعلامي

أولا : فيما يتعلق بالمحتوى التدريبي:

تنوعت مقترحات المبحوثين بشأن المجالات المقترحة للتدريب المستقبلية في العمل الإعلامي فيما يتعلق بالمحتوى الإعلامي، وقد لوحظ تركيز العاملين في كل وسيلة من وسائل الإعلام محل الدراسة على تقديم مقترحات بشأن دورات في مجال التخصص المهني، مع وجود بعض المجالات المشتركة. فقد اشترك العاملون في الوسائل الخمس محل الدراسة في الإشارة إلى أهمية وجود تدريب مستقبلي في مجالات تحرير الأخبار وإخراجها وتصوير الأحداث من الميدان بكاميرات رقمية. غير أن الإعلاميون في كل تخصص قدموا مقترحات تتلائم ومجالات تخصصاتهم. فمثلا قدم العاملون بالإذاعة مقترحات للتدريب على مهارات و فنيات العمل الإذاعي، بينما قدموا العاملون بالتلفزيون مقترحات تدريب على أحدث طرق التقديم والعرض التلفزيوني، أما العاملون بمجال الصحافة فقد قدموا مقترحات للتدريب على فنون

الإخراج والتحرير الصحفي، بينما تقدم العاملون بوكالات الأنباء والمواقع الإلكترونية بمقترحات دورات أكثر تخصصاً في الكتابة الإلكترونية.

ثانياً : من حيث تقنيات التدريب والتقييم

فيما يخص مقترحات المبحوثين بشأن المجالات المقترحة للتدريب المستقبلية في العمل الإعلامي فيما يتعلق تقنيات التدريب والتقييم، فقد اشترك العاملون في وسائل الإعلام الخمسة محل الدراسة في التأكيد على أهمية وجود دورات في التكنولوجيات الحديثة للإخراج والتحرير والعرض. فضلاً عن دورات في الإنتاج الرقمي الفردي باستخدام أدوات التصوير الحديثة.

الخلاصة

خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها :

أولاً: حرص غالبية الإعلاميين - الذين تم استطلاع رأيهم - على الحصول على دورات تدريبية ، وأن معظم هذه الدورات انصبت 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 ، ما يعكس إدراكهم للتحديات والصعوبات التي تفرضها تكنولوجيا الاتصال في العصر الرقمي .

ثانياً: جاء العمل على رفع الكفاءة المهنية في مجال العمل الإعلامي ، وزيادة مهارات استخدام التكنولوجيا الجديدة ، رأس أولويات الإعلاميين عند مشاركتهم في الدورات التدريبية وهو ما يعكس اهتماماً من قبل عينة الدراسة على تطوير الكفاءة المهنية باعتبارها من أبرز الإشكاليات الراهنة في ضوء ما تفرضه البيئة الإعلامية الجديدة من إشكاليات تتطلب العناية الفائقة بتلك المهارات والعمل على تطويرها .

ثالثاً: مازالت 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 ، ويرجع ذلك بشكل أساسي إلى أن برامج التدريب التي يتم تقديمها حالياً في المجال الإعلامي في مصر تركز بشكل أساسي على هذه الطريقة في التدريب ، ولا تعنى بالوسائل الأخرى رغم أهميتها في المجال التدريبي ، وقدرتها على إكساب المهارات المهنية في المجال الإعلامي ، كما يمكن أن يرجع ذلك إلى أن غالبية الدورات التي حصل عليها الإعلاميون كانت بتمويل من مؤسساتهم

الإعلامية والتي تميل هي الأخرى إلى تفضيل هذا الأسلوب عند اختيارها للبرامج التدريبية التي تقدمها للإعلاميين العاملين بها .

رابعاً: تعد الإدارة العليا داخل مؤسسات التدريب هي المنوط بها بشكل أساسي تحديد الاحتياجات التدريبية في المؤسسات الإعلامية المختلفة التي يعمل بها الإعلاميون ، في حين تتراجع حرية هؤلاء الإعلاميين في تحديد البرامج التدريبية التي يرغبون في الحصول عليها ، في حين تقوم العديد من المؤسسات الإعلامية العالمية بترك الاختيار للعاملين بها لاختيار الدورات التي يرغبون في الالتحاق بها .

خامساً: تفتقد المؤسسات الإعلامية إلى وجود أسلوب محدد في تحديد الاحتياجات التدريبية للإعلاميين العاملين بها ما يؤدي في كثير من الأحيان إلى عدم اختيار الأشخاص الذين يحتاجون إلى برامج تدريبية ، بالإضافة إلى عدم تقديم برامج تدريبية مناسبة للإعلاميين الذين تختارهم للحصول على برامج تدريبية في مجال العمل الإعلامي ، كما يتراجع استناد تلك المؤسسات على تحليل تقارير الأداء أو صياغة قوائم للاحتياجات التدريبية أو الاختبارات والمقابلات والملاحظة والاستبيان وكلها أساليب تعتمد عليها كافة المؤسسات في تحديد قائمة الاحتياجات التدريبية وبرامج التطوير للعاملين بها ، ما يساهم في رفع كفاءتهم المهنية سواء بما يضمنه ذلك من اختيار الأشخاص الذين يحتاجون إلى التدريب على النحو الصحيح ، أو بما يتيح من تقديم البرامج التدريبية التي يحتاجها الإعلاميون بشكل فعلي ، وليس كما تراها المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها .

سادساً: تشير الدراسة إلى غلبة الاتجاه السلبي لدى الإعلاميين نحو عملية التدريب في المؤسسات التي يعملون بها ، ويرون أن من أهم معوقات التدريب في مصر غياب الخطط التدريبية داخل كليات ومعاهد الإعلام، يليه أن غالبية برامج التدريب تعتمد على جهات تمويل خارجية أو أجنبية، والتشابه في موضوعات التدريب ، وغياب التنسيق بين الجهات المعنية بالتدريب الإعلامي، ثم عدم كفاءة المدربين ، وكذلك الاعتماد على وسائل التدريب التقليدية ، وقلة البرامج التي تمزج بين الجانبين النظري والعملية .

سابعاً : فيما يتعلق بمجالات التدريب التي يرى الإعلاميون أنها تمثل أولوية لهم في التدريب، جاءت مجالات الكتابة للصورة وصحافة الموبايل وصحافة البيانات وتدقيق المعلومات والأخبار ومهارات إعداد التحليلات الإخبارية في مقدمة تلك الأولويات في حين جاءت مجالات التدريب التقليدية مثل الإخراج ومهارات الإلقاء والدوبلاج والتعليق الصوتي في المراتب الأخيرة في اختيارات الإعلاميين ، ويرجع ذلك بشكل أساسي إلى، حرصهم على الاهتمام بالتدريب في مجالات تكنولوجيا الاتصال الحديثة .

ثامنا: بالنسبة للعوامل التي تساهم في تحديد مشاركة الإعلاميين في الدورات التدريبية المختلفة ، جاء نوعية المدربين ، وموضوع الدورة ، والمدة الزمنية التي تستغرقها ، والجهة الممولة للتدريب في المقدمة ، في حين جاء دورها في الترقى الوظيفي ودرجة الاستفادة المهنية منها والجهة المنظمة لها في المراتب الأخيرة .

تاسعا: فيما يتعلق بمعوقات تحديد الاحتياجات التدريبية الأول افتقار القائمين على تحديد الاحتياجات التدريبية إلى المؤهلات العلمية التي تمكنهم من ذلك، وعدم توافر الوقت الكافي لدى القائمين على عملية تحديد الاحتياجات التدريبية ، و عدم إيمان الإعلاميين بأهمية تحديد الاحتياجات التدريبية لهم ، وعدم التحديد الدقيق لمعايير الأداء النموذجي للعاملين بالمؤسسة الإعلامية ، وعدم اهتمام الإدارة العليا بتحليل المشكلات التي تواجهها عملية تحديد الاحتياجات التدريبية ، وعدم توصيف الوظائف بدقة ووضوح وكلها عوامل ترجع بشكل أساسي إلى غياب المنظومة الإدارية الصحيحة داخل المؤسسات الإعلامية ، وكذلك عدم تطبيق الأنماط الإدارية الفاعلة التي تعتمد على التخطيط الجيد ، وتحديد المهام بوضوح ما يمثل عائقا كبيرا أمام عمليات التدريب والتطوير اللازمة للارتقاء بالمهنة .

توصيات ومقترحات

يوصي الباحث بما يلي :

أولا : الاهتمام بتطبيق بعض البرامج التدريبية في مجال الإعلام ومن بينها :

- 1- برنامج الظل الوظيفي : وهو شكل من أشكال التدريب يقوم بموجبه موظف بمرافقة آخر مؤهل ومتخصص ذو كفاءة عالية كظل له خلال ممارسته لمهامه اليومية للاستفادة من خبراته في مجال العمل .
 - 2- برنامج التدوير الوظيفي : وهو شكل تدريبي يتم بموجبه تدوير الموظف وفقا لجدول زمني على الأقسام والإدارات المختلفة التابعة لجهة العمل للقيام بمهام محددة لإثراء خبراته حول المهام الوظيفية والخدمات التي تؤديها جهة العمل .
 - 3- المهام التطبيقية : شكل تدريبي يهدف إلى تدريب الموظف على القيام بمهام ضمن مشروع أو فريق عمل خارج نطاق عمله المباشر .
- ثانيا :** إجراء تصنيفات للعاملين في المجال الإعلامي يتم بناء عليه تحديد نمط التدريب الذي ينبغي تقديمه لهم:

- 1- إعلامي ذو مستوى أداء يفوق التوقعات : وهو الإعلامي الذي يتمتع بقدرات وإمكانيات عالية، إضافة لتمتعته بالتميز في مجال عمله

2- إعلامي ذو مستوى أداء يلبي التوقعات : وهو الإعلامي الذي تتوافر لديه الإمكانيات والكفاءة المطلوبة لأداء المهام الموكلة إليه .

3- إعلامي ذو مستوى أداء بحاجة إلى تحسين : وهو الإعلامي الذي تتوافر لديه المهارات الأولية لممارسة عمله ، لكن أدائه المهني بحاجة إلى تطوير .

ثالثا : الاهتمام بشكل مستمر بتحليل الاحتياجات التدريبية ، وهي دراسات تمكن المؤسسات الإعلامية من التعرف على الاحتياجات التدريبية اللازمة للعاملين بها ، بحيث يتم الاستناد إليها عند إعداد الخطط التدريبية لضمان معالجة التدريب للثغرات في المعرفة أو المهارات والكفاءات بأسلوب فعال وتكاليف مجدية من أجل تمكين تلك المؤسسات من أداء مهامها بفاعلية .

رابعا : وضع خطة للتدريب والتطوير المؤسسي ، وهي عبارة عن خطط يتم إعدادها على مستوى المؤسسة تتضمن أشكال التدريب والتطوير اللازمة للعاملين بها تحدد فيها الاحتياجات التدريبية وفقا لجدول زمني سنوي على ضوء موازنة التدريب والتطوير المعتمدة لها .

خامسا : العناية بخطط التطوير الفردية ، وهي عبارة عن خطط يتم إعدادها بشكل يتلاءم مع وظيفة الشخص المعني لتطوير كفاءات محددة (معرفية – فنية – كفاءات سلوكية قيادية أو أساسية) ، ويكون من شأنها تحسين أدائه في وظيفته الحالية أو من أجل إعداده لتولي مسؤوليات أخرى مستقبلية .

سادسا : ضرورة إعداد موازنة للتدريب والتطوير تتضمن المخصصات المالية المحددة للتدريب والتطوير ، وتكون ضمن الميزانية المعتمدة لدى المؤسسة الإعلامية .

سابعا : تبني اتجاهات حديثة في التدريب ومن بينها :

1- التطوير الذاتي Self -Development أو الاتجاه الشخصي The Personal Orientation : حيث يستمر بعض الأفراد بالتنقيف الذاتي والعمل الجاد المثابر عن طريق الاستمرار في التعلم والتدريب بمحض رغبتهم وإرادتهم .

2- التدريب القائم على الكفايات Competency - Based Training : ويستند هذا الاتجاه في التدريب على تحديد مجالات التدريب وموضوعاته إلى وحدات صغيرة وتحدد لكل وحدة المهارات اللازمة لها.

3- ويتمثل تقويم الكفايات في النتائج الذي يشمل المعارف والاتجاهات والمهارات.

وتصنف الكفايات إلى خمسة أنواع :

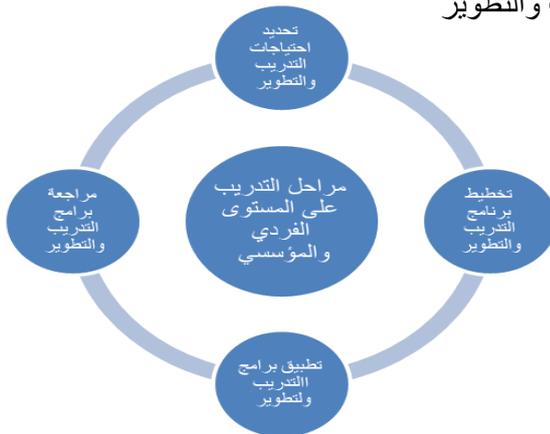
- الكفايات المعرفية : Cognitive Competencies
- كفايات الأداء Performance Competencies
- كفايات النتيجة Consequence Competencies
- كفايات وجدانية Affective Competencies
- كفايات الاستقصاء Exploratory Competencies

4- المدخل البيئي Environmental Approach : ويستند هذا الاتجاه الحديث في التدريب إلى فكر إداري معاصر أساسه الاهتمام بالتربية البيئية : Environmental Education والتي تعمل على تكوين القيم والاتجاهات والمهارات والمدرجات اللازمة لفهم وتقدير العلاقات المعقدة .

5- مدخل النظم للتدريب والتطوير The System Approach For Training And Development : ويستند هذا المدخل التدريبي إلى نظرية النظم ، ويعد أسلوبا لتطوير التدريب والتعليم ، من حيث كونه نظاما متكاملا ومترابطا ويؤدي كل جزء منها وظيفة محددة لازمة للمنظومة بأكملها . ويتكون أسلوبه من وصف النظام وتحليله وتصميمه ، ثم التقييم الختامي لتقرير مدى تحقيق أهدافه وتقويمه ومراجعته وتنقيحه .

6- مدخل منهج حل المشكلات Problem Solving : حيث أصبح هناك ضرورة للتدريب على كيفية التعامل مع كل قضية أو مشكلة بما يناسبها . ويتكون نظام التدريب والتطوير في المؤسسات المختلفة من أربعة مراحل أساسية ، تشكل في مجملها المحور الرئيسي لتطبيق النظام التدريبي سواء على المستوى الفردي أو المؤسسي وهي :

- تحديد احتياجات التدريب والتطوير
- تخطيط برامج التدريب والتطوير
- تطبيق برامج التدريب والتطوير
- مراجعة برامج التدريب والتطوير



1- تحديد احتياجات التدريب والتطوير : وتعتبر هذه المرحلة من أهم مراحل نظام التدريب والتطوير ، حيث أن موضوع دراسة المعلومات وتحليلها لا يجوز النظر إليه على أنه عملية مرحلية ومؤقتة فقط بل ينبغي أن تكون جزءا متكاملًا من نظام التدريب والتطوير على اعتبار أن هذه المعلومات توفر في الحاضر والمستقبل القاعدة التي على أساسها تتمكن المؤسسة من التخطيط السليم واتخاذ القرارات الصحيحة المتعلقة بالتدريب والتطوير .

ويجب أن تتضمن المعلومات التي يتم جمعها في هذا الصدد :

- أولويات احتياجات التدريب
 - الوضع الراهن للتدريب بما في ذلك الصعوبات وسبل معالجتها ومدى فاعلية التدريب داخل المؤسسة
 - مواطن الضعف التي تحتاج إلى تطوير من قبل الرؤساء المباشرين في مختلف الإدارات والأقسام
 - أنواع الحلول التدريبية المفضلة لدى المعنيين بالمؤسسة
 - التكلفة التقديرية المتوقعة لتطبيق برامج التدريب والتطوير
- 2- تخطيط التدريب والتطوير : ويتضمن ذلك :

أ – إعداد خطة التدريب والتطوير والتي تتضمن تحديد أنواع التدريب لكل مجموعة وظيفية – الوصف الخاص بنمط التدريب – النتائج المرجوة من كل برنامج تدريبي – المدة المقررة – عدد المستفيدين – الجدول الزمني المقترح – التكلفة الإجمالية

ب – موازنة التدريب والتطوير : وتتضمن : تكاليف التدريب لجميع أشكال التدريب التي تحتويها خطة التدريب والتطوير – تكاليف تطوير أي برامج تدريب داخلية وتشمل رواتب المدربين وأدوات التدريب والمرافق – التكلفة المخصصة للندوات والمؤتمرات – بدل السفر ونفقات الإقامة والمعيشة للمتدرب .

3- تطبيق ومراجعة خطة التدريب والتطوير : حيث يتم تطبيق هذه الخطة من حيث الالتزام بأشكال التدريب وآليات تطبيقها إضافة للالتزام بالمواعيد المحددة في الخطة التدريبية ، على أن تتم مراجعتها دوريا ولذلك لمراعاة ما تقتضيه مصلحة العمل من تعديلات على الصعيد الاستراتيجي أو العملي أو فيما يخص الميزانية أو أية أسباب أخرى طارئة .

4- معالجة فعالية التدريب والتطوير : وتتضمن هذه الخطوة قياس مردود التدريب والتطوير وتحديد مدى الالتزام بخطة التدريب والتطوير وعدد

الأيام الفعلية التي أمضاها الموظف في التدريب وبيان نسبة الموظفين الذين لديهم خطط تطوير فردية ومدى شمولية البرامج التدريبية للفئات الوظيفية ونسبة رضا الموظفين عن أشكال التدريب ، ونسبة الموظفين الذين ساهمت خطة التدريب في تحسين أدائهم .

ثامنا : ضرورة وجود هيئة أو جهة محددة تتولى تقييم جودة التدريب الإعلامي ومتابعة العملية التدريبية بمكوناتها المختلفة سواء ما يتعلق بالجهات التي تقدمها ، أو المضامين التي تحتويها البرامج التدريبية ، أو القائمين بالعملية التدريبية ، وصولا إلى الدارسين والمتدربين .

مراجع الدراسة :

- 1- حسنين شفيق ، التدريب الإعلامي : حقيبة صحفية متكاملة ، (القاهرة : دار فكر وفن للطباعة والنشر ، 2011) ، ص ص 30 – 32
- 2- للمزيد من التفاصيل راجع :
 - عادل نور الدين ، تدريب اللغة العربية في المؤسسات الإعلامية المسموعة والمرئية :الواقع والطموحات ، مجلة مجمع اللغة العربية بالقاهرة، العدد 119 ، 2010 ، ص ص 171 – 177
 - مساعد بن عبدالله المحيا ، التدريب المهني في الإذاعة والتلفزيون : أهميته ، أدواره ، ومجالاته ، مجلة الإذاعات العربية ، العدد الرابع 2016 ، ، 26 – 28
 - محمد رؤوف يعيش ، التدريب في القطاع السمعي البصري : متغيرات الواقع وتحديات المستقبل ، مجلة الإذاعات العربية، العدد الرابع 2016 ، ص ص 30 – 32
 - عبدالصمد مطيع ، مؤسسات التدريب في مجال الإعلام المرئي والمسموع بالعالم العربي : الأنواع والخصائص ، مجلة الإذاعات العربية ، العدد الرابع 2016 ، ص ص 40 – 41
- 3- اعتمد الباحث في هذا الجزء على :
 - مدحت أبو النصر ، إدارة العملية التدريبية ، (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2008) ، ص ص 58 - 61
 - صلاح عباس ، تنمية مهارات مسؤولي التدريب ، (القاهرة : مؤسسة شباب الجامعة ، 2006) ، ص ص 14 - 17
 - عطا الله محمد تيسير الشريعة ، إدارة العملية التدريبية ، (عمان : دار حامد للنشر والتوزيع ، 2014) ص ص 28 - 31
- 4- خالد زكي أبو الخير ، محددات صناعة القرار التحريري في الصحافة المصرية وإنعكاساتها علي الأداء المهني، رسالة دكتوراه (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2017)
- 5- أسماء صالح عبد البدران، العوامل المؤثرة علي الأداء المهني للقائم بالاتصال بمواقع الصحف الإلكترونية العراقية ودورها في تطوير تلك المواقع: دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه (جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2017)
- 6- [Nick Richardson, Fake News and Journalism Education, Asia Pacific Media Educator](http://journals.sagepub.com/ugrade1.eul.edu.eg:2048/doi/pdf/10.1177/1326365X17702268), First Published 2 May 2017. P.P 1-9, available at: <http://journals.sagepub.com/ugrade1.eul.edu.eg:2048/doi/pdf/10.1177/1326365X17702268>
- 7- [Tomás Undurraga, Making News, Making the Economy: Technological Changes and Financial Pressures in Brazil, Cultural Sociology](http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1749975516631586), Vol. 11, 1: 2017,p.p77-96 , available at: <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1749975516631586>
- 8- Sanjay Parthasarathy Bharathur , Journalism Education in India : Quest for Professionalism or Incremental Responses , **Journalism & Mass Communication Educator** , 2017 , Vol 72 (3) , PP 285- 296
 - 9- معتز أحمد عبد الفتاح عبد الحميد، التأهيل والتدريب في المؤسسات الصحفية وعلاقته بالأداء المهني للصحفيين المصريين، رسالة ماجستير (جامعة بني سويف، كلية الآداب، قسم الصحافة، 2016)
 - 10- مروة عبد الهادي ثابت، العوامل المؤثرة علي الأداء المهني للقائم بالاتصال بوكالة أنباء الشرق الأوسط، رسالة ماجستير (جامعة أسيوط، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2016)
 - 11- معهد الإعلام الأردني ، الاحتياجات التدريبية في قطاع الإعلام الأردني ، 2016
 - 12- بشرى أزور ، دور التدريب في تطوير أداء المهنيين بالقنوات التلفزيونية العمومية في المغرب : دراسة ميدانية ، رصد واقع التدريب بالقنوات التلفزيونية العمومية المغربية ، مجلة الإذاعات العربية ، العدد الرابع 2016 ، ص ص 42 - 52

- 13- T. Nkomo, L. Chidyagwayi S. Munikwa , Journalism Education in the Digital Era: How schools of journalism in Zimbabwe are adapting journalism education to the digital age ? , Paper Presented at the Botho University International Conference 2016, Botho University, Gaborone, Botswana. Available at: https://www.researchgate.net/publication/319354029_Journalism_Education_in_the_Digital_Era_How_schools_of_journalism_in_Zimbabwe_are_adapting_journalism_education_to_the_digital_age
- 14- أمل السيد دراز ، استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في الصفحات المتخصصة، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، العدد الثاني، أبريل- يونيو 2015، ص ص 103 – 145
- 15- أسماء حمدي عبد الحميد قنديل، المعايير الحاكمة للأداء المهني داخل غرف الأخبار بالصحف المصرية: دراسة حالة على عينة من الصحف المصرية، *رسالة ماجستير* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2015).
- 16- نسيم محمد الطويسي وباسم محمد الطويسي ، ورائد جميل سليمان ، جودة التدريب الإعلامي في الأردن ، *المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية*، المجلد 8 ، العدد 2 ، 2015 ، ص ص 307 - 328
- 17- فوزية عبدالله آل علي، تصورات الإعلاميين لأدوارهم المهنية في وسائل الإعلام الإلكترونية الإماراتية لأدوارهم المهنية والعوامل المؤثرة فيها، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد 12، العدد 1، يناير – مارس 2013، ص ص 83-134
- 18- شعيب عبد المنعم الغياشي، العوامل المؤثرة على الممارسة المهنية للمحررين العلميين في الصحافة المصرية: دراسة ميدانية، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام، المجلد 11، العدد 4، أكتوبر- ديسمبر 2013، ص ص 1-47
- 19- Michele McLellan and Eric Newton , Digital Training Comes of Age , , Available at : https://www.knightfoundation.org/media/uploads/publication_pdfs/KFTrainingFieldReportWEB.pdf
- 20- نصر الدين عبدالقادر عثمان ، التدريب الإعلامي وأثره في بناء الشخصية الإعلامية : دراسة مسحية على عينة من الإعلاميين العرب في الفترة من يناير 2012 - يونيو 2012 ، *مجلة جامعة أم درمان الإسلامية* ، العدد (23) ، 2013 ، ص ص 391 - 439
- 21- سحر فاروق الصادق، مدخلات تأهيل الصحفي المتخصص وتدريبه في النظم الإعلامية الأكاديمية والصحفية: دراسة مسحية، المؤتمر العلمي الدولي الثاني عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة: الإعلام وبناء الدولة الحديثة، ص ص 929-1007
- 22- Natalia Vasilendiuc, *New Technology, New Professional Practices: On Office and Copy-Paste Journalism: A Study on the Sourcing Practices in Romanian News Media*, Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Sheraton Phoenix Downtown, Phoenix, AZ, May 24, 2012, available at: http://citation.allacademic.com/meta/p552916_index.html
- 23- نسرين رياض عبدالله، تأثير بيئة العمل الصحفي على القائمين بالاتصال في الصحف المصرية والأردنية: دراسة تحليلية مقارنة في الفترة من 2010- 2011، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2012).
- 24- إسماعيل الفلاح، العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في الصحافة الليبية: دراسة مقارنة على القائمين بالاتصال في عينة من الصحافة الليبية، *مجلة البحوث الإعلامية*، مركز البحوث والمعلومات والتوثيق بليبيا، العدد 46، 2009، ص ص 269-283.

- 25- Mohammed el-Nawawy, Between the newsroom and the classroom: Education Standards and practices for print journalism in Egypt and Jordon, International Communication Gazette , <Http://gaz.sagepub.com/content/69/1/69> , 2007
- 26- Simon Frith and Peter Meech, Becoming a journalist: Journalism education and journalism culture, 2007, The online version of this article can be found at: <Http://jou.sagepub.com/content/8/2/137>, 2007.
- 27- Fritz Plasser, From Hard to Soft News Standards?: How Political Journalists in Different Media Systems Evaluate the shifting quality of news, 2005, **The Harvard international journal of press/politics**, <Http://hij.sagepub.com/content/10/2/47>
- 28- حسام محمد إلهامي، تأثير التطور في تكنولوجيا الصحافة على نظم التأهيل الأكاديمي والتدريب المهني للصحفيين في مصر.. دراسة تتبعية في الفترة من 1985 إلى 2000، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2004)
- 29- عبد الله بن ناصر الحمود و فهد بن عبدالعزيز العسكر ، مدى تلبية مخرجات قسم الإعلام في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية لحاجات سوق العمل : دراسة مسحية لأراء قياديي العمل الإعلامي حول تأهيل المتخرجين في القسم ، مجلة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، العدد 44 ، 2004 ، ص 595 - 651
- 30- عادل عبد الرازق، تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات علي أداء الإعلاميات في مصر، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 14، يناير – مارس 2002، ص ص 211- 281.
- 31- محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، (القاهرة : عالم الكتب ، 2000) ، ص ص 50 – 52