

واقع التدريب الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية من وجهة نظر الصحفيين- دراسة ميدانية

د. كامل خورشيد مراد – جامعة الشرق الأوسط
د. صدام المشاقبة – جامعة الشرق الأوسط

The reality of media training in Jordanian media institutions from the view point of journalists - a field Study

Dr. Kamel Khurshid Murad – Middle East University
Dr. Saddam Al-Mashagbah – Middle East University

واقع التدريب الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية من وجهة نظر الصحفيين- دراسة ميدانية

د. كامل خورشيد مراد – جامعة الشرق الأوسط

د. صدام المشاقبة – جامعة الشرق الأوسط

الملخص

يهدف البحث التعرف إلى واقع التدريب الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية من وجهة نظر الصحفيين في الأردن. تكون مجتمع البحث من الإعلاميين العاملين في المؤسسات الإعلامية الحكومية والخاصة في الأردن، تم اعتماد المنهج المسحي باتباع أسلوب المسح على عينة عشوائية بسيطة من مجتمع البحث بلغت (66) مفردة متاحة من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الأردنية من العاملين في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون، ووكالة بتر، والصحف اليومية، وبعض المواقع الإخبارية الإلكترونية، ونقابة الصحفيين، وبعض الفضائيات، باستخدام الاستبانة أداة لجمع البيانات والمعلومات، والبحث ينتمي لفئة البحوث الوصفية.

توصل البحث إلى نتائج، منها: أن 43.9% من المؤسسات الإعلامية توجد فيها أقسام مخصصة للتدريب، وأن 51.5% من المؤسسات تهتم بعقد الدورات التدريبية بنسبة متوسطة. كما أظهرت نتائج البحث أن 53.0% من العينة ترى أن نسبة تعلم التقنيات الرقمية من التدريب كبيرة، وأن 50% منهم يرى أن مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التدريب كان متوسطاً. وتبين من البحث أيضاً أن عدم اهتمام الإعلاميين أنفسهم بتطوير الذات، وعدم إشراكهم في تحديد احتياجاتهم التدريبية من أبرز معوقات التدريب الإعلامي. ويقترح الباحثان وضع خطط تدريبية مدروسة، واختيار مدربين أكفاء. كما أوصيا بضرورة تخصيص أقسام تدريبية في المؤسسات الإعلامية، وتأهيل مدربين من داخل المؤسسة.

الكلمات المفتاحية: التدريب الإعلامي، القائم بالاتصال، المؤسسات الإعلامية الأردنية، الممارسة المهنية.

**The reality of media training in Jordanian media institutions from the view point of
journalists - a field Study**

Dr. Kamel Khurshid Murad – Middle East University

Dr. Saddam Al-Mashagbah – Middle East University

Abstract

The article aimed to identify the reality of media training in Jordanian media institutions from the point of view of journalists in Jordan. It adopted a descriptive approach using a questionnaire distributed to a simple random sample of (66) journalists in the Radio and Television Corporation, Petra Agency, daily newspapers, some electronic news websites, the Journalists Syndicate and some satellite channels. The results revealed that 43.9% of the media institutions have departments for training, and 51.5% are interested in holding training courses at a medium rate. The results also showed that 53.0% of the sample describe the percentage of learning digital technologies from training as "high", and 50% of them believe that the level of using artificial intelligence applications in training is "middle". The study also found that one of the most prominent impediments to media training is the lack of interest of the journalists in self-development in addition to the failure of involving them in determining their training needs. The researchers suggested developing thoughtful training plans and selecting qualified trainers. They also recommended allocating training departments in media institutions and preparing trainers within the institutions.

Key words: media training, communicators, Jordanian media organizations, professional practice.

المقدمة:

يعد التدريب الإعلامي من ضروريات تأهيل الكوادر الإعلامية لخوض غمار العمل، والمنافسة في إثبات الشخصية، وتحسين الأداء، وتطوير التجربة. كما أن التدريب مهم في مجال المنافسة الشديدة في الأداء الإعلامي، والتأثير على الرأي العام من قبل المؤسسات الإعلامية والشخصيات الصحفية، ممن لديهم مهارات متميزة في الأداء والممارسة، وكذلك حضور المواطن الصحفي والميديا الجديدة وانعكاسها على الجمهور. وعليه، فإن التدريب الإعلامي ليس لاستمرارية الإنتاج حسب، بل لصناعة التميز والتأثير والتنافس.

إن فرض التطور المستمر لأدوات الاتصال والإعلام من التحديات الصعبة التي تواجه إدارات المؤسسات الإعلامية الأردنية، ومن أبرز تلك التحديات إيجاد كادر مهني قادر على توظيف الأدوات والتقنيات الإعلامية الحديثة، لصناعة محتوى إعلامي يواكب لغة العصر ومفاهيمها، ومن هنا تبرز أهمية البرامج التدريبية في تطوير الكادر الإعلامي بشكل مستمر.

ومما زاد من أهمية برامج التدريب في المؤسسات الإعلامية الأردنية أزمة الصحف الورقية الأردنية، حيث تعاني الصحافة الورقية الأردنية من أزمات مالية بسبب تراجع حجم الإعلانات، ما يفرض على إدارات تلك الصحف تطوير كوادرها بما يتناسب مع التوسعة الرقمية، والتوجه نحو المحتوى الرقمي، وتوظيف المفاهيم الصحفية الحديثة كصحافة البيانات والفيتشر.

ومن الأسباب الهامة التي ضاعفت أهمية برامج التدريب ارتفاع عدد المؤسسات الإعلامية الأردنية، وزيادة المنافسة بين تلك المؤسسات، حيث تجاوز عدد المؤسسات الإعلامية الأردنية 320 مؤسسة في عام 2022، وفقا لهيئة الإعلام، وهذا التزايد يفرض على إدارات المؤسسات تطوير محتواها بما ينسجم مع حجم المنافسة.

ومما سبق نستنتج أهمية الاهتمام ببرامج التدريب، وإجراء دراسات علمية تدرس واقع تلك البرامج وقدرتها على تطوير الكوادر الإعلامية الأردنية، وبالتالي تطوير الأداء الإعلامي الأردني.

مشكلة الدراسة:

يعد التدريب المهني مهم جدا للإعلاميين، فهو يؤهلهم لخوض غمار العمل بشكل سليم وموضوعي، وانطلاقا من هذا المبدأ فإن المؤسسات الإعلامية تحرص على تنمية مهارات منتسبيها وقدراتهم، لذا تعمل على تأسيس مراكز تدريب خاصة بها، وإشراك المعنيين بورش ودورات داخلية وخارجية، والإفادة من الممارسين والخبراء في تطوير كوادرها. وتأتي هذه الدراسة للإجابة عن السؤال الرئيس: ما واقع برامج التدريب المعمول بها في هذه المؤسسات؟ وما آليات التدريب ومضامينه؟ وما النتائج المتحققة للإعلاميين المتدربين؟ وتسعى الدراسة من وراء هذا السؤال الوصول إلى نتائج علمية حول التدريب ومتطلباته، ومدى مواكبته مع العصر والثورة الاتصالية الرقمية الجديدة.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في سعيها أن تكون مرجعا للباحثين في مجال الصحافة والإعلام بما يتعلق بالتدريب والتطوير، وتوفير قاعدة بيانات حديثة حول فاعلية التدريب الإعلامي في الأردن، فضلا عن تحديد أولويات التدريب والبرامج في المؤسسات المختلفة.

أهداف الدراسة:

إن الإعلامي يحتاج على الدوام إلى الانخراط في الورش والدورات التدريبية؛ لمواكبة العصر وكسر قيود التحديات، ومن هنا فإن الهدف الرئيس للدراسة هو الوقوف على واقع التدريب الإعلامي في المملكة الأردنية، ومدى كفاية البرامج التدريبية المتوفرة لمتطلبات سوق العمل. ومن هذا الهدف تتفرع الأهداف الآتية:

1. معرفة الواقع التدريبي للمؤسسات الصحفية في الأردن.
2. بيان المجالات التدريبية التي شارك بدوراتها الصحفيون.
3. تشخيص المعوقات التي تعترض عقد الدورات التدريبية.
4. تحديد المعالجات لمواجهة معوقات عقد الدورات التدريبية.

تساؤلات البحث:

لمعرفة واقع برامج التدريب المعمول بها في المؤسسات الإعلامية، وآليات التدريب ومضامينه، والنتائج المتحققة للإعلاميين المتدربين، فإن الدراسة تطرح الأسئلة الآتية:

1. ما الواقع التدريبي للمؤسسات الصحفية؟
2. ما المجالات التدريبية التي شارك بدوراتها الصحفيون؟
3. ما المعوقات التي تعترض عقد الدورات التدريبية؟
4. ما المعالجات لمواجهة معوقات عقد الدورات التدريبية؟

مصطلحات ومفاهيم الدراسة:

1. التدريب الإعلامي: هو الجهد المنظم والمخطط له لتزويد القوى البشرية في المؤسسات الإعلامية بمعارف معينة، وتحسين مهاراتها وقدراتها وتطويرهما، وتغيير سلوكها واتجاهاتها بشكل إيجابي بناء. (وافي وزقوت 2021، 646).

وإجرائيا: هو البرامج التدريبية التي تعتمدها المؤسسات الإعلامية الأردنية لإكساب الإعلاميين لديها الخبرات والمهارات والمعارف التي يحتاجونها لزيادة معدل الكفاءة في الأداء.

2. المادة التدريبية: هي مجموعة الخبرات والمعلومات المتضمنة للمعارف والمفاهيم والأسس والاتجاهات والمهارات والقيم التي يسعى المدرب صقلها بالمتدرب بهدف تنمية قدرات في الموضوعات الإعلامية. (وافي، زقوت، مجلة البحوث الإعلامية)

- إجرائياً: هي محتوى تدريبي في مجال الإعلام يقدم من قبل مدرب لتحقيق أهداف محددة .
3. القائم بالاتصال: هو الشخص العامل ضمن فريق عمل في مؤسسة إعلامية، ويأتي تعريف القائم بالاتصال وفقاً لهذه الدراسة بأنه: الشخص الذي يلتحق بالدورات التدريبية الإعلامية، ويتأثر بها، ويعمل على رفع أدائه المهني وتطويره من خلال هذه الدورات. (الحوال، نجوى 1995، 211)
- إجرائياً: الإعلاميون الأردنيون العاملون في المؤسسات الإعلامية الأردنية.
4. المؤسسات الإعلامية الأردنية: المؤسسات الإعلامية المرخصة من قبل هيئة الإعلام الأردنية، والعاملة في المملكة الأردنية الهاشمية، وتشمل المؤسسات الإعلام " المرئي والمسموع والمطبوع، بالإضافة إلى مؤسسات النشر والإعلان وشركات الإنتاج"، ووفقاً لموقع هيئة الإعلام هنالك في الأردن 23 محطة فضائية مرخصة تعمل في الأردن، و38 إذاعة، 272 شركة إنتاج فني وتوزيع، و4 شركات لخدمات البث الفضائي، و130 موقعا إخبارياً، و32 صحيفة ورقية، و60 صحيفة متخصصة.
- المهنية إجرائياً: هي المهارات والكفاءات التي يتوقع من الإعلاميين الأردنيين التحلي بها فيما يخص مهنة الإعلام.

الأدب النظري:

من الأهمية أن يكون للإعلامي خبرة ومهارة بتخصصات متنوعة؛ ويضفي التدريب الإعلامي على أداء الإعلاميين مزيداً من القوة والثقة في الممارسة المهنية، ويعزز أخلاقيات الإعلام، فضلاً عن تزويدهم بمهارات مهمة وإكسابهم معلومات وخبرات تقنية ورقمية جديدة تواكب تطورات العصر في البيئة الرقمية، بالإضافة إلى المهارات والأدوات والمعرفة الرقمية الكافية.

ويرتبط التعليم والتدريب عادةً بمنهاج أو خطة أكاديمية وعملية قائمة على مهارات المتدربين والعمل على تعزيز سقوف قدراتهم ورفعها في هذا المجال وصولاً لمستويات أعلى، وبالتالي فإننا في عصر الألفية الثالثة، حيث الإعلام الرقمي وتعدد أدواته واختلافها، فلا سبيل لاستكمال الممارسة المهنية إلا بتعزيز القدرات من خلال البرامج التدريبية المختلفة.

من هنا تبرز أهمية التعرف إلى مظاهر انعكاس التكنولوجيا الحديثة واستخداماتها لدى القائم بالاتصال، وأهمية تدريب القائم بالاتصال في ظل الإعلام الرقمي الجديد، مما يتطلب بذل الجهد من قبل القائم بالاتصال المهني لمواجهة التحديات والصعوبات الجديدة التي أظهرتها التكنولوجيا الحديثة، والتي أفرزت الإعلام الجديد مما استدعى معه أن يكتسب القائم بالاتصال مهارات جديدة ومعايير مهنية تساعده على ممارسة مهاراته الاتصالية بكفاءة عالية.

وليس على الصحفي الإلمام بمجال المعرفة النظرية حسب، بل من المهم أيضاً التشبُّع والنضج والتطوير والبناء عليه، فعلى الصحفيين إتقان تطبيقات الذكاء الاصطناعي وأدوات الإعلام الرقمي، ففي الماضي إذا كان الصحفي يريد نشر رسالة معينة، فينبغي عليه أن يُنشئ قناة أو إذاعة، أو أن يُصدر صحيفة أو مجلة، أما اليوم فيمكنه ذلك من خلال الهاتف الخليوي وعبر شبكات التواصل الاجتماعي.

إن هذه الدراسة تعتمد في جانبها النظري على مدخل الممارسة المهنية "الذي يعد أن المضمون الصحفي يتأثر بدرجة كبيرة باتجاهات الممارسة المهنية للقائم بالاتصال وخصائصه، وعلى الجانب الآخر تتأثر الممارسة المهنية للقائم بالاتصال بعدد كبير من العوامل مثل التنظيم الإداري في المؤسسة والتأهيل العلمي والمهني" (وافي وزقوت، 2021، 646).

يمكن تلخيص العوامل المؤثرة في أداء القائم بالاتصال عدة عوامل، أبرزها: الرغبة والموهبة والدراسة المتخصصة، والخضوع للتدريب والتأهيل المستمر، بالإضافة إلى عوامل هامة تتعلق بالثقافة العامة والخبرة والتفرغ التام للعمل الإعلامي.

ومن أبرز المشكلات الإدارية المتعلقة بتأهيل القائمين بالاتصال: تحدي الحصول على فرص تدريبية مناسبة، وغياب العدالة في توزيع فرص التدريب، وتفشي الواسطة، بالإضافة إلى وجود مشكلات إدارية تتعلق بسياسات التحرير وساعات العمل، وعدم إشراك القائمين بالاتصال في إدارة المؤسسة وتحديد الاحتياجات التدريبية، جميع هذا العوامل تتحكم في نسب إقبال القائمين بالاتصال على الدورات التدريبية وحجم إفادتهم من تلك الدورات.

الدراسات السابقة:

هدفت دراسة نسيم الطويسى (2015) إلى تقييم جودة التدريب الإعلامي من وجهة نظر الإعلاميين في الأردن؛ إذ تعرضت لواقع التدريب الإعلامي باعتماد منهج المسح بالعينة (الوصفي والتحليلي)، وتكون مجتمع البحث من الإعلاميين في القطاعين الحكومي والخاص، وبلغ عدد مفردات العينة 200 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن جودة التدريب الإعلامي متدنية في جوانب، ومتوسطة في أخرى، وأن من معوقات التدريب تتمثل في ضعف كفاءة المدربين، وضعف مخصصات الإنفاق على التدريب، وضعف التنسيق مع الجهات المعنية بالتدريب الإعلامي، وعدم وجود مؤسسات حكومية مستقلة متخصصة في التدريب الإعلامي.

أما دراسة أميرة ناجي (2016) فهدفت تقييم الصحفيين المصريين للدورات التدريبية ومستوى الإفادة المتحققة منها، وتكونت عينة الدراسة من 111 صحفياً مصرياً يعملون في عدة صحف خاصة وحكومة. وأوضحت الدراسة أن نسبة المشاركة والإقبال في الحصول على دورات تدريبية بلغت 74.8% (83 مفردة من إجمالي 111)، بينما نسبة الصحفيين الذين لم يشاركوا في دورات تدريبية بلغت نسبتهم 25.2% (28 مفردة من إجمالي 111)، وأشارت الدراسة إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين نمط ملكية المؤسسة الصحفية وبين إقبال الصحفيين على التدريب مع نمط ملكية المؤسسة (العامة والخاصة). وأكدت الدراسة وجود علاقة بين حصول الصحفيين على مؤهل دراسي في الإعلام وإقبالهم على الدورات التدريبية، وبينت أن مستوى إقبال الصحفيين على التدريب مرتبط بأسباب الحصول على هذه الدورات ومبرراتها. وتتقاطع نتائج دراسة أميرة ناجي مع نتائج دراستنا فيما يتعلق بدوافع إقبال القائم بالاتصال على الدورات التدريبية، وأيضاً فيما يتعلق بأسباب عدم اهتمام بعض القائمين بالاتصال بالدورات التدريبية.

أما التحديات التي واجهت التدريب الصحفي في المملكة المتحدة فقد تصدت لها **دراسة كريس فروست (2018)** **Chris Frost** من خلال التطور الذي حدث في تكنولوجيا الصحافة وكيفية الاستفادة منه ومواجهة التحديات، فالتعليم الصحفي لا بد أن ينظر إلى المستقبل؛ حيث إن المواجهة بين البشر والتكنولوجيا أصبحت محسومة، وإن جميع الأبحاث تؤكد أهمية التأهيل والتدريب للطلاب. فالطلاب يقعون في منافسة بين التدريب مقابل التعليم، والتعليم الإعلامي لا يقتصر فقط على الكليات، بل ما بعد التعليم الجامعي؛ حيث إنه في المملكة المتحدة يستطيع الطلاب الحصول على برامج ما بعد التعليم الجامعي (ماجستير) في عام واحد فقط. كما أن معظم برامج ما بعد التخرج معتمدة من خلال مؤسسات صناعة الصحافة مثل المركز القومي البريطاني، والمجلس لتدريب الصحفيين أو مجلس التدريب الإذاعي الصحفي، وبالتالي تسعى تلك المؤسسات إلى تزويد صناعتهم بالشباب الصحفيين، الذين يخرجون إلى سوق العمل مباشرة بأقل راتب، وأكدت نتائج الدراسة أيضاً زيادة عدد الصحفيين الذين يعملون دون صحيفة أو يمدون الصحيفة بمواد صحفية دون أن يعملوا بها، وقد وفرت برامج الكمبيوتر العديد من التسهيلات والإمكانات للصحفيين .

أما دراسة كارلوس رودريغيز هويوس ، أكويلينا فويو جوتيريز (2018) Aquilina Fueyo Gutiérrez Carlos Rodríguez - Hoyos فهدفت معرفة كيفية تطوير التدريب في مجال التعليم الإعلامي في الجامعات الإسبانية من منظور منهجي ، وتم تحليل محتوى 179 دليلاً للدراسة من 83 جامعة إسبانية باستخدام نظام ترميز موضوعي لتحليل البيانات ، كما أجريت 13 مقابلة مع أساتذة جامعيين مسؤولين عن تدريس المواد المتعلقة بالتعليم الإعلامي لفهم كيفية تطويرهم لهذه الخبرات (المنهجيات المستخدمة ، وأنظمة التقييم وما إلى ذلك) ، وأظهرت النتائج أن مجموعة كبيرة من أعضاء هيئة التدريس يستخدمون طرق التدريس وأدوات التقييم، واقترحت هذه الدراسة على السلطات التعليمية وأعضاء هيئة التدريس بالجامعات ضرورة إعادة التفكير في تدريب أعضاء هيئة التدريس المستقبليين ، وتضمين التدريب بمحتويات تسهل لهم فهم وسائل الإعلام واستعمالها كوسيلة للوصول إلى مفهوم للمعاني الثقافية المتنوعة.

أما دراسة شفيق وعبد الوهاب (2019) فهدفت دراسة اتجاهات القائمين بالاتصال في الصحف المصرية نحو العوامل المؤثرة على التأهيل الإعلامي بالمؤسسات الأكاديمية المصرية، وتمثل عينة الدراسة في العينة المتاحة من القائمين بالاتصال بالصحف المصرية، والتي شملت (190) مبحوثاً من الخبراء والقيادات الصحفية بالمؤسسات الإعلامية المصرية. وأظهرت نتائج الدراسة أن ما نسبته ٨٤,٢ % من الصحفيين عينة الدراسة تخرجوا من أحد أقسام كليات الإعلام، فيما أشار 43.8 % من عينة الدراسة أنهم أفادوا إلى حد ما من دراستهم للإعلام في الكليات في العمل الإعلامي والصحفي. يتضح من نتائج الدراسة أنه بالنسبة إلى اتجاهات القائم بالاتصال نحو التأهيل الأكاديمي للصحفي المهني فإن ما نسبته 68.4 % من موافقة الصحفيين أقروا بأنها تؤهل الصحفي مهنيًا إلى حد ما، يتضح من نتائج الدراسة إن ما نسبته 73.7 % من الصحفيين عينة الدراسة أقروا بحرص المؤسسة على تقديم دورات تدريبية لهم. ويعتقد نسبة 68.54% من الصحفيين عينة الدراسة أنه يجب أن تطور المؤسسات الأكاديمية

المحتوى التدريبي بشكل يمكنها من المنافسة، ويجب أن تسهم الجامعات الخاصة جنباً إلى جنب مع الجامعات الحكومية في تطوير طرق التدريس ومناهجها والتدريب والتأهيل للخريجين. وحول مدى إلمام القائم بالاتصال بأدوات التخصصات الحديثة فإن نتائج الدراسة بينت أن 54.38٪ من الصحفيين عينة الدراسة أكدوا إلمام القائم بالاتصال بأدوات الحديثة المستخدمة بالصحافة المصورة. وأظهرت الدراسة غالبية أفراد العينة قاموا بتدريب عدد من الطلاب في الدراسة الأكاديمية للصحافة.

وفي دراسة البنا (2019) التي هدفت معرفة اتجاهات طلاب كليات الإعلام نحو دور مؤسسات التدريب الإعلامي في تأهيلهم لسوق العمل وقياس اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الحكومية المصرية نحو دور مؤسسات التدريب الإعلامي. واختارت الباحثة أداة الاستبانة التي طبقت على عينة عشوائية باستخدام نظرية التعلم الاجتماعي ونظريات المعرفة إطاراً نظرياً للدراسة. ومن نتائج الدراسة أيضاً أن مؤسسات التدريب الإعلامي تسهم بدرجة كبيرة في تأهيلهم لسوق العمل في مجال الإعلام. وجاءت شبكات التواصل الاجتماعي في مقدمة أساليب تعرف العينة على المؤسسات والدورات التدريبية في مجال الإعلام. وأكدت الدراسة أن مؤسسات التدريب الخاصة أكثر فاعلية في تدريبهم وتأهيلهم لسوق العمل الإعلامي من مؤسسات التدريب الإعلامي الحكومية.

وجاءت دراسة سعيد (2020) الميدانية لتبحث في دور التدريب الإعلامي في تحسين الأداء المهني للإعلاميين في إذاعة سوق أهراس في الجزائر، وهي دراسة وصفية تحليلية اعتمدت أداة الاستمارة، والتي تم توزيعها على عينة قصدية من عمال إذاعة سوق أهراس. وأظهرت الدراسة أن بعض عمال إذاعة سوق أهراس يؤكدون أنهم لم يشاركوا في دورات تدريبية إعلامية، وهذا راجع لعدم توفر هذه الدورات والتي تكون فرصتها قليلة جداً بالنسبة للعمال، وهذا ما يؤثر سلباً على هذه المؤسسة الإعلامية. كما رأى بعضهم أن التدريب الذي تلقوه هو تدريب معرفي من خلال تلقيهم لمعلومات نظرية بحتة، ولم يكن كافياً ليكسابهم خبرات ومهارات تساعدهم في أداء مهامهم. في حين أن أغلبهم أكدوا أن التدريب الإعلامي أسهم في حصولهم على معلومات جديدة لم يكونوا يعرفونها من قبل، كما أسهم في رفع جودة العمل الصحفي وكفاءته، وبالتالي نجاح المؤسسة الإعلامية. وأشاروا إلى أنه تم إبلاغهم بالدورات التدريبية من خلال مؤسستهم الإعلامية التي يعملون بها.

وعملت دراسة Theodora A. Maniou وآخرون (2020) بعنوان "التدريب الصحفي خارج مدارس الصحافة" على تقديم عدة مقترحات لتطوير التدريب الصحفي خارج كليات الإعلام ومعاهده في ظل التطوير المتسارع للإعلام الرقمي. وأكدت الدراسة ضرورة تقييم الكفاءات والمهارات وتحديد نقاط القوة الرقمية للصحفيين الممارسين، وتطوير المحتوى الإعلامي بما يتناسب مع حاجات الصحفيين وقدراتهم. وشددت الدراسة على أهمية إعداد مجموعة أدوات لبيئة تعليمية تتميز بالتكنولوجيا، وطرق التدريب التجريبية، وتوظيف الأدوات الحديثة في التدريب. وبينت الدراسة أهمية حاجة معلمي الصحافة للتفكير بشكل نقدي في التغيرات العالمية الاجتماعية والاقتصادية

والتكنولوجية، في ظل إسهام الرقمنة بتوفير إمكانيات جديدة لاستخدام الإنترنت ومنصاته، وقدرة الرقمنة على إنشاء أشكال جديدة من التدريب لرفع كفاءة ممارسي العمل الإعلامي.

وهدفنا **دراسة أمين وافي (2021)** التعرف إلى طبيعة التدريب الإعلامي الذي يتلقاه القائم بالاتصال داخل المؤسسات الإعلامية الفلسطينية وعلاقته بالمهنية. اعتمد البحث المنهج المسحي وهو دراسة وصفية استخدمت منظور حارس البوابة، وتم استخدام الاستبانة لجمع البيانات وأداة المقابلة الشخصية مع المبحوثين، وكانت العينة مكونة من 260 مفردة من القائمين بالاتصال في محافظات غزة فلسطين. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن التدريب يعد عنصراً أساسياً في تطوير مهنة الإعلام، وأن 90% من العينة تلقوا دورات متنوعة، وقسم منهم أشار إلى أن ضغط العمل وعدم التفريغ كانا من أسباب عدم التحاق بعضهم بالتدريب. وأثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية عند مستوى الدلالة 0.05 بين مستوى حصول الإعلاميين الفلسطينيين على التدريب ومهنتهم الصحفية.

وسعت دراسة مارتن جيثنجي (2021) Martin Githinji بعنوان "تأثير التدريب الإعلامي على كفاءة الصحفيين في كينيا" إلى التحقق من تأثير التدريب الإعلامي على كفاءة الصحفيين في كينيا، تم أخذ عينات من الدورات التدريبية في كينيا للوقوف على مدى تأثير تلك الدورات. تم تحليل البيانات بشكل موضوعي وعرضها في شكل سردي وفقاً للموضوعات. ووفقاً لمديري مؤسسة "Standard Group" التي تعد من أهم مؤسسات التدريب الإعلامي في كينيا، فإن الصحفيين في كينيا يفتقرون إلى المهارات العملية المطلوبة في سوق العمل، وقدمت الدراسة عدداً من التوصيات حول ضرورة تطوير مضمون الدورات التدريبية، ورفع كفاءة المدربين.

التعليق على الدراسات السابقة:

أفادت دراستنا الحالية من الدراسات السابقة في الأمور الآتية:

1. بلورة المشكلة البحثية وتشخيصها، وأهميتها، وأهدافها وتساؤلاتها.
2. الاطلاع على الأدب النظري للموضوع.
3. مقارنة نتائج الدراسة مع الدراسات السابقة.
4. الاطلاع على تجارب عربية ودولية بمجال التدريب الإعلامي.

اتضح من الدراسات السابقة ندرة الدراسات العربية التي أجريت حول التدريب الإعلامي للقائمين بالاتصال مقارنة بالدراسات الأجنبية. وركز معظم الدراسات على مستقبل التدريب الإعلامي للقائمين بالاتصال، وآلية تطوير مؤسسات التدريب الإعلامي وإصلاحها، إلى جانب التركيز على الجانب العملي والتكامل بين الشق النظري والشق التطبيقي، اعتمد معظم الدراسات السابقة، التي تم الاطلاع عليها، المنهج المسحي، واستخدمت أدوات متنوعة تمثلت في الاستبانة وتحليل الوثائق من لوائح وبرامج تدريبية.

منهجية الدراسة:

تنتمي الدراسة للبحاث الوصفية التي تهتم بدراسة واقع ظاهرة ما وتحليلها وتفسيرها، باعتماد منهج المسح الإعلامي الذي يعد جهداً علمياً منظماً يصف الظاهرة من خلال تحليل المعلومات عنها. (حسين، 2006). واستخدم الباحثان في إطار هذا المنهج أسلوب المسح بواسطة (الاستبانة) للتعرف إلى فاعلية التدريب وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين والإعلاميين.

مجتمع الدراسة والعينة:

تكون مجتمع الدراسة من الإعلاميين الأردنيين العاملين في المؤسسات الإعلامية، يعملون في الصحف والمجلات، ووكالة الأنباء الأردنية بترا، وفي مؤسسات الإذاعة والتلفزيون، وفي مواقع إلكترونية إخبارية. واستناداً إلى المعايير الإحصائية المتبعة في اختيار العينات، فقد تم اختيار عينة عشوائية بسيطة ممثلة لمجتمع البحث بلغ قوامها (66) مفردة.

وتم توزيع عينة الدراسة وفقاً للعمر، لما له علاقة مباشرة بالقدرة على استخدام الأدوات الرقمية، والرغبة في التطوير والتعلم، بالإضافة إلى توزيع العينة وفقاً للوظيفة؛ لما لها علاقة مع طبيعة البرامج التدريبية.

جدول (1) الخصائص الشخصية للعينة

النسبة	التكرار	العمر
6.1	4	أقل من 25 سنة
15.2	10	29 - 25
28.8	19	34 - 30
9.1	6	35-39
40.9	27	40 فأكثر
100.0	66	المجموع
النسبة	التكرار	الوظيفة
66.7	44	صحفي
15.2	10	مصور
3.0	2	مونتير
3.0	2	إداري
4.5	3	مذيع
4.5	3	مصمم
3.0	2	مخرج
100.0	66	المجموع

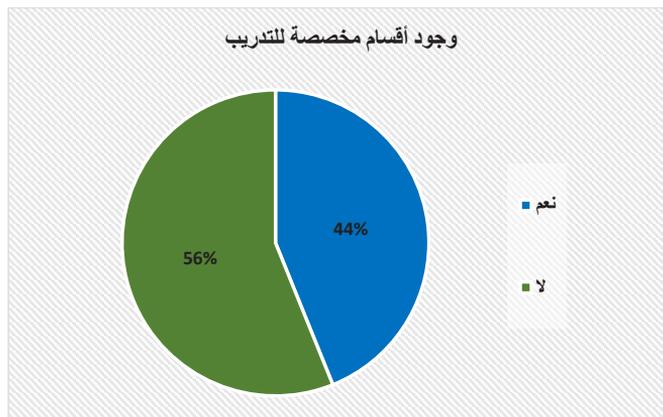
1. أظهرت النتائج أن أكبر نسبة المشاركين في الاستبانة هم من الفئة العمرية (40 فأكثر)، إذ وردت بنسبة 40.9%، تلتها الفئة العمرية (30-40) بنسبة 28.8%، وفي المرتبة الثالثة جاءت الفئة العمرية (25-29) بنسبة 15.2%، ثم فئة (35-39) بنسبة 9.1%، وأخيراً فئة (أقل من 25 سنة) بنسبة 6.1%.
- ارتفاع متوسط أعمار العاملين في المؤسسات الصحفية الأردنية، يؤثر بشكل مباشر على قدرات المؤسسات الصحفية الأردنية على التعامل مع أدوات الإعلام الحديثة، ما يفرض على إدارات تلك المؤسسات تخصيص ورش عمل وبرامج تدريبية مستمرة تعنى بكيفية التعامل مع الأدوات الإعلامية الحديثة مثل البودكاست والـإنفوغراف، وشرح آخر التطورات حول المفاهيم الصحفية الحديثة.
2. ومن جانب الوظيفة، اتضح أن أكبر نسبة شغلها "صحفي" بنسبة بلغت 66.7%، ثم فئة "مصور" بنسبة 15.2%، وفئتا "مذيع" و"مصمم" بنسبة 4.5% لكل منهما، ثم شغلت الفئات الباقية "مونتير" و"إداري" و"مخرج" ما نسبته 3.0% لكل منهم.
- معرفة طبيعة عمل عينة الدراسة تعطي تصوراً هاماً للباحثين وإدارات المؤسسات الإعلامية حول طبيعة محتوى البرامج التدريبية.

نتائج الدراسة ومناقشتها:

المحور الأول: تقييم الواقع التدريبي للمؤسسات الصحفية

(أ) هل توجد أقسام متخصصة للتدريب في المؤسسة

أظهرت استجابات المبحوثين أن 43.9% من المؤسسات توجد فيها أقسام مخصصة للتدريب، في حين هناك أكثر من 56% من المؤسسات تفتقد إلى ذلك، والشكل البياني يبين ذلك:



الشكل (1) وجود أقسام متخصصة بالتدريب

المصدر: من عمل الباحثين بالاعتماد على مخرجات الإحصاء

(ب) تقييم الواقع التدريبي للمؤسسات الصحفية

جدول (2) تقييم الواقع التدريبي للمؤسسات الصحفية

المجموع	كبيرة	متوسطة	منخفضة	مستوى التقييم	
				جانب التقييم	
66	21	34	10	التكرار	اهتمام المؤسسة بعقد الدورات
100	33.3	51.5	15.2	النسبة	
66	12	20	34	التكرار	عدد الدورات التي شاركوا فيها
100	18.2	30.3	51.5	النسبة	
66	49	15	2	التكرار	مستوى الاستفادة من الدورات
100	74.3	22.7	3	النسبة	
66	35	22	9	التكرار	تعلم التقنيات الرقمية الحديثة أثناء التدريب
100	53.0	33.3	13.6	النسبة	
66	12	33	21	التكرار	استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التدريب
100	18.2	50	31.8	النسبة	

فيما يتعلق بوصف الواقع التدريبي للمؤسسات الصحفية من وجهة نظر القائمين بالاتصال فيها، ظهر الآتي:

- إن 51.5% من المؤسسات الصحفية التي ينتمي إليها الصحفيون عينة الدراسة يهتمون بعقد الدورات التدريبية بنسبة متوسطة، و33.3% منهم يولون الأهمية كبيرة، في حين أبدى 15.2% اهتماما قليلا بذلك. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة **مراح سعيد (2020)** من أن القائمين بالاتصال في إذاعة سوق أهراس لم يشاركوا في دورات تدريبية إعلامية، على الرغم من رغبتهم وحرصهم على تلقي التدريب، لكون المؤسسة لم توفر لهم هذه الخدمة، مما يؤثر سلبا على هذه المؤسسة الإعلامية.
 - إن أكثر من نصف العينة كان تقييمهم لعدد الدورات التي تلقوها بأنها قليلة، وشغل هؤلاء نسبة 51.5%، بينما أكد 30.3% منهم أن عدد الدورات كان متوسطا، مقابل 18.2% منهم أكدوا أنها كثيرة. لقد تباينت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة أمين وافي (2021) من أن 90% من الصحفيين يتلقون دورات متنوعة في مؤسساتهم.
- كما تباينت هذه النتيجة إلى حد ما مع ما توصلت إليه دراسة أميرة ناجي (2016) التي بينت أن نسبة المشاركة والإقبال على الحصول على دورات تدريبية بلغت 74.8%، بينما نسبة الصحفيين الذين لم يشاركوا في دورات تدريبية بلغت 25.2%، كما أظهرت دراسة شفيق وعبد الوهاب (2019) أن العديد من الصحفيين

- الذين تخرجوا من كليات الإعلام أفروا بأن مناهج الكلية وبرامجها يؤهلان الصحفي مهنيًا إلى حد ما، وأن مؤسساتهم التي يعملون بها تحرص على تقديم دورات تدريبية لهم.
- إن 74.3% من الصحفيين المشاركين في الدراسة يؤكدون إفادتهم من الدورات التي تلقوها في مجال عملهم الصحفي، في حين أن 22.7% منهم وصف مستوى الفائدة بـ المتوسطة. وأخيراً كان هناك عدد ضئيل نفى أي فائدة من تلك الدورات، وبما لا يشكل سوى نسبة 3.0%.
 - إن 53.0% من العينة يصفون نسبة تعلم التقنيات الرقمية من التدريب بأنها كبيرة، و33.3% منهم أكد أن الفائدة متوسطة، في حين أن 13.6% منهم اعتبرها منخفضة.
 - إن 50% من العينة وصفوا مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الدورات بأنه متوسط، في حين أن 31.8% منهم قال إنها منخفضة، مقابل 18.2% أكد أن مستوى الاستخدام كبير.
- تتفق النتيجة على أنه مع ما توصلت إليه دراسة كريس فروست (2018) Chris Frost التي أكدت أن التعليم الصحفي لا بد أن ينظر للمستقبل؛ حيث إن المواجهة بين البشر والتكنولوجيا أصبحت محسومة، وإن جميع الأبحاث تؤكد أهمية التأهيل والتدريب للطلاب. فالطلاب يقعون في منافسة بين التدريب مقابل التعليم، ولفتت الدراسة إلى أن هناك صحفيين يمدون الصحف الأخرى بـ مواد صحفية دون أن يعملوا بها، حيث وفرت التقنيات الحديثة وبرامج الكمبيوتر العديد من التسهيلات والإمكانات للصحفيين. وفي السياق ذاته، بينت دراسة شفيق وعبد الوهاب (2019) أن القائم بالاتصال اليوم ملم بأدوات التخصصات الحديثة.

المحور الثاني: المجالات التدريبية التي شارك بدوراتها الصحفيون

جدول (3) مجالات الدورات التي شارك بها الصحفيون عينة الدراسة

النسبة	التكرار	المجال
18.2%	12	التحرير الصحفي
51.5%	34	التصميم الصحفي
16.7%	11	التصوير الصحفي
24.2%	16	الإخراج الصحفي
12.1%	8	المونتاج
33.3%	22	صحافة البيانات
10.6%	7	الجرافيك
3.0%	2	مهارات فنية
12.1%	8	مهارات إدارية
25.8%	17	جميع الدورات

يظهر من خلال الجدول أعلاه، أن أكثر من نصف العينة شاركوا بدورات تدريبية في مجال التصميم الصحفي وبنسبة 51.5%، تلتها دورات صحافة البيانات بنسبة 33.3%، ثم الإخراج الصحفي بنسبة 24.2%، لبد من الالتفات إلى أن نسبة من شارك بجميع الدورات هي 25.8%، أي أكثر من ربع المشاركين. وظهر من خلال النتائج أن مجال التصوير الصحفي حصل على نسبة 16.7% من عدد الصحفيين المشاركين في الدراسة. تتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (شفيق وعبد الوهاب) حول ضرورة التركيز على تأهيل القائمين بالاتصال بجوانب الإعلام الرقمي واستخدام الأدوات التكنولوجية، واشتراك القائمين بالاتصال في تحديد الاحتياجات التدريبية.

المحور الثالث: المعوقات التي تعترض عقد الدورات التدريبية

جدول (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة العينة عن محور المعوقات التي تعترض عقد الدورات

ت	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	المستوى
1	عدم اهتمام الإعلاميين بتطوير أنفسهم	2.5000	.70711	1	مرتفع
2	عدم إشراك الإعلاميين في تحديد احتياجاتهم التدريبية	2.4091	.60707	2	مرتفع
10	ضعف اهتمام المؤسسات الإعلامية بالتدريب كأولوية	2.3485	.71236	3	مرتفع
9	موضوعاتها نمطية ومكررة	2.3182	.61166	4	متوسط
11	عدم توفر خطط تدريب مدروسة في المؤسسات	2.2879	.67403	5	متوسط
3	ضعف كفاءة المدربين	2.2727	.71351	6	متوسط
8	عدم توفر تقنيات حديثة للتدريب	2.2576	.70842	7	متوسط
5	غياب التقييم العلمي للدورات من قبل المشتركين	2.2273	.76047	8	متوسط
4	لا علاقة بين مفردات الدورات وتخصصات الإعلاميين	2.1970	.66146	9	متوسط
6	أوقاتها لا تناسب ظروف عمل الإعلاميين	2.1364	.76231	10	متوسط
7	قاعات تدريبية غير مناسبة	2.1212	.75478	11	متوسط
المتوسط الحسابي ككل		2.2796	.34729		متوسط

حصل محور المعوقات التي تعترض عقد الدورات على متوسط حسابي بلغ 2.279 ضمن المستوى المتوسط، ومن خلال المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات العينة اتضح أن أبرز المعوقات التي وردت بالمراتب الأولى هي " عدم اهتمام الإعلاميين بتطوير أنفسهم " وقد حازت هذه الفقرة (1) على متوسط حسابي بلغ 2.50 وانحراف معياري 0.707، التي جاءت بالمرتبة الأولى ضمن المستوى المرتفع. تلتها الفقرة (2) " عدم إشراك الإعلاميين في تحديد احتياجاتهم التدريبية، بمتوسط حسابي بلغ 2.40 وانحراف معياري 0.607 ضمن المستوى المرتفع أيضاً. وفي المرتبة الثالثة، وردت الفقرة 10 والتي تنص على " ضعف اهتمام المؤسسات الإعلامية بالتدريب كأولوية " بمتوسط حسابي بلغ 2.34 وانحراف معياري 0.712 ضمن المستوى المرتفع أيضاً. تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة نسيم الطويسي (2015) التي أكدت أن من معوقات التدريب هي عدم وجود مؤسسات حكومية مستقلة متخصصة في التدريب الإعلامي، واختلفت معها في ترتيب المعوقات، فدراسة الطويسي بينت أن ضعف كفاءة المدربين هو أول المعوقات، في حين أن الدراسة الحالية وضعت ضعف كفاءة المدربين في المرتبة السابعة من المعوقات. ومن اللافت أن الدراسة الحالية جعلت أحد أبرز المعالجات هي اختيار مدربين أكفاء كما سيرد في مناقشة نتائج المحور الآتي.

أما في المراتب الأخيرة، فقد وردت الفقرات الآتية: الفقرة (4) والتي تنص على " لا علاقة بين مفردات الدورات وتخصصات الإعلاميين " بمتوسط حسابي 2.19 وانحراف معياري 0.661، ثم الفقرة (6) بمتوسط حسابي بلغ 2.13 وانحراف معياري 0.762 والتي نصت على " أوقاتها لا تناسب ظروف عمل الإعلاميين "، وفي المرتبة الأخيرة، جاءت الفقرة (7) والتي نصت على " قاعات تدريسية غير مناسبة " بمتوسط حسابي بلغ 2.12 وانحراف معياري 0.754، والفقرات الأخيرة كلها جاءت ضمن المستوى المتوسط.

عند مقارنة نتائج دراسة أمين وافي مع نتائج الدراسة الحالية، لاحظ الباحثان تشابهاً في أسباب عدم التحاق بعد من القائمين بالاتصال بالدورات التدريبية، مثل عدم اهتمام القائمين بالاتصال بتطوير أنفسهم وضغط العمل وعدم التفرغ، بالإضافة إلى موضوعات برامج التدريب.

المحور الرابع: المعالجات لمواجهة معوقات عقد الدورات التدريبية

جدول (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة العينة عن محور المعالجات لمواجهة معوقات عقد الدورات

ت	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	المستوى
1	وضع خطط تدريبية مدروسة	2.6515	.71236	1	مرتفع
4	اختيار مدربين أكفاء	2.1515	.86367	2	متوسط
12	اعتبار التدريب جزءاً من تقييم الإعلامي	2.0758	.94967	3	متوسط
10	الاتفاق مع مراكز تدريب محلية	2.0455	.95163	4	متوسط
11	الاتفاق مع مراكز تدريب دولية وعالمية	2.0000	.94462	5	متوسط
7	إيجاد حوافز مادية للمتميزين	1.9848	.96862	6	متوسط
3	إشراك الإعلاميين في وضع الخطط التدريبية	1.9697	.87653	7	متوسط
6	إيجاد حوافز معنوية للمتميزين	1.9697	.94413	8	متوسط
2	تحديد الاحتياجات التدريبية	1.9242	.91669	9	متوسط
9	إجراء تقييمات للدورات	1.8788	.88605	10	متوسط
8	إجراء مزيد من بحوث علمية للتعرف إلى الاحتياجات التدريبية	1.8182	.89286	11	متوسط
5	التفرغ الكامل للدورة التدريبية	1.7727	.89090	12	متوسط
المتوسط الحسابي ككل		2.0202	.46226	متوسط	

يظهر الجدول أعلاه، أن المتوسط الحسابي لاستجابات العينة عن محور المعالجات المقترحة لمواجهة معوقات عقد الدورات التدريبية في المؤسسات الصحفية، بلغ 2.02 ضمن المستوى المتوسط. إذ جاءت الفقرة (1) والتي تنص على " وضع خطط تدريبية مدروسة" بمتوسط حسابي بلغ 2.65 وانحراف معياري 0.712، تلتها الفقرة (4) التي تنص على " اختيار مدربين أكفاء" بمتوسط حسابي 2.15 وانحراف معياري 0.863. أما في المرتبة قبل الأخيرة، فقد وردت الفقرة (8) والتي تنص على " إجراء مزيد من بحوث علمية للتعرف إلى الاحتياجات التدريبية" بمتوسط حسابي بلغ 1.81 وانحراف معياري 0.890، وتقترب هذه النتيجة مما توصلت إليه دراسة (2021) Martin Githinji التي أكدت ضرورة رفع كفاءة المدربين في المؤسسات الصحفية.

وفي المرتبة الأخيرة، جاءت الفقرة (5) التي تنص على " التفرغ الكامل للدورة التدريبية" بمتوسط حسابي 1.77 وانحراف معياري 0.890. وبالمجمل فإن هذه النتيجة تقترب كثيراً مما أشارت إليه دراسة كريس فروست (2018)

Chris Frost التي أكدت سعي المؤسسات الصحفية إلى تزويد صناعتها بشباب صحفيين يخرجون إلى سوق العمل مباشرة.

تنسجم نتائج دراسة (مراح سعيد) مع نتائج دراستنا حول ضرورة تكثيف الدورات التدريبية في المجالات المختلفة كافة، لتمكين القائم بالاتصال من مواكبة التطوير الحاصل في مفاهيم وسائل الإعلام الحديثة وأدواتها، وتتوافق نتائج دراسة مراح سعيد مع نتائج دراستنا بما تعلق بالآثار السلبية المترتبة على أداء القائم بالاتصال في حال لم يخضع لدورات تدريبية بشكل مستمر.

فرضية وجود فروق ذات دلالة إحصائية:

جدول (6) اختبار Anova للكشف عن الفروق الإحصائية في استجابات الباحثين تبعاً لمتغيري العمر والوظيفة

الدلالة	قيمة ف	مربع المتوسطات	درجة الحرية	مجموع المربعات	العمر	
					بين المجموعات	داخل المجموعات
.928	.217	.067	4	.269	بين المجموعات	الواقع التدريبي
		.310	61	18.922	داخل المجموعات	
			65	19.191	المجموع	
.827	.373	.047	4	.187	بين المجموعات	المعوقات
		.125	61	7.652	داخل المجموعات	
			65	7.840	المجموع	
.165	1.686	.346	4	1.383	بين المجموعات	المعالجات
		.205	61	12.507	داخل المجموعات	
			65	13.890	المجموع	
الدلالة	قيمة ف	مربع المتوسطات	درجة الحرية	مجموع المربعات	الوظيفة	
					بين المجموعات	داخل المجموعات
.293	1.252	.361	6	2.168	بين المجموعات	الواقع التدريبي
		.289	59	17.023	داخل المجموعات	
			65	19.191	المجموع	
.317	1.205	.143	6	.856	بين المجموعات	المعوقات
		.118	59	6.984	داخل المجموعات	
			65	7.840	المجموع	
.635	.720	.158	6	.948	بين المجموعات	المعالجات
		.219	59	12.942	داخل المجموعات	
			65	13.890	المجموع	

أظهر الجدول أعلاه عدم وجود فروق دالة إحصائية في استجابات المبحوثين عن محاور الدراسة تعزى لمتغيري العمر أو الوظيفة.

الاستنتاجات :

توصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات، هي:

- إن 43.9% من المؤسسات توجد فيها أقسام مخصصة للتدريب، وهذا يدل على عدم اهتمام كثير من إدارات المؤسسات الإعلامية الأردنية بعمليات تدريب وتطوير لكوادرها، الأمر الذي يؤثر بشكل مباشر على الأداء الإعلامي لتلك المؤسسات وقدرتها على مواكبة التطورات الهائلة التي يشهدها المشهد الإعلامي.
- إن 51.5% من المؤسسات الصحفية التي ينتمي إليها الصحفيون يهتمون بعقد الدورات التدريبية بنسبة متوسطة، وأن 33.3% منهم يولون الأمر أهمية كبيرة، في حين أن 15.2% يبدون اهتماما قليلا بذلك.
- قيم 51.5% من العينة عدد الدورات التي تلقوها بأنها قليلة، بينما أكد 30.3% منهم أن عدد الدورات كان متوسطا، مقابل 18.2% منهم أكدوا أنها كثيرة، ويعود ذلك على عدم اهتمام إدارات المؤسسات الإعلامية بإخضاع كوادرها للدورات التدريبية، وربط تلك الدورات بالتقدم بالمناصب الإدارية والمهنية.
- إن 74.3% من الصحفيين المشاركين في الدراسة يؤكدون إفادتهم من الدورات التي تلقوها في مجال عملهم الصحفي، في حين أن 22.7% منهم يرى أن مستوى الفائدة متوسطة.
- إن 53.0% من الصحفيين يرون أن نسبة تعلم التقنيات الرقمية من التدريب كبيرة.
- إن 50% من العينة يرون أن مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الدورات متوسط، في حين أن 31.8% منهم قال إنها منخفضة، مقابل 18.2% أكد أن مستوى الاستخدام كبير.
- إن أكثر من نصف العينة شاركوا بدورات تدريبية في مجال التصميم الصحفي وبنسبة 51.5%، تلتها دورات صحافة البيانات بنسبة 33.3%، ثم الإخراج الصحفي بنسبة 24.2%، لابد من الالتفات إلى أن نسبة من شارك بجميع الدورات هي 25.8%، أي أكثر من ربع المشاركين.
- إن أبرز المعوقات التي تعيق التأهيل الإعلامي "عدم اهتمام الإعلاميين بتطوير أنفسهم" ثم "عدم إشراك الإعلاميين في تحديد احتياجاتهم التدريبية، ثم "ضعف اهتمام المؤسسات الإعلامية بالتدريب كأولوية".
- إن المعالجات المقترحة لمواجهة معوقات عقد الدورات التدريبية في المؤسسات الصحفية، هي "وضع خطط تدريبية مدروسة" ثم "اختيار مدربين أكفاء" تلتها "إجراء مزيد من بحوث علمية للتعرف إلى الاحتياجات التدريبية".

يمكن الاستنتاج بشكل عام أن برامج التدريب تحتاج إلى اهتمام أكبر من إدارات المؤسسات الصحفية، وتحفيز الكوادر للخضوع لتلك البرامج، بالإضافة إلى أن نتائج الدراسة تظهر عدم تنوع الدورات التدريبية بشكل كاف، وعدم استثمار مراكز التدريب بالقدر الذي تنسجم مع حجم المنافسة بين وسائل الإعلام، والتطور المستمر على أدوات الإعلام الرقمي.

وتظهر نتائج الدراسة أهمية إشراك الإعلاميين في تحديد احتياجاتهم التدريبية، بالتالي زيادة ثقة الإعلاميين بفعالية البرامج التدريبية، مما سوف يؤثر بشكل مباشر على تطوير واقع تلك البرامج.

التوصيات:

- تخصيص أقسام تدريبية في المؤسسات الصحفية وتأهيل مدربين من داخل المؤسسة.
- عمل خطة استراتيجية قائمة على الاحتياجات التدريبية للقائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية.
- تغطية جميع التخصصات الصحفية بالتدريب، لسيما التخصصات الحديثة المتعلقة بالإعلام الرقمي وصحافة البيانات.

المراجع

- البناء، دعاء أحمد (2019) " اتجاهات طلاب كليات الإعلام نحو دور مؤسسات التدريب الإعلامي في تأهيلهم لسوق العمل " بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، القاهرة، مجلد-18-العدد-3- يوليو 2019 الصفحات 465-558.
- حسين، سمير (2006) "بحوث العلوم"، ط 2، القاهرة: عالم الكتب.
- زيتون، عايش (2009) "اساليب تدريس العلوم"، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- شفيق، هبة & عبد الوهاب، رالا (2019) " اتجاهات القائم بالاتصال نحو العوامل المؤثرة على التأهيل الإعلامي بالمؤسسات الأكاديمية المصرية". مؤتمر الدولي لقراءات معرفية في العلوم الانسانية والاجتماعية، نوفمبر 2019 بيروت، لبنان.
- مراح. سعيد (2020) " دور التدريب الإعلامي في تحسين الداء المهني للإعلاميين دراسة ميدانية إذاعة سوق أهراس"، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، مجلد رقم 1، العدد رقم 1، صفحات 118-132.
- الطويسي، نسيم & الطويسي، باسم & رائد جميل (2015) " جودة التدريب الإعلامي في الأردن"، المجلة الأردنية في العلوم الاجتماعية- المجلد 8 - العدد 2.
- الفوال، نجوى (1995). "قراءة في دراسات القائم بالاتصال". المجلة الاجتماعية القومية، المركز القومي للبحوث الاجتماعية. مصر، المجلد 32، العدد 3 صفحة 211.
- ناجي، أمير (2016). "نمط تأهيل وتدريب الصحفيين ودوره في تطوير الأداء المهني في مصر". المجلة العلمية لبحوث الصحافة، 2016 (6)، 435-490.
- وافي، أمين (2006). "الإعلام الفلسطيني والأداء المهني في انتفاضة الأقصى"، رسالة دكتوراه: علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر. الجزائر، الصفحة 52
- وافي، أمين، زقوت، سمير. (2021). "التدريب الإعلامي للقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية وعلاقته بالمهنية". مجلة البحوث الإعلامية، 56(2)، 635-676.

References

- Al-Fawal, N (1995). **Read the studies in contact. National Social Journal, National Center for Social Research.** Egypt, Volume Thirty-Two, Number Three, page 211.
- Amukuzi, M. (2018). **Influence of Media Training On the Competence of Journalists in Kenya: Perceptions of Standard Group Limited Managers and Senior Journalists** (Doctoral dissertation, Daystar University, School of Communication).
- Frost, C. (2018). **Five challenges facing journalism education in the UK. Asia Pacific Media Educator, 28(2), 153-163.**
- Hoyos, C. R., & Gutiérrez, A. F. (2018). **Media training for future education professionals: A study of the Spanish Context.** Digital Education Review, (33), 217-234.
- Hussein, S. (2006). **Media Research**, The world of book, Cairo.
- Maniou, T. A., Stark, A., & Touwen, C. J. (2020). **Journalism training beyond journalism schools.** Journalism & Mass Communication Educator, 75(1), 33-39.
- Merah, S (2020). **The role of media training in improving the professional performance of media professionals**, a field study, Souk Ahras Radio, Journal of Research and Studies in New Media, V1, pages 118-132.

- Nagy, A (2016). **The pattern of rehabilitation and training of journalists and its role in developing professional performance in Egypt**. Scientific Journal of Journalism Research, 2016(6), 435-490
- Shafiq, H & Abdel-Wahhab, R (2019). **Attitudes of the communicator towards the factors affecting media qualification in Egyptian academic institutions**. International Conference on **Cognitive Readings in Humanities and Social Sciences**, November 2019, Beirut, Lebanon.
- Tuwaisi, N & Twaisi, B & Raed J (2015). **The Quality of Media Training in Jordan**, Jordan Journal of Social Sciences. 8 (2).
- Wafi, A (2006). **Palestinian Media and Professional Performance in the Al-Aqsa Intifada**, Ph.D. Thesis: Media and Communication Sciences: University of Algiers. Algeria, pg. 52
- Wafi, A, Zaqout, S. (2021). **Media training for those in charge of communication in the Palestinian media institutions and its relationship to professionalism**. Media Research Journal, 56(2), 635-676.
- Zaytoun, A. (2009). **Structural Theory and Strategies of Teaching Science**. Dar Al Shorouk Publishing & Distribution, Amman.

د. كامل خورشيد مراد - جامعة الشرق الأوسط، Kmurad@meu.edu.jo

د. صدام المشاقبة - جامعة الشرق الأوسط، salmashaqba@meu.edu.jo