

# مجلة الشرق الأوسط لعلوم الاتصال

2022	المجلد (2)
	الإصدار (2)

مجلة علمية مُحكَّمة نصف سنوية  
تصدر عن جامعة الشرق الأوسط



## لجنة تحرير المجلة:

أ.د. سلام المحادين	عميد الدراسات العليا والبحث العلمي - رئيساً.
د. نسرین يوسف	كلية الآداب والعلوم التربوية .
د. حفيظة محمود	كلية الآداب والعلوم التربوية .
د. صباح حراشنة	كلية الاعلام.
د. محمود الرجبي	كلية الاعلام .
د. رامز أبو حصيرة	كلية الاعلام .
أ. أشرف الطراونه	رئيس قسم البحث العلمي/عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي - أمين سر اللجنة.

## الهيئة الاستشارية

أ.د. حسن الخزاعي	جامعة البلقاء.
أ.د. مي عبدالله	الجامعة اللبنانية.
أ.د. هيثم قطب	الجامعة اللبنانية .
أ. د. نيبال عبدالكريم	جامعة بغداد.
أ. د. أيمن الشيخ	جامعة الخرطوم.
أ. د. خلف الطاهات	جامعة الامارات العربية المتحدة.
أ. د. أمين وافي	الجامعة الإسلامية غزة.
د. مخلص الزيودي	جامعة اليرموك.

## محرر اللغة العربية

د. حفيظة محمود	كلية الآداب والعلوم التربوية
----------------	------------------------------

## تنسيق

هديل أبو صلاح	عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي
---------------	-------------------------------------

## التصميم والخراج

أ. إبراهيم عاشور	دائرة الإعلام والعلاقات العامة.
------------------	---------------------------------

# مجلة الشرق الأوسط لعلوم الاتصال

## مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الشرق الاوسط

### معلومات المجلة

رقم الاجازة لدى دائرة المطبوعات والنشر: رقم الرخصة (م ن إ / 94 / مطبوعة متخصصة / 2021)

رقم الابداع لدى دائرة المكتبة الوطنية ( د / 6814 / 2021)

رقم التصنيف المعياري العالمي:

Print ISSN: 2790 - 5608 Online ISSN: 2790 - 5616

حقوق الطبع والنشر محفوظة

لعمادة الدراسات العليا والبحث العلمي في جامعة الشرق الاوسط

لا يجوز اقتباس أو نشر أو اختزان أي جزء من هذه المجلة بطريقة الاسترجاع أو النقل أو أي الطرق الالكترونية أو الميكانيكية دون الحصول على موافقة خطية مسبقة من رئيس التحرير.

### تعريف بالمجلة

مجلة الشرق الأوسط لعلوم الاتصال هي مجلة علمية مُحكَّمة نصف سنوية تصدر ورقيا وكترونيا عن عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي في جامعة الشرق الاوسط بواقع عشرين في السنة، وتركز أبحاثها المنشورة على علوم الاتصال، ولا سيما في المنطقة العربية، وترحب المجلة بالأبحاث المتميّزة، الاصلية ذات الجودة العالية والقيمة باللغتين العربية، والإنجليزية، ولكن الأفضلية فيها ستكون للأبحاث باللغة الإنجليزية. ويتم تحكيم جميع الأبحاث من قبل مُختصين من ذوي الخبرة بعد حجب أسماء الباحثين والمُحكِّمين.

### أهداف المجلة:

- نشر الابحاث العلمية المحكمة في مجال الاتصال.
- تلبية حاجة الباحثين وطلبة العلم محليا واقليمياً وعالمياً في مجال علوم الاتصال.
- إثراء المكتبات المحلية والعربية والعالمية بالابحاث المتميزة والرصينة.

### مجالات المجلة

مجلة الشرق الأوسط لعلوم الاتصال هي دورية علمية مُحكَّمة، مُتخصِّصة بالدراسات الثقافية في مجال الإعلام، وجميع علوم الاتصال بمختلف فروعها ومجالاتها. وتهتمُّ المجلة بشكل خاص بالدراسات الفلسفية والخطابية والسيميائية واللغوية والسوسيواجتماعية والأنثروبولوجية والإثنوجرافية، وغيرها من المناهج والأطر النظرية والتطبيقية في الإعلام ومختلف أشكال الاتصال الإنساني.

### تعليمات النشر:

1. تخضع الأبحاث لسياسة النشر المفتوح Open Access ، وتكون متوفرة مجاناً على صفحة المجلة في موقع جامعة الشرق الأوسط التي تحتفظ بحقوق النشر الكاملة لجميع الأبحاث والمساهمات المنشورة.

2. لا تتقاضى مجلة الشرق الأوسط لعلوم الاتصال رسوماً على النشر.
3. يجب أن تكون جميع الأبحاث المرسلة للتحكيم من قبل مجلة الشرق الأوسط لعلوم الاتصال أصليّة، وأصيلة، وذات جودة عالية، وتقدّم مساهمة علمية متميزة، وغير معروضة للتحكيم والنشر من قبل أيّ جهة أخرى. ويتعيّن على المؤلف / المؤلفين التعهّد بذلك من خلال نموذج (تعهد لأغراض النشر) يتم توقيعه وإرساله إلكترونياً بعد الموافقة على السّير بإجراءات التحكيم.
4. تقبل مجلة الشرق الأوسط لعلوم الاتصال الأبحاث على شكل ملف (Microsoft Word (doc) أو (docx) باستخدام الخط Times Roman بالحجم 12 مع تباعد الأسطر المزدوجة. ويتم إرسال جميع الملفات عبر البريد الإلكترونيّ إلى: MEJCS@meu.edu.jo
5. يجب أن يتراوح عدد كلمات البحث بين 6000 - 9000 كلمة، وأن يتضمّن البحث مُلخّصاً لا يزيد عن 250 كلمة باللغتين: العربية، والإنجليزية، بصرف النظر عن اللغة التي كُتِبَ بها البحث، و خمس إلى ست كلمات رئيسة / مفتاحيّة.
6. تتبّع قواعد توثيق المراجع والمصادر المختلفة نظام APA (الطبعة السابعة).
7. يتبّع ترتيب المقالات في المجلة سياسة هيئة التحرير، وتعدّ تقارير المراجعين استشارية، ويحتفظ المجلس بالحقّ في عدم نشر أيّ مسودة مقال / مقال.
8. إذا اختار المؤلف سحب مسودته مقاله خلال أو بعد عملية المراجعة / التقييم / التحكيم، فعليه أن يسدّد كلفة مراجعة / تقييم / تحكيم المقال في حال تم تقييمه من قبل المحكّمين.
9. تخضع جميع الأبحاث لفحص الاستلاّل قبل النشر.
10. يمكن للمؤلفين إيداع نسخة نهائية من المقال المقبول للنشر في مراكز الإيداع المؤسسية الخاصة بالنشر، أو تزويدهم بروابط مقالاتهم الإلكترونية.
11. يجب تضمين أسماء المؤلفين والعناوين المؤسسية والانتسابات/أماكن تواجدهم أو عملهم في ملفّ منفصل، بما في ذلك اسم المؤلف المقابل، أو ما يُسمّى بالـ Corresponding Author
12. تحتفظ هيئة التحرير بكافة حقوق الإجراءات أو التغييرات التي يتم عملها على كلّ من أسلوب و/أو أسس ومعايير قبول المقالات.
13. قرارات هيئة التحرير فيما يتعلق بالموافقة / عدم الموافقة على النشر نهائية، وغير قابلة للمناقشة. وتحتفظ هيئة التحرير بالحق في عدم تبرير هذه القرارات النهائية.
14. الآراء الواردة في المقالات المنشورة هي آراء المؤلفين فقط، ولا تعكس بالضرورة آراء جامعة الشرق الأوسط، أو هيئة التحرير الخاصة بالمجلة.

## إشعار حقوق الطبع والنشر

تملك مجلة الشرق الأوسط لعلوم الاتصال حقوق الملكية الفكرية لكل بحث يتم نشره فيها، وعلى المؤلف (المؤلفين) الحصول على موافقة رئيس التحرير المسؤول لأية استخدامات أخرى لهذا البحث.

## تكون المراسلات على العنوان التالي:

عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي  
رئيس هيئة تحرير مجلة الشرق الأوسط لعلوم الاتصال  
جامعة الشرق الأوسط  
هاتف: +96264790222 فرعي: 683 ، 682  
الرمز البريدي: (11831) عمان- المملكة الاردنية الهاشمية  
البريد الإلكتروني: MEJCS@meu.edu.jo  
الموقع الإلكتروني: https://MEJCS.meu.edu.jo

## المحتويات

الرقم	عنوان البحث	الباحث/الباحثون	الصفحة
1	ظاهرة تدفق المعلومات من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لجائحة كورونا من منظور الإعلاميين حديثي التخرج في اليمن	د. منصور المنتصر	7
2	دور المساقات العملية في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط في إكساب خريجها مهارات سوق العمل	د. أحمد عريقات د. رامز أبو حصيرة	26
3	التأهيل الأكاديمي في كليات الإعلام وانعكاساته على الممارسة المهنية (دراسة ميدانية على الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية)	د. رامز أبو حصيرة	54
4	دور مساقات اللغة الإنجليزية في كليات الإعلام في إكساب خريجها مهارات سوق العمل: دراسة تطبيقية على خريجي جامعة الشرق الأوسط	د. مازن الفداوي	88
5	المهارات المُساعِدة في توظيف خريجي كليات الإعلام في سوق العمل من وجهة نظر الإعلاميين الممارسين. دراسة كيفية.	د. محمود الرجبي	120

## ظاهرة تدفق المعلومات من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لجائحة كورونا من منظور الإعلاميين حديثي التخرج في اليمن

د. منصور المنتصر - جامعة صنعاء - اليمن

**The phenomenon of information flow from traditional and  
new media about the Corona pandemic from the perspective  
of newly graduated media professionals in Yemen**

Dr. Mansour Al-Muntasir - Sana'a University - Yemen

## ظاهرة تدفق المعلومات من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لجائحة كورونا

من منظور الإعلاميين حديثي التخرج في اليمن

د. منصور المنتصر - جامعة صنعاء - اليمن

### الملخص

تهدف هذه الدراسة استكشاف الحدود الخارجية لوباء كورونا من جميع وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، التي اهتمت بهذا الحدث بطريقة لم تشهدها وسائل الإعلام سابقاً، باعتمادها على مشاركات المواطنين في إنتاج الأخبار في وسائل التواصل الاجتماعي. كما تهدف هذه الدراسة معرفة كيفية تفاعل الصحفيين حديثي التخرج مع الحدث على المستويين: المهني والشخصي، خاصة مع انتشار المعلومات المضللة والأخبار المفبركة عن فيروس كورونا. وقد اعتمدنا الطريقة النوعية للحصول على معلومات عميقة من العينة التي اختارتها الدراسة، حيث ركزت على الوسائط المتخرجة حديثاً، والتي تنقسم إلى أعداد متفاوتة ومتجانسة من حيث التعليم والتأهيل والخبرة، هذه العينة (21 مفردة) مقسمة إلى ثلاث مجموعات. يقوم الباحث ومساعدته بإجراء الدراسة باستخدام الدليل بعناية لتحقيق أهدافها. ومن النتائج التي أظهرتها الدراسة أن التغطية الإعلامية لجائحة كورونا من حديثي التخرج الذين تفاعلوا وشاركوا في وسائل التواصل الاجتماعي، جعلتهم في حالة من الخوف والرعب والذعر عليهم من الأسرة والمجتمع. وخلصت الدراسة أن الصحفي الجديد واجهته أثناء التغطية ضد فيروس كورونا تحديات عديدة، منها: المعلومات المضللة والأخبار المفبركة، وتقسيم الإعلام المحلي من قبل قادة الحرب.

**الكلمات المفتاحية:** وسائط التغطية، فيروس كورونا، المعلومات المضللة والأخبار المفبركة، تفاعل مع إعلام الخريجين

الجدد، الإعلام التقليدي، الإعلام الجديد.



## **The phenomenon of information flow from traditional and new media about the Corona pandemic from the perspective of newly graduated media professionals in Yemen**

**Dr. Mansour Al-Muntasir - Sana'a University - Yemen**

### **Abstract**

This study aims to explore the external limits of the Corona pandemic in all traditional and new media, which paid attention to this event in a way that the media had not seen before, relying on citizens' participation in the production of news in social media. This study also aims to find out how newly graduated journalists interact with the event on both professional and personal levels, especially with the spread of misinformation and fake news about the Corona virus. The researchers have adopted the qualitative method to obtain deep information from the sample selected by the study, as it focused on newly graduated media, which are divided into varying and homogeneous numbers in terms of education, qualification and experience. This sample (21 singles) is divided into three groups. The researcher and his assistant carefully conducted the study using the guide to achieve its objectives. One of the results of the study showed that the media coverage of the Corona pandemic from recent graduates who interacted and participated in social media made them in a state of fear, horror and panic from family and society. The conclusion of the study is that the new journalist faced many challenges while covering the Corona virus, including: disinformation and fake news, and the division of local media by war leaders.

**Key words:** Coverage media, Corona virus, Misinformation and fabricated news, interact newly graduates journalist's media, Traditional Media, New Media

## مقدمة الدراسة:

تعد ظاهرة التدفق الإعلامي إحدى القضايا التي تم تناولها بحثًا ونقداً وتقييماً في السابق، سواء في مراكز الأبحاث أو في النقاشات على المستويين الإعلامي والمجتمعي في مختلف الدول، فقد ارتبطت تلك الظاهرة بالفجوة بين الغرب والشرق أو بين الشمال والجنوب فيما يتعلق بتدفق المعلومات، خاصة مع تركيز وكالات الأنباء الفاعلة والصحف والمجلات الدولية والقنوات الإذاعية والتلفزيونية الدولية، حيث نشأ وتطور الإعلام في بؤرة القوة الاقتصادية والفاعلين الدوليين على المستوى العالمي، مما خلق هوة في إنتاج المعلومات وتدفعها بصورة غير متكافئة لما يزيد على قرن من الزمن. ومن المهم اليوم أن نلفت الاهتمام إلى تكوّن ظاهرة إعلامية جديدة نشأت وبدأت ملامحها في التشكل نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وإسهامها في إنتاج المعلومات بشكل كثيف وغير مسبوق في التاريخ، وذلك من خلال تناول موضوع بعينه على المستوى العالمي وتدفق المعلومات حوله من مختلف وسائل الإعلام التقليدية والجديدة المحلية والإقليمية والدولية، فقد ظهر لنا هذا جلياً في تغطية بعض الأحداث والتي تم التركيز عليها على المستوى الدولي. ونعتمد أن انتشار فيروس كورونا كان مثالا واضحا لهذا التدفق المعلوماتي الهائل، وتشكل الظاهرة الإعلامية الجديدة، التي وحدت وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية المحلية والإقليمية والعالمية نحو الجائحة، وكأنها انطلقت من مشكاة واحدة. وربما ساعد ذلك فاعلية الحدث على المستوى الدولي وتأثيره على البشرية كلها، وبحسب جامعة جونز هوبكنز فقد بلغ عدد الإصابات أربعمائة وواحد وعشرين مليوناً وتسعمائة وواحد وعشرين ألفاً، كما بلغ عدد المتوفين خمسة ملايين وثمانمائة ألف (www.cornaviurs. jhu.edu \*) حيث هذه الأعداد في ازدياد مستمر خاصة مع استمرار انتشار فيروس كورونا المتحول دلتا أو ميكرون، ومع خطورة الجائحة على المستوى المجتمعي البشري فإنه تم توظيف المعلومات المتدفقة حول الفيروس من قبل البعض في تحقيق مكاسب اقتصادية وسياسية. وبغض النظر عن صحتها من عدمها، فإننا نجد أن المهنيين في مجال الصحافة والإعلام والمواطنين العاديين في مختلف دول العالم أسهموا بشكل كبير في إنتاج هذا الكم الهائل من المعلومات، وتم تناقلها عبر منصات مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام التقليدية، وخاصة فيما يتعلق بأسباب الوباء وخطورته وكيفية الوقاية منه، وكذلك استجابة الحكومات والقطاع الخاص ومنظمات المجتمع المدني في مواجهة انتشار الوباء واتخاذ التدابير اللازمة سواء بالحجر الصحي، والمكوث في المنازل، وعدم الخروج إلا للضرورة بالضروريات. وقد استمر ذلك عدة شهور خلال الموجة الأولى، ثم بدأ تخفيف تلك القيود تدريجياً مع الموجه الثانية، وقد انعكس هذا على زيادة تداول المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي مما خلق تداولها بشكل واسع والتي تضمنت في طياتها معلومات مضللة تم توظيفها لتحقيق مكاسب معينة منها السياسي والاقتصادي والاجتماعي.

## الخلفية النظرية:

## • ملامح تغطية وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لفيروس كورونا:

شكل فيروس كورونا (كوفيد 19) ظاهرة كونية، على مستوى المجتمع الدولي، ذات تأثير مكلف على مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والصحية، ومنها وسائل الإعلام والصحافة. ومع انتشار الفيروس أصبح لدى الجماهير مصادر معلومات متعددة، حيث حدث تحول في النظام الإعلامي مع زيادة التعرض له وفاعلية في الاستهلاك المرتفع للأخبار وزيادة الثقة في الإعلام التقليدي وخاصة التلفزيون، فقد مثلت الفضائيات مصدر الحقيقة للمواطنين والتي يتم ترجيح معلوماته إلى حد ما مع الأخذ في الاعتبار التفاوت بين الأفراد خاصة وأن هناك تأثيرات على ممارسة الديمقراطية حيث زاد اهتمام الناس بالشأن العام والمشاركة فيه بطريقة ما. (Ripolles,2020). وفي بريطانيا أظهرت الاستطلاعات زيادة إقبال الجماهير على متابعة الإعلام التقليدي وعادت شعبية جماهير المذيعين في BBC بعد أن كانت قد تضاءلت وتعرضت لانتقاد لفترة طويلة، لكن مع انتشار وباء كورونا ارتفعت نسب المتابعة للتغطية الإعلامية المكثفة لفيروس كورونا والشأن العام (Das& ahmed,2020). ومع ظهور فيروس كورونا في الصين، التي تعد أكبر شريك عالمي لمختلف دول العالم في التجارة الدولية؛ مما سبب مخاوف حول الإمدادات السلعية لهذه الدول، فنجد مثلاً أن دولة فيتنام القريبة جغرافياً من الصين اتخذت السلطات الرسمية فيها تدابير للوقاية من انتقال الفيروس إليها، وقد انعكست تلك التدابير على وسائل الإعلام الرسمية ومواقع التواصل الاجتماعي والصحافة العلمية. وقد سلطت دراسة ليا وفياتونج (La & Viaong,2020) الضوء على استعداد السلطات الرسمية الفيتنامية لمواجهة فيروس كورونا، وانعكاس هذا الحدث على وسائل الإعلام التقليدية والشبكات الاجتماعية، وذلك من خلال تقديم مصادر المعلومات الموثوقة، وبناء علاقة راسخة بين الحكومة والمجتمع المدني، وتقديم نموذج مثالي. وفي المقابل أجرت لين وبلهيم (lein & plham2020)، دراسة على صحيفة نيويورك تايمز منذ 6 يناير وحتى 15 أبريل (2020)، وحللت (2452) مقالة وتقريراً حول فيروس كورونا في الصين، وذلك تحت عدد من الأطر، مثل: "فيروس كورونا المستجد فيروس صيني مميت، فيروس أوهان، الالتهاب الرئوي في أوهان". وهذا كان سبباً في إثارة الكراهية لدى الأمريكيين تجاه التسيويين وخاصة الصينيين الذين يصفوهم بـ "الخطر الأصفر" واعتبارهم نصف بشر؛ لأنهم يأكلون الفئران ويتجاهلون القانون، وتحملهم مسؤولية نشوء فيروس كورونا، وهذا أجج مشاعر الكراهية تجاه الأجانب بشكل عام، وكذلك عدم الثقة بالحكومة الصينية والعداء نحوها. كما أن الإطار الثاني ركز على "أن الحكومة الصينية مسئولة عن انتشار كوفيد 19"، والتي أخفت الحقائق عن الوباء مع اعتقال الدكتور Liwen Liang وعدم معرفة مصيره، فهو أول من اكتشف فيروس كورونا وحذر من خطورته. كما تم ربط ذلك بإخفاء الصين للحقائق عن الفيروس وخطورته وعدم اتخاذ الحجر الصحي لرعاياها بعدم السفر أو غلق حدودها. وفي دراسة ريبولس (Ripolles,2020) التي ركزت على الديناميكية في النظام الإعلامي وعملية التحول فيه مع انتشار فيروس كورونا وكيف أثر ذلك على ممارسة الديمقراطية، ففي الولايات المتحدة هذا البلد الذي تكون ونشأ فيه النظام الإعلامي المعاصر وتطور وازدهر، أحدث فيروس كورونا شرخاً وتصدعاً في النظام الإعلامي وحركة المعلومات، وكذلك الوضع الديمقراطي، وخلق

صراعا بين الحزبين الجمهوري والديمقراطي وانتهاكا لمبدأ توفير المعلومات للمواطنين الذي يسمح لهم بتكوين رأي عام ويدفعهم للمشاركة السياسية، مع الأخذ في الاعتبار أن وسائل الإعلام تمثل وسيطا بين الدولة والمواطنين، وهذا مبدأ أساس في الديمقراطية، لكن هذا المبدأ الراسخ مع التحول في بنية النظام الإعلامي حاليا أحدث تأثيرات مهمة، ولعل أبرز ملامح ذلك التغيير تم حصره في الآتي:

- أحدثت المعلومات المضللة انقسامًا بين المواطنين مما خلق عدم المساواة خاصة فيما يتعلق بالمعلومات حول كورونا.

- أصبحت وسائل الإعلام تحفز على الاهتمام السياسي والمشاركة في الحياة العامة والمدنية خاصة مع الانقسام الحاد الذي أحدثته فيروس كورونا في كيفية التفاعل معه وخاصة في الوسائط الرقمية.

- تعدد وسائل الإعلام ومنصات مزودي المعلومات زاد من حدة المنافسة الإعلامية والاستحواد على الجمهور؛ مما ساعد على بروز ظاهرة المعلومات المضللة حول الفيروس ومدى خطورته وتأثيراته المختلفة.

وترتبط التغطية الفاعلة والمؤثرة في وسائل الإعلام التقليدي والجديد ارتباطا وثيقا باختيار المواضيع التي لها علاقة مباشرة بالجمهور، كما هو الحال اليوم مع تغطية جائحة كورونا (كوفيد19)، التي عززت اهتمام الجمهور بالشئون الجارية، وزادت من استهلاكه للأخبار، ووطدت من علاقته بوسائل الإعلام بشكل عام، ورفعت من تقييم الجمهور الإيجابي للتغطية، وأدت إلى انضمام فئات المراهقين والشباب إلى متابعة الأخبار، وكذلك الأقل تعليما والمستهلكين العرضيين للمعلومات فقد انضموا إلي المهتمين بالشئون الجارية وجاء ذلك أثناء وباء كورونا (Brennen and et, al,2020).

#### • المعلومات المضللة والكاذبة في تغطية وباء كوفيد 19 في مواقع التواصل الاجتماعي:

لقد أسهم الإعلام الجديد في خلق مجتمع افتراضي يتشكل بصورة أكثر كلما كانت هناك حرية في الوصول للمعلومات وكذلك المشاركة في خلق المعلومات حول مختلف القضايا العامة، حيث كان له الفضل في ديمقراطية المجتمع وتفاعل المواطنين مع قضايا الشأن العام، ولكن تزامن مع ذلك نمو المعلومات المضللة والكاذبة التي بدأت تعكر صفو المجتمع وأخذت اهتماما كبيرا من الخبراء والمهتمين بالإعلام الجديد، فقد أظهرت بعض الدراسات أن جائحة كورونا كشفت عن الكم الهائل من المعلومات الكاذبة والمضللة حول انتشار الوباء وعدد الإصابات والوفيات والمتعافين، وكذلك حول الأودية المتوقعة التي ينصح بها رغم عدم وجود لقاح ناجع كما صرحت به منظمة الصحة العالمية، فقد كشفت دراسة برينر وآخرون (Brennen and et,al,2020) التي أجريت على عينة (2871مقالة) ضمت 225مقالة مضللة تم جمعها في الفترة بين (يناير ومارس) عبر شبكة بونيتير الدولية لفحص الحقائق (First Draft News)، حيث وجد أن هناك نمو سريعا للمعلومات المضللة حول انتشار الوباء وصلت إلى 90% بطرق مختلفة، إذ بلغ إعادة تشكيل المعلومات الحقيقية بطرق ملتوية بنسبة 59%، وأما المعلومات التي تم فبركتها بشكل كلي 38%، ولم تظهر أي معلومات مزيفة تزييفا كليا في عينة الدراسة. فبروز وسائل التواصل الاجتماعي في فضاء المعلومات عبر منصات تويتر وفيس بوك وتيك توك ويبيو والمدونات الصغيرة، ارتبطت بسرعة انتشار المعلومات المضللة بشكل واضح وسرعة تناقلها بين الجمهور (Leng and et,

(al,2020) ، فقد جاءت مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 87% من عينة الدراسة، إذ احتل تويتر الصدارة 59%، ثم يوتيوب 27%، ثم فيس بوك 24%، وكان المواطنون العاديون المصدر الأول 69%، ثم السياسيون 20%، ثم المشاهير، وأغلب تلك المعلومات المضللة جاءت حول إجراءات الحكومة ومنظمة الصحة العالمية 39%، وانتشار الجاليات أو المقيمين 24%، واستخدام الأدوية 24%، وإصابة الممثلين البارزين 23%، ونظرية المؤامرة 17%، وكيفية انتقال الفيروس 16%، وأصل الفيروس 12%، والاستعدادات القائمة 6%، وتطوير لقاح 5% من قبل مختلف المراكز البحثية والشركات الدوائية المصنعة (Brennen and et,al,2020). أما الدلالات المرتبطة بالأحداث السياسية الحكومية التي نتجت عن انتشار فيروس كورونا في الصين وانتقاله في دول العالم المختلفة كان من أبرزها الهجرة الإنسانية على المستوى العالمي وعودة المواطنين المهاجرين إلى أوطانهم، وكان ذلك من أسباب انتشار المرض، وقد انعكس أيضا على انتشار المعلومات المضللة.

### مشكلة الدراسة:

سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن رؤية الإعلاميين حديثي التخرج لظاهرة تدفق المعلومات من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لجائحة كورونا (كوفيد-19)، وتفاعلهم معها، وذلك بمدى معرفتهم للجوانب التي ركزت عليها التغطية للجائحة، وأهم سماتها وخصائصها، وكيف تم توظيف تلك التغطية، كما أن هذه الدراسة سعت إلى معرفة طرق معالجة حديثي التخرج لتلك المعلومات سواء المهنية والموضوعية أم المضللة والمفبركة وأحيانا المتضاربة على المستويين المهني والشخصي؛ مع الكشف عن الفروق الفردية داخل كل مجموعة في العوامل الجانبية التي تقف وراء التفاعل حول المعلومات المتدفقة لجائحة كورونا.

### أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة في تناولها لظاهرة إعلامية جديدة، وهي تدفق المعلومات بشكل هائل على المستوى العالمي من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لموضوع كورونا (كوفيد-19)، خاصة مع ازدياد مشاركة المواطنين في صناعة المحتوى الإعلامي وتغطية الأخبار من خلال منصات مواقع التواصل الاجتماعي وتفاعلهم المستمر. بالإضافة إلى التغطية المتواصلة لجائحة كورونا في وسائل الإعلام التقليدي على مختلف المستويات المحلية والإقليمية والدولية. كما أن هذه الدراسة تكتسب أهمية من خلال تناولها لموضوع مرتبط بالجمهور مباشرة، وبالمخاطر التي تواجه حياته، والحفاظ عليها من خطر الإصابة بفيروس كورونا الوبائي، وكيفية تفاعل المتلقي واستخدامه للمعلومات الهائلة سواء كانت صحيحة أم مضللة لكوفيد-19. وهذه الدراسة تزداد أهميتها من حيث الفترة وتوقيتها فقد أجريت مع عودة بعض مظاهر الحياة لطبيعتها مع تخوف من الموجة الثانية للجائحة التي يعتقد الخبراء أنها أشد في الانتشار وزيادة عدد الإصابات بالفيروس، كما أن هذه الدراسة تعد من الدراسات الأولى لتناولها شريحة من الإعلاميين حديثي التخرج ورجال الإعلام في المستقبل في معرفة كيفية معالجتهم المعلومات بشكل إيجابي والتحرري عن مصادرها ومصداقيتها. وتعد هذه الدراسة إضافة علمية جديدة لتناولها ظاهرة إعلامية جديدة وهي تركيز مختلف وسائل الإعلام التقليدي والجديد لجائحة كورونا على المستوى العالمي ومشاركة المواطنين بشكل لم يسبق له مثيل.

**أهداف الدراسة:**

- الكشف عن قدرة عينة الدراسة من الإعلاميين حديثي التخرج على تمييز نوعية المعلومات من حيث موضوعيتها ومدى صحتها وكذلك المضللة والمفبركة.
- تقييم مستوى المعرفة لدى عينة الدراسة بالتداعيات التي خلقتها كورونا على المستوى الاقتصادي والسياسي والصحي والاجتماعي والتعليم وغيرها.
- الكشف عن طرق معالجة الإعلاميين حديثي التخرج مع المعلومات الهائلة حول وباء كورونا، ومدى تفاعلهم معها على المستوى المهني من حيث النشر والمشاركة في وسائل الإعلام التقليدية والجديدة.
- التعرف على أنماط استجابة العينة لتلك المعلومات حول الجائحة على المستوى الشخصي من حيث أخذ الاحترازا وطرق الوقاية ومشاركتهم المجتمع.

**أسئلة الدراسة:**

- ما تقييم عينة الدراسة للمعلومات الهائلة حول جائحة كورونا بحسب موضوعيتها ومهنتها؟
- ما مدى وعي عينة الدراسة بالتداعيات التي ترتبت على انتشار وباء كورونا على مختلف النواحي الاقتصادية والاجتماعية والصحية والسياسية والتعليمية وغيرها؟
- كيف تفاعل أفراد العينة من الإعلاميين حديثي التخرج مع المعلومات الهائلة حول كورونا على ممارستهم المهنية الإعلامية؟
- ما أنماط استجابة عينة الدراسة للمعلومات حول جائحة كورونا على المستوى الشخصي؟

**منهجية الدراسة:**

استخدمت هذه الدراسة المنهج الكيفي النوعي للكشف عن ظاهرة تدفق المعلومات الهائلة من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، وذلك من حيث نشأتها وتطورها، والكشف عن العوامل والأبعاد الاجتماعية التي تتفاعل معها الظاهرة الإعلامية الجديدة، وكيفية تفاعل المتلقي من الإعلاميين حديثي التخرج مع تلك المعلومات وأنماط استخدامها. ويعد استخدام المنهج الكيفي أداة فاعلة في تشخيص الظاهرة بصورة عميقة ودقيقة؛ لأنها تركز على العوامل الجانبية، بالإضافة إلى العوامل الأساسية التي تحدد ملامح الظاهرة واتجاهاتها وانعكاساتها على مختلف الأصعدة.

**عينة الدراسة ومجتمعها:**

تم اختيار عينة عمدية من الإعلاميين حديثي التخرج، وذلك بتطبيق الدراسة عليهم في مجموعات نقاش مركزة في مجموعات متجانسة في السن والمؤهل الأكاديمي والخبرة المهنية إلى حد ما، وهم من خريجي قسم الإذاعة والتلفزيون/كلية الإعلام/جامعة صنعاء/اليمن. وتتراوح أعمارهم بين (22-23) سنة، وتم اختيار أفراد العينة باعتبارهم حديثي التخرج، وما زالوا في بداية مشوراهم المهني، وممارستهم لعملهم الإعلامي، والانضواء تحت مؤسسات إعلامية لها سياستها

الخاصة بالإضافة إلى حجم التدفق الهائل للمعلومات من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة حول جائحة كورونا، خلق لديهم تحديات كبيرة في ممارستهم الموضوعية في صياغتهم لرسالتهم الإعلامية، وتم إدارة النقاش من قبل الباحث نفسه من أجل رصد التفاعلات وردود الفعل التلقائية خلال تصاعد النقاش إلى الذروة للحصول على المعلومات بشكل تفاعلي وعصفي ذهني.

حيث تم تقسيم المبحوثين إلى ثلاث مجموعات، والتي حدد عددها بعض الخبراء والباحثين بين (3-5) مجموعات حيث تم الاكتفاء بالحد الأدنى، كما راعى الباحث أن يكون عدد الأفراد داخل كل مجموعة مختلف العدد بين الحد الأدنى والأعلى، والتي حددها بعض الخبراء، مثل بركات عبدالعزيز، بين (5-13) مفردة، وذلك من أجل إدارة النقاش بصورة تفاعلية وتصاعدية، والتعرف إلى الفروق في عدد المبحوثين داخل كل مجموعة فيما يتعلق بالفاعلية وجودة النقاش وتصاعد مساره بشكل مناسب، حيث تم مراعاة اختيار المكان المناسب، وتهيئة ظروف إجراء النقاش مع إعداد بطاقات محاور ودليل النقاش بعناية، واستخدام جهاز تسجيل للحوار بعد أن أبدى أفراد العينة عدم اعتراضهم على تسجيل النقاش، وكذلك تم تدوين أهم المعلومات وردود الفعل التلقائية التي يُبدئها المبحوثون من قبل الباحث بدرجة رئيسة ومساعد آخر للباحث، وكان عدد المجموعات (3) مجموعات لعينة عددها (21) مبحثاً، وتم إجراء البحث في الفترة (15، 14، 13\9\2020)، حيث تم اختيار هذه الفترة الزمنية لأن انتشار كورونا فيها كان في ذروته، ومع ذلك بدأت تتراجع التغطية الإعلامية. ففي الوقت الذي كانت الجائحة فيه تنتشر بشكل كثيف في بعض الدول، خاصة في الهند والولايات المتحدة الأمريكية وبعض الدول الأوروبية، بدأت دول أخرى، ومنها اليمن تطبيع الأوضاع بعد الحجر الذي اتخذ أثناء انتشار فيروس كورونا.

### أدوات جمع البيانات:

تم إجراء الدراسة على عينة من الإعلاميين حديثي التخرج من خلال مجموعات النقاش المركزة؛ فمنهجية جمع المعلومات عبر هذه الآلية التي تنفرد بتوسعها في كشف معلومات جانبية وعوامل ذات تأثير كبير على الحصول على نوعية المعلومات من وسائل الإعلام التقليدية أو الجديدة قلما نجدها في الاستبانات العادية، حيث تم رصد ظاهرة تدفق المعلومات من خلال تتبع التغطية الإعلامية لجائحة كورونا، واستخدام الملاحظة العامة وتدوينها في شكل محاور أساسية؛ وذلك من أجل تحديد اتجاه تلك الظاهرة وتطوراتها، مع الاستفادة من الدراسات المختلفة التي تناولت فيروس كورونا، وكذلك التقارير الرسمية واستطلاعات الرأي العام لبعض المراكز الدولية حول فيروس كورونا، واستخلاص أهم الملامح الرئيسية لاتجاه تلك الظاهرة، مع الاستفادة من عرض دليل المناقشة على عدد من الخبراء والمتخصصين لمعرفة مدى قدرتها على قياس أهداف البحث وفاعلية أداة جمع المعلومات باستخدام الدليل المعد من قبل الباحث في عملية تطبيق الدراسة<sup>1</sup>.

• السادة المحكمين: أ.د. / هويدا مصطفى، أ.م.د/ محيب الشميري

## مناقشة نتائج الدراسة:

## أولاً: رأي المبحوثين نحو التدفق المعلوماتي لجائحة كورونا:

أظهرت نتائج النقاش، في مجملها مع المجموعات المختلفة لعينة الدراسة، أن حجم المعلومات هائلة حول جائحة كورونا التي تعرضت لها أفراد العينة، مما أحدث لديهم ارتباكاً وتشويشاً، خاصة أن مصادرها متعددة ومتنوعة، وكانت متدفقة، بشكل كبير، من الإعلام الجديد، وكذلك من وسائل الإعلام التقليدية، خاصة الفضائيات العربية التي كانت تبث باستمرار معلومات متعلقة بتطور انتشار Covid-19، وبما هي الفيروس والإجراءات الاحترازية والمخاطر التي من المحتمل أن يتعرض لها الأفراد في حالة عدم الأخذ بالاحترازية الإجرائية اللازمة لتفادي الإصابة بالفيروس.

و أكد أغلب أفراد العينة في مختلف المجموعات أن الفضائيات العربية التي أفردت بثاً مباشراً هي التي حظيت باهتمامهم، ويؤكد (م في ج2\*2<sup>2</sup> أن الفضائيات التي كانت في الدرجة الأولى، هي: الجزيرة، والعربية، وقناة الحدث. أما القنوات الأخرى فقد جاء اهتمامهم بها بشكل عرضي). بينما يرى آخر (ي في ج2، أن التغطية المكثفة للجائحة جعل مشاهدتهم للفضائيات يزداد بشكل كبير سواء داخل العائلة أو خارجها). وكانت المواقع الإلكترونية المختلفة ومواقع التواصل الاجتماعي أكثر كثافة في تغطية جائحة كورونا، ولعل أبرز تلك المواقع التي تعرضت لها أغلب أفراد العينة هو موقع الصحة العالمية إحدى المواقع الرئيسية التي اعتمدت عليها أغلب أفراد العينة، رغم بعض التحفظات على بعض المعلومات المتضاربة لتصريحات مسؤولي المنظمة، التي أبدأها بعضهم، خاصة في بعض المعلومات المتناقضة كاستخدام بعض الأدوية وما يتعلق بحقيقة الفيروس.

ولعل من أهم ملامح ظاهرة تدفق المعلومات، التي شكلت ظاهرة إعلامية فريدة، التغطية الكثيفة والجزيرة لمختلف وسائل الإعلام عالمياً، وتعدد مصادرها في تغطية نفس الموضوع Covid-19، وأظهر أفراد العينة في مجموعات النقاش المركزة مصداقية وثقة أعلى في أخبار الفضائيات الإخبارية العربية التي حظيت بمستوى ثقة أعلى، ومثلت لهم مصدراً للتحقق من مصداقية المعلومات التي يتعرضون لها من وسائل الإعلام الأخرى، خاصة الحكومية والمحلية اليمنية، ويعزز هذا الموقف بعض أفراد العينة في مجموعة أخرى، حيث يؤكد (أ في ج3، أن التغطية الإخبارية في الفضائيات العربية تطورت شكلاً ومضموناً في تناولها لجائحة كورونا، واكتسبت بطلاً جديدة في عرض البيانات وخاصة مع تطور صحافة البيانات، مثل: قناة الجزيرة، والعربية، والحدث، وغيرها؛ مما جعل الجمهور يتجه بشكل لافت نحو تلك القنوات)، فقد كان هذا الاهتمام العالمي بموضوع انتشار الوباء محفزاً على إنتاج معلومات هائلة ذات ثراء إعلامي وبأشكال برمجية متعددة، كما رأى أفراد العينة في مجموعات النقاش المركزة أن تلك المعلومات رغم غزارتها وكثافتها لم تخلق الوعي الكافي خاصة لدى الناس المحليين في اليمن الذي ينكر بعضهم وجود هذا الوباء أو أنهم يتجاهلونه، لكن، في الوقت نفسه، هناك وعياً لدى بعضهم الآخر بمعرفة الوباء وتطوراتها، وأن تلك المعلومات كانت كافية. وبينت نتائج النقاش في مجملها العام أن

• الحروف المفردة هي اختصار لأسماء أفراد العينة مثلاً (م) بينما حرف الجيم (ج) هو رمز للمجموعة ورقمها



من أبرز ملامح تلك الظاهرة هو التنافس على السبق الصحفي والإعلامي للإحاطة بكل جديد عن تطورات كورونا والتحديث المستمر؛ مما خلق تضخماً للأخبار عند تناقلها من وسيلة لأخرى مع بعض التعديلات البسيطة أو تلوينها بما يتناسب مع سياسة الوسيلة الإعلامية التي تعيد بثها بما يشبه كرة الثلج، كما أن تدفق المعلومات كان متعدد الاتجاهات ولم يقتصر على المؤسسات والهيئات الإعلامية المعتبرة، وإنما شكل المواطنون مصدراً ضخماً لصناعة المعلومات والأخبار حول كورونا من خلال رواية القصص سواء عن أنفسهم وعوائلهم أو ما يدور في محيطهم. كما رأى أغلب أفراد عينة الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي احتلت الدرجة الأولى من حيث الغزارة في إنتاج المعلومات وتدفعها، والتي مثلت أحياناً مصدراً مهماً للأخبار الإعلام التقليدي، وحظي الفيس بوك باهتمام كبير، ثم تويتر ويوتيوب وتيليجرام والمواقع الإلكترونية، خاصة مواقع منظمات دولية معينة في الصحة العامة.

### ثانياً: طبيعة المعلومات المتدفقة حول جائحة كورونا:

كشفت نتائج الدراسة العامة، في مجملها لمختلف مجموعات النقاش المركزة، أن التغطية الإخبارية لجائحة كورونا كانت مركزة، في الدرجة الأولى، على عدد الإصابات وارتفاعها والأرقام التي وصلت إليها على مستوى دول العالم منفردة أو مجتمعة، وخاصة تلك التحديثات المباشرة سواء من مصادر رسمية أو مستقلة، وتباينت آراء أفراد العينة داخل كل مجموعة نقاش من حيث اهتمامهم الخاص في جزئية معينة من الوباء حيث أبدى بعضهم أن الوفيات كانت تحظى لديهم باهتمام أكبر حيث يركز أحد أفراد العينة (م في ج2)، على عدد الوفيات لأن المعلومات حولها كانت متضاربة بين التقارير الرسمية والمستقلة، وكذلك مدى خطورة هذا الوباء على الإنسان كما أن هناك تضارباً في التقارير العلمية حول معدل الوفيات التي كانت في البداية تشير إلى 1%، ثم 5%، ثم 10%، وهذا ما خلق نوعاً من الشك حول الفيروس). وهناك اهتمام بمستوى أعلى بعدد الإصابات، ويرجع بعض أفراد العينة، داخل مجموعات النقاش المركزة، ذلك الاهتمام إلى متابعة التحديثات التي تربطهم بآخر التطورات حول انتشار الفيروس، وعدد الإصابات به على مختلف المستويات المحلية والإقليمية والدولية، وهذا ما يكسبهم التفوق المعرفي باعتبارهم إعلاميين ومتخصصين، فهم أصبحوا معنيين بتزويد البيئة المحيطة بهم بالمعلومات الجديدة عن الجائحة، وشكلت الأرقام المحدثة وسيلة للتواصل مع الآخرين بنوع من الثقة. وهنا يشير أحد أفراد العينة، (ن، في ج1، إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي جاءت بدرجة كبيرة من حيث الاعتماد عليها للحصول على المعلومات حول الجائحة، خاصة أن هناك مجموعات أنشئت حول المعلومات الخاصة بكورونا ويتم تحديث معلوماتها أولاً بأول ونقل تجارب المصابين والأعراض التي صاحبها الإصابة والإجراءات التي اتخذوها للتعافي من الفيروس). كما يؤكد آخرون أن المجموعات الفاعلة في مواقع التواصل الاجتماعي شكلت مصدراً مهماً لمعلوماتهم، حيث يرى (ح في ج3)، أن مجموعات الواتس وتيليجرام والمواقع الإلكترونية، كموقع منظمة الصحة العالمية، تعد من أكثر المصادر التي تم الاعتماد عليها حول كورونا، لأنها كانت ترفق روابطاً لأخبارها، فاتجه الناس في هذه الفترة إليها أكثر من غيرها). ونتيجة للظروف التي تمر بها اليمن من حرب، وانعدام للخدمات الأساسية، خاصة الكهرباء ومشتقات الطاقة فقد تم الاعتماد على الإعلام الجديد بشكل اضطراري، وهي حالة فريدة، ربما لامتثال لها في بلد آخر، حيث يؤكد أحد أفراد العينة

ن في ج 1، أنه اعتمد كلياً على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات، وذلك لظروف النزوح إلى الريف وعدم توفر الكهرباء، وأنه اكتفى بالمعلومات عن الفيروس من خلال تغطية المواقع الإلكترونية أو تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي وما يتم تداوله فيها حتى مشاركته الإعلامية كانت من خلال تلك المواقع).

### ثالثاً: تفاعل الإعلاميين حديثي التخرج مع معلومات جائحة كورونا:

لقد مثلت المعلومات الهائلة المتدفقة في تغطية جائحة كورونا من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة- بشكل كثيف -تحدياً لأفراد العينة من الإعلاميين حديثي التخرج، حيث أكد أفراد العينة في مجموعات النقاش المركزة أن تفاعلهم تطلب جهوداً في البحث عن الحقيقة حول الوباء وبطريقة موضوعية من خلال التماس المعلومات من مصادر متعددة وموثوقة سواء كانت عربية أو أجنبية متجنبين المصادر المحلية مع التأكيد على المصادر الدولية ومواقع منظمات ومؤسسات دولية معنية ومهتمة. واختلف تفاعل أفراد العينة مع تلك المعلومات حيث أشار أحد أفراد العينة (ف في ج 1، أنه اعتمد على تصنيف المصادر من وسائل إعلام مختلفة)، بينما رأى آخر (ع في ج 3، أن هناك تضارباً بين مصادر المعلومات الرسمية ومصادر المعلومات الدولية حيث هناك تناقض في عدد الإصابات والوفيات)، ويؤكد كذلك (ش في ج 1، أن تلك المعلومات كانت كسلعة تسويقية لبعض المنتجات المتوقع نجاحها في تحقيق الوقاية من كورونا ويتم تداولها من وسائل إعلام كثيرة عربية، كأنواع من الفيتامينات وبعض وصفات عشبية، وحتى بعض الوصفات المحلية اليمنية كفوائد الحلبة، وعرق السوس، والليمون، والثوم والزنجبيل وبعض الوصفات الشعبية مثل الحمر والحلقة)، كما أن تحري مصادر المعلومات الموثوقة مثل التحدي الأكبر لدى أفراد العينة خاصة مع تعدد المصادر وتنوعها التي تتناول موضوع الجائحة، حيث يؤكد أحد أفراد العينة (م في ج 2، أن أغلب المعلومات مضللة حول وباء كورونا وأنه تم استغلالها في تعزيز الأنظمة من خلال دفع الرواتب ودوافع للعاطلين)، ويؤكد آخر (أ في ج 2، أن تفاعله مع تلك المعلومات كان يتم من خلال تحري المصادر الموثوقة ثم إعادة نشرها في مواقع التواصل الاجتماعي حول الوباء وتداعياته خاصة تلك المواقع الأجنبية باعتبارها مهنية وموضوعية أكثر من المواقع العربية أو المحلية اليمنية)، ويرى أحد أفراد العينة أن التفاعل مع التغطية الإعلامية كان متشابهاً خاصة في الاعتماد على قنوات خاصة، حيث يقول: (ح في ج 2، إن التفاعل مع المعلومات كانت متشابهة بينه شخصياً وبين الآخرين حيث يتم الحصول على المعلومات من القنوات التلفزيونية، الجزيرة مثلاً أو CNN مع التأكيد على تلك المعلومات ولو بعرضها بشكل مختلف). وبالنسبة للتفاعل مع الإعلام الجديد فقد كان بدرجة عالية حيث أظهر أغلب أفراد العينة، في مجموعات النقاش المركزة، المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي بوسائط متعددة مع اعتمادهم على مصادر موثوقة وموضوعية مثل موقع منظمة الصحة العالمية الذي كان مصدراً موثقاً للحصول على المعلومات والتفاعل مع ما ينشره الموقع وإعادة نشره في مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي فنحن نجد اهتماماً بالموضوعية لدى الإعلاميين اليمنيين حديثي التخرج، وهذا يعد خطوة قبل التشكل المهني والتوجهات التي يكتسبها الموظف الحديث من المؤسسة التي يعمل فيها؛ لذلك فالموضوعية تمثل الأهم في العمل الإعلامي والتي تكسب الفرد الاستقلالية في نقل المعلومات الصحيحة والموثوقة وتكسبه المصداقية، وأظهر النقاش أن أفراد العينة كانوا يؤكدون

أن المعلومات الصحيحة حول جائحة كورونا هي التي كان يتم نشرها وتداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي عبر منشوراتهم، وكذلك تداولها في البيئة التي يعيشون فيها، حيث يشير أحد أفراد العينة (ي في ج2، إلى مشاركته في التوعية من خلال نفي الأخبار الكاذبة، والتأكيد عبر نشر الأخبار الصحيحة، ويؤكد ( ن في ج1، نفي الأخبار الكاذبة، خاصة المحلية اليمنية والتي كانت تنفي وجود الفيروس من قبل سلطة صنعاء، وذلك من خلال نشر الفيديوهات والمنشورات والصور التي تدل على وجود الوباء من خلال المنشورات في مواقع التواصل الاجتماعي) وأوضح أحد أفراد العينة أن التغطية المحلية للوباء كانت متناقضة، حيث يرجع (أ في ج2، السبب في انتشار الشائعات والمعلومات المضللة خاصة في مواقع التواصل الاجتماعي في اليمن إلى اتخاذ السلطة قرارا بمنع تداول المعلومات حول كورونا باعتبارها تزعزع الأمن القومي والاستقرار، وهذا أدى إلى انتشار الشائعات حول بعض الحالات أو التهويل بأرقام الإصابات التي وصلت إلى مليون إصابة في الوقت الذي كان إعلام الحوثي يتحدث عن إصابة صومالي وآخر هندي وهكذا..)، وراح بعض آخر من أفراد العينة في تفاعله مع المعلومات ومشاركته في تغطية جائحة كورونا بالكشف عن المعلومات المضللة حول الوباء وأسباب انتشاره وكذلك الوقاية منه وخاصة ما يتعلق بالمعلومات المتعلقة بعدد المصابين والوفيات والمتعافين وإيجاد اللقاح أو الأدوية المستخدمة من الوقاية من وباء كورونا. وهكذا نجد أن أفراد العينة مارست العمل الإعلامي في الإعلام الجديد بشكل كبير وعزفت عن المشاركة في وسائل الإعلام التقليدي، ويرجعها بعضهم إلى المعوقات مثل التوجهات السياسية للسلطة، وكذلك الوساطات المتطلبة للعمل في وسائل الإعلام التقليدي، ومنها كذلك متطلبات الخبرة التي تشترطها تلك المؤسسات حيث تؤكد (ف في ج1، على ذلك بقولها أن الوساطة للعمل ضرورية وليست الكفاءة، وأنها ليست مستعدة للتنازل عن قيمها ومبادئها لصالح بعض التوجهات السياسية)، بينما رأى آخرون تقديس العمل الحر في مختلف الوسائل، مما يعني أننا أمام جيل من الإعلاميين يتجه نحو وسائل الإعلام الجديد وصناعة المحتوى وذلك من خلال إعادة النشر من منشورات وبوستات وأعمال إعلامية موجزة وفيديوهات وصور في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أكد أحد أفراد العينة (و في ج3، أن تفاعله يتم من خلال صناعة فيديوهات ونشرها وذلك بغرض التوعية ونشر المعلومات حول فيروس كورونا بشكل دقيق مستعينا بأحد الأطباء). وهناك كذلك مشاركات من أفراد العينة في نشر بعض الأخبار المحلية اليمنية أو العربية والدولية فيما يتعلق بالوباء كوفيد-19 وكذلك التأكيد على المصادر الموثوقة وكشف المعلومات المضللة حول الجائحة في منشوراتهم على الفيس بوك، وكذلك الواتس آب أو المواقع الإخبارية الإلكترونية. كما أن هناك قلة قليلة من الإناث شاركت في الإذاعة، ولم توجد مشاركات التليفزيونية، وأرجع بعض أفراد العينة ذلك إلى التأكيد على الوضع القائم في اليمن والحرب المستمرة والمعوقات التي تقف أمام حديثي التخرج في ممارستهم للمهنة الإعلامية، وهي كما تؤكد (ع في ج3، أن سبب ذلك يعود إلى التوجهات الأحادية للإعلام المحلي اليمني، كما أن هناك تناقضا في تناول الجائحة في الإعلام المحلي اليمني؛ إذ تعده السلطة في صنعاء مساسا بالأمن القومي لها، وأنه ضمن أدوات العدوان الخارجي لإثارة الرعب والذعر بين المواطنين)، أما التفاعل مع المعلومات الواردة من المدن التي تقع تحت سيطرة سلطة عدن الشرعية اليمنية، فيضيف (ي في ج2، أن الأخبار عن كورونا في المناطق الخاضعة لسلطة عدن كانت ضمن المتاح للعمل الإعلامي، وكانت هناك إحصائيات يومية موجزة عن الإصابات والوفيات والتوعية بمخاطر الوباء مع

استغلله في الصراع مع سلطة صنعاء التي تتهمها بالتستر عن الجائحة وانتشار الوباء، وتحاول نقله إلى المناطق الخاضعة لسلطة عدن مما خلق عائقا في التنقلات بين المحافظات المختلفة وتعسفات إجرائية زادت من معاناة المواطنين). كما أن هناك جوانب مهمة تفاعلت معها أفراد العينة في مجموعات النقاش المركزة، في الممارسة المهنية في نقل الأخبار العاجلة وتحقيق السبق الصحفي سواء كان ذلك بنقل الأخبار من مختلف دول العالم أو ما يتعلق بالأخبار حول الوباء على الصعيد المحلي، ورغم أن هذه الممارسة أوقعت بعض منهم في نقل أخبار تبين لاحقا أنها غير صحيحة، حيث عبر (ع في ج3، أنه شارك في مجتمعه المحلي عبر المجموعات في الواتس والفييس بوك بمشاركة بعض الروابط لبعض المصادر وكذلك في عدد الإصابات وإعادة نشر بعض الفيديوهات حول الجائحة، وكذلك المشاركة ببعض الروابط لبعض المصادر الإخبارية الموثوقة التي يثق بمصداقيتها)، وهناك ما يتعلق بكشف تضليل الإعلام المحلي اليمني الذي ينكر وجود فيروس كورونا ويربطها بالأجنبي والعدوان، بحسب آراء أفراد مجموعات النقاش المركزة، فقد عمل بعض أفراد العينة على كشف تلك الأخبار الكاذبة لبعض وسائل الإعلام المحلية اليمنية سواء التقليدية أم الجديد من دحض الأكاذيب حول الوباء والإشاعات وإنكار وجود الوباء من أصله، وكان الدافع من الإعلاميين حديثي التخرج هو توعية الجمهور بأهمية الوقاية من الوباء واتباع سبل السلامة من خلال اتباع إرشادات منظمة الصحة العالمية والجهات الصحية والطبية الموثوقة، ومثل هذا تحديا كبيرا لهم في أول مشوارهم الإعلامي مما قد يعرضهم للمساءلة أو العنف من قبل السلطات، كما أن هناك تفاعل حول دحض المعلومات المضللة والمتناقضة التي تنشرها وسائل الإعلام العربية حول الوباء وطرق الوقاية أو بعض الأدوية التي لم تثبت صحتها منظمة الصحة العالمية، وكان بعضهم يروجها بغرض الاستغلال التجاري وجني الأرباح الهائلة، ولم يقتصر الأمر على ذلك بل سعت أفراد العينة إلى التأكيد على الأخلاق المهنية في تناول أخبار الجائحة من أجل توعية المواطنين اليمنيين حول الوقاية من الوباء.

**وبالنسبة لتقييم أفراد العينة:** في مجموعات النقاش المركزة- للمعلومات المتدفقة حول وباء كورونا من وسائل الإعلام التقليدي والجديد العربية والدولية، رأى بعضهم أنها تحوي على معلومات مضللة ومفبركة وتم توظيفها في الصراع السياسي الداخلي على مستوى الدولة نفسها أو في التنافس الدولي خاصة بين الصين والولايات المتحدة الأمريكية، حيث تم توظيف تلك المعلومات للتمييز العنصري وخلق الكراهية بين فئات المجتمع على حدة، أو النظرة الدونية بين المجتمعات المختلفة، مثل نظرة الأمريكيين للتسيويين أو النظرة نحو الأجنبي بشكل عام حتى في محيطنا الإقليمي. وهناك من تم استغلال انتشار الجائحة للربح من ناحية اقتصادية في الترويج لبعض السلع أو الأدوية التي لم يثبت صحتها علميا من أجل الاستغلال المادي وجني الأرباح الخيالية، فقد بين (أ في ج3، أن عملية الاستغلال للمستلزمات الصحية من كمادات وقفازات ومعقمات وبعض الفيتامينات جعلت الناس عاجزين عن التحقق من صحة تلك المعلومات أو عدمها حول تلك السلع، ناهيك عن الوضع المادي السيء للناس)، كما يؤكد (ي في ج2، أن أغلب المواقع الإلكترونية المحلية اليمنية انخرطت في إنتاج المعلومات المضللة لإنكار الوباء وتشيتت الانتباه حوله من خلال التهويل أو نشر أرقام عن الإصابات والوفاة المبالغ فيها، حيث عدّ أحد أفراد العينة أن أغلب ما نشرته تلك المواقع المحلية اليمنية أخبارا كاذبة وفتقر إلى المهنية والموضوعية)، وتوالت الانتقادات التي وجهها بعض أفراد العينة لبعض الأنظمة السياسية من خلال

استغلال انتشار الوباء في تنفيذ أهدافها من قمع الحريات وفرض تشريعاتها بإعلان حالة الطوارئ في دول عديدة، كما أن مؤسساتها الإعلامية تنشر المعلومات المزيفة والمفبركة وأخرى متضاربة من أجل تحقيق أغراض سياسية وتعزيز بقائها في الحكم. بينما بعض من أفراد العينة في مجموعات النقاش المركزة، ومنهم (وفي ج3، وع في ج3، حيث أكد أن المعلومات كانت كافية، ولكنها كانت بحاجة إلى ترتيب فقط وإعادة نشرها بصيغة أكثر مهنية). كما أن تقييمهم للمعلومات المتدفقة من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة كان بأنها كافية وأنها خلقت وعيا بالوباء وخطورته وكيفية مواجهة الجائحة والتعليمات والإرشادات الصحية الكافية التي استجابت لها مختلف فئات المجتمع، وطبقت إجراءات الحجر المنزلي والتباعد الاجتماعي واستخدام المنظفات والمطهرات وأدوات الوقاية المختلفة، بل سعت إلى نشر التوعية في محيطها المجتمعي والتطوع من أجل الحفاظ على الأحياء من نقل المصابين وحجرهم وعمل اللازم في الاستطباب والذهاب بهم إلى المستشفى، وأشار- بعض أفراد العينة إلى مبررات ذلك- (ف في ج1، أن المعلومات الكثيفة أحدثت وعيا لدى الناس عن فيروس كورونا وذلك في مختلف فئات المجتمع وأن هذا الوعي لأول مرة يحدث في المجتمع اليمني بغض النظر عن كفاءتها، وكذلك يؤكد (ع في ج3، أن التغطية كانت ناجحة بإيصال المعرفة إلى الناس وكون لديهم وعيا مما جعلهم يشاركون البقية في تلك المعلومات حول الوباء، وبالنسبة لسبب منشئ الفيروس، فهناك اعتقاد أنه بيولوجي وأن الصين تسعى للسيطرة على العالم وأن هناك مؤشرات تدل على ذلك، حيث تم احتواء الفيروس هناك، وتفشيه في بلدان العالم بشكل كبير فلا يستبعد أن يكون الأمر مدبرا من الصين). وهنا نجد أنه تمت الإشادة ببعض وسائل الإعلام المهنية وتغطيتها الموضوعية لانتشار فيروس كورونا، كالإشادة بتقارير منظمة الصحة العالمية التي كانت موضوعية وذات مصداقية، وأما فيما يتعلق بالمعلومات المحلية اليمنية حول بعض المستشفيات التي تقوم بالتخلص من المصابين بفيروس كورونا عبر حقن مميته تم تسميتها (حقنة الرحمة) فقد فاقم المشكلة لدى المصابين بعدم الذهاب إلى المرافق الصحية للتداوي والاستطباب، وكذا ساعد على انتشار الشائعات بشكل كبير فيما يتداوله الناس في اليمن في مواقع التواصل الاجتماعي.

### الخلاصة:

أكدت نتائج الدراسة، في مختلف مجموعات النقاش المركزة، تدفق المعلومات من مختلف وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، وبشكل كبير حول جائحة كورونا، وأن هذه المعلومات كان مصدرها الإعلام الجديد في تغطية جائحة كورونا، وإنتاج المعلومات حولها من المختصين والمواطنين. وأن هذه المعلومات شكلت لهم تحديا كبيرا في معالجتها على الصعيدين المهني والشخصي، وبالنسبة لتعرضهم لوسائل الإعلام المحلية اليمنية لم تتعرض أفراد العينة له بشكل مطلق؛ باعتباره إعلاما منقسما على نفسه بين سلطة صنعاء وسلطة عدن، وتناقض المعلومات التي يغطيها حول الجائحة حيث تنكر جماعة الحوثي وجود الوباء، ورأت أنه جزء من أدوات الصراع التي يتعرض لها، حيث جاءت التداويات الصحية في ظل شح الخدمات الصحية مع عدم قدرة المستشفيات على مواجهة الأعداد المتزايدة نتيجة تزايد الإصابات بكورونا والأمراض التي ظهرت بشكل متزامن، مثل: الطاعون الرئوي، وحمى الضنك وغيرها، وتزايد الوفيات بشكل لافت، كل ذلك حاصر المواطن اليمني وسجنه في حالة نفسية صعبة، وانعكست كذلك التداويات الاجتماعية عليه، حيث انقطاع

الزيارات العائلية والحجر داخل المنازل، مما كان لها آثار سلبية في أغلب الأحيان على العلاقات الاجتماعية، وكان للتداعيات النفسية أثر بالغ في إثارة الرعب والخوف والقلق بسبب انتشار فيروس كورونا، وقد تزامن ذلك مع تزايد التغطية المكثفة للجائحة، خاصة التغطية لمشاهد الموتى، وعملية الدفن، وكذلك صور المرضى في العناية الفائقة، وعدم قدرة المستشفيات في أغلب الدول على مواجهة الأعداد المتزايدة من المصابين بفيروس كورونا، وبالنسبة لتفاعل الإعلاميين حديثي التخرج فقد تفاعلت عينة الدراسة في مجموعات النقاش المركزة مع التدفق الهائل للأخبار والمعلومات حول جائحة كورونا على المستوى المهني، من خلال المشاركة بالمنشورات في مواقع التواصل الاجتماعي من أخبار، وصور، وفيديوهات، سواء كان من إنتاجهم أو من خلال إعادة نشر الأخبار الصحيحة والموضوعية، وكشف الأخبار المضللة والشائعات التي تدفقت، خاصة في ما يتداوله الناس على صفحات الإنترنت، سواء حول الأسباب وطرق الحماية من الفيروس، أو المشاركة بالمعلومات في ما يتعلق بعدد الإصابات والوفيات والمتعافين، وإيجاد اللقاح على المستوى العالمي والمحلي، وكان الذكور أكثر مشاركة من الإناث في إنتاج المعلومات والمشاركة في التغطية الإعلامية لجائحة كورونا، حيث تبين أن الإناث أظهرن عدم التفاعل والمشاركة الفاعلة نتيجة المعوقات التي تفرضها العادات والتقاليد الاجتماعية أو المتعلقة بممارسة الحرية الإعلامية، وأشار أفراد العينة إلى أن تغطية جائحة كورونا كانت تتسم بكثير من المبالغة في ما يتعلق بعدد الإصابات بكورونا وكذلك بعدد الوفيات، وأنها كانت تفتقر إلى المصداقية. وأصبح موضوع كورونا جزءاً من أدوات الصراع والحرب بين الأطراف المتصارعة، وهذا خلق لهم تشويشاً أثناء ممارسة مهنتهم في تناول موضوع كورونا من حيث المهنية والموضوعية، إلا أن بعض أفراد العينة سعى إلى كشف تلك الأخبار الكاذبة في بعض وسائل الإعلام المحلية اليمنية سواء التقليدي أو الجديد، كدحض الأكاذيب حول الوباء والإشاعات وإنكار وجود الوباء من أصله، وكان الدافع من الإعلاميين حديثي التخرج هو توعية الجمهور اليمني بأهمية الوقاية من الوباء واتباع سبل السلامة من خلال اتباع إرشادات منظمة الصحة العالمية والجهات الصحية والطبية الموثوقة، و يعد مثل هذا السلوك تحدياً كبيراً لهم في أول مشوارهم الإعلامي؛ مما قد يعرضهم للمساءلة من قبل السلطات، كما أن هناك تفاعلاً حول دحض المعلومات المضللة والمتناقضة في ما تنشره وسائل الإعلام العربية حول جائحة كورونا وطرق الوقاية أو بعض الأدوية التي لم تثبت صحتها من منظمة الصحة العالمية، وهكذا نجد أن أفراد العينة مارسوا العمل الإعلامي في الإعلام الجديد بشكل كبير، وعزفوا عن المشاركة في وسائل الإعلام التقليدي، كما سعى أفراد العينة إلى التأكيد على الأخلاق المهنية في تناول أخبار الجائحة من أجل توعية المواطنين اليمنيين حول الوقاية من الوباء. وبالنسبة لتقييم العينة في مجموعات النقاش المركزة للتغطية الإعلامية لوسائل الإعلام المحلية والمعلومات المتدفقة حول وباء كورونا كان سلبياً بدرجة كبيرة وأنهم لم يتفاعلوا معه، وركزت مشاركتهم فيه على الأخبار المتوافقة مع الفضائيات العربية والدولية، وكذلك اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى العربي، ونادراً ما يتم التفاعل مع ما ينشره مستخدمو تلك المواقع على المستوى المحلي اليمني، رغم مشاركتهم وإسهامهم فيها، وبررت عينة الدراسة ذلك بفقدان الإعلام المحلي المصداقية والموضوعية، وتوجيهه في خدمة أهداف أطراف الصراع دون أدنى مسئولية نحو المجتمع من خطورة الوضع مع استثناء بعض الأصوات في المجتمع المدني اليمني.

## المقترحات:

- تنمية مهارات الإعلاميين حديثي التخرج على الممارسة التطبيقية والتدريب المستمر؛ بما يعزز لديهم المسؤولية الاجتماعية فيما يتناولونه في تقاريرهم وموضوعاتهم ملتزمين بالموضوعية والمصداقية.
- تطوير المؤسسات الأكاديمية والتدريبية والإعلامية على حد سواء، بما يواكب التطورات التقنية المتلاحقة.
- إجراء دراسات تتبعه للظواهر الإعلامية الحديثة الناشئة عن تناول مختلف وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لبعض الأحداث البارزة على المستوى العالمي؛ للتحقق من سماتها وكيفية عملها في الجماهير.
- إجراء دراسات فيما يتعلق بجائحة كورونا وتأثيرات الإعلام مع الموجات المختلفة الخاصة بالفيروس لقياس التأثيرات السلوكية للفئات المجتمعية المختلفة في مجتمعات عديدة، خاصة أنها قليلة الاستخدام في الوطن العربي لتعقد آلياتها واحتياجها إلى خبرات متقدمة.

## References

- Brennen, J. S., Simon, F., Howard, P. N., & Nielsen, R. K. (2020). **Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation.** *Reuters Institute*, 7(3), 1.
- Brindha, M. D., Jayaseelan, R., & Kadeswara, S. (2020). **Social media reigned by information or misinformation about COVID-19: a phenomenological study.** *Alochana Chakra Journal*, 9(5), 585-602.
- Casero-Ripollés, A. (2020). **Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak.** Casero-Ripollés, Andreu (2020). **Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak.** *El profesional de la información*, 29(2), e290223.
- Das, R., & Ahmed, W. (2020). **Despite concerns, COVID-19 shows how social media has become an essential tool in the democratisation of knowledge.** *Impact of Social Sciences Blog*. <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>
- Jamieson, K. H., & Albarracin, D. (2020). **The Relation between Media Consumption and Misinformation at the Outset of the SARS-CoV-2 Pandemic in the US.** *The Harvard Kennedy School Misinformation Review*.
- La, V.-P., Pham, T.-H., Ho, M.-T., Nguyen, M.-H., P Nguyen, K.-L., Vuong, T.-T., . . . Vuong, Q.-H. (2020). **Policy response, social media and science journalism for the sustainability of the public health system amid the COVID-19 outbreak: The Vietnam lessons.** *Sustainability*, 12(7), 2931.
- Leng, Y., Zhai, Y., Sun, S., Wu, Y., Selzer, J., Strover, S., . . . Ding, Y. (2021). **Misinformation during the COVID-19 outbreak in China: Cultural, social and political entanglements.** *IEEE Transactions on Big Data*, 7(1), 69-80
- Lin, shasha, and plham, hien, (2020) **:(who's playing the Plame Game an analysis of Media Framing of China and Covud-19 in the New York Times)** *Hcagrads hypotheses org/02966*, available in Internet, The date search in 26/8/2021.
- The Harvard Kennedy School, *Misinformation Review*, V.1, (2020): **Special Issue on Covid19 and Misinformation (without name).**



د. منصور المنتصر - جامعة صنعاء - اليمن ، [mans1121@yahoo.com](mailto:mans1121@yahoo.com)

## دور المساقات العملية في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط في إكساب خريجيها مهارات سوق العمل

الدكتور أحمد عريقات، جامعة الشرق الأوسط  
الدكتور رامز أبو حصيرة، جامعة الشرق الأوسط

### **The role of practical courses in the Faculty of Media at the Middle East University in providing graduates with labor market skills**

Dr. Ahmad Oreqat – Middle East university  
Dr. Ramez Abuhasirah – Middle East university

## دور المسابقات العملية في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط في إكساب خريجيها

### مهارات سوق العمل

الدكتور أحمد عريقات، جامعة الشرق الأوسط

الدكتور راز أبو حصيرة، جامعة الشرق الأوسط

### الملخص

هدفت الدراسة التعرف إلى دور المسابقات العملية في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط في إكساب خريجيها مهارات سوق العمل الإعلامي، واستندت الدراسة إلى منهج مسح جمهور وسائل الإعلام، بالتطبيق على عينة عمدية قوامها (48) مفردة من خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية، وأظهرت نتائج الدراسة أن إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب الخريجين للمواصفات المطلوبة في سوق العمل جاء بدرجة مرتفعة، حيث تمثلت أهم هذه المواصفات في "المظهر اللائق والمقبول" بوسط حسابي (2.69)، و"قوة الشخصية" بوسط حسابي (2.58)، بينما جاء إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب الخريجين للمهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي بدرجة مرتفعة، حيث تمثلت أهم هذه المهارات في "القدرة على جمع البيانات والمعلومات من مصادرها المختلفة بسهولة" بوسط حسابي (2.54)، و"إتقان اللغة العربية" و"الدقة والموضوعية في تناول الإعلامي" بوسط حسابي (2.46) لكل منهما، وخلصت الدراسة إلى ضرورة إعادة النظر في المقررات الدراسية العملية في كليات الإعلام، بحيث تسهم في توعية الطلبة وتوجيههم بحاجات السوق الإعلامي الجديد ومتطلباته في العصر الرقمي.

**الكلمات المفتاحية:** المسابقات العملية، خريجي كلية الإعلام، مهارات سوق العمل

## **The role of practical courses in the Faculty of Media at the Middle East University in providing graduates with labor market skills**

**Dr. Ahmad Oreqat – Middle East university**

**Dr. Ramez Abuhasirah – Middle East university**

### **Abstract**

The study aimed at identifying the role of the practical courses at the Faculty of Media at the Middle East University in providing its graduates with skills in the media labor market. The study adopted the media audience survey method. A questionnaire was distributed to an available sample of (48) graduates of the Faculty of Media at Middle East University who practice the media profession. The results showed that practical study courses' contribution to providing graduates with the required specifications in the labor market came to a high degree, as the most important of these specifications were: "decent and acceptable appearance", with a mean of (2.69), and "personal strength" with a mean of (2.58). In contrast, the practical study courses' contribution to providing graduates with the required professional skills in media professionalism was of a high degree, as the most important of these skills were: "the ability to collect data, information from different sources easily" with a mean of (2.54), and "Proficiency in the Arabic language" and "Accuracy, objectivity in media" with a mean of (2.46) for each. The study concluded that it is necessary to reconsider the practical curricula in media faculties to contribute to educating and guiding students in terms of the needs and requirements of the media market in the digital age.

**Key words:** practical courses, Faculty of Media graduates, labor market skills.

## المقدمة:

فرضت التطورات المتسارعة التي شهدها القرن الحادي والعشرين اهتمامًا كبيرًا بالمهارات الضرورية اللازمة للنجاح في ممارسة العمل الإعلامي؛ لذا أصبحت هناك حاجة لمواكبة تلك المهارات في المنظومة التعليمية الإعلامية، وإحداث تحول جذري في السياسات التعليمية، وبناء الخطط والمناهج الدراسية التي تواكب سوق العمل، من أجل إعداد طلبة قادرين على التعامل مع طبيعة تلك التطورات، من خلال بناء المعارف والمهارات العلمية والعملية وتنميتها؛ مثل مهارات حل المشكلات، والتفكير الناقد الابتكاري والإبداعي، وتنمية مهارات التعلم الذاتي، ومهارات التواصل الفعّال، ومهارات البحث والتعاون، وإدارة المهارات الحياتية والمهنية، التي تبرز روح العمل داخل الفريق، والقدرة على القيادة والإدارة وتحمل المسؤولية، وصقل الشخصية، وغرس الثقة، والمواطنة الرقمية، وبناء روح الإبداع والمهارات التقنية وغيرها (أحمد، 2020).

وتُعد المسابقات العملية في كليات الإعلام بالمؤسسات الأكاديمية جزءاً لا يتجزأ من المنظومة التعليمية في مسار الطالب الجامعي خلال مرحلته الجامعية، إذ تؤدي هذه المسابقات دورًا مهمًا في إكساب الطلبة المعارف والمهارات اللازمة التي تسمح له بممارسة العمل الإعلامي في المستقبل؛ فيكتسب الطلبة خلال هذه المسابقات المهارات الفنية والتقنية، إلى جانب التعرف إلى كيفية توظيف التكنولوجيا والتقنيات والتطبيقات والأدوات الحديثة في إنتاج المواد الإعلامية سواءً في مجال التحرير الصحفي في الصحافة المكتوبة أو الإلكترونية أو في إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية وإعدادها، وغيرها من المهارات المرتبطة بعملية الإنتاج الإعلامي.

ولكي تتمكن المؤسسات الإعلامية الأردنية من إكمال دورها في تقديم أداء إعلامي محترف يعتمد على ممارسة إعلامية ناجحة؛ فعليها أن تُكمل دور المؤسسات الأكاديمية في تأهيل إعلاميها وتدريبهم، وخصوصًا الجُدد منهم، وتُنظم برامج تدريبية مستمرة من أجل رفع مستواهم وإكسابهم القدرة على أداء مهامهم، كما يجب أن تخرج من إطار التفكير التقليدي الذي يرى أنّ الممارسة الإعلامية الناجحة تنطلق من ممارسة العمل اليومي، ولا يرتبط بالمعرفة والمهارات التي يحصل عليها الإعلامي خلال مرحلة تأهيله الأكاديمي، إذ إنّ من الخطأ الكبير اعتبار أنّ الممارسة المهنية اليومية والخبرة العملية، تُغني عن التأهيل، أو أنّ التأهيل دون ممارسة مهنية قد يوصل الطلبة إلى ممارسة إعلامية مهنية مقبولة؛ فهذه مسؤولية مشتركة ولا تتم إلا بالتكامل فيما بينهما.

وبناءً على ما سبق، فإنّ الممارسة الإعلامية، تتركز في الدرجة الأولى على ما يكتسبه الطالب من معرفة ومهارات خلال مرحلة دراسته الجامعية؛ فالطلبة بحاجة إلى تأهيل أكاديمي متكامل يجمع بين الجانبين النظري والتطبيقي، من أجل ممارسة مهنة الإعلام بكفاءة، لذلك تأتي هذه الدراسة للتعرف إلى دور المسابقات العملية في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط في إكساب خريجها مهارات سوق العمل الإعلامي.

**مشكلة الدراسة:**

أدى الانتشار الكبير للمؤسسات الإعلامية وتطورها في الأردن؛ إلى فتح الأبواب أمام طلبة كليات الإعلام للانخراط في سوق العمل، حيث كان للتطور الحتمي للتقنيات التكنولوجية وبرامجها المتعددة في الإنتاج الإعلامي، دور كبير في ضرورة امتلاك طلبة الإعلام مهارات متنوعة من مهارة الكتابة والتحرير، والتصوير، والمونتاج، واستخدام الموبايل في إنتاج المحتوى الإعلامي، حتى يتمكنوا من المنافسة في سوق عمل يتواجد فيه عدد كبير من خريجي كليات الإعلام. وبناءً على ما سبق، وفي ضوء ضرورة تطوير كليات الإعلام لمناهجها الدراسية وخططها بما يتماشى مع متطلبات سوق العمل الإعلامي، وفي ضوء ندرة وجود دراسات أردنية ذات صلة مباشرة بأهمية المسابقات العملية في كليات الإعلام، فإن مشكلة الدراسة تتمثل في السؤال الآتي: **ما دور المسابقات العملية**

**في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط في إكساب خريجيها مهارات سوق العمل؟****أهمية الدراسة:****أهمية علمية:**

1. تكمن أهمية الموضوع محل الدراسة في ظل ندرة الدراسات على المستوى الأردني التي تناولت العلاقة بين المسابقات العملية في كليات الإعلام، ومهارات سوق العمل الإعلامي.
2. الكشف عن العلاقة بين واقع المسابقات العملية في كليات الإعلام في إكساب خريجيها المهارات الإعلامية المطلوبة في سوق العمل التي تمكنهم من ممارسة العمل الإعلامي.
3. تسليط الضوء على المهارات الواجب توافرها في خريجي كليات الإعلام التي تمكنهم من ممارسة العمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية.

**أهمية عملية:**

1. تفيد نتائج الدراسة في أن تكون مرجعاً لأصحاب القرار في المؤسسات الأكاديمية يُمكن الرجوع إليه لتطوير المناهج الدراسية وخططها للمسابقات العملية في كليات الإعلام.
2. الوقوف على نقاط الضعف والقوة في المسابقات العملية في كليات الإعلام، ومتطلبات سوق العمل، وبالتالي اتخاذ الإجراءات اللازمة للتغلب عليها.
3. تفيد نتائج الدراسة في تضييق الفجوة الحاصلة بين المنظومة التعليمية لخريجي كليات الإعلام، ومتطلبات سوق العمل؛ بما ينعكس على الممارسة الإعلامية.

## أهداف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة التعرف إلى دور المساقات العملية في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط في إكساب خريجها مهارات سوق العمل الإعلامي، وينبثق من هذا الهدف، الأهداف الفرعية الآتية:
1. التعرف إلى درجة إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المواصفات المطلوبة في سوق العمل.
  2. التعرف إلى درجة إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي.

## أسئلة الدراسة:

1. ما درجة إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المواصفات المطلوبة في سوق العمل؟
2. ما درجة إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي؟

## فرضيات الدراسة:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اكتساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط مهارات سوق العمل، وفقاً للمتغيرات الشخصية التالية: النوع الاجتماعي، التخصص، سنوات الخبرة، نوع الوسيلة الإعلامية، مكان العمل.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية في ممارسة العمل الإعلامي، وفقاً للمتغيرات الشخصية الآتية: النوع الاجتماعي، التخصص، وسنوات الخبرة، ونوع الوسيلة الإعلامية، ومكان العمل.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إسهام المساقات الدراسية العلمية في إكساب خريجي كلية الإعلام المواصفات المطلوبة في سوق العمل، والمهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي.

## المفاهيم الإجرائية:

**المساقات العملية في كليات الإعلام:** يُقصد بها المقررات التطبيقية التي يدرسها الطلبة في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط، ويتم من خلالها تنمية مهاراتهم اللازمة التي تؤهلهم للعمل في المؤسسات الإعلامية المختلفة.

**مهارات سوق العمل:** يُقصد بها مجموعة المهارات الأساسية التي يجب أن تتوافر في خريج كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط، والتي تؤهله للحصول على وظيفة أو ممارسة العمل الإعلامي.

**الممارسة المهنية:** مزاوله خريج كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط العمل الإعلامي، وما يرتبط به من أسس ومعايير في تحديد الواجبات والمهام التي يضطلع بها داخل المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها.

### حدود الدراسة:

- **الحدود الموضوعية:** وتتمثل في دور المسابقات العملية في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط في إكساب خريجها مهارات سوق العمل الإعلامي.
- **الحدود الزمانية:** تتمثل في الفترة الزمنية من 30 يوليو/ تموز حتى 17 أغسطس/ آب 2022.
- **الحدود المكانية:** تم تطبيق هذه الدراسة على عينة من خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية.

### الدراسات السابقة:

بمراجعة الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، يتضح وجود اهتمام كبير في الدراسات الأجنبية والعربية بهذا الموضوع، مع ندرة وجود دراسات أردنية ذات صلة مباشرة بها، ونظرًا لذلك يتناول الباحث تلك الدراسات، وذلك على النحو الآتي:

هدفت دراسة **Zhang (2022)**، الكشف عن العلاقة بين تعليم الصحافة والإعلام في الجامعات الصينية، ومتطلبات سوق العمل، من أجل إصلاح التعليم المهني للإعلام بما يواكب عصر التكنولوجيا الرقمية، واستندت الدراسة إلى البحث التجريبي عبر اختيار (120) طالبًا في إحدى الجامعات الصينية، حيث تم اختيارهم من أربعة فصول دراسية، وتم تقسيمهم إلى مجموعتين تجريبية وضابطة، وأظهرت نتائج الدراسة وجود قصور في تعليم الإعلام في الجامعات الصينية، كما أكدت ضرورة امتلاك الطلبة للمهارات المعرفية والتقنية الجديدة التي تمكنهم من ممارسة العمل الإعلامي، إلى جانب تغيير نمط التعليم التقليدي، وأشارت النتائج إلى أنّ إصلاح التعليم يتطلب زيادة ربط المقررات الدراسية بالممارسة المهنية (79%).

هدفت دراسة **Wang (2022)**، التعرف إلى المهارات المهنية لخريجي طلبة الصحافة والإعلام، ومدى توافقها مع المناهج الدراسية في كليات الإعلام في الصين، واستندت الدراسة إلى المنهج الوصفي، عبر تحليل محتوى المناهج الدراسية وخططها في (120) جامعة تُدرس الإعلام في الصين، إلى جانب تحليل (724) عرض عمل يتضمن المهارات المهنية الواجب توافرها في المتقدم إلى الوظيفة الإعلامية، وأظهرت النتائج أنّ المؤسسات الإعلامية والشركات تميل إلى توظيف الخريجين الذين يمتلكون مهارات الإعلام الرقمي، وإنتاج الفيديو، وتحليل البيانات، والقدرة على التواصل الجيد، والعمل تحت الضغط، وأشارت النتائج إلى أنّ العديد من الجامعات، تُقدم برامج عملية ضمن مساقاتها، إلا أنّ هناك فجوة بين عدد خريجي الصحافة والطلب في السوق.



هدفت دراسة **المسهلي (2022)**، التعرف إلى درجة المواءمة بين مخرجات التعليم العالي في الجامعات اليمنية واحتياجات سوق العمل، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، بالتطبيق على عينة قوامها (42) فرداً من الإداريين وأعضاء هيئة التدريس بجامعة حجة، وأظهرت نتائج الدراسة أنّ اتجاهات أفراد العينة لدرجة مواءمة مخرجات التعليم العالي واحتياجات سوق العمل، والمستوى النوعي للخريجين كانت منخفضةً.

هدفت دراسة **Tang & Chand (2021)**، التعرف إلى الأساليب الجديدة والمبتكرة في تدريس تخصص الإعلام في جامعتي شيامن الصينية، وسيدني الأسترالية، واستكشاف التحديات التي تواجه تلك المؤسسات في إعداد خريجين يمتلكون مهارات العمل الإعلامي، واعتمدت الدراسة على أسلوب السيناريوهات والمحاكاة لتجارب الطلبة الواقعية في التعليم وتطبيقها في العمل الإعلامي، عبر تنظيم برنامج تبادل الخبرات بين طلبة الجامعتين، وحضور محاضرات في الإعلام، إلى جانب تلقي تدريب داخلي وخارجي، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن طلبة جامعة سيدني يتمتعون بخبرات علمية وعملية بعد التخرج يستطيعون من خلالها ممارسة العمل الإعلامي والتكيف مع بيئة العمل العالمية، نظراً لما تعلموه في المحاضرات والبرامج التدريبية.

هدفت دراسة **Hui (2021)**، تحليل مشكلات التدريس في الكليات والجامعات الصينية، من حيث إدماج أدوات وسائل الإعلام التقليدية مع وسائل الإعلام الرقمية، من أجل تحقيق التكامل الإعلامي للطلبة؛ مما ينعكس على مهاراتهم الإعلامية. وأظهرت النتائج أن التكامل في عملية التدريس الإعلامي يتطلب دعم الجامعات في إنشاء منصات للمقررات الدراسية التي تُدرس عن بُعد، وتحسين نظام المناهج التقليدية وطرق التقييم، والتحسين المستمر لقدرة المعلمين على تدريس دمج أدوات وسائل الإعلام التقليدية مع وسائل الإعلام الرقمية.

وهدفت دراسة **فخر الدين (2021)**، رصد التأهيل الأكاديمي وتقييمه لطلاب كليات الإعلام المصرية الحكومية والخاصة وأقسامها وتحديد مدى ملاءمته لمتطلبات سوق العمل المتغيرة، واعتمدت على منهج المسح بالعينة، بالتطبيق على (620) مبحوثاً، تضمنت (363) طالباً و(156) خريجاً، و(101) من الخبراء، يشملون كافة المجالات الإعلامية، وأظهرت نتائج الدراسة الأهمية الكبيرة لإتقان التكنولوجيا كأهم مهارة مطلوبة لسوق العمل في العصر الرقمي، إلى جانب أن المواصفات الجديدة لخريجي الإعلام تتضمن ضرورة إتقان استخدام تكنولوجيا الاتصال في المجال الإعلامي، والإلمام بحاجات سوق العمل الإعلامي الجديد ومتطلباته المتغيرة.

وهدفت دراسة **عليقات وجوينات (2020)**، إلى تسليط الضوء على إشكالية تدريس علوم الإعلام والاتصال في الجامعات الأردنية الحكومية، واستندت الدراسة إلى المنهج الوصفي التحليلي، عبر إجراء ثماني مقابلات مع عدد من الأساتذة الأكاديميين في الجامعات الأردنية، وأظهرت نتائج الدراسة ضرورة ارتباط الإطاريين النظري والعلمي لعلوم الإعلام والاتصال وتكاملهما. وعلى خلاف العلوم الإنسانية الأخرى التي يقل الاهتمام بتطبيق مخرجاتها، وتأثيرها في المجتمعات، كما أشارت الدراسة إلى ضرورة التعمق في تدريس علوم الإعلام والاتصال من ناحية أصوله ومناهجه ونظرياته وأخلاقياته وربطه بتقنيات وسائل الإعلام والاتصال الحديثة.

وهدفت دراسة **السويد (2020)**، الكشفت عن واقع توظيف الخريجين الإعلاميين السعوديين، وتقديم الحلول المقترحة بشأنه، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وأسلوب دراسة الحالة، عبر إجراء مقابلات مع (32) شخصية إعلامية متنوعة من الأكاديميين والمسؤولين والمهنيين في مدينة الرياض، مثلوا مختلف الجهات الإعلامية الحكومية والخاصة، وخلصت نتائج الدراسة إلى ندرة فرص التوظيف الحكومي للخريجين ووجود عوائق تحد من التحاقهم في مؤسسات القطاع الخاص، وأكدت النتائج ضرورة توجه الجامعات إلى إكساب طلبتها للمهارات، واللتجاه نحو توظيف الكثير من الوظائف الإعلامية في مؤسسات القطاع الخاص.

وهدفت دراسة **عزمي (2019)**، استكشافت مهارات سوق العمل المطلوبة لوظائف المستقبل، وكيف يمكن لنظام التعليم الرقمي أن يقوم بدور أساس في دعمها، بالإضافة إلى استعراض أربعة نماذج لتجارب دولية في التعليم الرقمي داعمة لمهارات سوق العمل وتحليلها (جامعة "سان جوزيه" بولاية كاليفورنيا الأميركية، كلية "إيمليون" للأعمال الذكية بفرنسا، شركة IBM في تطوير نظام التعليم الثانوي في أميركا، خطة التحول إلى التعليم الرقمي في دول الاتحاد الأوروبي)، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن أهم المهارات التي يحتاجها سوق العمل هي: مهارات حل المشاكل المعقدة المقترنة بالذكاء الرقمي والمرتبطة بمهارات التفكير والتحليل والإدراك المعرفي والبيئي والمرونة وإدارة الأزمات، ومهارات التفكير الناقد والإبداع، والتعامل مع التخزين والتعاون، والذكاء العاطفي والتنسيق والتفاوض، وأشارت النتائج إلى أن التعليم الرقمي له دور بارز وحيوي في تنمية المهارات والمعارف والتجاهات اللازمة للوفاء باحتياجات سوق العمل الحالي والمستقبلي.

### التعليق على الدراسات السابقة:

بعد استعراض الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة، أتضح ما يأتي:

1. اعتمدت الدراسات الأجنبية بشكل رئيس على تحليل محتوى المناهج الدراسية وخططها في الجامعات، وإجراء المقابلات، وخلصت من الأدوات الميدانية لجمع البيانات، باستثناء دراسة (Tang & Chand, 2021)، التي اعتمدت على أسلوب السيناريوهات والمحاكاة للواقع، ودراسة (Zhang, 2022)، التي اعتمدت على البحث التجريبي، بينما اعتمدت الدراسات العربية على المنهج المسحي باستخدام أداة الاستبانة لجمع البيانات، وأداة المقابلة، باستثناء دراسة (عزمي، 2019)، التي اعتمدت على استكشاف سوق العمل عبر استعراض أربعة نماذج لتجارب دولية في التعليم الرقمي داعمة لمهارات سوق العمل.

2. اتفقت الدراسات السابقة على وجود فجوة بين المقررات الدراسية ومتطلبات السوق الإعلامي، وأن إصلاح التعليم الأكاديمي يتطلب زيادة ربط المقررات الدراسية بالممارسة المهنية، إلى جانب ضرورة توجه الجامعات إلى إكساب طلبتها مزيداً من المهارات الإعلامية، كما أن أهم المهارات التي يحتاجها سوق العمل في الفترة الحالية والمستقبلية هي: مهارات حل المشاكل المعقدة المقترنة بالذكاء الرقمي.

## الإطار النظري للدراسة:

تتخذ هذه الدراسة في إطارها النظري على ما تم طرحه في الدراسات العلمية حول المقررات الدراسية في كليات الإعلام، إلى جانب المهارات اللازمة لممارسة العمل الإعلامي، وذلك على النحو الآتي:

## 1. واقع المساقات العملية في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط:

تُعد كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط أول كلية في الأردن تمنح درجة الماجستير في الإعلام، حيث بدأ التعليم الأكاديمي في تخصص الصحافة والإعلام عندما تأسست عام 2005، كقسم تابع لكلية الآداب، وبطول الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي 2008/2009، تم إطلاق برنامج البكالوريوس لتخصصي الإذاعة والتلفزيون والصحافة، وفي عام 2010/2009 تم إنشاء كلية الإعلام، وتماشياً مع متطلبات سوق العمل الإعلامي شهد الفصل الدراسي الأول من العام الدراسي 2019/2020، حدثين مهمين، الأول: تغيير اسم تخصص الصحافة؛ ليُصبح "الصحافة والإعلام"، والثاني: إطلاق تخصص "الإعلام الرقمي"، وبالتالي فإن كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط تطرح بالإضافة إلى برنامج الماجستير في الإعلام، ثلاثة برامج بكالوريوس، هي: الصحافة والإعلام، والإذاعة والتلفزيون، والإعلام الرقمي (Middle East University, n.d.).

وتعمل كلية الإعلام بجامعة الشرق وفق سياسة واضحة للتعليم والتدريس، تهدف إلى خلق بيئة محفزة للعملية التعليمية لمواكبة التطورات العلمية والتكنولوجية والتقنية، من خلال ربط مخرجات برامجها الأكاديمية مع مستجدات العصر، ومتطلبات سوق العمل الإعلامي، وفق معايير هيئة اعتماد مؤسسات التعليم العالي. ويتكون البرنامج الأكاديمي لنيل درجة البكالوريوس في تخصصات كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط من (الصحافة والإعلام، والإذاعة والتلفزيون، والإعلام الرقمي) من 132 ساعة معتمدة، بالإضافة إلى المواد الإجبارية والاختيارية من متطلبات الجامعة، كما يتضمن البرنامج ست ساعات مُخصصة للتدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية، أما فيما يتعلق بالمساقات الدراسية في الخطط الدراسية للبرامج الأكاديمية فإنها تتوزع بين الجانب النظري والجانب العملي، ويحظى الجانب العملي بجزء كبير من هذه الخطط الدراسية؛ إذ إنّ تخصص الصحافة والإعلام يتضمن حوالي (60) ساعة عملية، وتخصص الإذاعة والتلفزيون نحو (80) ساعة عملية، بينما تصل المقررات العملية في تخصص الإعلام الرقمي إلى نحو (90) ساعة عملية، ويصل مجمل ساعات المقررات الدراسية العملية في كلية الإعلام إلى نحو (105) ساعات، كما يقوم أعضاء هيئة التدريس بالكلية بدمج بعض المقررات النظرية التي تحتاج إلى تطبيق عملي من خلال التكاليفات والمشاريع، ومناقشتها داخل الغرف الصفية، ويوضح الجدول الآتي المساقات العملية التي تُدرس في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط:

## جدول رقم (1): المسابقات العملية لبرنامج الإعلام (صحافة وإعلام، إذاعة وتلفزيون، إعلام رقمي)

#	اسم المساق	الساعات	#	اسم المساق	الساعات
1	الخبر الإذاعي والتلفزيوني	3	18	المراسل الصحفي	3
2	الخبر والتقرير الصحفي	3	19	منصات التواصل الاجتماعي	3
3	التصوير الصحفي	3	20	تصميم وإدارة المواقع الإلكترونية	3
4	التصوير التلفزيوني	3	21	مراسم وتهيئة	3
5	التغطية الإخبارية الخاصة للإذاعة والتلفزيون	3	22	التحقيق الصحفي والمقابلات الصحفية	3
6	تقنيات المونتاج	3	23	الإخراج الإذاعي والتلفزيوني	3
7	الإعلام الرقمي	3	24	تطبيقات في الإعلام الرقمي	3
8	إعداد البرامج الإذاعية والتلفزيونية وإنتاجها	3	25	تصميم وإنتاج الإعلان في وسائل الإعلام	3
9	الصحافة الاستقصائية (1)	3	26	مهارات المقابلة الإذاعية والتلفزيونية	3
10	الصحافة الاستقصائية (2)	3	27	صحافة البيانات	3
11	الصحافة الإلكترونية	3	28	صحافة الجوال	3
12	مبادئ الإنتاج الرقمي	3	29	صناعة القصة الخيرية	3
13	فن الإلقاء الإذاعي والتلفزيوني	3	30	الفيلم الوثائقي (1)	3
14	السينما الرقمية	3	31	الفيلم الوثائقي (2)	3
15	الحملات الإعلامية الإلكترونية	3	32	فنيات التواصل الجماهيري	3
16	التصوير والمونتاج الرقمي	3	33	مشروع تخرج	3
17	مناهج البحث في الإعلام	3	34	التدريب الميداني	6
مجموع عدد ساعات المقررات العملية		105 ساعات			

المصدر: الخطط الدراسية لكلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط. إعداد الباحثين

وتسعى كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط عبر برامجها الأكاديمية إلى إعداد خريجين مميزين قادرين على مواكبة التطورات العلمية والعملية في مختلف المجالات الإعلامية، وتستند رؤية الكلية إلى الريادة في البرامج الأكاديمية وخدمة المجتمع، ورسالة تهدف إلى إعداد خريجين متميزين وتأهيلهم ليكونوا قادرين على المنافسة في مجال الإعلام من خلال إكسابهم المفاهيم والمهارات الحديثة، التي تُمكنهم من ممارسة العمل الإعلامي، حيث تركز الخطط الدراسية على التطبيق والممارسة، ويتم تدريب الطلبة في استوديوهات الكلية التي تحتوي على مختبرات لتحرير الصحافة والوسائط الرقمية وتقنياتها، إلى جانب إستوديوهات تلفزيون وراديو مجهزة بأحدث التقنيات، كما تقوم الكلية بتدريب طلبتها في مختلف المؤسسات الإعلامية الأردنية. وحرصاً على تأهيل الخريجين لسوق العمل، وإدراك احتياجاته من أجل تلبيتها، تقوم الكلية بشكل دوري بدراسة احتياجات سوق العمل، وبناءً على ذلك تطور خططها الدراسية (Middle East University, n.d.).

## 2. مهارات سوق العمل الإعلامي:

إن دور المؤسسات الأكاديمية والتدريبية على اختلاف مسمياتها في تأهيل خريجين إعلاميين مهنيين في مجال الممارسة الإعلامية باختلاف تخصصاتها، مرهون بتنظيم برامج فعالة للتعليم والتدريب الإعلامي تقوم على استيعاب تطورات العصر وتقنياته في مجال الإعلام، واستشراق آفاق المستقبل في هذا المجال، وفق محددات وأسس علمية سليمة، من أجل مواكبة احتياجات سوق العمل الإعلامي وتلبيتها (البناء، 2019).

لكن، يواجه الخريجون الإعلاميون حقيقة أنّ سوق العمل الإعلامي غير قادر على استيعابهم، نظرًا لافتقار المؤسسات الإعلامية الحكومية منهم، في حين يبحث القطاع الخاص عن الخريجين المتميزين أصحاب المهارة والكفاءة اللازمة لممارسة العمل الإعلامي، إلى جانب غياب الموازنة بين نوعية مخرجات التعليم والتدريب المهني والمتطلبات المهنية لسوق العمل، وقلة اهتمام الخريجين بتطوير مهاراتهم (السويّد، 2020).

هذه المعضلة التي تواجه خريجي كليات الإعلام، دفعت المنتدى الاقتصادي العالمي لإصدار تقرير عن وظائف المستقبل، يوضح فيها أبرز المهارات المطلوبة في سوق العمل، كما أجرى التقرير مقارنات بين أعلى عشر مهارات مطلوبة في سوق العمل بحلول عام 2020، وهذه المهارات، هي: حل المشاكل المعقدة، والتفكير الناقد، والإبداع، وإدارة الأفراد، والتنسيق مع الآخرين، والذكاء العاطفي، والتحكيم واتخاذ القرارات، والتوجه نحو قطاع الخدمات، والتفاوض، والمرونة المعرفية والإدراكية (World Economic Forum, 2016).

وقدمت شبكة الصحفيين الدوليين أهم سبع مهارات يحتاجها سوق العمل الصحفي والإعلامي. هذه المهارات يجب أن يتسلح بها كل ممارس للمهنة، حتى يواكب التطور ويستطيع إيجاد فرصة عمل في مؤسسة إعلامية كبيرة ومهمة، وهذه المهارات، هي: مهارة "الشغف"، الذي يميز الصحفي في مجاله، ويجعله يدرك المهارات التي يتطلبها النجاح في عمله، ومهارة "إتقان معايير المهنة"، إذ إنّ مفتاح نجاح الصحفي هي جودة ما يقدمه للجمهور واحترافيته ومهنيته، ومهارة "التدريب والتطوير المستمر"، بمعنى عدم اكتفاء خريجي الإعلام بالتعليم والتدريب اللذين تلقاهما في بداية حياته الأكاديمية والمهنية، ويندرج ضمن ذلك الإلمام بإدارة المحتوى سواء المطبوع أو الإلكتروني، وفهم عالم وسائل التواصل الاجتماعي وكيفية إدارة المنصات المختلفة، والتقنيات الجديدة في عالم الصحافة، ومهارة "إجادة اللغة الأم ولغة ثانية معها على الأقل"، فالمهارات اللغوية تفيد في الاطلاع على مقالات وأفكار ووسائل إعلام تتحدث بلغة غير لغة الأم، إلى جانب أنّها قد تفيد إيجاد فرص عمل كمراسل ميداني في مؤسسات دولية مهمة، ومهارة "القدرة على كتابة كافة الأشكال الصحافية المختلفة"، سواء كانت قصصاً إنسانية، أو تقارير، أو مقالات رأي، أو تحقيقات، أو صحافة استقصائية، أو غيرها من الأشكال الأخرى؛ فالصحفي يجب أن يكون شاملاً وقادراً على الكتابة في كل فروع الصحافة، ومهارة "القدرة على بناء شبكة مصادر ضخمة"، وأن تتضمن تلك القدرة على إيجاد المصدر المناسب في التخصص أو الموضوع الذي يعمل عليه الصحفي، على أن يكون له مصداقية، ومهارة "إجادة التصوير"، وإتقان استخدام الكاميرا الاحترافية، أو حتى كاميرا

الموبايل، سواء من أجل التصوير الفوتوغرافي أو الفيديو، ومهارة تحرير الصور والفيديوهات بأكثر من برنامج وتطبيق، والبحث دائماً عن الجديد في التصوير (شبكة الصحفيين الدوليين، 2018).

### الإجراءات المنهجية للدراسة:

#### نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف تفسير خصائص قضية معينة، وتقديم وصف للشخص واللاتجاهات نحو القضية المدروسة، وفي إطار الدراسات الوصفية تم الاعتماد على منهج مسح جمهور وسائل الإعلام الذي يهدف من خلاله تقديم توصيف لآراء خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط نحو المسابقات العملية في إكسابهم مهارات سوق العمل الإعلامي.

#### مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية، ونتيجة لعدم توفر إحصائية رسمية لأعداد الخريجين العاملين في المؤسسات الإعلامية، اعتمد الباحث على عينة عمدية قوامها (48) مفردة من خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية، ويوضح الجدول رقم (2) للمتغيرات الشخصية لعينة الدراسة:

جدول رقم (2): التوزيع التكراري والنسب المئوية للمتغيرات الشخصية لعينة الدراسة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
النوع	ذكور	30	62.5%
	إناث	18	37.5%
التخصص	الصحافة والإعلام	15	31.3%
	الإذاعة والتلفزيون	33	68.8%
نمط ملكية الوسيلة الإعلامية التي تعمل بها	قطاع خاص أردني	30	62.5%
	قطاع حكومي	12	25%
	قطاع خاص غير أردني	6	12.5%
طبيعة الوسيلة الإعلامية التي تعمل بها	محطة إذاعية	3	6.3%
	قناة تلفزيونية	12	25%
	مواقع إخبارية إلكترونية	15	31.3%
	شركات إنتاج إعلامية	18	37.5%
سنوات الخبرة	أقل من سنة	14	29.2%
	من سنة إلى سنتين	13	27.1%
	أكثر من سنتين	21	43.8%
المجموع (ن) = 48			

## أدوات جمع البيانات:

اعتمد الباحث على الاستبانة أداةً في جمع بيانات الدراسة، من خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط، عبر تصميم استبانة إلكترونية على موقع (Google Drive)، حيث تم إرسال رابط الاستبانة الإلكترونية إلى أفراد العينة عبر موقع الفيس بوك وتطبيق واتساب خلال الفترة من 30 يوليو/ تموز حتى 17 أغسطس/ آب 2022، وتضمنت الاستبانة المحاور والمقاييس الآتية: محور إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط للمواصفات المطلوبة في سوق العمل، وتكون هذا المحور من (17) بند، ومحور درجة إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط للمهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي، وتكون هذا المحور من (14) بند، وتدرج المقياس في كلا المحورين كما يلي: (3) مرتفعة، (2) متوسطة، (3) منخفضة، وتم تقدير مستويات المتوسطات الحسابية وفقاً للدرجات الآتية: (0-99.0) منخفضة / (1-1.99) متوسطة / (2-3) مرتفعة.

## إجراءات الصدق والثبات:

يهدف التأكد من الصدق لأداة الدراسة (الاستبانة)، تم عرض الأداة على ثلاثة مختصين في مجال الإعلام ومناهج البحث العلمي<sup>(1)</sup>، من أجل مراجعتها، والحكم على صلاحيتها للتطبيق الميداني، كما تم إجراء الاختبار القبلي (Test- Pre) عبر توزيع الاستبانة على عينة جزئية من أفراد العينة قوامها (5) مفردات، وبنسبة (10%) من عينة الدراسة الكلية البالغ عددها (48)؛ بهدف التأكد من وضوح محاورها، وإجراء التعديلات اللازمة بناءً على ذلك، أما فيما يتعلق بالتحقق من ثبات الأداة؛ فقد تم استخدام معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)؛ لقياس الاتساق الداخلي للاستبانة، وقد بلغت قيمة معامل الثبات للمحاور كما يأتي:

جدول رقم (3): معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لمحاور الدراسة

قيمة معامل الثبات	المحور
0.858	إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المواصفات المطلوبة في سوق العمل
0.841	إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي

## المعالجة الإحصائية للبيانات

\* 1. أ.د عزت حجاب: أستاذ دكتور في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط.  
2. د. كامل خورشيد: أستاذ مشارك في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط.  
3. د. ليلي جرار: أستاذ مساعد في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط.

تمت معالجة البيانات إحصائيًا وتحليلها باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية الآتية: التكرارات البسيطة، والنسب المئوية، والوسط الحسابي (Mean)، والانحراف المعياري (Standard Deviation)، واختبار عينتين مستقلتين (Independent Sample T Test)، واختبار تحليل التباين الأحادي (One-way Anova)، واختبار معامل الارتباط سبيرمان (Spearman Correlation).

### نتائج الدراسة ومناقشتها:

#### أولاً: نتائج الدراسة الميدانية:

**السؤال الأول: ما درجة إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المواصفات المطلوبة في سوق العمل؟**

**الجدول رقم (4): إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق**

#### الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	منخفضة		متوسطة		مرتفعة		الدرجة العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفعة	0.589	2.69	%6.3	3	%18.8	9	%75	36	المظهر اللائق والمقبول
مرتفعة	0.577	2.58	%4.2	2	%33.3	16	%62.5	30	قوة الشخصية
مرتفعة	0.616	2.56	%6.3	3	%31.3	15	%62.5	30	إجادة مهارات الاتصال والتواصل
مرتفعة	0.651	2.54	%8.3	4	%29.2	14	%62.5	30	القدرة على اتخاذ القرار
مرتفعة	0.583	2.52	%4.2	2	%39.6	19	%56.3	27	معرفة آداب مهنة الإعلام وأخلاقياتها
مرتفعة	0.652	2.48	%8.3	4	%35.4	17	%56.3	27	الإلمام بالمعارف المتنوعة في تخصص الإعلام
مرتفعة	0.683	2.46	%10.4	5	%33.3	16	%56.3	27	التواصل الاجتماعي مع أفراد المجتمع
مرتفعة	0.683	2.46	%10.4	5	%33.3	16	%56.3	27	العمل الجماعي
مرتفعة	0.703	2.37	%12.5	6	%37.5	18	%50	24	القدرة على حل المشكلات بأسلوب علمي وواقعي
مرتفعة	0.689	2.31	%12.5	6	%43.8	21	%43.8	21	التفكير الناقد
مرتفعة	0.689	2.31	%12.5	6	%43.8	21	%43.8	21	الإبداع والابتكار في التخصص الإعلامي
مرتفعة	0.617	2.29	%8.3	4	%54.2	26	%37.5	18	مهارة القيادة



مرتفعة	0.644	2.27	%10.4	5	%52.1	25	%37.5	18	الذكاء الاجتماعي
متوسطة	0.838	1.98	%35.4	17	%31.3	15	%33.3	16	الإلمام بأسس إدارة المؤسسات الإعلامية واقتصاداتها
متوسطة	0.789	1.87	%37.5	18	%37.5	18	%25	12	معرفة أسس التسويق الاجتماعي للأفكار المستحدثة
متوسطة	0.743	1.85	%35.4	17	%43.8	21	%20.8	10	الوعي بالمتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية محلياً وإقليمياً ودولياً
متوسطة	0.778	1.77	%43.8	21	%35.4	17	%20.8	10	الإلمام بحاجات سوق العمل الإعلامي الجديد ومتطلباته المتغيرة في العصر الرقمي في العصر الرقمي
مرتفعة	0.677	2.31							المتوسط العام

تُشير بيانات الجدول رقم (4) إلى أنّ درجة إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المواصفات المطلوبة في سوق العمل، قد تمثلت في "المظهر اللائق والمقبول" بوسط حسابي (2.69)، ثم "قوة الشخصية" بوسط حسابي (2.58)، ثم "إجادة مهارات الاتصال والتواصل" بوسط حسابي (2.56)، ثم "القدرة على اتخاذ القرار" بوسط حسابي (2.54)، ثم "معرفة آداب مهنة الإعلام وأخلاقياتها" بوسط حسابي (2.52)، ثم "الإلمام بالمعارف المتنوعة في تخصص الإعلام" بوسط حسابي (2.48)، ثم "التواصل الاجتماعي مع أفراد المجتمع" و"العمل الجماعي" بوسط حسابي (2.46) لكل منهما، ثم "القدرة على حل المشكلات بأسلوب علمي وواقعي" بوسط حسابي (2.37)، ثم "التفكير الناقد" و"الإبداع والابتكار في التخصص الإعلامي" بوسط حسابي (2.31) لكل منهما، ثم "مهارة القيادة" بوسط حسابي (2.29)، ثم "الذكاء الاجتماعي" بوسط حسابي (2.27)، ثم "الإلمام بأسس إدارة المؤسسات الإعلامية واقتصاداتها" بوسط حسابي (1.98)، ثم "معرفة أسس التسويق الاجتماعي للأفكار المستحدثة" بوسط حسابي (1.87)، ثم "الوعي بالمتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية محلياً وإقليمياً ودولياً" بوسط حسابي (1.85)، ثم "الإلمام بحاجات سوق العمل الإعلامي الجديد ومتطلباته المتغيرة في العصر الرقمي" بوسط حسابي (1.77).

ويمكن تفسير هذه النتائج في ضوء أهمية المظهر اللائق لخريج الإعلام، إذ يُعد المظهر جزءاً من الشخصية، وخصوصاً إذا كان الإعلامي يظهر على شاشة التلفزيون؛ ولذلك تقوم المقررات الدراسية العملية بتوجيه الخريجين نحو امتلاك هذه الصفة، إلى جانب قوة الشخصية والثقة بالنفس التي تنعكس على التأثير في الجمهور، وهذا من شأنه أن يزيد من مهارات الاتصال والتواصل في تقديم مختلف المعلومات، وبالرغم من أن عبارة "الإلمام بحاجات سوق العمل الإعلامي الجديد ومتطلباته المتغيرة في العصر الرقمي"، جاءت في الترتيب الأخير فإنّها حصلت على درجة متوسطة، وقد يرجع ذلك إلى أنّ سوق العمل الإعلامي متطور بشكل مستمر، إلى جانب اختلاف حاجات سوق العمل الإعلامي ومتطلباته وفق الوظيفة الشاغرة في المؤسسة الإعلامية.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة Wang (2022)، التي توصلت إلى أنّ أهم المهارات الواجب توفرها لدى خريجي طلبة الصحافة والإعلام مهارات الإعلام الرقمي، والقدرة على التواصل الجيد، والعمل تحت الضغط، في حين تختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة عزمي (2019)، التي توصلت إلى أنّ أهم المهارات التي يحتاجها سوق العمل هي: مهارات حل المشاكل المعقدة المقترنة بالذكاء الرقمي والمرتبطة بمهارات التفكير والتحليل والإدراك المعرفي، كما تختلف مع دراسة فخر الدين (2021)، التي توصلت إلى أنّ المواصفات الجديدة لخريجي الإعلام تتضمن ضرورة إتقان استخدام تكنولوجيا الاتصال في المجال الإعلامي، والإلمام بحاجات سوق العمل الإعلامي الجديد ومتطلباته المتغيرة.

**السؤال الثاني: ما درجة إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي؟**

**جدول رقم (5): إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط**

**المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي**

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	منخفضة		متوسطة		مرتفعة		الدرجة	العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفعة	0.651	2.54	8.3%	4	29.2%	14	62.5%	30		القدرة على جمع البيانات والمعلومات من مصادرها المختلفة بسهولة
مرتفعة	0.651	2.46	8.3%	4	37.5%	18	54.2%	26		إتقان اللغة العربية
مرتفعة	0.683	2.46	10.4%	5	33.3%	16	56.3%	27		الدقة والسرعة والموضوعية في تناول الإعلامي والتحقق من صدق الوقائع
مرتفعة	0.606	2.38	6.3%	3	50%	24	43.8%	21		استخدام الأدوات والإمكانات التكنولوجية الملائمة للتخصص الإعلامي في إنتاج المحتوى الإعلامي
مرتفعة	0.699	2.35	12.5%	6	39.6%	19	47.9%	23		تحديد مبادئ وقوانين حرية التعبير والالتزام بمواثيق الشرف الإعلامي
مرتفعة	0.635	2.35	8.3%	4	47.9%	23	43.8%	21		الكتابة السليمة والواضحة باستخدام القوالب الملائمة للتخصص الإعلامي وبما يناسب الجمهور المستهدف

مرتفعة	0.683	2.29	%12.5	6	%45.8	22	%41.7	20	إتقان فن الإلقاء وتقديم الذات (self-presentation)
مرتفعة	0.668	2.25	%12.5	6	%50	24	%37.5	18	تخطيط الإنتاج الإعلامي وتنفيذه وفقاً للتخصص
مرتفعة	0.713	2.21	%16.7	8	%45.8	22	%37.5	18	إتقان فن إدارة الحوار
مرتفعة	0.866	2.13	%31.3	15	%25	12	%43.8	21	معرفة استراتيجيات الاتصال في إدارة الأزمات
متوسطة	0.863	1.98	%37.5	18	%27.1	13	%35.4	17	إجراء البحوث العلمية وتقييم المعلومات للتخصص الإعلامي
متوسطة	0.755	1.94	%31.3	15	%43.8	21	%25	12	معرفة أساليب قياس الرأي العام واتجاهاته نحو القضايا
متوسطة	0.692	1.90	%29.2	14	%52.1	25	%18.8	9	إتقان اللغة الإنجليزية
متوسطة	0.761	1.87	%35.4	17	%41.7	20	%22.9	11	إتقان الترجمة باللغات المختلفة
مرتفعة	0.709	2.22	المتوسط العام						

تُشير بيانات الجدول رقم (5) إلى أن درجة إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي، قد تمثلت في "القدرة على جمع البيانات والمعلومات من مصادرها المختلفة بسهولة" بوسط حسابي (2.54)، ثم "إتقان اللغة العربية" و"الدقة والسرعة والموضوعية في تناول الإعلام والتحقق من صدق الوقائع" بوسط حسابي (2.46) لكل منهما ثم "استخدام الأدوات والإمكانات التكنولوجية الملائمة للتخصص الإعلامي في إنتاج المحتوى الإعلامي" بوسط حسابي (2.38)، ثم "تحديد مبادئ وقوانين حرية التعبير والالتزام بمواثيق الشرف الإعلامي" و"الكتابة السليمة والواضحة باستخدام القوالب الملائمة للتخصص الإعلامي وبما يناسب الجمهور المستهدف" بوسط حسابي (2.35) لكل منهما، ثم "إتقان فن الإلقاء وتقديم الذات (self-presentation)" بوسط حسابي (2.29)، ثم "تخطيط الإنتاج الإعلامي وتنفيذه وفقاً للتخصص" بوسط حسابي (2.25) ثم "إتقان فن إدارة الحوار" بوسط حسابي (2.21)، ثم "معرفة استراتيجيات الاتصال في إدارة الأزمات" بوسط حسابي (2.13)، ثم "إجراء البحوث العلمية وتقييم المعلومات للتخصص الإعلامي" بوسط حسابي (1.98)، ثم "معرفة أساليب قياس الرأي العام واتجاهاته نحو القضايا" بوسط حسابي (1.94)، ثم "إتقان اللغة الإنجليزية" بوسط حسابي (1.90)، ثم "إتقان الترجمة باللغات المختلفة" بوسط حسابي (1.87).

وتدل هذه النتائج على أن المساقات الدراسية العملية أسهمت في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي. ويمكن تفسير هذه النتائج في ضوء تقرير شبكة الصحفيين الدوليين الذي أكد أهمية قدرة الإعلامي على جمع البيانات والمعلومات من مصادرها المختلفة

بسهولة، وإتقان اللغة العربية، وإتقان معايير المهنة من حيث معايير العمل الصحفي والدقة والسرعة والموضوعية في تناول الإعلامي والتحقق من صدق الوقائع، إذ أصبحت هذه المهارات من أهم المهارات الواجب توافرها في الإعلامي الممارس للمهنة، حتى يواكب التطور ويستطيع إيجاد فرصة عمل في مؤسسة إعلامية كبيرة ومهمة، وعلى الرغم من أن المهارات المتعلقة باللغة الإنجليزية جاءت في المراتب الأخيرة فإنها حصلت على درجة متوسطة، ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن معظم المقررات الدراسية العملية تُدرس باللغة العربية، لكن يتم تضمين المصطلحات الخاصة بالإعلام باللغة الإنجليزية.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة Wang (2022)، التي توصلت إلى أن المهارات المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي هي مهارات جمع البيانات وتحليلها، في حين تختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة Zhang (2022) التي توصلت إلى أن سوق العمل الإعلامي يتطلب امتلاك الطلبة للمهارات المعرفية والتقنية الجديدة التي تمكنهم من ممارسة العمل الإعلامي.

#### ثانياً: نتائج اختبار فرضيات الدراسة

#### 1. الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اكتساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق

الأوسط لمهارات سوق العمل، وفقاً للمتغيرات الشخصية الآتية: النوع الاجتماعي، والتخصص، وسنوات الخبرة، والوسيلة الإعلامية، ومكان العمل.

لاختبار صحة هذا الفرض تم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، عبر استخدام كلٍ من: اختبار (Independent Sample T-Test)، واختبار (One Way Anova)، وقد توصلت نتائج الاختبارات إلى كل مما يأتي: النوع الاجتماعي: أظهر اختبار (T - test)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في درجة اكتساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط مهارات سوق العمل، وفقاً لمتغير النوع، حيث بلغت قيمة ت (1.329) عند مستوى الدلالة (0.198) وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05).

جدول رقم (6): اختبار (T - test)، الفروق في درجة اكتساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط مهارات

#### سوق العمل وفقاً لمتغير النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	العدد (N)	الوسط الحسابي (M)	الانحراف المعياري (SD)	قيمة ت (T)	درجة الحرية (DF)	مستوى المعنوية
ذكر	30	2.3765	0.22150	1.329	20.976	0.198
أنثى	18	2.2092	0.50571			

التخصص: أظهر اختبار (One Way Anova)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في درجة اكتساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط مهارات سوق العمل، وفقاً لمتغير التخصص، حيث بلغت قيمة ف (0.577) عند مستوى الدلالة (0.899)، وهي غير دالة إحصائياً.

**سنوات الخبرة:** أظهر اختبار (One Way Anova)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في درجة اكتساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط مهارات سوق العمل، وفقاً لمتغير سنوات الخبرة، حيث بلغت قيمة ف (1.065) عند مستوى الدلالة (0.434)، وهي غير دالة إحصائياً.

**نوع الوسيلة الإعلامية:** أظهر اختبار (One Way Anova)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في درجة اكتساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط مهارات سوق العمل، وفقاً لمتغير نوع الوسيلة الإعلامية، حيث بلغت قيمة ف (0.887) عند مستوى الدلالة (0.606)، وهي غير دالة إحصائياً.

**مكان العمل:** أظهر اختبار (One Way Anova)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في درجة اكتساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط مهارات سوق العمل، وفقاً لمتغير مكان العمل، حيث بلغت قيمة ف (1.325) عند مستوى الدلالة (0.246)، وهي غير دالة إحصائياً.

**جدول رقم (7): تحليل التباين في اتجاه واحد (Anova) في درجة اكتساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق**

**الأوسط مهارات سوق العمل وفقاً للمتغيرات الشخصية**

مستوى المعنوية	قيمة (F)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	المتغيرات الشخصية
0.899	0.5770	0.156	21	3.279	بين المجموعات	التخصص
		0.271	26	7.033	داخل المجموعات	
			47	10.313	المجموع	
0.434	1.065	0.748	21	15.712	بين المجموعات	سنوات الخبرة
		0.703	26	18.267	داخل المجموعات	
			47	33.979	المجموع	
0.606	.887	0.835	21	17.533	بين المجموعات	الوسيلة الإعلامية
		0.941	26	24.467	داخل المجموعات	
			47	42.000	المجموع	
0.246	1.325	0.425	21	8.917	بين المجموعات	مكان العمل
		0.321	26	8.333	داخل المجموعات	
			47	17.250	المجموع	

**الفرض الثاني:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي، وفقاً للمتغيرات الشخصية التالية: النوع الاجتماعي، التخصص، سنوات الخبرة، الوسيلة الإعلامية، مكان العمل.

لاختبار صحة هذا الفرض تم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، عبر استخدام كلٍ من: اختبار (Independent Sample T-Test)، واختبار (One Way Anova)، وقد توصلت نتائج الاختبارات إلى كل مما يأتي:

**النوع الاجتماعي:** أظهر اختبار (T - test)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي، وفقاً لمتغير النوع الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ت (1.211) عند مستوى الدلالة (0.237) وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05).

**جدول رقم (8): اختبار (T - test)، الفروق في إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية**

**الإعلام المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي وفقاً لمتغير النوع الاجتماعي**

النوع الاجتماعي	العدد (N)	الوسط الحسابي (M)	الانحراف المعياري (SD)	قيمة ت (T)	درجة الحرية (DF)	مستوى المعنوية
ذكر	30	2.2690	0.26240	1.211	26.222	0.237
أنثى	18	2.1429	0.39276			

**التخصص:** أظهر اختبار (One Way Anova)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي، وفقاً للتخصص، حيث بلغت قيمة ف (1.893) عند مستوى الدلالة (0.62)، وهي غير دالة إحصائياً.

**سنوات الخبرة:** أظهر اختبار (One Way Anova)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي، وفقاً لمتغير سنوات الخبرة، حيث بلغت قيمة ف (1.580) عند مستوى الدلالة (0.134)، وهي غير دالة إحصائياً.

**نوع الوسيلة الإعلامية:** أظهر اختبار (One Way Anova)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي، وفقاً لمتغير نوع الوسيلة الإعلامية، حيث بلغت قيمة ف (2.357) عند مستوى الدلالة (0.020)، وهي غير دالة إحصائياً.

**مكان العمل:** أظهر اختبار (One Way Anova)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي، وفقاً لمتغير مكان العمل، حيث بلغت قيمة ف (1.271) عند مستوى الدلالة (0.275)، وهي غير دالة إحصائياً.

جدول رقم (9): تحليل التباين في اتجاه واحد (Anova) إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي

كلية الإعلام المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي وفقاً للمتغيرات الشخصية

المتغيرات الشخصية	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F)	مستوى المعنوية
التخصص	بين المجموعات	5.096	16	0.318	1.893	0.062
	داخل المجموعات	5.217	31	0.168		
	<b>المجموع</b>	<b>10.313</b>	<b>47</b>			
سنوات الخبرة	بين المجموعات	15.263	16	0.954	1.580	0.134
	داخل المجموعات	18.717	31	0.604		
	<b>المجموع</b>	<b>33.979</b>	<b>47</b>			
الوسيلة الإعلامية	بين المجموعات	23.050	16	1.441	2.357	0.020
	داخل المجموعات	18.950	31	0.611		
	<b>المجموع</b>	<b>42.000</b>	<b>47</b>			
مكان العمل	بين المجموعات	6.833	16	0.427	1.271	0.275
	داخل المجموعات	10.417	31	0.336		
	<b>المجموع</b>	<b>17.250</b>	<b>47</b>			

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية

الإعلام المواصفات المطلوبة في سوق العمل، والمهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي.

أظهر استخدام معامل ارتباط سبيرمان وجود علاقة ارتباط إيجابية دالة إحصائياً بين درجة إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام المواصفات المطلوبة في سوق العمل، والمهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط سبيرمان (Spearman's rho=0.665\*\*) عند مستوى الدلالة (0.000)، وهي دالة إحصائياً.

جدول رقم (10): معامل ارتباط سبيرمان لقياس العلاقة بين إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب

خريجي كلية الإعلام المواصفات المطلوبة في سوق العمل، والمهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل

إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام المواصفات المطلوبة في سوق العمل			المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي
مستوى المعنوية	معامل ارتباط سبيرمان	التكرار (N)	
0.000	0.665**	48	

## أهم نتائج الدراسة:

تتمثل أهم نتائج الدراسة في كل مما يأتي:

1. جاءت درجة إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المواصفات المطلوبة في سوق العمل بدرجة مرتفعة، حيث تمثلت أهم هذه المواصفات في "المظهر اللائق والمقبول" بوسط حسابي (2.69)، و"قوة الشخصية" بوسط حسابي (2.58)، وإجادة مهارات الاتصال والتواصل" بوسط حسابي (2.56).
2. جاءت درجة إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي، بدرجة مرتفعة، حيث تمثلت أهم هذه المهارات في "القدرة على جمع البيانات والمعلومات من مصادرها المختلفة بسهولة" بوسط حسابي (2.54)، و"إتقان اللغة العربية" و"الدقة والسرعة والموضوعية في تناول الإعلامي والتحقق من صدق الوقائع" بوسط حسابي (2.46).
3. أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اكتساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط مهارات سوق العمل، وفقاً للمتغيرات الشخصية الآتية: النوع الاجتماعي، والتخصص، وسنوات الخبرة، والوسيلة الإعلامية، ومكان العمل.
4. أظهرت النتائج عدم فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي، وفقاً للمتغيرات الشخصية الآتية: النوع الاجتماعي، والتخصص، وسنوات الخبرة، والوسيلة الإعلامية، ومكان العمل.
5. أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام المواصفات المطلوبة في سوق العمل، والمهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي.

## التوصيات:

في ضوء النتائج السابقة، توصي الدراسة في كل مما يأتي:

1. إعادة النظر في المقررات الدراسية العملية في كليات الإعلام، بحيث تسهم في توعية الطلبة وتوجيههم إلى حاجات السوق الإعلامي الجديد ومتطلباته في العصر الرقمي.
2. أن تقوم كليات الإعلام من خلال مقرراتها الدراسية العملية في زيادة وعي طلبتها بالمتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية محلياً وإقليمياً ودولياً.



3. مواكبة المقررات الدراسية العملية في كليات الإعلام أُسس التسويق الاجتماعي للأفكار المستحدثة؛ بما ينعكس على مهارات الطلبة في ممارسة العمل الإعلامي في المستقبل.
4. أن تتضمن المقررات الدراسية العملية في كليات الإعلام أُسس إدارة المؤسسات الإعلامية واقتصاداتها، نظرًا لأنّ المؤسسات الإعلامية استفادت بشكلٍ كبير من التطورات التكنولوجية الحديثة، من حيث تطبيق الابتكارات والتقنيات والتطبيقات الإعلامية الرقمية، في تعزيز جودة الإنتاج الإعلامي.
5. ضرورة أن تقوم كليات الإعلام من خلال مقرراتها الدراسية العملية في تطوير مهارات اللغة الإنجليزية للطلبة، حيث تُعد هذه المهارة من أهم المهارات في سوق العمل الإعلامي.
6. أن تواكب المقررات الدراسية العملية أساليب قياس الرأي العام، ومنهجيات البحث العلمي، من أجل قياس آراء الجمهور واتجاهاته نحو الخدمات التي تقدمها، حيث أصبحت وسائل الإعلام تعتمد اعتمادًا رئيسًا على الدراسات العلمية للحفاظ على تطورها المستمر، من خلال قياس ردود الجماهير تجاه خدماتها.

## المراجع

- أحمد، أميرة (2020). تصور مقترح للارتقاء بمنظومة التعليم الإعلامي بالجامعات المصرية: دراسة كيفية في ضوء مهارات القرن الحادي والعشرين. مجلة البحوث الإعلامية، 54(6)، 3746-3786.  
<https://doi.org/10.21608/jsb.2020.110189>
- البناء، دعاء (2019). اتجاهات طلاب كليات الإعلام نحو دور مؤسسات التدريب الإعلامي في تأهيلهم لسوق العمل. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 18(3)، 465-  
<https://doi.org/10.21608/joa.2019.92394.558>
- السويد، محمد بن علي (2020). تقييم الإعلاميين لواقع توظيف خريجي الإعلام.. ومستقبلهم الوظيفي دراسة كيفية على عينة من الأكاديميين والمسؤولين والمهنيين الإعلاميين في مدينة الرياض. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 40(1437)، 149-209.  
<https://www.imamjournals.org/index.php/jshs/article/view/411>
- شبكة الصحفيين الدوليين (2018، 30 تشرين الأول). بينها التصوير.. إليكم أكثر من 7 مهارات يحتاجها سوق العمل الصحفي اليوم. تم الاسترجاع في 16 آب، 2022، من الرابط <https://ijnet.org/en/node/70>
- عزمي، إيمان (2019). التعليم الرقمي ومهارات سوق العمل: المفاهيم الأساسية والتجارب العملية في عصر الثورة الرقمية. المجلة العربية للتداب والدراسات الإنسانية، 7(3)، 67-102.  
<https://doi.org/10.21608/AJAHS.2019.44589>
- عليمات، فرحان وجوينات، مارسيل (2020). واقع تدريس علوم الإعلام والاتصال في الجامعات الأردنية الحكومية. مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث في التعليم العالي، 40(2)، 143-163.  
[https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jaar\\_rhe/vol40/iss2/10/](https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jaar_rhe/vol40/iss2/10/)
- فخر الدين، أريج (2021). التأهيل الأكاديمي لطلاب أقسام وكليات الإعلام وفق متطلبات سوق العمل في العصر الرقمي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 77(1)، 221-276.  
<https://doi.org/10.21608/EJSC.2021.217953>
- المسهلي، أمة الله (2022). درجة مواءمة مخرجات التعليم العالي واحتياجات سوق العمل بالجمهورية اليمنية "جامعة حجة نموذجًا". مجلة كلية التربية، جامعة أسسوط، 38(1)، 248-287.  
[https://mfes.journals.ekb.eg/article\\_203843.html](https://mfes.journals.ekb.eg/article_203843.html)

## References

- Ahmed, Amira (2020). **A Proposed Vision for Upgrading the Media Education System in Egyptian Universities: A Qualitative Study in Light of the Skills of the Twenty-First Century**. Journal of Mass Communication Research, Al-Azhar University, 54(6), 3746-3786. <https://doi.org/10.21608/jsb.2020.110189>
- Al-Banna, Doaa (2019). **Attitudes of Media College Students Towards the Role of Media Training Institutions in Preparing them for the Labour Market**. Egyptian Journal of Public Opinion Research, 18(3), 465-558. <https://doi.org/10.21608/joa.2019.92394>
- Al-Mosahlee, Amat Allah (2022). **The Degree of Compatibility of Higher Education Outcomes with the Needs of the Labor Market in the Republic of Yemen, "Hajjah University as a Model"**. Journal of Faculty of Education Assiut University, 38(1), 248-287. [https://mfes.journals.ekb.eg/article\\_203843.html](https://mfes.journals.ekb.eg/article_203843.html)
- Azmi, Eman (2019). **Digital Education and Labor Market Skills: Basic Concepts and Practical Experiences in the Age of the Digital Revolution**. The Arab Journal of Arts and Humanities, 3(7), 67-102. <https://doi.org/10.21608/AJAHS.2019.44589>
- Fakhr Al-Deen, Areej (2021). **Academic Qualification for Students of Media Departments and Colleges in Accordance with the Requirements of the Labor Market in the Digital Age**. The Egyptian Journal of Media Research, 77(1), 221-276. <https://doi.org/10.21608/EJSC.2021.217953>
- Hui, Huang (2021). **Measures of Integrating Media Teaching in Colleges**, In C. Kahl & N. Fatima (Eds.), Proceedings of the 2021 International Conference on Public Relations and Social Sciences (ICPRSS 2021): Vol. 586. (pp. 263-267). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211020.164>
- International Center for Journalists (2018, October 30). **Including Photography. Here are the 7 Skills that the Journalistic Labor Market Needs Today**. Retrieved August 16, 2022, from <https://ijnnet.org/en/node/70>

- Middle East University. (n.d.). **About Faculty of Media**. Retrieved August 22, 2022, from <https://www.meu.edu.jo/faculties/faculty-of-media/>
- Middle East University. (n.d.). **Dean's Message**. Retrieved August 22, 2022, from <https://www.meu.edu.jo/faculties/faculty-of-media/dean-message/>
- Olaimat, Farhan, Jwainat, Marcill (2020). **The Effect of Teaching Media and Communication Sciences in Jordanian Public Universities**. Journal of the Association of Arab Universities for Research in Higher Education, 40(2), 143-164.  
[https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jaaru\\_rhe/vol40/iss2/10](https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jaaru_rhe/vol40/iss2/10)
- Sweden, Muhammad bin Ali (2020). **Media Professionals' Evaluation of the Reality of the Employment of Media Graduates and their Future Career. A Qualitative Study on a Sample of Academics, Officials and Media Professionals in the City of Riyadh**. Imam Muhammad ibn Saud Journal of Humanities and Social Studies, 40(1437), 149-209.<https://www.imamjournals.org/index.php/jshs/article/view/411>
- Tang, Cimei, Chand, Asha (2021). **Panda Meets Koala: A Comparison of Journalism Education Practices in China and Australia**. Global media Journal: Australian Edition, 15(2021), 1-23. <https://www.hca.westernsydney.edu.au/gmjau/?p=4099>
- Wang, Li. (2022). **Constructing Opening Educational Community: Bridge the Gap between University Studies and the Labour Market of Journalism Education in China**, Heliyon, 1-20. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4146369>
- World Economic Forum. (2016). **The Future of Jobs Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution**. Global Challenge Insight Report.  
<https://reports.weforum.org/future-of-jobs-2016/>
- Zhang, Fuyin (2022). **The Reform of Journalism Education Driven by Digital Technology in the Era of Media Integration**, Wireless Communications and Mobile Computing, 2022. 1-9.  
<https://doi.org/10.1155/2022/2144718>

الدكتور أحمد عريقات، جامعة الشرق الأوسط ، [Aoreqat@meu.edu.jo](mailto:Aoreqat@meu.edu.jo) ،  
الدكتور رامز أبو حصيرة، جامعة الشرق الأوسط ، [rabuhasserah@meu.edu.jo](mailto:rabuhasserah@meu.edu.jo) ،

## التأهيل الأكاديمي في كليات الإعلام وانعكاساته على الممارسة المهنية (دراسة ميدانية على الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية)

الدكتور رامز أبو حصيرة، جامعة الشرق الأوسط

**The academic training in media faculties and its implications  
for professional practice: a field study on media practitioners  
in Jordanian Media Institutions**

Dr. Ramez Abuhasirah – Middle East university

## التأهيل الأكاديمي في كليات الإعلام وانعكاساته على الممارسة المهنية (دراسة ميدانية على الممارسين

### للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية)

د. رازم أبو حصيرة - جامعة الشرق الأوسط

#### الملخص

هدفت الدراسة التعرف إلى انعكاسات التأهيل الأكاديمي الإعلامي على الممارسة المهنية، واستندت الدراسة إلى منهج المسح الإعلامي، بالتطبيق على عينة متاحة قوامها (102) مفردة من الإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية ممن يحملون شهادة الإعلام، وأظهرت نتائج الدراسة أنّ واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين قد تمثل في: "غلبة الجوانب النظرية على الجوانب التطبيقية في المقررات الدراسية" بوسط حسابي بلغ (4.30)، بينما تمثل واقع التأهيل والتدريب المهني العملي للإعلاميين الممارسين للمهنة في المؤسسات الإعلامية الأردنية في: "انعكاس التدريب الإعلامي على الأداء المهني للإعلاميين" بوسط حسابي بلغ (4.01)، وجاءت أبرز انعكاسات التأهيل الأكاديمي على الممارسة المهنية للإعلاميين الممارسين للمهنة في المؤسسات الإعلامية في أنّ: "التأهيل الأكاديمي من خلال المقررات الدراسية العملية/ التدريبية مهم في تنمية المهارات وممارسة العمل الإعلامي" بوسط حسابي (4.10)، وخلصت نتائج الدراسة إلى أنّ كليات الإعلام باتت أمام حتمية تطوير مناهجها ومقرراتها الدراسية؛ لتواكب متطلبات سوق العمل الإعلامي واحتياجاته، من خلال التركيز على الجوانب التطبيقية أكثر من الجوانب النظرية، وإشراك المهنيين الممارسين للعمل الإعلامي في العملية التدريسية، إلى جانب التنسيق بين كليات الإعلام والمؤسسات الإعلامية؛ بهدف تقييم واقع سوق العمل الإعلامي، ومخرجات كليات الإعلام، والخروج بمقترحات تُسهم في تحسين التأهيل الأكاديمي في كليات الإعلام.

**الكلمات المفتاحية:** التأهيل الأكاديمي؛ التدريب الأكاديمي، التأهيل الإعلامي، الممارسة المهنية، النظرية والتطبيق.

**The academic training in media faculties and its implications for professional practice:  
a field study on media practitioners in Jordanian Media Institutions**

**Dr. Ramez Abuhasirah – Middle East university**

**Abstract**

This study aimed at identifying the reflection of media academic education on professional practice. The study adopted the audience survey method. A questionnaire was distributed to an available sample of (102) professionals in Jordanian media institutions who hold a media certificate. The study's results showed that the primary academic education of media professionals was represented in: "the predominance of theoretical aspects over practical aspects in academic courses," with a mean of (4.30). In contrast, the media skills and practical professional training of professionals in Jordan's media institutions were represented in: "the reflection of media training on the professional performance of journalists" with a mean of (4.01). Concerning the most important reflections of academic education on the professional practice of media professionals were: "academic training through practical/training courses is important in developing skills and professional practice," with a mean of (4.10). The study concluded that the Faculties of media are now confronted with the imperative of developing their curricula and plans to keep pace with the demands and needs of the media labor market by focusing on the practical aspects rather than the theoretical aspects, involving media professionals in the teaching process, as well as coordinating between media faculties and media institutions to assess the reality of the media labor market and the outputs of the media colleges and develop proposals that contribute to improving academic qualification in the media colleges.

**Key words:** academic education, academic training, professional practice, media qualification, theory and practice.



**المقدمة:**

شهدت السنوات الأخيرة اهتمامًا متزايدًا بتقويم الأداء الأكاديمي للجامعات والبرامج الدراسية، وأصبحت المؤسسات الأكاديمية تضع الميزة التنافسية والجودة الشاملة نصب أعينها؛ فباتت جودة التعليم الجامعي تعتمد على درجة جودة البرامج والخطط الدراسية والبيئة التعليمية والشراكات التعاونية المجتمعية والإعلامية والأكاديمية والبحثية، وأداء عضو هيئة التدريس وكفاءته ومهارته التدريسية والمهنية والبحثية (أحمد، 2020). وقد وفرت كليات الإعلام وأقسامها في المؤسسات الأكاديمية الأردنية مقررات دراسية، تتوزع وتنوع بين عدة تخصصات فرعية، أبرزها: الصحافة والإعلام، والإذاعة والتلفزيون، والعلاقات العامة، إلى جانب الإعلام الرقمي، من خلال تقديم مقررات دراسية تعتمد على جانبين أساسيين، الأول: نظري - معرفي، يهدف إلى تقديم أدب نظري-علمي يتعلق بكافة الأمور المتعلقة بتخصص الإعلام والاتصال، والثاني: تدريبي-تطبيقي، يهدف تطبيق الأدب النظري إلى جانب استخدام التكنولوجيا، والتقنيات، والتطبيقات الحديثة في العمل الإعلامي، واكتساب المهارات العملية من التدريب خلال الدراسة الجامعية، وهذا ما اصطلح على تسميته "التأهيل الأكاديمي".

ويُعد التأهيل الأكاديمي الإعلامي مرحلة مهمة في مسار الطلبة الجامعيين، إذ يسمح هذا التأهيل دخول الطلبة مجال العمل في مختلف وسائل الإعلام؛ فالطلبة يحتاجون إلى تأهيل علمي-نظري من خلال مناهج دراسية تهدف تزويدهم بالمعلومات والمعارف والعلوم المتعلقة بالإعلام، كما يحتاجون إلى التطبيق-التدريب من أجل اكتساب المهارات العملية والفنية والتقنية التي تؤهلهم لدخول سوق العمل الإعلامي بعد تخرجهم. وقد تفاوت نجاح هذه الكليات؛ ما بين التركيز على الجوانب النظرية والجوانب التدريسية-التطبيقية، وتجهيز القاعات الدراسية والمختبرات وتحويلها إلى عُرف أخبار مُصغرة تحاكي واقع العمل الإعلامي، من خلال توفير المُعدات والأدوات الإعلامية الحديثة اللازمة لممارسة مهنة الإعلام بعد التخرج، ومنها من ابتعد عن واقع الإعلام الحالي الذي بات مطالبًا بمواكبة آخر التطورات والمستجدات في العصر الحديث، وهذا بدوره ما أنتج خللاً بين التأهيل الأكاديمي في كليات الإعلام والممارسة المهنية في المؤسسات الإعلامية، لذلك تأتي هذه الدراسة للتعرف إلى انعكاسات التأهيل الأكاديمي الإعلامي على الممارسة المهنية في المؤسسات الإعلامية الأردنية.

**مشكلة الدراسة:**

يكتسي التأهيل الأكاديمي في كليات الإعلام، طابعًا نظريًا وتطبيقيًا، ارتبط بعملية تحول كبيرة فرضتها معطيات التطور العلمي والتكنولوجي في العصر الحديث، من خلال تطبيق استراتيجيات تدريس حديثة، وبناء مناهج دراسية وخطط تواكب سوق العمل الإعلامي. لكن، الزيادة في أعداد الخريجين من كليات الإعلام أدى إلى تصنيف تخصص الإعلام على أنه تخصص راكد غير مطلوب في سوق العمل؛ مما انعكس على الممارسة

المهنية، وفي إطار ما سبق، ونظرًا لثقل كليات الإعلام في الأردن، تُعد مرحلة مهمة في تأهيل الطلبة الجامعيين أكاديميًا، وفي ضوء مواجهة الطلبة الخريجين لواقع مُختلف تمامًا عن المحاضرات والدروس الجامعية، باعتبار أن الممارسة المهنية ترتبط ارتباطًا رئيسًا بالمهارات التي يمتلكها الصحفيون والإعلاميون، وفي ضوء نتائج الدراسات التي أكدت وجود فجوة بين التعليم في الجامعات التي تدرس الإعلام، ومتطلبات سوق العمل الإعلامي، وفي ضوء تصنيف تخصص الإعلام على أنه تخصص راكد في سوق العمل الأردني، تتمثل مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي: **ما انعكاسات التأهيل الأكاديمي في كليات الإعلام على الممارسة المهنية؟**

## أهمية الدراسة:

### أهمية نظرية:

1. أهمية موضوع التأهيل الأكاديمي وانعكاساته على الممارسة المهنية في ظل ندرة الدراسات الأردنية التي تناولت الموضوع، رغم ارتباطه بشكل رئيس بالواقع الأكاديمي والإعلامي في الوقت الراهن.
2. المقاربة النظرية بين واقع الإعلاميين الممارسين للمهنة، وقدرة كليات الإعلام على تأهيل إعلاميين قادرين على ممارسة العمل الإعلامي؛ بما يتماشى مع متطلبات سوق العمل.

### أهمية تطبيقية:

1. قد تفيد نتائج الدراسة في توضيح الفجوة الحاصلة بين التأهيل الأكاديمي للإعلاميين والممارسة المهنية.
2. قد تفيد نتائج الدراسة في مساعدة القائمين على المقررات الدراسية وأعضاء هيئة التدريس في كليات الإعلام، من ربط المساقات ومخرجاتها بمتطلبات سوق العمل الإعلامي.

## أهداف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة التعرف إلى واقع التأهيل الأكاديمي في كليات الإعلام وانعكاساته على الممارسة المهنية، وتتفرع من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية الآتية:
1. الوقوف على واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية من وجهة نظرهم.
  2. الكشف عن واقع التأهيل والتدريب المهني العملي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية من وجهة نظرهم.
  3. التعرف إلى انعكاسات التأهيل الأكاديمي الذي تلقاه الإعلاميون في كليات الإعلام بالمؤسسات الأكاديمية الأردنية على الممارسة المهنية من وجهة نظرهم.

**أسئلة الدراسة:**

1. ما واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية من وجهة نظرهم؟
2. ما واقع التأهيل والتدريب المهني العملي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية من وجهة نظرهم؟
3. ما انعكاسات التأهيل الأكاديمي الإعلامي الذي تلقاه الإعلاميون في كليات الإعلام بالمؤسسات الأكاديمية الأردنية على الممارسة المهنية من وجهة نظرهم؟

**فرضيات الدراسة:**

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي، وفقاً للمتغيرات الشخصية الآتية: (النوع الاجتماعي، الجامعة، التخصص الأكاديمي، نمط ملكية الوسيلة، نوع الوسيلة، سنوات الخبرة).
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي وواقع التأهيل والتدريب المهني للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي.
3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي وانعكاساته على الممارسة المهنية.
4. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين واقع التأهيل والتدريب المهني العملي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي وانعكاساته على الممارسة المهنية.

**المفاهيم الإجرائية:**

**التأهيل الأكاديمي:** هو التعليم الجامعي الذي يحصل عليه الطالب في كليات الإعلام بالمؤسسات الأكاديمية، أي تأهيل طلبة كليات الإعلام وأقسامها ومعاهدها، وتزويدهم بالمعارف والمعلومات والمهارات اللازمة على نحو يلبي متطلبات سوق العمل الإعلامي، ويُقسم هذا التأهيل إلى جانبين: أحدهما يرتبط بالجانب النظري من خلال دراسة المقررات الدراسية، والآخر تطبيقي يرتبط بالمهارات العملية المكتسبة من التدريب الذي تلقاه الطالب أثناء دراسته.

**التأهيل والتدريب الإعلامي:** يُقصد به التدريب المهني العملي الذي يحصل عليه الطالب بعد تخرجه من الجامعة، من أجل تطوير مهاراته وقدراته، حتى يُمارس مهنة الإعلام بكفاءة، وقد يكون هذا التأهيل من داخل المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها أو من خلال برامج تدريبية خارجية.

**الممارسة المهنية:** هي القواعد والمبادئ والمعايير التي يلتزم بها الإعلاميون عند ممارستهم مهنة الإعلام خلال عملهم الإعلامي اليومي في المؤسسات الإعلامية الأردنية، وتخضع هذه الممارسة للقيم والمعايير الأخلاقية والمهنية والتشريعية والقانونية عند إعداد المواد الإعلامية وإنتاجها.

### حدود الدراسة:

- **الحدود الموضوعية:** وتتمثل في انعكاسات التأهيل الأكاديمي الذي تلقاه الإعلاميون في كليات الإعلام بالجامعات الأردنية على الممارسة المهنية.
- **الحدود الزمانية:** تتمثل في الفترة الزمنية من 1-28 أغسطس/ آب 2022.
- **الحدود المكانية:** تم تطبيق هذه الدراسة على عينة من الإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية؛ ممن يحملون شهادة في الإعلام.

### الدراسات السابقة:

بمراجعة الدراسات السابقة ذات الصلة بالتأهيل الأكاديمي في كليات الإعلام، يتضح ندرة الدراسات الأردنية ذات الصلة المباشرة بموضوع التأهيل الأكاديمي للممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية، ونظرًا لذلك يتناول الباحث الدراسات السابقة المرتبطة بالدراسة الحالية، وذلك على النحو التالي:

هدفت دراسة **Irion do (2022)** تحليل العلاقة بين نتائج التوظيف للخريجين الإسبان ورضاهم عن تعليمهم الجامعي، من خلال استخدام المنهج التجريبي، عبر تحليل مصادر المعلومات الإحصائية من "استبانة توظيف الخريجين الجامعيين"، التي أجراها المعهد الوطني الإسباني للإحصاء في عامي 2014 و2019، وأظهرت نتائج الدراسة أن أبرز الصعوبات التي يواجهها الخريجون في التوظيف، ومنهم طلبة الصحافة والإعلام، مرتبطة بشكل كبير بعدم رضاهم عن تجربتهم الأكاديمية الجامعية؛ نظرًا لعدم التوافق التعليمي بين الجامعة وسوق العمل.

وهدفت دراسة **العليجات وآخرون (2021)** التعرف إلى واقع الإعلام الرقمي في برنامج بكالوريوس الإعلام التقليدي في جامعة اليرموك من خلال استخدام منهج دراسة الحالة، بالتطبيق على عينة قوامها (105) من طلبة الدراسات العليا في كلية الإعلام بجامعة اليرموك للعام الجامعي 2021/2022، وأظهرت نتائج الدراسة أن أعضاء هيئة التدريس يحرصون على التنوع في استراتيجيات التدريس الحديثة، ويدربون الطلبة على استخدام وسائل الاتصال الحديثة، وأشارت النتائج إلى أن كلية الإعلام بجامعة اليرموك تُنظم دورات تدريبية للطلبة في مجال الإعلام، وتوفر معدات متطورة تساعد في عملية التدريب العملي، إلى جانب تطوير خططها الدراسية بشكل مستمر، كما أن المقررات الدراسية تحتوي على المعارف النظرية والتطبيقية المتكاملة في مجال الإعلام المعاصر.

وهدفت دراسة **عذراء ووداد (2021)** رصد واقع التأهيل الأكاديمي للصحفيين من خريجي الإعلام بالجامعة الجزائرية، والتدريب المهني الذي يتلقونه في المؤسسات الإعلامية، واعتمدت الدراسة المنهج المسحي، والاستبانة كأداة لجمع البيانات؛ بالتطبيق على عينة قصدية قوامها (55) صحفيًا ممن تلقوا تأهيلًا أكاديميًا في أقسام الإعلام بالجامعة الجزائرية، وأوضحت نتائج الدراسة أن أغلبية الصحفيين، حوالي (94.5%)، يرون أن تأهيلهم الأكاديمي سيء نتيجة غلبة المقررات الدراسية النظرية على التطبيقية، إلى جانب وجود ثغرات كبيرة بين التأهيل الأكاديمي والمهني، وغياب الموازنة بين التأهيل الأكاديمي لطلبة الإعلام مع المتطلبات المهنية (96.6%).

وهدفت دراسة **Tang & Chand (2021)** التعرف إلى مسارات التعلم والتدريب والطرق المبتكرة لتدريس الصحافة والإعلام وممارستها في مؤسستين أكاديميتين تُدرسان الإعلام في الصين وأستراليا، هما: جامعة شيامن الصينية، وجامعة سيدني الأسترالية، واعتمدت الدراسة أسلوب السيناريوهات والمحاكاة لتجارب الطلبة في التعليم، من خلال مشاركة الطلبة في برنامج تبادل الخبرات بين الجامعتين، وحضور محاضرات في الصحافة والإعلام، إلى جانب تلقي تدريب داخلي وخارجي، من أجل تقييم المخرجات بين طلبة الجامعتين، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن طلبة جامعة سيدني يتمتعون بخبرات علمية وعملية بعد التخرج يستطيعون من خلالها ممارسة العمل الإعلامي والتكيف مع بيئة العمل العالمية، نظرًا لما تعلموه في المحاضرات والبرامج التدريبية.

وهدفت دراسة **الجمعي (2021)** الكشف عن التأهيل الأكاديمي للصحفيين وانعكاساته على المشهد الإعلامي الجزائري، من خلال استخدام المنهج الوصفي التحليلي، والأسلوب الاستشراقي، عبر تحليل البرامج الأكاديمية في كلية الإعلام والاتصال بجامعة قسنطينة، ومقارنتها بسوق العمل الإعلامي، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن هناك فجوة بين الدروس النظرية والتطبيقية في تخصص الإعلام؛ بما لا يتلاءم مع النظام الأكاديمي السائد.

وهدفت دراسة **Al-Khalidi (2020)** التعرف إلى أثر البرامج التدريبية في تنمية المهارات الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك، عبر تصميم برنامج تدريبي مكون من (12) جلسة، مدة كل جلسة (45) دقيقة، واعتمدت الدراسة المنهج شبه التجريبي، والاستبانة كأداة لجمع البيانات، بالتطبيق على عينة قوامها (23) طالباً من قسم الدعوة والإعلام الإسلامي، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن البرنامج التدريبي أثر على تنمية المهارات الإعلامية للطلبة؛ مما سينعكس على الأداء الوظيفي لهم في المستقبل، كما أظهرت النتائج أن المهارات الإعلامية لدى الطلبة استمرت بالتحسن بعد الانتهاء من البرنامج التدريبي.

وهدفت دراسة Hamdi & Setoutah (2020) تشخيص العلاقة بين التأهيل الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال في الجامعة الجزائرية والممارسة الإعلامية، من خلال استخدام المنهج الوصفي التحليلي، عبر إجراء (15) مقابلة مع صحفيين ممارسين للمهنة، وخلصت نتائج الدراسة إلى أنّ التأهيل الأكاديمي للطلبة ليس كافياً لممارسة مهنة الصحافة والإعلام (80%)، نظراً لأنّ مهنة الصحافة تتطلب تدريباً مستمراً، وأوضحت النتائج أنّ التأهيل الأكاديمي المتخصص مهم جداً للإعلامي (80%)، إذ يُعدّ التأهيل الأكاديمي أساساً للتعلم والحصول على المعلومات النظرية في مقررات دراسية تسمح لهم بدخول مجال الإعلام، وخلصت النتائج إلى أنّ غالبية عينة الدراسة (67.8%) يرون أنّ النجاح في مهنة الإعلام يعتمد على التميز في الجانب الأكاديمي.

وهدفت دراسة طلعت والسعيد (2020) التعرف إلى واقع التأهيل الإعلامي ومستقبله في برامج الإعلام في مصر في ضوء مهارات المحرر المتكامل، من خلال الجمع بين المنهج الوصفي، والدراسات المستقبلية، عبر إجراء (30) مقابلة مع الأساتذة في كليات الإعلام وأقسامها ومعاهدها في مصر، إلى جانب عينة عمدية قوامها (193) طالباً يمثلون تسعة برامج إعلامية أكاديمية، و(96) صحفياً يمثلون ثماني غرف أخبار مختلفة في مؤسسات صحفية مصرية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنّ (83.3%) من أعضاء هيئة التدريس يرون أنّ هناك تطوراً في البرامج الأكاديمية ولكنه تطور لا يعكس التغييرات الجديدة في مهنة الإعلام، وأشارت النتائج إلى أنّ المستقبل يصب في صالح تطوير برامج الإعلام الأكاديمية، كما أنّ الدورات المتاحة عبر شبكة الإنترنت تُعزز إمكانية الوصول إلى المحرر المتكامل في حال امتلاك الطلبة لمهارة التعلم الذاتي، كما أنّ طبيعة المقررات تحول دون تأهلهم إلى مفهوم المحرر المتكامل، بسبب انفصال المناهج عن الممارسات المهنية الحديثة، والتركيز على الجوانب النظرية.

### التعقيب على الدراسات السابقة:

تنوعت الدراسات في المناهج المستخدمة، ما بين المنهج المسحي، والمنهج التجريبي (Iriundo (2022)، وأسلوب السيناريوهات (Tang & Chand (2021)، والجمع بين المنهج المسحي والدراسات المستقبلية طلعت والسعيد (2020)، كما تنوعت المجتمعات البحثية وأدوات جمع البيانات، إذ تكون مجتمع الدراسة في معظمها من طلبة الإعلام وخريجها وأساتذتها، واستخدمت أداة الاستبانة لجمع البيانات، باستثناء دراسة (Iriundo (2022)، والجمعي (2021)، اللتين استخدمتا أداة التحليل، ودراسة Hamdi & Setoutah (2020)، وطلعت والسعيد (2020)، اللتين استخدمتا أداة المقابلة، وخلصت معظم النتائج إلى أنّ هناك فجوة بين التأهيل الأكاديمي ومتطلبات سوق العمل، باستثناء دراسة (Tang & Chand (2021)، و (Al-Khalidi (2020)، اللتين توصلتا إلى أنّ البرامج التدريبية تؤثر على تنمية المهارات الإعلامية للطلبة؛ مما ينعكس على الأداء الوظيفي لهم في المستقبل.

## الإطار النظري للدراسة:

تستند هذه الدراسة في إطارها النظري إلى طبيعة العلاقة بين التأهيل الأكاديمي الإعلامي والممارسة المهنية، ومدى انعكاس التأهيل الأكاديمي الإعلامي على الممارسة المهنية، وذلك من خلال رصد ما تم طرحه في الدراسات العلمية، التي اهتمت بالتأهيل الأكاديمي لطلبة كليات الإعلام، والتأهيل والتدريب للإعلاميين داخل المؤسسات الصحفية والإعلامية، ومراجعتها وتحليلها، وبيان مدى انعكاس ذلك التأهيل على الممارسة المهنية والنداء الإعلامي، إلى جانب ما يرتبط بهذا الموضوع من محاور تُشكل أرضية نظرية عن موضوع الدراسة، إذ إنّ التأسيس النظري لإشكاليات التأهيل الأكاديمي وانعكاساته على الممارسة المهنية، يستلزم تسليط الضوء على مجموعة من المتغيرات يرتبط بعضها ببعض؛ وذلك على النحو الآتي:

### أولاً: واقع التأهيل الأكاديمي في كليات الإعلام في الأردن:

بدأ التعليم الأكاديمي في الصحافة والإعلام في الأردن عام 1981، عندما أسس أول قسم صحافة في جامعة اليرموك، وكان تابعاً آنذاك لكلية الآداب، وبحلول عام 2008 تحوّل القسم إلى كلية للإعلام تضم ثلاثة أقسام: الصحافة، والإذاعة والتلفزيون، والعلاقات العامة والإعلان (الطويس، 2018، 18). وحتى نهاية عام 2022، كان يوجد في الأردن اثنتا عشرة مؤسسة أكاديمية حكومية وخاصة، تُدرّس الإعلام بتخصصاته الفرعية، هي: جامعة اليرموك، ومعهد الإعلام الأردني، وجامعة البترا، وجامعة الزرقاء، وجامعة الشرق الأوسط، وجامعة فيلادلفيا، وجامعة جدارا، وجامعة العلوم التطبيقية، والجامعة العربية المفتوحة، وجامعة العقبة للتكنولوجيا، وكلية الخوارزمي الجامعية التقنية، وكلية لومينوس الجامعية التقنية، من بينها خمس مؤسسات تطرح برامج الإعلام في الدراسات العليا.

وترتبط الأسس التي تُحدد عمل كليات الإعلام وأقسامها، بهيئة اعتماد مؤسسات التعليم العالي، التي وضعت معايير الاعتماد لتخصصات الإعلام؛ إذ يتكون البرنامج الدراسي لدرجة البكالوريوس من 132 ساعة، وبعض الجامعات تعتمد 135 ساعة، إضافة إلى المواد الإجبارية والاختيارية من متطلبات الجامعة، كما تتضمن هذه المعايير تحديد ست ساعات للتدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية، واشترطت المعايير الأردنية أن تتوفر في المؤسسات التعليمية، قاعات دراسية وإستوديوهات إذاعية وتلفزيونية، ومعدات التصوير الصحفي، وإصدار دورية أو صحيفة من إنتاج الطلبة، وإذاعة تدريبية، وموقع إلكتروني، وأرشيف صحفي (أبو هاشم، 2020).

ويعتمد التأهيل الأكاديمي في كليات الإعلام على جانبين رئيسيين، الأول: الجانب النظري، بحيث يدرس الطلبة مقررات دراسية نظرية يشرف عليها أساتذة من أعضاء هيئة التدريس مسؤولون عن تأهيل هؤلاء الطلبة من خلال توفير المعلومات المتعلقة بعلوم الاتصال والإعلام، مثل: النظريات ونماذج الاتصال، وأخلاقيات وتشريعات الإعلام، إلى جانب المعرفة المتعلقة بمنهجية البحث العلمي، وما يتصل من مفاهيم وأسس معرفية في الصحافة والإعلام، والثاني: الجانب التطبيقي أو التدريبي الذي يتضمن اكتساب المهارات الكتابية والفنية والتقنية، بالإضافة إلى التعامل مع الأدوات الحديثة في الإعلام، تمكنهم من ممارسة العمل الإعلامي؛ ليجد الطلبة أنفسهم في نهاية تأهيلهم يمتلكون رصيد كبير من المعرفة العلمية والعملية، يسمح لهم بمتابعة الدراسات العليا أو التقدم للحصول على وظيفة إعلامية لتطوير مهاراتهم النظرية والتطبيقية ( Hamdi & Setoutah, 2020).

### ثانياً: واقع التأهيل المهني العملي للإعلاميين في المؤسسات الإعلامية الأردنية:

شهدت السنوات الأخيرة اهتماماً متزايداً بالتأهيل المهني للإعلاميين في الأردن، نتيجة للتطورات الهائلة في تكنولوجيا الاتصال؛ فالتكنولوجيا لم تعد أدوات وتقنيات تعمل على تطور العمل الإعلامي وتحسن أدائه، بل أصبحت مقياساً في تطور الإعلام وصناعته، حيث أصبح كل جديد في الإعلام لا ينفصل عن التكنولوجيا. وقد أدى عدم مواكبة استخدام التكنولوجيا الحديثة، وضعف البرامج التدريبية التي لا تواكب التطور السريع في تكنولوجيا الاتصال، والاعتماد على الوسائل الاتصالية التقليدية إلى فجوة كبيرة بين متطلبات العمل الإعلامي والإعلامي نفسه، حيث أصبح التدريب المواكب للتطور ضرورة ملحة، إذ إنّ إدخال التقنيات الرقمية الحديثة في المؤسسات الإعلامية الأردنية وتكثيف العملية التدريبية في مجال التقنية الحديثة، ينعكس على الأداء الإعلامي من قبل المؤسسة الإعلامية والإعلاميين أنفسهم (البرصان، 2021).

وتُقسم الجهات التي تُقدم البرامج التدريبية للإعلاميين في الأردن إلى خمس مجموعات أساسية. **أولاً:** الجامعات والمؤسسات الأكاديمية؛ فبالإضافة إلى تدريب طلبتها تطرح برامج تدريبية للإعلاميين، مثل: معهد الإعلام الأردني. **ثانياً:** المؤسسات الإعلامية، حيث يوجد لدى بعض المؤسسات الإعلامية مراكز أو وحدات تدريب، مثل مركز التدريب في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون، ومركز التدريب في وكالة الأنباء الأردنية، وأكاديمية رؤيا للتدريب الإعلامي. **ثالثاً:** المؤسسات النقابية وأهمها نقابة الصحفيين. **رابعاً:** مؤسسات القطاع الخاص، التي ازداد حضورها في تقديم التدريب والاستشارات الفنية والمهنية. **خامساً:** برامج التمويل الأجنبي والتي أصبحت الممول الأول لبرامج التدريب في المؤسسات الأكاديمية (الطويسى وآخرون، 2015).



### ثالثاً: انعكاس التأهيل الأكاديمي والتأهيل والتدريب الإعلامي على الممارسة المهنية:

يُعد الأداء الإعلامي المتكامل حصيلة الممارسة المهنية، التي تعكس بدورها متغيري التأهيل الأكاديمي والتأهيل الإعلامي؛ فلا ممارسة إعلامية مهنية من دون أن يتكامل التأهيلان: الأكاديمي والإعلامي معاً، إذ يعدّ الإعلام تخصصاً نظرياً وتطبيقياً يتطلب بناء معرفياً ومهارياً لإخراج كوادر مهنية قريبة من الواقع، ومتفهمة لأصول الممارسة، وهذا من شأنه أن يسدّ الهوة الحاصلة بين النظرة الأكاديمية للإعلام، ومتطلبات سوق العمل الإعلامي واحتياجاته.

وتتحمل المؤسسات الأكاديمية في المقام الأول مسؤولية تأهيل أكاديمي إعلامي متخصص، الأمر الذي يتطلب التركيز على متطلبين أساسيين. الأول: التعليم الأكاديمي الذي يواكب متغيرات العصر الحديث، والثاني: التدريب والتأهيل الإعلامي؛ ليصبح خريج الإعلام مزوداً بالأسس النظرية والعلمية والأكاديمية من ناحية، ويكون مؤهلاً بشكل عملي لممارسة العمل الإعلامي من ناحية أخرى، مالكاً لمهارات الاتصال واللغة والتعامل والإقناع، إلى جانب المهارات الأخرى المتنوعة التي يحتاج إليها الإعلامي في ممارسة عمله (البناء، 2019).

إنّ القراءة السابقة في التأهيل الأكاديمي، والتأهيل والتدريب الإعلامي في المؤسسات الإعلامية، وانعكاساتهما على الممارسة المهنية، تؤكد وجود علاقة مترابطة؛ فطالب الإعلام بحاجة إلى تأهيل أكاديمي يجمع بين الجانب النظري والتطبيقي، كما يحتاج إلى تدريب مهني بعد تخرجه حتى يمارس مهنة الإعلام بكفاءة. وتؤكد الأدبيات السابقة أنّ أغلب كليات الإعلام وأقسامها ومعاهدها في العالم العربي، تهتم بعملية التأهيل التدريبي-التطبيقي، باعتبارها الجانب المكمل للتأهيل المعرفي، إلا أنّ هناك العديد من الإشكاليات المرتبطة بواقع هذا التأهيل، أبرزها: عدم وجود خطط تدريبية مُعلنة مُحددة الأهداف، وعدم ربط البرامج التدريبية بتطورات سوق العمل ومتطلباته، وغياب التجهيزات اللازمة للتدريب، والإنتاج الإعلامي، إلى جانب نقص المقومات البشرية المؤهلة من أكاديميين ومدربين ومختصين، وانعدام التنسيق والتكامل بين كليات الإعلام والمؤسسات الإعلامية المختلفة للتعرف إلى احتياجاتها الفعلية من الطلبة، وعدم إتاحة الفرصة لإشراك المهنيين والقيادات الإعلامية لتنفيذ الأفكار والأساليب التي تلقاها المتدربون لممارسة العمل الإعلامي (ميلود، 2018).

وتطرح الأدبيات السابقة مجموعة من المؤشرات التي تشير في مجملها إلى عدة إشكاليات مرتبطة بالتأهيل المهني للإعلاميين في المؤسسات الإعلامية، تتمثل في عدم وجود اهتمام كافٍ من قبل أغلب المؤسسات الإعلامية بتدريب العاملين لديها، وعدم رصد ميزانيات لبرامج تدريبية مُحددة بخطط واضحة تعكس التطورات التي يشهدها سوق العمل، إلى جانب غياب المعايير والآليات التي يُمكن من خلالها تقييم الأداء الإعلامي؛ لقياس فعالية التدريب والتأهيل على جودة الأداء الإعلامي وكفاءته، وعدم اهتمام الإعلاميين

بالتدريب نظراً لعدم وجود مكافآت مالية، وانخفاض الأجور والمنح والعلاوات، وعدم وجود معايير واضحة للتقدم الوظيفي (أبو الخير، 2020).

وتشير الأبحاث السابقة إلى أنّ مستوى التأهيل الأكاديمي، والتأهيل الإعلامي يؤثران في الممارسة المهنية، وحتى تتمكن المؤسسات الأكاديمية والإعلامية من تحقيق التكامل بينهما، عليها أن تقوم بإشراك المهنيين الكفاء في تدريب الطلبة المهارات العملية، بحيث يتكفل الأكاديمي بالجانب النظري، بينما تُسند مهمة التطبيق إلى أحد الممارسين الإعلاميين، كما يجب توطيد العلاقة بين المؤسسات من خلال التعاون في صياغة الخطط الدراسية، وتكييفها لتتواءم مع متطلبات التكنولوجيا الحديثة من ناحية، والواقع الموجود في المؤسسات الإعلامية من ناحية أخرى، وخصوصاً أنّ هناك تجهيزات حديثة غير متوافرة في المؤسسات الأكاديمية، يجعلها مكاناً نموذجياً لتزويد الطلبة بحصيلة معرفية تقنية يفنقدها في مؤسسته الأكاديمية (رابح، 2008).

### الإجراءات المنهجية للدراسة:

#### نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تستهدف تفسير خصائص ظاهرة أو قضية معينة؛ مما يتيح في النهاية التعرف إلى طبيعة متغيرات هذه الظاهرة أو القضية، وتفسير العلاقات المكونة لها، وفي إطار الدراسات الوصفية اعتمد الباحث منهج المسح الإعلامي الذي يهدف من خلاله تقديم توصيف لاتجاهات الإعلاميين وآرائهم في المؤسسات الإعلامية الأردنية نحو تأهيلهم الأكاديمي، وانعكاساته على ممارستهم المهنية.

#### مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع الإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية، ونتيجة لعدم توافر إحصائية دقيقة لأعداد هؤلاء الإعلاميين يُمكن من خلاله تحديد الإطار الكلي والأطر الفرعية للمجتمع الأصلي<sup>(\*)</sup>، اعتمد الباحث عينة متاحة قوامها (102) مفردة من الإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية؛ ممن يحملون شهادات علمية في تخصص الإعلام، ويُعد هذا العدد مناسباً في إطار تجانس أفراد العينة في عدد من المتغيرات الشخصية باعتبارهم يمارسون المهنة في بيئة إعلامية واحدة، ولهم مستويات تعليمية وثقافية متشابهة، كما أنهم تعرضوا لتأهيل أكاديمي وتأهيل إعلامي متشابهين في كليات الإعلام والمؤسسات الإعلامية الأردنية، ويوضح الجدول رقم (1) الخصائص الشخصية لعينة الدراسة:

(\*) بلغ عدد أعضاء النقابة لعام 2022 (1375) عضواً من الصحفيين الممارسين المتفرغين للعمل الصحفي المحترفين له. وهناك أعداد كبيرة من المتدربين ومن غير الممارسين، ولا تتوفر أرقام عن أعداد الصحفيين غير المسجلين في النقابة، وفق الموقع الرسمي لنقابة الصحفيين. <https://www.jpa.jo/%d9%86%d8%a8%d8%b0%d8%a9-%d8%b9%d9%86%d8%a7/>

جدول رقم (1): التوزيع التكراري والنسب المئوية للخصائص الشخصية لعينة الدراسة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
النوع	ذكور	60	%58.8
	إناث	42	%41.2
الجامعة	اليرموك	40	%39.2
	الشرق الأوسط	31	%30.4
	البترا	12	%11.8
	الزرقاء	8	%7.8
	معهد الإعلام الأردني	6	%5.9
	الجامعة العربية المفتوحة	3	%2.9
	كلية الخوارزمي الجامعية التقنية	2	%2
نمط ملكية الوسيلة الإعلامية	حكومية	44	%43.1
	خاصة	58	%56.9
نوع الوسيلة الإعلامية	محطات راديو	4	%3.9
	محطات تلفزيون	36	%35.3
	صحف يومية	18	%17.6
	مواقع إلكترونية	34	%33.3
	وكالة أنباء	8	%7.8
	مجلات	2	%2
سنوات الخبرة	5 سنوات فأكثر	48	%47
	من سنة إلى أقل من 5 سنوات	38	%37.3
	أقل من سنة	16	%15.7
<b>المجموع (ن) = 102</b>			

### أدوات جمع البيانات:

اعتمد الباحث صحيفة الاستقصاء (الاستبانة) أداةً لجمع البيانات من الإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية، عبر المقابلة الشخصية، والاستبانة الإلكترونية، ونظرًا لعدم تمكن الباحث من توزيع الاستبانة الورقية على جميع الإعلاميين، فقد تم تصميم استبانة إلكترونية على موقع (Google Drive)، وإرسال رابط الاستبانة الإلكترونية إلى الإعلاميين عبر البريد الإلكتروني وموقع الفيسبوك وتطبيق واتساب خلال الفترة (28-1 أغسطس/ آب 2022)، وتضمنت الاستبانة المحاور والمقاييس الآتية:

- خصائص الإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية.
- واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية، وتكون هذا المحور من (16) بندا. -- واقع التأهيل والتدريب المهنيين للإعلاميين، وتكون هذا المحور من (11) بندا.
- انعكاسات التأهيل الأكاديمي على الممارسة المهنية للإعلاميين، وتكون هذا المحور من (13) بندا.
- وتم استخدام مقياس خماسي لقياس المحاور السابقة، وتدرج المقياس كما يأتي: (5) موافق بشدة، (4) موافق، (3) محايد، (2) معارض، (1) معارض بشدة، وتم تقدير مستويات المتوسطات الحسابية تبعاً لإجابات المبحوثين وفقاً للدرجات الثلاث الآتية:
- (1 - 33.2) منخفضة / (2.34 - 3.66) متوسطة / (3.67 - 5) مرتفعة.

### إجراءات الصدق والثبات:

يهدف التأكد من الصدق لثداة الدراسة (الاستبانة)، عُرِضت الأداة على خمسة مختصين<sup>(\*)</sup>؛ ممن لديهم ممارسات بحثية واسعة لمراجعتها وتحكيمها، والتحقق من صدقها، والحكم على صلاحيتها للتطبيق الميداني، كما تم إجراء الاختبار القبلي (Test- Pre) عبر توزيع الاستبانة على عينة جزئية من الإعلاميين قوامها (10) مفردات، وبنسبة (10%) من عينة الدراسة الكلية البالغ عددها (102)، بهدف التعرف إلى ملاحظاتهم حول وضوح محاور الاستبانة، وإجراء التعديلات اللازمة بناءً على ذلك؛ لضمان سلامتها ووضوحها، أما فيما يتعلق بالتحقق من ثبات الأداة؛ فقد تم استخدام معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)؛ لقياس الاتساق الداخلي لثداة الدراسة (الاستبانة) والتأكد من ثباتها، وقد بلغت قيمة معامل الثبات للمحاور على النحو التالي:

### جدول رقم (2): معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لمحاور الدراسة

المحور	قيمة معامل الثبات
واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي	0.939
واقع التأهيل والتدريب المهنيين للإعلاميين في المؤسسات الإعلامية	0.923
انعكاسات التأهيل الأكاديمي على الممارسة المهنية للإعلاميين	0.899

\* 1. أ.د عزت حجاب: أستاذ دكتور في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط.  
 2. د. أحمد عريقات: أستاذ مشارك في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط.  
 3. د. عبد الكريم الدبيسي: أستاذ مشارك في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط.  
 4. د. كامل خورشيد: أستاذ مشارك في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط.  
 5. د. حنان الشيخ: أستاذ مساعد وعميد كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط.

## المعالجة الإحصائية للبيانات:

تمت معالجة البيانات إحصائيًا وتحليلها باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك باللجوء إلى الاختبارات الإحصائية التتية: التكرارات البسيطة والنسب المئوية، والوسط الحسابي (Mean)، والانحراف المعياري، واختبار عينتين مستقلتين (Independent Sample T Test)، واختبار تحليل التباين الأحادي (-One way Anova)، واختبار تحليل التباين البعدي (LSD)، واختبار معامل الارتباط سبيرمان (Spearman Correlation).

## نتائج الدراسة ومناقشتها:

**أولاً: نتائج الدراسة المتعلقة بالإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية:**  
يتناول الباحث نتائج الدراسة، من خلال عرض التحليل الكمي للبيانات التي أجريت على عينة من الإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي، وفقاً لما ورد في أسئلة الدراسة:  
**السؤال الأول: ما واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية؟**

### جدول رقم (3): واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الدرجة
مرتفعة	0.863	4.30	واقع التأهيل الأكاديمي
مرتفعة	0.883	3.92	غلبة الجوانب النظرية على الجوانب التطبيقية في المقررات الدراسية
مرتفعة	0.851	3.83	الإمكانات التدريبية مُتاحة بين كليات الإعلام والمؤسسات الإعلامية
مرتفعة	0.883	3.75	توفر المُعدات والأدوات والتجهيزات المرتبطة بالعمل الإعلامي
مرتفعة	0.811	3.72	المقررات الدراسية تواكب متطلبات سوق العمل
مرتفعة	0.866	3.69	تمكن أعضاء هيئة التدريس من تدريس المقررات الدراسية
مرتفعة			توفر أعضاء هيئة تدريس من أصحاب الخبرات المهنية والكفاءة في المقررات التدريبية

متوسطة	0.809	3.61	المعلومات التي يُقدمها أعضاء هيئة التدريس حديثة، وتواكب متطلبات سوق العمل الإعلامي
متوسطة	0.898	3.57	أساليب التدريس تعتمد الأساليب الحديثة، وتبتعد عن التلقين والطابع التقليدي
متوسطة	0.822	3.56	الخطط الدراسية للمقررات الدراسية واضحة ومُحدّدة
متوسطة	0.841	3.50	المقررات الدراسية تواكب التطورات الحديثة في الإعلام
متوسطة	0.895	3.44	ربط المساقات التدريبية بالتطورات التكنولوجية الحديثة في الإعلام
متوسطة	0.873	3.42	ربط المساقات التدريبية بالتطورات والتغيرات في سوق العمل الإعلامي
متوسطة	0.817	3.38	المقررات الدراسية تربط الناحية النظرية بالتطبيقية
متوسطة	0.884	3.33	وجود خطط تدريبية مُعلنة يُحدد ضمنها الأهداف لكل برنامج تدريبي والمهارات المُكتسبة مِنْهُ
منخفضة	0.717	2.33	إشراك المهنيين من أصحاب الخبرة والكفاءة في التدريب العملي
منخفضة	0.758	2.32	ساعات المقررات الدراسية موزعة بشكل متوازن بين الجوانب النظرية والتطبيقية
متوسطة	0.841	3.47	المتوسط العام



شكل رقم (1) واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي

تُشير البيانات السابقة إلى أنّ واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي قد تمثل في: "غلبة الجوانب النظرية على الجوانب التطبيقية في المقررات الدراسية" بوسط حسابي (4.30)، ثم "الإمكانات التدريبية متاحة بين كليات الإعلام والمؤسسات الإعلامية" بوسط حسابي (3.92)، ثم "توفر المُعدات والأدوات والتجهيزات المرتبطة بالعمل الإعلامي" بوسط حسابي (3.83)، ثم "المقررات الدراسية تواكب متطلبات سوق العمل" بوسط حسابي (3.75)، ثم "تمكن أعضاء هيئة التدريس من تدريس المقررات الدراسية" بوسط حسابي (3.72)، ثم "توفر أعضاء هيئة تدريس من أصحاب الخبرات المهنية والكفاءة في المقررات التدريبية" بوسط حسابي (3.69)، ثم "المعلومات التي يُقدمها أعضاء هيئة التدريس حديثة، وتواكب متطلبات سوق العمل الإعلامي" بوسط حسابي (3.61)، ثم "أساليب التدريس تعتمد الأساليب الحديثة، وتبتعد عن التلقين والطابع التقليدي" بوسط حسابي (3.57)، ثم "الخطط الدراسية للمقررات الدراسية واضحة ومُحدّدة" بوسط حسابي (3.56)، ثم "المقررات الدراسية تواكب التطورات الحديثة في الإعلام" بوسط حسابي (3.50)، ثم "ربط المساقات التدريبية بالتطورات التكنولوجية الحديثة في الإعلام" بوسط حسابي (3.44)، ثم "ربط المساقات التدريبية بالتطورات والتغيرات في سوق العمل الإعلامي" بوسط حسابي (3.42)، ثم "المقررات الدراسية تربط الناحية النظرية بالتطبيقية" بوسط حسابي (3.38)، ثم "وجود خطط تدريبية مُعلنة يُحدد ضمنها الأهداف لكل برنامج تدريبي والمهارات المُكتسبة مِنْهُ" بوسط حسابي (3.33)، ثم "إشراك المهنيين من أصحاب الخبرة والكفاءة في التدريب العملي" بوسط حسابي (2.33)، ثم "ساعات المقررات الدراسية موزعة بشكل متوازن بين الجوانب النظرية والتطبيقية" بوسط حسابي (2.32)، وقد بلغ المتوسط العام لهذا المحور (3.47) وبدرجة متوسطة.

وتشير النتائج السابقة إلى اتفاق عينة الدراسة على أنّ الجوانب النظرية تغلب على الجوانب التطبيقية، كما أنّ هناك عدم توازن بين توزيع ساعات المقررات الدراسية بين الجوانب النظرية والتطبيقية، ويمكن تفسير هذه النتائج في ضوء أنّ تخصص الإعلام، يُعد أحد التخصصات التي تندرج ضمن العلوم الإنسانية، لذلك يحتل الجانب النظري النسبة الأكبر في المقررات الدراسية، كما أنّ معظم أعضاء هيئة التدريس القائمين على تدريس هذه المقررات هم أكاديميون وليسوا مهنيين، وبالتالي يولون اهتمامًا أكبر بالجانب النظري أكثر من الجانب التطبيقي، من أجل تأهيل الطلبة نظريًا ومعرفيًا بالأسس والمعايير المتعلقة بمهنة الإعلام، مثل نظريات الإعلام وأخلاقياته وتشريعاته، إلى جانب القيم والمعايير المهنية التي يجب أن يلتزم بها الإعلامي في مهنته، وبالرغم من اتفاق عينة الدراسة على غلبة الجوانب النظرية على الجوانب التطبيقية، فإن أفراد العينة اتفقت على أنّ كليات الإعلام تولي اهتمامًا بالتدريب، من حيث توفر الإمكانيات التدريبية بين كليات الإعلام والمؤسسات الإعلامية، وهذا يرجع إلى الاتفاقيات المشتركة التي تهدف إلى تدريب طلبة الإعلام من أجل تأهيلهم لسوق العمل.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة **عذراء ووداد (2021)**، التي أظهرت وجود ثغرات كبيرة بين التأهيل الأكاديمي والمهني، وغياب المواءمة بين التأهيل الأكاديمي لطلبة الإعلام مع المتطلبات المهنية، إلى جانب غلبة المقررات الدراسية النظرية على التطبيقية، كما تتفق مع نتائج دراسة **الجمعي (2021)**، التي توصلت إلى أنّ هناك فجوة بين الدروس النظرية والتطبيقية في تخصص الإعلام، بما لا يتلاءم مع النظام الأكاديمي السائد، بينما تختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة **Tang & Chand (2021)**، التي توصلت إلى أنّ أفراد عينة طلبة كليات الإعلام يتمتعون بخبرات علمية وعملية بعد التخرج يستطيعون من خلالها ممارسة العمل الإعلامي والتكيف مع بيئة العمل العالمية، نظراً لما تعلموه في المحاضرات والبرامج التدريبية، كما تختلف مع نتائج دراسة **العليمات وآخرون (2021)**، التي أظهرت أنّ المقررات الدراسية في كلية الإعلام بجامعة اليرموك تحتوي على المعارف النظرية والتطبيقية المتكاملة في مجال الإعلام المعاصر.

**السؤال الثاني: ما واقع التأهيل والتدريب المهنيين للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية؟**

#### جدول رقم (4) واقع التأهيل والتدريب المهنيين للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الدرجة واقع التأهيل المهني العملي
مرتفعة	0.863	4.01	ينعكس التدريب الإعلامي على الأداء المهني للإعلاميين
مرتفعة	0.808	3.75	يوفر التدريب الإعلامي موضوعات متخصصة في ممارسة الإعلام
مرتفعة	0.829	3.73	التدريب الذي توفره المؤسسات الإعلامية ملائم لحاجات الإعلاميين
مرتفعة	0.814	3.68	التدريب الذي توفره المؤسسات الإعلامية يوصف بالجودة والتميز
متوسطة	0.816	3.53	تحرص المؤسسات الإعلامية على تدريب منتسبيها
متوسطة	0.855	3.46	يدمج التدريب الجانب النظري بالجانب التطبيقي
متوسطة	0.872	3.33	يوجد التزام واضح من قبل رئاسة التحرير باستدامة التدريب وتطويره
متوسطة	0.835	3.17	توجد خطط تدريبية حديثة تعكس التطورات التي يشهدها سوق العمل



متوسطة	0.839	3.10	الأساليب المتبعة في التدريب أساليب حديثة تواكب العمل الإعلامي
منخفضة	0.807	2.31	توجد ميزانيات لتدريب الإعلاميين والصحفيين
منخفضة	0.840	2.29	يتم تقييم أداء الإعلاميين الذين يحصلون على فرص تدريبية
متوسطة	0.834	3.30	المتوسط العام



## شكل رقم (2) واقع التأهيل والتدريب المهنيين للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي

تُشير البيانات السابقة إلى أنّ واقع التأهيل والتدريب المهنيين للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية قد تمثل في: "ينعكس التدريب الإعلامي على الأداء المهني للإعلاميين" بوسط حسابي (3.75)، ثم "يوفر التدريب الإعلامي موضوعات متخصصة في ممارسة الإعلام" بوسط حسابي (3.75)، ثم "التدريب الذي توفره المؤسسات الإعلامية ملائم لحاجات الإعلاميين" بوسط حسابي (3.73)، ثم "التدريب الذي توفره المؤسسات الإعلامية يوصف بالجودة والتميز" بوسط حسابي (3.68)، ثم "الأساليب المتبعة في التدريب أساليب حديثة تواكب العمل الإعلامي" بوسط حسابي (3.53)، ثم "يدمج التدريب الجانب النظري بالجانب التطبيقي" بوسط حسابي (3.46)، ثم "توجد خطط تدريبية حديثة تعكس التطورات التي يشهدها سوق العمل" بوسط حسابي (3.33)، ثم "تحرص المؤسسات الإعلامية على تدريب منتسبيها" بوسط حسابي (3.33)، ثم "يوجد التزام واضح من قبل رئاسة التحرير باستدامة التدريب وتطويره" بوسط حسابي (3.10)، ثم "توجد ميزانيات لتدريب الإعلاميين والصحفيين" بوسط حسابي (2.31)، ثم "يتم تقييم أداء الإعلاميين الذين يحصلون على فرص تدريبية" بوسط حسابي (2.29)، وقد بلغ المتوسط العام (3.30) وبدرجة متوسطة. وتشير النتائج السابقة إلى اتفاق عينة الدراسة على أنّ التدريب الإعلامي الذي يتلقاه الإعلاميون ينعكس على الأداء المهني، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء أنّ سوق العمل الإعلامي يشهد تغيراً متسارعاً، نظراً للتطورات الحديثة في مجال الإعلام، وبالتالي فإنّ التأهيل والتدريب المهنيين للإعلاميين باتا جزءاً لا يتجزأ من

التطور المستمر لهم من أجل رفع مستواهم وإكسابهم القدرة على أداء مهامهم وواجباتهم في المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها، كذلك فإنّ تطوير مهارات الإعلاميين من خلال التدريب الإعلامي في مجال التكنولوجيا والتقنيات الحديثة؛ سينعكس على الأداء الإعلامي من قبل المؤسسة الإعلامية والإعلاميين أنفسهم، وبالرغم من ذلك فقد أظهرت النتائج عدم اهتمام كبير من قبل المؤسسات الإعلامية الأردنية في تدريب إعلاميها، وإن وجد هذا التدريب فلا وجود لميزانيات لتدريب الإعلاميين والصحفيين، إلى جانب عدم تقييم أدائهم بعد التدريب الإعلامي، ويمكن تفسير ذلك في ضوء ميزانيات واقتصاديات وسائل الإعلام الأردنية، إذ تختلف الموارد المالية المخصصة لتأهيل الإعلاميين وتدريبهم من وسيلة إلى أخرى، وفقاً لملكيتها وسياستها التحريرية، والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة **Tang & Chand (2021)**، التي توصلت إلى أنّ تلقي الإعلاميين للتدريب سينعكس على ممارستهم للعمل الإعلامي، كما تتفق مع نتائج دراسة **Al-Khalidi (2020)**، التي أظهرت أن البرامج التدريبية تؤثر على تنمية المهارات الإعلامية؛ مما ينعكس على الأداء المهني، كما تتفق مع نتائج دراسة **العليمات وآخرون (2021)**، التي أظهرت أنّ كلية الإعلام بجامعة اليرموك تُنظم دورات تدريبية للطلبة في مجال الإعلام، وتوفر معدات متطورة تساعد في عملية التدريب العملي، بينما تختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة **عذراء ووداد (2021)**، التي أظهرت ضعف المؤسسات الإعلامية الجزائرية في تنظيم دورات تدريبية للصحفيين، نظراً لتدني المخصصات المالية لها؛ مما ينعكس على الأداء المهني لهم.

**السؤال الثالث: ما انعكاسات التأهيل الأكاديمي الإعلامي الذي تلقاه الإعلاميون في كليات الإعلام بالمؤسسات الأكاديمية الأردنية على الممارسة المهنية؟**

جدول رقم (5) انعكاسات التأهيل الأكاديمي على الممارسة المهنية للإعلاميين

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الدرجة انعكاسات التأهيل الأكاديمي
مرتفعة	0.856	4.10	التأهيل الأكاديمي من خلال المقررات الدراسية العملية/ التدريبية مهم في تنمية المهارات وممارسة العمل الإعلامي
مرتفعة	0.848	4.08	الدورات التدريبية الإعلامية مهمة لتنمية قدرات الإعلاميين لممارسة العمل الإعلامي
مرتفعة	0.894	3.98	النجاح في ممارسة العمل الإعلامي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بنجاح التأهيل الإعلامي العملي في المؤسسات الإعلامية



تنمية المهارات وممارسة العمل الإعلامي" بوسط حسابي (4.10)، ثم "الدورات التدريبية الإعلامية مهمة لتنمية قدرات الإعلاميين لممارسة العمل الإعلامي" بوسط حسابي (4.08)، ثم "النجاح في ممارسة العمل الإعلامي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بنجاح التأهيل الإعلامي العملي في المؤسسات الإعلامية" بوسط حسابي (3.98)، ثم "الكفاءة المهنية أساس ممارسة العمل الإعلامي" بوسط حسابي (3.93)، ثم "أسهم التأهيل الأكاديمي في ممارسة العمل الإعلامي" بوسط حسابي (3.82)، ثم "النجاح في ممارسة العمل الإعلامي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بنجاح التأهيل الأكاديمي في كليات الإعلام" بوسط حسابي (3.81)، ثم "النجاح في ممارسة العمل الإعلامي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالتأهيل والتطوير الذاتيين" بوسط حسابي (3.80)، ثم "التأهيل الأكاديمي من خلال المقررات الدراسية النظرية مهم في تنمية المهارات وممارسة العمل الإعلامي" بوسط حسابي (3.71)، ثم "التأهيل الأكاديمي يتواءم مع المتطلبات المهنية في المؤسسات الإعلامية" بوسط حسابي (3.61)، ثم "ممارسة العمل الإعلامي بحاجة إلى شهادة جامعية في الإعلام" بوسط حسابي (3.43)، ثم "التأهيل الأكاديمي كافٍ لممارسة العمل الإعلامي" بوسط حسابي (3.39)، ثم "التأهيل الأكاديمي يعكس الممارسة المهنية في المؤسسات الإعلامية" بوسط حسابي (3.20)، ثم "التأهيل الأكاديمي الذي تلقتيه لا يختلف عن واقع الممارسة الإعلامية" بوسط حسابي (3.00)، وقد بلغ المتوسط العام (3.68) وبدرجة مرتفعة.

وتشير النتائج السابقة إلى اتفاق عينة الدراسة على أهمية التأهيل الأكاديمي العملي والدورات التدريبية في تنمية مهارات الإعلاميين ورفع كفاءتهم وقدراتهم من أجل ممارسة إعلامية تواكب التطورات الحديثة في مجال الإعلام، إذ إنّ النجاح في ممارسة العمل الإعلامي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بنجاح التأهيل الأكاديمي من ناحية، والتأهيل والتدريب الإعلاميين من ناحية أخرى، واتفق الإعلاميون على أنّ التأهيل الأكاديمي في كليات الإعلام غير كافٍ لممارسة العمل الإعلامي، كما أنّه لا يعكس الممارسة المهنية، ويختلف عن الواقع الموجود في سوق العمل، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء أنّ مجال العمل الإعلامي متطور ومتنوع وغير مستقر، والإعلامي بحاجة إلى تطوير مهاراته وتنمية قدرته باستمرار من أجل مواكبة هذا التطور والتنوع، وقد يرجع ذلك أيضاً إلى واقع التأهيل الأكاديمي في كليات الإعلام من خلال المقررات الدراسية النظرية والعملية التي تحتاج تطوير مستمر من أجل مواكبة التطورات والمستجدات في العمل الإعلامي.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج Hamdi & Setoutah (2020)، التي أشارت إلى أنّ التأهيل الأكاديمي للطلبة ليس كافياً لممارسة مهنة الصحافة والإعلام، كما أنّ التأهيل الأكاديمي يُعد أساساً في الحصول على المعلومات التي تسمح لهم بدخول مجال الإعلام، كما تتفق مع نتائج دراسة طلعت والسعيد (2020)، التي أظهرت أنّ الدورات التدريبية تُعزز من إمكانية الوصول إلى المحرر المتكامل في حال امتلاك مهارة التعلم الذاتي.

**ثانياً: نتائج اختبار فرضيات الدراسة:**

**الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي، وفقاً للمتغيرات الشخصية: (النوع، والجامعة، والتخصص الأكاديمي، وملكية الوسيلة، ونوع الوسيلة، وسنوات الخبرة).

لاختبار صحة هذا الفرض تم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، عبر استخدام كلٍ من: اختبار (Independent Sample T-Test)، واختبار (One Way Anova)، واختبار تحليل التباين البعدي (LSD)، وقد توصلت نتائج الاختبارات إلى كل مما يأتي:

**النوع الاجتماعي:** أظهر اختبار (T - test)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي، وفقاً لمتغير النوع الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ت (0.354) عند مستوى الدلالة (0.725)، وهي غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05).

**التخصص الأكاديمي:** أظهر اختبار (T - test)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين، وفقاً لمتغير التخصص الأكاديمي، حيث بلغت قيمة ت (-2.322) عند مستوى الدلالة (0.108) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05).

**نمط ملكية الوسيلة:** أظهر اختبار (T - test)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي، وفقاً لمتغير نمط ملكية الوسيلة، حيث بلغت قيمة ت (-1.924) عند مستوى الدلالة (0.886)، وهي غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05).

**الجامعة:** أظهر اختبار (One Way Anova)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي، وفقاً لمتغير الجامعة، حيث بلغت قيمة ف (2.159) عند مستوى الدلالة (0.054)، وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05).

**سنوات الخبرة:** أظهر اختبار (One Way Anova)، وجود فروق دالة إحصائية في واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين، وفقاً لمتغير سنوات الخبرة، حيث بلغت قيمة ف (9.262) عند مستوى الدلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى (0.05)، ومن خلال تحليل التباين البعدي (LSD)، اتضح أنّ الفئة "أقل من سنة" جاءت في الترتيب الأول، فهي أكثر الفئات إدراكاً لتعرضهم لتأهيل أكاديمي أفضل ممن لديهم سنوات خبرة أكثر، ثم جاءت في الترتيب الثاني الفئة "من سنة إلى أقل من 5 سنوات"، وفي الترتيب الثالث الفئة "5 سنوات فأكثر".

**نوع الوسيلة الإعلامية:** أظهر اختبار (One Way Anova)، وجود فروق دالة إحصائية في واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي، وفقاً لمتغير نوع الوسيلة، حيث بلغت قيمة ف (7.338) عند مستوى الدلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى (0.05)، ومن خلال تحليل التباين البعدي (LSD)، اتضح

أنّ فئة من يعمل في "المواقع الإلكترونية" جاءت أكثر الفئات تحصيلًا على تأهيل أكاديمي أفضل، يليها فئة "محطات الراديو"، ثم "الصحف اليومية"، ثم "محطات التلفزيون"، ثم "وكالت الأنباء"، ثم "المجلات".

**الفرض الثاني:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي وواقع التأهيل والتدريب المهنيين للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي.

أظهر استخدام معامل ارتباط سبيرمان وجود علاقة ارتباط إيجابية دالة إحصائيًا بين واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين وواقع التأهيل والتدريب المهنيين للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط سبيرمان ( $0.676^{**}$ ) عند مستوى الدلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى (0.05).

**جدول رقم (6): معامل ارتباط سبيرمان للعلاقة بين واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين وواقع**

#### التأهيل والتدريب المهنيين للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي

واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي			واقع التأهيل والتدريب المهنيين للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي
مستوى المعنوية	معامل ارتباط سبيرمان	التكرار (N)	
0.000	0.676**	102	

**الفرض الثالث:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي وانعكاساته على الممارسة المهنية في المؤسسات الإعلامية الأردنية.

أظهر استخدام معامل ارتباط سبيرمان وجود علاقة ارتباط إيجابية دالة إحصائيًا بين واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي وانعكاساته على الممارسة المهنية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط سبيرمان ( $0.676^{**}$ ) عند مستوى الدلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى (0.05).

**جدول رقم (7): معامل ارتباط سبيرمان للعلاقة بين واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين وانعكاساته**

#### على الممارسة المهنية

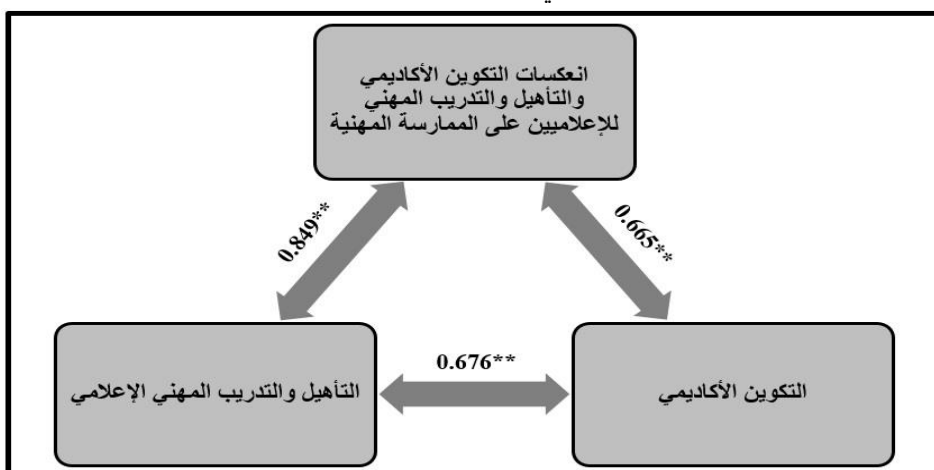
واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي			انعكاسات التأهيل الأكاديمي على الممارسة المهنية
مستوى المعنوية	معامل ارتباط سبيرمان	التكرار (N)	
0.000	0.665**	102	

**الفرض الرابع:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين واقع التأهيل والتدريب المهنيين للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي وانعكاساته على الممارسة المهنية في المؤسسات الإعلامية الأردنية. أظهر استخدام معامل ارتباط سبيرمان وجود علاقة ارتباط إيجابية دالة إحصائيًا بين واقع التأهيل والتدريب المهنيين للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي وانعكاساته على الممارسة المهنية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط سبيرمان ( $\text{Spearman's } \rho=0.676^{**}$ ) عند مستوى الدلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى (0.05)، وتشير هذه الفرضية إلى أنه كلما زادت جودة التأهيل الأكاديمي في كليات الإعلام، زادت قدرة الإعلاميين والصحفيين على ممارسة مهنة الإعلام. وتُعد هذه النتيجة منطقية في ضوء أن العلاقة بين كليات الإعلام وبين المؤسسات الإعلامية علاقة تكاملية؛ إذ يحتاج الطلبة إلى تأهيل علمي وتطبيقي يكتسبون من خلالهما المعلومات والمعارف والعلوم والمهارات العملية والفنية والتقنية التي تؤهلهم لممارسة العمل الإعلامي.

**جدول رقم (8): معامل ارتباط سبيرمان للعلاقة بين واقع التأهيل والتدريب المهنيين للإعلاميين وانعكاساته على الممارسة المهنية**

واقع التأهيل والتدريب المهنيين للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي			انعكاسات التأهيل والتدريب المهنيين على الممارسة المهنية
مستوى المعنوية	معامل ارتباط سبيرمان	التكرار (N)	
0.000	0.849**	102	

ويوضح الشكل التالي نموذجًا تفسيريًا للعلاقة بين واقع التأهيل الأكاديمي وواقع التأهيل والتدريب المهنيين للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي، وانعكاساته على الممارسة المهنية:



**شكل رقم (4): نموذج تفسيري للعلاقة بين واقع التأهيل الأكاديمي وواقع التأهيل والتدريب المهنيين للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي وانعكاساته على الممارسة المهنية**

## خلاصة نتائج الدراسة:

- تمثلت أبرز نتائج الدراسة المتعلقة بالتأهيل الأكاديمي الإعلامي وانعكاساته على الممارسة المهنية للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية، في كل مما يأتي:
1. جاء واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية في: "غلبة الجوانب النظرية على الجوانب التطبيقية في المقررات الدراسية" بوسط حسابي (4.30)، وهو ما يشير إلى اتفاق عينة الدراسة بأن الخطط الدراسية في كليات الإعلام، تولي اهتمامًا أكبر بالجانب النظري على حساب الجانب التطبيقي، إلى جانب عدم التوازن في توزيع ساعات المقررات الدراسية بين الجوانب النظرية والتطبيقية، وهو ما ينعكس على الممارسة المهنية للإعلاميين.
  2. تمثل واقع التأهيل والتدريب المهنيين للإعلاميين الممارسين للمهنة في المؤسسات الإعلامية الأردنية في: "انعكاس التدريب الإعلامي على الأداء المهني للإعلاميين" بوسط حسابي (4.01)، وهو ما يشير إلى أهمية تأهيل الإعلاميين وتدريبهم في المؤسسات الإعلامية الأردنية، وخصوصًا الإعلاميين الجدد خريجي كليات الإعلام، إذ إنّ التأهيل والتدريب المهنيين باتا جزءًا لا يتجزأ من التطور المستمر لهم، من أجل رفع مستواهم وإكسابهم القدرة على أداء مهامهم وواجباتهم في المؤسسة الإعلامية التي يعملون بها.
  3. جاءت أبرز انعكاسات التأهيل الأكاديمي على الممارسة المهنية للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي في: "التأهيل الأكاديمي من خلال المقررات الدراسية العملية-التدريبية مهم في تنمية المهارات وممارسة العمل الإعلامي" بوسط حسابي (4.10)، و"الدورات التدريبية الإعلامية مهمة لتنمية قدرات الإعلاميين لممارسة العمل الإعلامي" بوسط حسابي (4.08)، وهو ما يشير إلى أهمية التأهيل الأكاديمي في تنمية مهارات الإعلاميين ورفع كفاءتهم وقدراتهم من أجل ممارسة إعلامية تواكب التطورات الحديثة في مجال الإعلام، إذ إن النجاح في ممارسة العمل الإعلامي يرتبط ارتباطًا وثيقًا بنجاح التأهيل الأكاديمي والتأهيل والتدريب الإعلاميين.
  4. أظهرت نتائج اختبارات فروض الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية، وفقًا للمتغيرات الشخصية الالتي: (نوع الوسيلة الإعلامية، والمسمى الوظيفي، وسنوات الخبرة)، بينما لم يثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بالنسبة للمتغيرات الشخصية الالتي: (النوع، والجامعة، والتخصص الأكاديمي، ونمط ملكية الوسيلة).
  5. أثبتت نتائج اختبارات فروض الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين واقع التأهيل الأكاديمي للإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي وانعكاساته على الممارسة المهنية في المؤسسات الإعلامية الأردنية.



## التوصيات:

- في ضوء نتائج الدراسة، يُقدم الباحث مجموعة من التوصيات التي قد تُسهم في تضييق الفجوة بين التأهيل الأكاديمي والممارسة المهنية في المؤسسات الإعلامية، وذلك على النحو التالي:
1. في إطار التطور التكنولوجي والتقني المتسارع الذي يشهده مجال العمل الإعلامي، باتت كليات الإعلام أمام حتمية تطوير مناهجها ومقرراتها الدراسية وخططها؛ لتواكب متطلبات سوق العمل الإعلامي واحتياجاته، من خلال التركيز على الجوانب التدريبية-التطبيقية أكثر من الجوانب النظرية؛ بالرغم من أهمية الجانب النظري في تزويد الطلبة بالمعارف والعلوم الأساسية في مجال الصحافة والإعلام، لكن هناك حاجة إلى الموازنة بين الجانبين، بحيث يتم تأهيل الطلبة وتدريبهم نظريًا وعمليًا داخل كليات الإعلام.
  2. إعداد برامج دورات تدريبية متطورة وتنظيمها بحيث تواكب الابتكارات والتقنيات والتطبيقات الإعلامية الحديثة، وتعكس متطلبات سوق العمل واحتياجاته، من أجل تأكيد دور كليات الإعلام الرئيس في تأهيل أكاديمي متكامل وشامل للطلبة.
  3. إشراك المهنيين الممارسين للعمل الإعلامي في العملية التدريسية، بحيث تقوم كليات الإعلام بإعطاء فرص تدريبية وتأهيلية لمهنيين وصحفيين وإعلاميين لديهم خبرات ميدانية وتجارب شخصية في العمل الإعلامي، بتدريب الطلبة داخل كليات الإعلام ضمن المساقات العملية في التخصصات كافة، وعدم الاكتفاء باستضافتهم خلال المحاضرات من أجل إعطاء الطلبة تجربة حية عن أساليب العمل الإعلامي.
  4. توفير ميزانيات مخصصة لتدريب الإعلاميين والصحفيين في المؤسسات الإعلامية، وخاصةً الجدد منهم، إلى جانب تقييم أدائهم بعد التدريب الإعلامي، إذ إنّ تطوير مهارات الإعلاميين في مجال التكنولوجيا والتقنيات الحديثة المتطورة، سينعكس على الأداء الإعلامي من قبل المؤسسة الإعلامية والممارسة المهنية للإعلاميين أنفسهم.
  5. التنسيق بين كليات الإعلام والمؤسسات الإعلامية، من خلال تشكيل لجان مُشتركة تكون مهمتها تقييم واقع سوق العمل الإعلامي، ومخرجات كليات الإعلام، ومن ثم الخروج بتوصيات ومقترحات تُسهم في تحسين التأهيل الأكاديمي في كليات الإعلام؛ بما يضمن الوقوف على الاحتياجات الفعلية لسوق العمل الإعلامي ومتطلباته.
  6. أهمية تشجيع أعضاء هيئة التدريس في كليات الإعلام الطلبة على تطوير مهاراتهم الشخصية أثناء الدراسة، وخاصةً المتعلقة بأساليب إنتاج المحتوى الرقمي، والوسائط المتعددة على الإنترنت، وتقنيات الذكاء الاصطناعي.
  7. ضرورة إجراء دراسة تحليلية مقارنة للخطط الدراسية في كليات الإعلام في الأردن، للوصول إلى نتائج قد تُسهم في تطوير هذه الخطط وربطها مع حاجات سوق العمل.

## المراجع

أبو الخير، خالد (2020). ثلاثة دوافع لتطوير الأداء الإعلامي وأربع إشكاليات بالمقررات الدراسية الإعلامية العربية. مجلة آراء حول الخليج، 147، 66-70.

[https://araa.sa/index.php?option=com\\_content&view=article&id=4925&catid=4293&Itemid=172](https://araa.sa/index.php?option=com_content&view=article&id=4925&catid=4293&Itemid=172)

أبو هاشم، هدى (2020). كليات الصحافة.. الملجأ الأخير. مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام، 16(5)، 18-25.

<https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1149>

أحمد، أميرة (2020). تصور مقترح للارتقاء بمنظومة التعليم الإعلامي بالجامعات المصرية: دراسة كيفية في ضوء مهارات القرن الحادي والعشرين. مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، 54(6)، 3746-3786.

<https://doi.org/10.21608/jsb.2020.110189>

البرصان، إلهام (2021). واقع التدريب الصحفي للصحفيين الأردنيين في ظل الصحافة الرقمية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 4(77)، 1835-1855. <https://doi.org/10.21608/EJSC.2021.226125>

البناء، دعاء (2019). اتجاهات طلاب كليات الإعلام نحو دور مؤسسات التدريب الإعلامي في تأهيلهم لسوق العمل. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 18(3)، 465-558.

<https://doi.org/10.21608/joa.2019.92394>

الجمعي، حجام (2021). التأهيل الأكاديمي للصحفيين في الجزائر وانعكاساته على المشهد الإعلامي في ضوء التحول الرقمي. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، 4(1)، 34-69.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/160345>

رابح، الصادق (2008). الفضاء المرئي بين المتطلبات الأكاديمية والإكراهات المهنية. مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، 4، 57-62. <https://www.academia.edu/9912662>

طلعت، سارة والسعيد، نفيسة (2020). واقع ومستقبل التأهيل الأكاديمي للمحرر المتكامل في برامج الإعلام في مصر. مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، 54(7)، 4686-4788.

<https://doi.org/10.21608/JSB.2020.124125>

الطويسي، باسم (2018). حالة نظم تعليم الصحافة والإعلام في معظم دول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: مشكلات قديمة مستمرة وتحديات جديدة. معهد الإعلام الأردني، 1-65.

<https://www.jmi.edu.jo/ar/MENA-Media-Education-Systems>

الطويسي، نسيم، الطويسي، باسم وسليمان، رائد (2015). **جودة التدريب الإعلامي في الأردن**. مجلة دراسات للعلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الأردنية، 8(2)، 307-328.

<https://doi.org/10.12816/0023231>

العليمات، فرحان، شطناوي، غالب، الحديد، يحيى، الحماد، خلف، حداد، عصمت، عكور، سارة، طيبشات، منى (2021). **واقع الإعلام الرقمي في برنامج بكالوريوس الإعلام التقليدي في جامعة اليرموك الأردنية من**

**وجهة نظر طلبة الدراسات العليا وأعضاء هيئة التدريس في كلية الإعلام: دراسة حالة**. مجلة اتحاد

الجامعات العربية للبحوث في التعليم العالي، 41(4)، 100-113.

ميلود، مراد (2018). **إشكالية التأهيل الأكاديمي للإعلام في الجزائر**. مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي،

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/58812>. 308-308, 9

وداد، داودي وعذراء، عيواج (2021). **خريجو الإعلام بين التأهيل الأكاديمي والتدريب المهني: دراسة ميدانية على**

**عينة من الصحفيين خريجي تخصص الإعلام بالجامعات الجزائرية**. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي،

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 8(4)، 35-53. <https://doi.org/10.53284/2120-008>

004-003

## Reference

- Abu Al-Khair, Khaled (2020). **Three Motives for Developing Media Performance and Four Problems in Arab Media Curricula.** Araa Journal, 147, 66-70.  
[https://araa.sa/index.php?option=com\\_content&view=article&id=4925&catid=4293&Itemid=172](https://araa.sa/index.php?option=com_content&view=article&id=4925&catid=4293&Itemid=172)
- Abu Hashem, Huda (2020). **Journalism Colleges. The Last Resort.** Al-Jazeera Journalism Review, Al-Jazeera Media Institute, 16(5), 18-25.  
<https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1149>
- Ahmed, Amira (2020). **A Proposed Vision for Upgrading the Media Education System in Egyptian Universities: A Qualitative Study in Light of the Skills of the Twenty-First Century.** Journal of Mass Communication Research, Al-Azhar University, 54(6), 3746-3786. <https://doi.org/10.21608/jsb.2020.110189>
- Al-Banna, Doaa (2019). **Attitudes of Media College Students Towards the Role of Media Training Institutions in Preparing them for the Labour Market.** Egyptian Journal of Public Opinion Research, 18(3), 465-558. <https://doi.org/10.21608/joa.2019.92394>
- Al-Barsan, Elham (2021). **The Reality of Journalistic Training for Jordanian Journalists in Light of Digital Journalism.** The Egyptian Journal of Media Research, 77(4), 1835-1855. <https://doi.org/10.21608/EJSC.2021.226125>
- Al-khalidi, Ibrahim (2021). **The Impact of a Training Program on Developing Media Skills among the Students of Dawa and Islamic Media at Yarmouk University.** Multicultural Education, 7(6). 456-470. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5026661>
- Al-Olaimat, Farhan, Al-Hadeed, Yahya, Al-Hamad, Khalaf, Haddad, Ismat, Okor, Sara, & Tubaishat, Muna. (2021). **The Reality of Digital Media in the Bachelor of Traditional Media Program at AL Yarmouk University of Jordan.** Journal of the Association of Arab Universities for Higher Education Research, 41(4). 100-113.  
[https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jaaru\\_rhe/vol41/iss4/7/](https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jaaru_rhe/vol41/iss4/7/)

- Eldjemai, Hadjam (2021). **The Academic Training Journalists and Its Implications for the Media Landscape in Light of the Digital Transformation**. The Algerian Journal of Mass Media and Public Opinion Research, 4(1), 34-69.  
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/160345>
- Hamdi, Mohamed & Setoutah, Samira (2020). **The Academic Training in Media and Communication Sciences and Its Relation to Media Practice: Reading the Nature of the Relationship: Integration or Separation**. Al-Bahith Al-A'alami, 11(46), 35-70.  
<https://doi.org/10.33282/abaa.v11i46.406>
- Iriondo, Iñaki (2022). **Graduate Labour Market Outcomes and Satisfaction with University Education in Spain**. Plos One, 17(7), 1-28.  
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0270643>
- Miloud, Murad (2018). **The Problem of Academic Formation of the Media in Algeria**. Journal of Human Sciences, University Oum El-Bouaghi, 9, 308-3018.  
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/58812>
- Rabeh, Al-Sadiq (2008). **The Visual Space between Academic Requirements and Professional Constraints**. The Arab Radios Magazine, Arab States Broadcasting Union, 4, 57-62. <https://www.academia.edu/9912662>
- Talaat, Sarah & Al-Saeed, Nafisa (2020). **The Reality and Future of the Academic Qualification of the Integrated Editor in Media Programmes in Egypt**. Journal of Mass Communication Research, Al-Azhar University, 54(7), 4686-4788.  
<https://doi.org/10.21608/JSB.2020.124125>
- Tang, Cimei & Chand, Asha (2021). **Panda Meets Koala: A Comparison of Journalism Education Practices in China and Australia**. Global Media Journal: Australian Edition, 15. 1-23. <https://www.hca.westernsydney.edu.au/gmjau/?p=4099>

- Tweissi, Basim (2018). **Journalism and Mass Communications Educational Systems in the MENA Region, Old Problems, New Challenges**. Jordan Media Institute, 1-65.  
<https://www.jmi.edu.jo/ar/MENA-Media-Education-Systems>
- Tweissi, Naseem & Tweissi, Basim, Suleiman, Raed (2015). **Quality of Media Training in Jordan**. Dirasat: Human and Social Sciences, 8(2), 307-328.  
<https://doi.org/10.12816/0023231>
- Widad, Daoudi & Adra, Aouadj (2021). **Media Graduates between Academic and Professional Training: A Field Study on a Sample of Journalists who are Graduates the Media in Algerian Universities**. The International Journal of Social Communication, Université Abdelhamid ibn Badis Mostaganem, 8(4), 35-53.  
<https://doi.org/10.53284/2120-008-004-003>

د. راهز أبو حصيرة - جامعة الشرق الأوسط ، [rabuhasserah@meu.edu.jo](mailto:rabuhasserah@meu.edu.jo)

**دور مساقات اللغة الإنجليزية في كليات الإعلام في إكساب خريجيها مهارات  
سوق العمل:  
دراسة تطبيقية على خريجي جامعة الشرق الأوسط**

د. مازن الفداوي – جامعة الشرق الأوسط

**The role of English language courses in media colleges in  
providing their graduates with labor market skills: an applied  
study on graduates of Middle East University**

Dr. Mazen Al-Fedawi – Middle East University



## دور مساقات اللغة الإنجليزية في كليات الإعلام في إكساب خريجيها مهارات سوق العمل:

### دراسة تطبيقية على خريجي جامعة الشرق الأوسط

#### د. مازن الفداوي - جامعة الشرق الأوسط

#### الملخص

هدفت الدراسة التعرف إلى درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين المهارات اللازمة من خلال تحقق مواصفات خريج كلية الإعلام المطلوبة في سوق العمل، ودرجة إكسابهم المهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل، وهل هناك فروق بين خريجي كليات الإعلام في اكتساب مهارات سوق العمل، تعود إلى متغيرات نوع التخصص، وعدد سنوات العمل، والنوع الاجتماعي. وذلك من خلال دراسة مسحية تطبيقية على عينة عمدية متاحة قوامها (60) مفردة من خريجي كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط الممارسين للعمل الإعلامي في سوق العمل. وخلصت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين مهارات سوق العمل من خلال تحقق مواصفات خريج كلية الإعلام المطلوبة في سوق العمل وفقاً لمتغيرات النوع الاجتماعي، والتخصص، ومكان العمل، وسنوات العمل. كما أظهرت الدراسة أيضاً عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين للمهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل، وفقاً لمتغيرات النوع الاجتماعي والتخصص، ومكان العمل، وسنوات العمل. وأبرزت الدراسة وجود فروق دالة إحصائية في إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين للمهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل، وفقاً لمتغير سنوات العمل تحديداً.

**الكلمات المفتاحية:** مساقات اللغة الإنجليزية، مهارات سوق العمل، خريجو كلية الإعلام.

## **The role of English language courses in media colleges in providing their graduates with labor market skills: an applied study on graduates of Middle East University**

**Dr. Mazen Al-Fedawi – Middle East University**

### **Abstract**

The study aimed to identify the degree of contribution of English language courses in providing graduates with the necessary skills by achieving the specifications of the graduate of the Faculty of Mass Communication required in the labor market, and the degree of their acquisition of the professional skills required in the labor market. It also aimed to explore whether there are differences between the acquisition of labor market skills among graduates of mass media faculties due to variables, type of specialization, number of years of work, and gender. The study achieved these objectives through an applied survey study on an available deliberate sample of (60) single graduates of the Faculty of Mass Communication at the Middle East University who practice media work in the labor market. The study concluded that there were no statistically significant differences between the degree of contribution of English language courses to the graduates' acquisition of labor market skills as the graduate of the Faculty of Mass Communication proved to have obtained the required skills in the labor market according to the variables of gender, specialization, place of work, and years of work. The study also showed that there were no statistically significant differences between the contribution of English language courses in providing graduates with the vocational skills required in the labor market, according to the variables of gender, specialization, place of work, and years of work, specifically for the variable years of work.

**Key words:** English language courses, skills for labor market, graduates of the Faculty of Media.

**المقدّمة:**

أدى ظهور عدد كبير من المؤسسات الإعلامية في الأردن ودول العالم العربي؛ إلى زيادة إقبال الشباب على دراسة تخصصات الإعلام المختلفة من صحافة وإعلام وإذاعة وتلفزيون وإعلام رقمي في الجامعات الحكومية والخاصة، رغبة منهم في الانخراط في سوق العمل الذي يتطلب منهم امتلاك مهارات متنوعة، منها ما هو فني مثل مهارات الإخراج والتصوير والمونتاج والتعامل مع أجهزة البث الإذاعي والتلفزيوني، ومنها ما هو تحريري مثل مهارات التحرير باللغتين العربية والإنجليزية والترجمة الإعلامية والإلمام بالمصطلحات الإعلامية الإنجليزية المستخدمة على مستوى العالم. وحتى يتمكن طلبة الإعلام من المنافسة في سوق العمل الذي يستوعب سنوياً أعداداً متزايدة من خريجي كليات الإعلام بمختلف تخصصاتها، يتطلب الأمر منهم إتقان مهارات التحرير والكتابة والترجمة والاختزال من اللغة الإنجليزية إلى اللغة العربية وبالعكس. فاللغة الإنجليزية اليوم هي لغة الصحافة والإعلام والإنترنت، ويشكّل عدم إتقانها عائقاً أمام العاملين في مجال الإعلام وطلبة الإعلام في الجامعات الأردنية عموماً، الأمر الذي يفقدهم فرص العمل والتدريب والمشاركة في المؤتمرات الدولية وغيرها من الأنشطة التي من شأنها تطوير براعتهم. ومع التطور التقني الذي شهده عمل الإعلام، برز تحد جديد أمام الإعلاميين، فالإنترنت أصبح أحد المصادر الرئيسة للمعلومات الذي تتسبب فيه اللغة الإنجليزية محتوى الشبكة العنكبوتية بما تتضمنه من معلومات ودراسات ووثائق وكتب تعد من المصادر المهمة للمعلومات لأي عامل في مجال الإعلام، في الوقت الذي لا تشكل فيه اللغة العربية زخماً ذا قيمة في هذا المحتوى الرقمي المتسارع النمو، ولهذا فإن إتقان مهارات اللغة الإنجليزية يعدّ سلاحاً مهماً لممارسي مهنة الإعلام.

**مشكلة الدراسة وأسئلتها:**

أصبح الأمر اليوم يتطلب من العاملين في مجال الإعلام أن يجيدوا مهارات اللغة الإنجليزية إذا ما أرادوا رفع كفاءتهم المهنية والتمكّن من الحصول على فرص عمل مهمة في مجال الإعلام، في ظل بيئة عمل تمنح فيها المؤسسات الإعلامية الأولوية في التوظيف للأشخاص يجيدون التعامل مع اللغة الإنجليزية على حساب صحفيين أكفاء مشكلتهم أنهم لا يجيدون هذه اللغة. ومن هنا أتت مشكلة الدراسة في رغبة الباحث في معرفة دور مساقات اللغة الإنجليزية في كليات الإعلام في إكساب خريجها مهارات سوق العمل، وذلك من خلال الإجابة عن الأسئلة الفرعية الآتية:

**السؤال الأول:** ما درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين مهارات سوق العمل من

خلال تحقق مواصفات خريج كلية الإعلام المطلوبة في سوق العمل؟

**السؤال الثاني:** ما درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين للمهارات المهنية المطلوبة

في سوق العمل؟

**السؤال الثالث:** هل هناك فروق بين خريجي كليات الإعلام في اكتساب مهارات سوق العمل تعود إلى

متغيرات نوع التخصص وعدد سنوات العمل والنوع الاجتماعي؟

**أهمية الدراسة:**

تشترط المؤسسات الإعلامية الحكومية والخاصة في مختلف دول العالم اليوم إجادة اللغة الإنجليزية إجادة تامة للإعلاميين الذين يقومون بمتابعة الأخبار المحلية والعالمية، وهذا أمرٌ منطقي بالنسبة لتلك المؤسسات نظراً لارتباط أنشطتها دوماً بالعالم الخارجي، حيث تعد اللغة الإنجليزية اللغة الأولى عالمياً، الأمر الذي جعل من الإلمام بمهارات اللغة الإنجليزية استماعاً وكتابةً وتحديثاً أمراً بالغ الأهمية بالنسبة لطلبة الإعلام الذين يستعدون لدخول سوق العمل وخوض غمار العمل الإعلامي تجربة عملية.

من هنا، فإن هذه الدراسة لها أهمية عملية وأهمية علمية:

**الأهمية العملية:**

1. تسليط الضوء على دور مساقات اللغة الإنجليزية في كليات الإعلام في إكساب الطلبة المهارات اللازمة التي تمكن خريجيها من دخول سوق العمل بكفاءة واحتراف.
2. الإشارة إلى أهمية إكساب الطلبة مهارات التحرير والكتابة والترجمة والاختزال من اللغة الإنجليزية إلى اللغة العربية وبالعكس، واعتبارها أساساً من أساسيات التدريس في كليات الإعلام.
3. تحفيز طلبة كليات الإعلام على إدراك أهمية اللغة الإنجليزية في سوق العمل وتشجيعهم على تقبل تعلمها ضمن المساقات المختلفة نظراً لحاجتهم الحقيقية لها.

**الأهمية العلمية:**

1. تُعد هذه الدراسة من الدراسات القليلة - بحدود علم الباحث- التي تبحث في دور مساقات اللغة الإنجليزية في كليات الإعلام في إكساب الطلبة المهارات اللازمة التي تمكن خريجيها من دخول سوق العمل بكفاءة واحتراف.
2. إثراء المكتبات المحليّة والعربيّة بدراسة تهتمُّ بتسليط الضوء على أهمية إدراج مساقات لغة إنجليزية متخصصة وتكثيفها في مجال الإعلام، تساعد الخريجين ولوج سوق العمل بكفاءة علمية وعملية في هذا المجال.

**أهداف الدراسة:**

تنطلق هذه الدراسة من الأهداف التالية:

1. التعرف إلى درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين مهارات سوق العمل من خلال تحقق مواصفات خريج كلية الإعلام المطلوبة في سوق العمل.
2. التعرف إلى درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين للمهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل.
3. التعرف إلى الفروق الموجودة بين خريجي كليات الإعلام في اكتساب مهارات سوق العمل تعود إلى متغيرات نوع التخصص وعدد سنوات العمل والنوع الاجتماعي؟

**فرضيات الدراسة:**

- **الفرضية الأولى:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين مهارات سوق العمل من خلال تحقق مواصفات خريج كلية الإعلام المطلوبة في سوق العمل وفقاً للمتغيرات الشخصية الآتية: النوع الاجتماعي، والتخصص، ومكان العمل، وسنوات العمل.
- **الفرضية الثانية:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين للمهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل، وفقاً للمتغيرات الشخصية الآتية: النوع الاجتماعي، والتخصص، ومكان العمل، وسنوات العمل.
- **الفرضية الثالثة:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين مهارات سوق العمل من خلال تحقق مواصفات خريج كلية الإعلام، والمهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل.

## المصطلحات والتعريفات الإجرائية:

- مساقات اللغة الإنجليزية: المواد النظرية والعملية التي يدرسها طلبة كليات الإعلام.
- مهارات سوق العمل: الكفايات والكفاءات التي يجب أن يلمّ بها طلبة كليات الإعلام والتي يحتاجها سوق العمل لتشغيلهم بناءً على إتقانهم لها.
- خريجو كلية الإعلام: طلبة كليات الإعلام الذين أنهوا دراسة البكالوريوس في أحد التخصصات الإعلامية التي تشتمل على الصحافة والإعلام والإذاعة والتلفزيون والإعلام الرقمي.

## حدود الدراسة:

- الحدود المكانية:** أجريت الدراسة في مدينة عمّان عاصمة المملكة الأردنية الهاشمية.
- الحدود الزمانية:** تم إنجاز هذه الدراسة خلال الفترة 1 أغسطس - 1 أكتوبر 2022.
- الحدود البشرية:** خريجو كلية الإعلام من جامعة الشرق الأوسط العاملين في المجال الإعلامي.

## محددات الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على عيّنة قصدية مكونة من عدد من خريجي كلية الإعلام العاملين في مجال الإعلام تكوّنت من 60 مفردة، ولكن عدد من تجاوبوا مع الاستبانة وقاموا بالإجابة عليها بلغ عددهم (35) فرداً فقط، وهذا قد يؤثر على عدم القدرة على تعميم نتائجها.

## الدراسات السابقة:

لم تتوفر، حسب علم الباحث، دراسات ذات صلة مباشرة ولصيقة بموضوع هذه الدراسة تحديداً، إلا أن بعض الدراسات والأبحاث الميدانية المسحية والتجريبية القريبة نسبياً من موضوع هذه الدراسة أشارت إلى أهمية تطوير وسائل التعليم، وتحديث أساليب وتقنيات دافعية الطلبة نحو تعلّم مهارات جديدة، ورفع كفاءة استراتيجيات العملية التعليمية الجامعية بما يخدم أهداف كل مساق، وجاءت على النحو الآتي:

## الدراسات العربيّة:

- ففي دراسة (سلطان، 2017) التي أجريت في محافظة الخليل بفلسطين، والتي كانت تسعى إلى بيان أثر استخدام القصص القصيرة لدى طلبة الصف الخامس الأساسي لقياس دافعيتهم إلى تعلّم اللغة الإنجليزية كلفة أجنبية، تم تطبيق استراتيجية تعليم اللغة الإنجليزية على مجموعة من الطلبة مدة شهر كامل على عينة قصدية مكونة من 87 طالباً، وتم اختيار مجموعة ضابطة ومجموعة تجريبية، وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح المجموعة التجريبية تعزى إلى طريقة التدريس باستخدام القصص القصيرة، أدت إلى حصول الطلبة على نتائج أفضل، كما أثبتت أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى دافعية الطلبة نحو تعلّم اللغة الإنجليزية كلفة أجنبية تعزى إلى طريقة التدريس، وأوصت الدراسة بضرورة توظيف برامج تدريبية لتدريب المعلمين على استخدام استراتيجية القصص القصيرة وضرورة توفير الفرصة للطلبة للتدرب على هذه المهارة.
- ولستقصاء أثر بيئة تعلم متنقلة قائمة على استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في تنمية مهارات الاستيعاب السمعي لدى طلاب اللغة الإنجليزية بكلية التربية بجامعة أم القرى، استخدمت دراسة (الصمداني، 2019) المنهجين الوصفي وشبه التجريبي، وطُبِّقت على عينة من طلاب اللغة الإنجليزية الملتحقين ببرنامج الإعداد التربوي بكلية التربية بجامعة أم القرى وقُسمت العينة عشوائياً إلى مجموعتين: مجموعة ضابطة ومجموعة تجريبية. وقد أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة في التطبيق البعدي لبطاقة ملاحظة مهارات الاستيعاب السمعي، وذلك في مستويات الفهم واستيعاب المسموع، ومفردات اللغة، والقواعد، والأصوات، وفي الدرجة الإجمالية للبطاقة.
- وقد هدفت دراسة (العصلاني، 2019) استقصاء أثر تفعيل المسابقات باستخدام استراتيجيات التعلم النشط في تطوير مهارات اللغة الإنجليزية للطالبات في مدارس الجبيل بالمملكة العربية السعودية، واستخدمت الباحثة استمارات استطلاع رأي قبلية لكل من المعلّمات والطالبات لأخذ آرائهن حول تطبيق المسابقات وكذلك نماذج مسابقات كأدوات بعدية. وقُسمت الباحثة العينة إلى مجموعتين: تجريبية مكوّنة من معلّمات وطالبات تم تدريسها مهارات اللغة الإنجليزية عن طريق تفعيل المسابقات باستخدام استراتيجيات التعلم النشط، ومجموعة

أخرى ضابطة مكوّنة أيضاً من معلّّات وطالبات تمّ تدريسهن مهارات اللغة الإنجليزية عن طريق تفعيل المسابقات بالطريقة التقليدية. وبعد جمع البيانات، خلصت الدراسة إلى وجود فروق بين متوسط درجات المجموعتين التجريبية والضابطة في التطبيق البعدي لكل من الاستمارات والنماذج للمسابقات لصالح المجموعة التجريبية.

- وسعى (كرم، 2019) من خلال بحث له إلى دراسة أثر ظاهرة عسر القراءة على أداء طلبة الجامعة العراقيين الدارسين للغة الإنجليزية كلغة أجنبية، وذلك لفهم كيفية تفسير هذه الظاهرة من خلال مفهوم موانع عدم القدرة، إذ يأتي العديد من الطلاب إلى الجامعة دون أي تشخيص لعُسر القراءة من قبل المتخصصين على الرغم من أن الأساتذة الأكاديميين يمكنهم ملاحظة أعراضها لدى بعض الطلاب من خلال الملاحظة المباشرة لأنشطتهم داخل الفصل الدراسي، وهذا يعني وجود مؤشر على عسر القراءة في مستويات تحصيل الطالب في مهارات القراءة والكتابة. وأخذت عينة هذه الدراسة من طلبة المرحلة الثانية في قسم اللغة الإنجليزية بكلية التربية بجامعة واسط في الجمهورية العراقية، وقد أظهرت النتائج النهائية لهذه الدراسة أن هناك عسراً حقيقياً للقراءة عند الطلبة يجب العمل على تداركه.

- قام الباحثان (موسى وعبد العليم، 2019) بدراسة أثر تصميم بيئة تعلّم إلكترونية تكيفية قائمة على أساليب التعلم المختلفة لتنمية مهارات الفهم الاستماعي، ومهارات التعلم الإلكتروني لدى طلاب شعبة اللغة الإنجليزية بجامعة القصيم، واستخدما خمس أدوات هي: اختبار مهارات الفهم الاستماعي، واختبار تحصيلي للجوانب المعرفية المرتبطة بمهارات التعلم الإلكتروني، وبطاقة ملاحظة لمهارات التعلم الإلكتروني، ومقياس الانطباق الذاتي نحو البيئة التكيفية، ومقياس أنماط التعلم، وتكونت عينة البحث من طلاب شعبة اللغة الإنجليزية بكلية الآداب والعلوم بعقلة الصقور بجامعة القصيم، وكشفت النتائج عن أثر تصميم بيئة تعلم إلكترونية تكيفية على تنمية مهارات الفهم الاستماعي ومهارات التعلم الإلكتروني لدى طلاب شعبة اللغة الإنجليزية، كما أكدت النتائج تفوق الطلاب ذوي نمط التعلم الاستراتيجي عن الطلاب ذوي نمط التعلم السطحي والعميق في مهارات الفهم الاستماعي ومهارات التعلم الإلكتروني.



- سلطت دراسة (المحناء، 2020) الضوء على الوضع الراهن لتعليم مهارتي الاستماع والمحادثة للطلاب السعوديين متعلمي اللغة الإنجليزية كلغة أجنبية. حيث ركزت الدراسة على مجموعة من معلمي اللغة وعلى ممارساتهم الصفية في مدارس التعليم العام بمدينة الرياض، واتبعت المنهج النوعي الوصفي لملاحظة الأشخاص ومتابعتهم في أوضاعهم الحقيقية، حيث تم توظيف الملاحظة الصقيّة كأداة رئيسة في جمع البيانات لهذه الدراسة التي توصلت إلى أن الاستماع والتحدث وتبادل الآراء والأفكار داخل القاعة الدراسية يتمركز بشكل كبير جداً حول المعلم. فالمعلمون هم الذين يبادرون بالتحدث، وطرح الأسئلة على الطلاب، وتحديد من يشارك منهم، ومن ثم تقييم إجاباتهم عن الأسئلة المطروحة. فهؤلاء المعلمون يتحكمون في الدرس من البداية وحتى النهاية، في حين أن الطلاب تمنح لهم فرص محدودة جداً، أو تكاد تكون معدومة للتفاعل التبادلي من حيث الاستماع والتحدث بلغة التعلم أثناء الدرس.
- وللتعرّف إلى أثر استخدام التعلم الإلكتروني التفاعلي على تنمية مهارات الكتابة في اللغة الإنجليزية لدى الطلبة، استخدم (رشدي، 2020) المنهج شبه التجريبي، واختار عينة الدراسة من 60 طالبة وطالبة من الصف الثاني الإعدادي بإحدى مدارس محافظة المنيا بجمهورية مصر العربية، وكانت أدواته اختباراً تحصيلياً لتقييم بعض مهارات كتابة اللغة الإنجليزية، وأنشطة تعلم إلكتروني، واستبانة خاصة بآراء الطلبة حول أنشطة التعلم الإلكتروني. وتوصلت دراسته إلى أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المجموعة التجريبية ودرجات المجموعة الضابطة في التطبيق البعدي لاختبار قياس مهارات كتابة اللغة الإنجليزية، جاءت في صالح المجموعة التجريبية، الأمر الذي يثبت فاعلية التعلم الإلكتروني في تطوير مهارات كتابة اللغة الإنجليزية لدى الطلبة.
- أجرت (خواجي، 2020) دراسة باستخدام مسح تم إجراؤه على 134 مشاركاً من جامعة جازان لقياس فاعلية استخدام الهاتف الذكي في تدريس اللغة الإنجليزية، ووجدت الدراسة أن استخدام الهاتف الذكي له تأثير كبير على طريقة تدريس اللغة الإنجليزية، لأنها تمكّن الأساتذة من إنشاء مقاطع فيديو للمتعلمين الذين يمكنهم أيضاً تسجيل أنفسهم ومشاركة المقاطع أثناء محاضراتهم لأغراض التقييم والإرشاد. كما أشارت النتائج أيضاً إلى أن المدرّسين يستخدمون الهواتف الذكية لإرسال رسائل البريد الإلكتروني إلى الطلاب ويشاركونهم الكثير من الأمور

المتعلقة بمحتوى مادة اللغة الإنجليزية، مما يجعل عملية التعلم تفاعلية وجذابة أكثر، وأثبتت الدراسة أن الأساتذة يشجعون استخدام الهواتف الذكية في عملية التعلم مما يعني تأقلم الطلاب مع هذه المنهجية الجديدة التي تجعل التدريس أكثر فعالية حسب رأيهم.

### الدراستات الأجنبية:

- بحث (Brooks & Wilson, 2014) الصعوبات التي تواجه الكثير من طلاب الجامعات في اليابان ممن لا يتمتعون بمهارة التحدث بالإنجليزية والتعبير عن أفكارهم بها، رغم أن إتقان هذه المهارة تؤثر على مستقبلهم الأكاديمي والوظيفي، ودرسا دور العروض التقديمية كأداة فعّالة يمكن للمعلّمين استخدامها لتحسين كفاءة الطلبة في هذا المجال، واستخدما العروض التقديمية كوسيلة لجمع البيانات، حيث طلب من الطلبة القيام بعدد من المهام التي تتطلب الوقوف وتقديم عروض تقديمية، ولاحظا أن كثيراً من الطلبة يواجهون بعض التحدّيات خصوصاً إذا لم يقوموا بإعداد العروض التقديمية الشفوية بشكل صحيح، ولهذا فإن على المعلّمين فهم المهارات والأبعاد التعليمية التي ينطوي عليها تقديم العروض التقديمية والصعوبات المحتملة التي يمكن لطلبة اللغة الإنجليزية مواجهتها، وحاول البحث تقديم مقترحات فعّالة لمعلّمي اللغة الإنجليزية لتقديم العروض التقديمية الشفوية كوسيلة يمكن من خلالها تحسين قدرات الطلاب في التحدّث والتعبير باللغة الإنجليزية.
- في دراسة أجرتها (ريبو، 2017)، أكدت نتائجها التي أجريت على عينة من طلبة إحدى الجامعات في إندونيسيا أن استراتيجيات التعلم ذات أهمية كبيرة في توسيع الرصيد اللغوي واكتساب المفردات الجديدة والتحفيز على مواصلة القراءة وحب المطالعة لارتباطها بالمهارات العقلية والوظيفية والمعرفية، وبالتالي تعلّم اللغة الأجنبية بنجاح، فكلما زادت المفردات زادت فرص التقدم والنجاح في استعمال اللغة استعمالاً صحيحاً وإتقانها بدقة، بهدف التواصل، من خلال مهارات اللغة الأربع: الكتابة، والتحدّث، والاستماع، والقراءة. ويواجه أغلبية طلاب اللغات صعوبات عدة تتعلق بالفهم واستيعاب المفردات أثناء القراءة أو الاستماع، ويعود السبب إلى نقص حجم المفردات التي يمتلكها المتعلم كمعرفة سابقة. اعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة، حيث وزعت على ثمانين طالبا من السنة الأولى فرع اللغة الإنجليزية، وعلى عشرة من أساتذة اللغة الإنجليزية. وأشارت النتائج إلى تأكيد

فرضية الدراسة وهي أن استراتيجيات التعلم ذات أهمية كبيرة في توسيع الرصيد اللغوي واكتساب المفردات الجديدة والتحفيز على مواصلة القراءة وحب المطالعة لارتباطها بالمهارات العقلية.

– تناولت دراسة (Banditvilai and Cullen, 2018) المشاكل والصعوبات التي تواجه طلبة جامعة Kasetsart في تايلاند من غير الناطقين بالإنجليزية بالاعتماد على المنهج المسحي من خلال تقديم استبانة إلى 520 طالبًا من مختلف التخصصات بالجامعة بهدف التعرّف إلى الصعوبات التي تواجههم في تعلم اللغة الإنجليزية كلفة أجنبية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن مهارة الكتابة شكّلت أكبر مشكلة تواجههم، تلاها مهارة الاستماع والفهم ثم مهارة التحدّث، وعزت الدراسة هذه النتائج إلى أن معظم الطلبة لا يدرسون أو يمارسون اللغة الإنجليزية بشكل يومي.

– تطرقت دراسة (Selatan, 2019) إلى المشاكل والصعوبات التي تواجه متعلمي اللغة الإنجليزية كلفة أجنبية في إندونيسيا وكيف يتعاملون معها، واستخدمت الدراسة المنهج النوعي لفهم هذه الظاهرة حيث أجريت المقابلات كأداة بحثية لجمع البيانات من متعلمي اللغة الإنجليزية كلفة أجنبية الذين يواجهون صعوبات في تعلمها. وبعد إجراء التحليل الموضوعي لمحتوى المقابلات، كشفت الدراسة عن عدة نتائج تمثلت في تعدّد جوانب الصعوبات التي يواجهها المتعلمون كان على رأسها صعوبات قواعد النحو، تلاها مشكلة النطق، ثم مشكلة الكتابة الأكاديمية. وأما عن كيفية تعاملهم مع هذه المشكلات فقد استخدم هؤلاء المتعلمون بعض الطرق والأساليب التي تمثلت في الاعتماد على الجتهاد الشخصي والتعلم الذاتي، وطلب دعم الأسرة والأصدقاء، وحضور الدروس والمحاضرات الخارجية.

### جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة والتعليق عليها:

أفادت هذه الدراسة من الدراسات السابقة في كلٍّ من التالي:

- بلورة مشكلة الدراسة وأهميّتها وصياغة أسئلتها وفرضيّاتها.
- توظيف الأساليب الإحصائيّة بالشكل المناسب والصحيح.

ويعلّق الباحث على الدّراسات السّابقة بالتّي:

### ما تشابهت به هذه الدراسة عن الدراسات السابقة:

- اتّفتت هذه الدّراسة مع الدّراسات السّابقة من حيث النتائج، والتي تمثّلت في وجود ضعف حقيقي في مهارات التحرير والكتابة والترجمة والاختزال من اللغة الإنجليزية إلى اللغة العربية وبالعكس لدى طلبة الجامعات عموماً، يمكن تداركه من خلال تطوير استراتيجيات التعليم وتحديث وسائل التعلّم وتطبيق التكنولوجيات الحديثة المتبعة بهذا الشأن وإدماجها في العملية التعليمية.
- اتفقت هذه الدراسة أيضاً مع الدراسات السابقة من حيث التوصيات التي أبرزت أهمية تطوير استراتيجيات تعليم اللغة الإنجليزية وتحديث وسائل تدريب الطلبة على تلقي مهاراتها، في الوقت نفسه الذي يتم فيه تعزيز دافعية الطلبة نحو تعلّمها وكسر حاجز الخوف منها.

### ما تميزت به هذه الدراسة عن الدراسات السابقة:

- تعد هذه الدراسة من الدّراسات القليلة -بحدود علم الباحث- التي تبحث في دور مساقات اللغة الإنجليزية في كليات الإعلام في إكساب الطلبة المهارات اللازمة التي تمكّن خريجها من دخول سوق العمل بكفاءة واحتراف، وذلك من خلال إجراء دراسة ميدانية تستطلع مدى الاستفادة الحقيقية لخريجي كليات الإعلام العاملين في المجال الإعلامي من المساقات الإنجليزية التي يدرسونها.
- تميزت هذه الدراسة عن الدراسات السابقة ذات الصلة بأنها أشارت إلى أهمية تكثيف مساقات اللغة الإنجليزية وزيادة عددها في مناهج كليات الإعلام بما يمكّن الطلبة من إتقان مهارات التحرير والكتابة والترجمة والاختزال من اللغة الإنجليزية إلى اللغة العربية وبالعكس، وهي من الاحتياجات الحقيقية لسوق العمل في مجال الإعلام.
- تميزت هذه الدراسة عن سابقتها بأنها تشكّل تنبيهاً حقيقياً ودعوة عملية موجهة إلى طلبة كليات الإعلام لإدراك أهمية اللغة الإنجليزية ومهاراتها المختلفة وتأثيرها المباشر في مستقبلهم المهني ومسيرتهم العملية.

## الإطار النظري للدراسة:

## مساقات اللغة الإنجليزية التي تُدرّس في كليات الإعلام:

تهدف مساقات اللغة الإنجليزية التي تُدرّس في كليات الإعلام تزويد الطلبة بالدروس والمهارات التي تمكّنهم من التعامل مع النصوص الإعلامية الإنجليزية قراءةً وفهماً وتحليلاً، كما تهدف أيضاً إعطاءهم دروساً تمهيدية لفن الترجمة الإعلامية لتنمية حصيلتهم اللغوية والاصطلاحية في مجالات الإعلام المختلفة التي تشتمل على الاتصال والسياسة والاقتصاد والثقافة العامة، وتتناول هذه المساقات كيفية التعامل مع المشكلات اللغوية التي قد تواجه الإعلامي للتغلب عليها. ففي جامعة الشرق الأوسط (MEU) ومقرّها العاصمة الأردنية عمّان، لا يتمكن طالب كلية الإعلام من الحصول على شهادة تخرّجه في برنامج البكالوريوس ما لم يتمكن من اجتياز ثلاثة مساقات إجبارية هي: مهارات الاتصال باللغة الإنجليزية، ومهارات اللغة الإنجليزية للإعلاميين، والترجمة الإعلامية. وهي المواد نفسها التي تعتمدها كليات الإعلام في الجامعات الحكومية والخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية. ويتم تقديم هذه المساقات على يد أساتذة جامعيين يتمتعون بمهارات إتقان اللغة الإنجليزية من ذوي القدرة على إيصال المعلومة إلى الطلبة بشكل مبسط ومباشر قدر الإمكان.

## أهمية مساقات اللغة الإنجليزية في تخصّص الإعلام:

تشترط الكثير من الصحف اليومية والمواقع الإخبارية الإلكترونية والقنوات المرئية الفضائية، سواءً كانت حكومية أو خاصة، إجادة تامة للصحفيين الذين يتابعون الأنشطة والأخبار التي يغطونها بشكل منتظم، وأصبحت اللغة الإنجليزية وعدم إتقان مهاراتها المختلفة - من قراءة وكتابة وفهم وترجمة وقواعد نحوية - تشكّل حجر عثرة حقيقي يواجه الكثير منهم. ونظراً لأن اللغة الإنجليزية اليوم تُعدّ لغة التواصل العالمية الأولى، أصبح من الأهمية بمكان أن ترتقي تخصصات الجامعات العربية إلى مستوى يمكّن الطلبة من التعامل مع هذه اللغة من خلال إتقان مهاراتها المختلفة. (مرصد الإعلام الأردني، 2013).

وفي إطار رؤية وتوجّهات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في المملكة الأردنية الهاشمية التي تنص على "إعادة النظر في متطلبات الجامعات ووضع الإطار العام لتطويرها وتضمينها ما يتواءم مع متطلبات سوق العمل والمهارات المطلوبة، مثل الريادة والابتكار، والمهارات الإدارية، ومهارات اللغة الإنجليزية، ومهارات القيادة والمسؤولية المجتمعية". (موقع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بالمملكة الأردنية الهاشمية:

ارتأت الوزارة إدراج عدد من المساقات التي يجب أن تُدرّس باللغة الإنجليزية بهدف تزويد الطلبة بما يمكّنهم من مواكبة احتياجات سوق العمل المتزايدة في التسارع، ففي عصر المعلوماتية الحالي، تُعدّ الإنجليزية لغة الصحافة والإعلام والشبكة العنكبوتية، وأصبحت هذه كلها مصدراً رئيساً للمعلومات ولتوسيع مدارك العاملين ومعارفهم في مجال الصحافة والإعلام.

### التحديات التي تواجه الإعلاميين في تعلّمهم مهارات اللغة الإنجليزية:

يُعزى ضعف إلمام ممارسي مهنة الإعلام في الأردن بمهارات اللغة الإنجليزية إلى عدة عوامل، أبرزها أن معظمهم لم يتلقوا تعليمهم في المدارس الخاصة التي تولي اهتماماً أكبر بتدريس اللغة الإنجليزية، كما لم تتح لمعظمهم فرصة التعلم في دول ناطقة باللغة الإنجليزية، هذا بالإضافة إلى وجود خلل في عملية التدريب والتأهيل التي تقدّمها المؤسسات الإعلامية لمنتسبيها، حيث يُحرم الصحفيون الأكفاء من الالتحاق بالدورات والورش التدريبية التي تنظمها هذه المؤسسات - عربية كانت أو أجنبية - فقط بسبب عدم إجادتهم الإنجليزية أصلاً، وبهذا تكون فرص من يجيدون الإنجليزية أوفر في المشاركة في المؤتمرات الدولية والحصول على جوائز عالمية. من جهة أخرى، تفضّل المؤسسات الإعلامية منح الأولوية في التعيين لوظائف الصحافة والإعلام لأشخاص يجيدون اللغة الإنجليزية على حساب آخرين لا يتمتعون بإجادتها رغم أنهم قد يكونون أكفأ وأقدم وأكثر خبرة في المجال، وهذا بالتالي يلقي بثقل إضافي على كاهل هؤلاء الذين يشعرون بأنه ينبغي عليهم تطوير لغتهم الإنجليزية لتحسين أدائهم وللارتقاء بمستوى احتياجات العمل الحقيقية، مع الأخذ بالاعتبار أن الكثير منهم لا يسعون فعلياً لتعلّمها أو الإلمام بها أو تحسين مستواها لديهم لأن الالتحاق بدورات تدريبية في مراكز متخصصة تشكّل عبئاً إضافياً على كاهل الصحفي ويستنزف دخله المادي ووقته وجهده. (مرصد الإعلام الأردني، 2013).

### منهجية الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة في إطارها النظري منهج المسح الإعلامي، بالتطبيق على عينة عمدية متاحة من خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط الممارسين لمهنة الإعلام، وذلك لمناسبة هذا المنهج مع طبيعة الدراسة وأهدافها، حيث تم استعراض فاعلية ما يتعلمه طلبة كليات الإعلام في مساقات اللغة الإنجليزية في إكسابهم المهارات الضرورية التي تؤهلهم لسوق العمل، وتم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها من خلال إجابات أفراد هذه العينة على أداة الدراسة المتمثلة باستبانة طورها الباحث وأعدّها لهذا الغرض.

**مجتمع الدراسة وعينتها:**

تكوّن مجتمع الدراسة من خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط الممارسين لمهنة الإعلام والبالغ عددهم الإجمالي حوالي 200 خريجاً يعمل بعضهم في مجال الإعلام، وتم الاعتماد على عينة عمدية متاحة قوامها (60) مفردة منهم، وتم استخراج العينة من قائمة مجموعة خريجي كلية الإعلام على تطبيق (WhatsApp) الذين تتابعهم كلية الإعلام بعد تخرّجهم، ولهذا استهدفت العينة فقط الطلبة الممارسين لمهنة الإعلام من خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط، إلا أن عدد هؤلاء الخريجين المبحوثين الذين تجاوبوا مع الاستبانة وقاموا بالإجابة عليها بلغ عددهم فقط (35) فرداً من الممارسين الفعليين لمهنة الإعلام، حيث تم توزيع أداة الدراسة (الاستبانة) عليهم إلكترونياً من خلال تطبيق (google forms) الذي يسهّل عملية الحصول على إجابات المبحوثين من خلال رابط خاص يقوم بإحصاء عدد المشاركين في الإجابة على الاستبانة مع عرض مفصّل للإجابات.

**أداة الدراسة:**

تمّ تصميم الاستبانة كأداة للدراسة، إذ تُعدّ من أدوات جمع البيانات في إطار منهجية البحث، فيتمّ جمع البيانات والمعلومات اللازمة لتحقيق أهداف الدراسة الميدانية، ومن ثمّ تطبيقها على عينة الدراسة.

**إجراءات التّبات والصدّق:****صدق أداة الدراسة وثباتها:**

تمّ التحقق من صدق أداة الدراسة وثباتها من خلال صدق البناء، بالإضافة إلى ثبات معامل كرونباخ ألفا، كما يأتي:

**المعالجة الإحصائية للبيانات:**

تمت معالجة البيانات إحصائيًا وتحليلها باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية الآتية: التكرارات البسيطة والنسب المئوية، والوسط الحسابي (Mean)، والانحراف المعياري (Standard Deviation)، واختبار عينتين مستقلتين (Independent Sample T Test)، واختبار تحليل التباين الأحادي (One-way Anova)، واختبار تحليل التباين البعدي (LSD)، واختبار معامل الارتباط سبيرمان (Spearman Correlation).

## مقاييس الدراسة:

تدرج المقياس في كلا المحورين كما يأتي: (3) مرتفعة، (2) متوسطة، (3) منخفضة، وتم تقدير مستويات المتوسطات الحسابية تبعاً لإجابات المبحوثين وفقاً للدرجات الثلاث الآتية: (0 - 0.99) منخفضة / (1 - 1.99) متوسطة / (2 - 3) مرتفعة.

## جدول رقم (1): التوزيع التكراري والنسب المئوية للسمات الشخصية لعينة الدراسة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
النوع	إناث	19	54.3%
	ذكور	16	45.7%
التخصص	الصحافة والإعلام	19	54.3%
	الإذاعة والتلفزيون	12	34.3%
	الإعلام الرقمي	4	11.4%
نمط ملكية الوسيلة الإعلامية التي تعمل بها	قطاع خاص أردني	22	62.9%
	قطاع خاص غير أردني	10	28.6%
	قطاع حكومي	3	8.6%
عدد سنوات العمل	أقل من سنة	16	45.7%
	من سنة إلى سنتين	7	20%
	أكثر من سنتين	12	34.3%
<b>المجموع (ن) = 35</b>			

في الجدول رقم (1) أعلاه، فإن نسبة الإناث المشاركات في الدراسة بلغت (54.3%) فيما بلغت نسبة الذكور (45.7%)، فنسبة الإناث أعلى من نسبة الذكور، وهذا في رأي الباحث أمر طبيعي؛ لأنه عائد إلى أن نسبة الطلبة الإناث الملتحقين بكلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط تفوق نسبة الطلبة الذكور بقليل. كما أن معظم من شاركوا في الاستبانة هم من تخصص الصحافة والإعلام بنسبة بلغت (54.3%) من إجمالي المشاركين، فيما عمل (62.9%) منهم في قطاعات إعلامية أردنية خاصة. وكان أكثر المستجيبين لاستبانة الدراسة هم ممن كانت لديهم خبرة لا تتجاوز سنة واحدة في العمل الإعلامي بنسبة بلغت (45.7%).



## جدول رقم (2): معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لمحاور الدراسة

قيمة معامل الثبات	المحور
0.973	درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين مهارات سوق العمل من خلال تحقق مواصفات خريج كلية الإعلام المطلوبة في سوق العمل
0.971	درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين للمهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل

بتطبيق معامل الثبات كرونباخ ألفا على محاور الدراسة، أظهرت النتائج أن "درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين مهارات سوق العمل من خلال تحقق مواصفات خريج كلية الإعلام المطلوبة في سوق العمل" بلغت قيمة معامل الثبات فيها (0.973)، بينما كانت (0.971) في "درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين للمهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل".

## مناقشة نتائج الدراسة:

أثناء الإجابة عن أسئلة الدراسة الرئيسية الثلاثة، أظهرت النتائج ما يأتي:

**السؤال الأول:** ما درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين مهارات سوق العمل من خلال تحقق مواصفات خريج كلية الإعلام المطلوبة في سوق العمل؟

## الجدول رقم (3): درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين مهارات سوق العمل

من خلال تحقق مواصفات خريج كلية الإعلام المطلوبة في سوق العمل

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	منخفضة	متوسطة	عالية	الدرجة	العبارات
			ك	ك	ك		
مرتفعة	0.667	2.29	4	17	14		الإلمام بالمصطلحات الفنية الخاصة بالبحث الإذاعي والتلفزيوني والإلكتروني
مرتفعة	0.710	2.29	5	15	15		معرفة أسماء القارات والبلدان والعواصم والمواقع الجغرافية باللغة الإنجليزية وطريقة نطقها الصحيح

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	منخفضة	متوسطة	عالية	الدرجة العبارات
			ك	ك	ك	
مرتفعة	0.690	2.23	5	17	13	معرفة أسماء المنظمات والهيئات والتكتلات الدولية باللغة الإنجليزية
مرتفعة	0.772	2.14	8	14	13	القدرة على حفظ الكلمات الإنجليزية الجديدة بسهولة ويسر
مرتفعة	0.781	2.09	9	14	12	إجادة مهارات الاتصال والتواصل باللغة الإنجليزية
مرتفعة	0.765	2.06	9	11	15	فهم الفروق اللغوية المهمة بين اللغتين العربية والإنجليزية وإدراكها
مرتفعة	0.765	2.06	9	15	11	إتقان مهارة قراءة النصوص الإنجليزية وفهمها
مرتفعة	0.765	2.06	9	15	11	تطبيق أساسيات النحو وقواعده باللغة الإنجليزية التي تمكنك من التحدّث والكتابة الصحيحة
مرتفعة	0.802	2.06	10	13	12	إتقان مهارة الاستماع إلى المحادثات الإنجليزية وفهمها
مرتفعة	0.822	2.03	11	12	12	إتقان مهارة الربط بين الجُمْل واستخدام علامات الترقيم استخداماً صحيحاً
مرتفعة	0.747	2.03	9	16	10	القدرة على فهم الأخبار والتقارير المنشورة بالإنجليزية في مواقع شبكات الأخبار العالمية
مرتفعة	0.707	2.03	8	18	9	معرفة المشكلات والصعوبات التي تواجه الإعلامي أثناء ترجمة النصوص من وإلى العربية والإنجليزية
مرتفعة	0.767	2.00	10	15	10	إتقان ترجمة النصوص الإعلامية من وإلى العربية والإنجليزية

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	منخفضة	متوسطة	عالية	الدرجة	العبارات
			ك	ك	ك		
مرتفعة	0.804	2.00	11	13	11		القدرة على بناء جمل إنجليزية وصياغتها بمختلف تراكيبيها
متوسطة	0.818	1.91	13	12	10		القدرة على تلخيص النصوص الإنجليزية وإيجازها وخصوصاً الإخبارية منها
متوسطة	0.796	1.89	13	13	9		القدرة على التعبير عن الأفكار بالإنجليزية بوضوح
متوسطة	0.772	1.86	13	14	8		إتقان الكتابة المستخدمة في التحرير الصحفي باللغة الإنجليزية
<b>مرتفعة</b>	<b>0.761</b>	<b>2.06</b>					<b>المتوسط العام</b>

يبين الجدول رقم (3) أنَّ المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (1.68-2.29)، حيث تُظهر البيانات أنَّ أهم إسهامات مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين مهارات سوق العمل من خلال تحقق مواصفات خريج كلية الإعلام المطلوبة في سوق العمل قد تمثلت في "الإلمام بالمصطلحات الفنية الخاصة بالبحث الإذاعي والتلفزيوني والإلكتروني" و"معرفة أسماء القارات والبلدان والعواصم والمواقع الجغرافية باللغة الإنجليزية وطريقة نطقها الصحيح" في الترتيب الأول بوسط حسابي بلغ (2.29) لكل منهما، تلاها "معرفة أسماء المنظمات والهيئات والتكتلات الدولية باللغة الإنجليزية" بوسط حسابي بلغ (2.23)، فيما جاء "إتقان ترجمة النصوص الإعلامية من وإلى العربية والإنجليزية" و"القدرة على بناء جمل إنجليزية وصياغتها بمختلف تراكيبيها" بوسط حسابي متماثل بلغ (2.00)، وفي المرتبة الأخيرة، تمثلت أقل الإسهامات من وجهة نظر المبحوثين في "إتقان الكتابة المستخدمة في التحرير الصحفي باللغة الإنجليزية" بمتوسط حسابي بلغ (1.86).

**السؤال الثاني:** ما درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين للمهارات المهنية المطلوبة في سوق

العمل؟

## الجدول رقم (4): درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين للمهارات المهنية المطلوبة في

## سوق العمل

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	منخفضة	متوسطة	عالية	الدرجة العبارات
			ك	ك	ك	
مرتفعة	0.742	2.09	8	16	11	استخدام المصطلحات الفنية الخاصة بالبث الإذاعي والتلفزيوني والإلكتروني
مرتفعة	0.822	2.03	11	12	12	استخدام مهارات الاتصال والتواصل باللغة الإنجليزية
مرتفعة	0.840	2.00	12	11	12	فهم النصوص الإنجليزية الإعلامية (أخبار، تقارير، مقالات... إلخ)
مرتفعة	0.840	2.00	12	11	12	بناء الجملة الإنجليزية بناءً صحيحاً بمختلف تركيباتها
مرتفعة	0.804	2.00	11	13	11	التعبير عن الأفكار بالإنجليزية بسهولة ووضوح
متوسطة	0.742	1.91	11	16	8	تلخيص النصوص الإنجليزية ذات الطبيعة الإعلامية (أخبار، تقارير، مقالات... إلخ) وإيجازها
متوسطة	0.810	1.86	14	12	9	ترجمة النصوص الإعلامية من وإلى العربية والإنجليزية بسهولة ويسر
متوسطة	0.692	1.86	11	18	6	استخدام كل من اللغة الإنجليزية العامية واللغة الإنجليزية الرسمية (الأكاديمية) في سياقاتها الصحيحة

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	منخفضة	متوسطة	عالية	الدرجة العبارات
			ك	ك	ك	
متوسطة	0.692	1.86	11	18	6	فهم محتوى المحادثات الإنجليزية والنشرات التي تُبث باللغة الإنجليزية
متوسطة	0.808	1.77	16	11	8	كتابة نص إنجليزي سليم من الناحية القواعدية
<b>متوسطة</b>	<b>0.779</b>	<b>1.93</b>				<b>المتوسط العام</b>

يبين الجدول رقم (4) أن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (1.77-2.09)، حيث تُظهر البيانات أن أهم العوامل في مساقات اللغة الإنجليزية التي تكسب الخريجين المهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل قد تمثلت في "استخدام المصطلحات الفنية الخاصة بالبث الإذاعي والتلفزيوني والإلكتروني" في الترتيب الأول بوسط حسابي بلغ (2.09)، تلاها "استخدام مهارات الاتصال والتواصل باللغة الإنجليزية" بوسط حسابي بلغ (2.03)، ثم جاء "فهم النصوص الإنجليزية الإعلامية (أخبار، تقارير، مقالات... إلخ)" و "بناء الجملة الإنجليزية بناءً صحيحاً بمختلف تركيباتها" و "التعبير عن الأفكار بالإنجليزية بسهولة ووضوح" بوسط حسابي متماثل بلغ (2.00). وفي المرتبة الأخيرة، تمثلت أقل العوامل بالنسبة للمبجوثين في "كتابة نص إنجليزي سليم من الناحية القواعدية" بمتوسط حسابي بلغ (1.77).

**السؤال الثالث:** هل هناك فروق بين خريجي كليات الاعلام في اكتساب مهارات سوق العمل تعود إلى متغيرات نوع التخصص وعدد سنوات العمل والنوع الاجتماعي؟

#### مناقشة فرضيات الدراسة:

بعد مناقشة فرضيات الدراسة الثلاث، جاءت نتائج الدراسة على النحو الآتي:

**الفرضية الأولى:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين مهارات سوق العمل من خلال تحقق مواصفات خريج كلية الإعلام المطلوبة في سوق العمل وفقاً للمتغيرات الشخصية التالية: النوع الاجتماعي، والتخصص، ومكان العمل، وسنوات العمل.

لختبار صحة هذه الفرضية تم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، عبر استخدام كلٍ من: اختبار (Independent Sample T-Test)، واختبار (One Way Anova)، وقد توصلت نتائج الاختبارات إلى كل مما يأتي:

**النوع الاجتماعي:** أظهر اختبار (T-test)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين مهارات سوق العمل من خلال تحقق مواصفات خريج كلية الإعلام المطلوبة في سوق العمل، وفقاً لمتغير النوع الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ت (0.711) عند مستوى الدلالة (0.614) وهي غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05).

**جدول رقم (5): اختبار (T - test)، الفروق في درجة اكتساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط لمهارات**

#### سوق العمل وفقاً لمتغير النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	العدد (N)	الوسط الحسابي (M)	الانحراف المعياري (SD)	قيمة ت (T)	درجة الحرية (DF)	مستوى المعنوية
ذكر	16	2.1434	0.66827	0.711	30.963	0.614
أنثى	19	1.9876	0.61682			

**التخصص:** أظهر اختبار (One Way Anova)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين مهارات سوق العمل من خلال تحقق مواصفات خريج كلية الإعلام المطلوبة في سوق العمل، وفقاً لمتغير التخصص، حيث بلغت قيمة ف (0.339) عند مستوى الدلالة (0.715)، وهي قيمة غير دالة إحصائية.

**مكان العمل:** أظهر اختبار (One Way Anova)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين مهارات سوق العمل من خلال تحقق مواصفات خريج كلية الإعلام المطلوبة في سوق العمل، وفقاً لمتغير مكان العمل، حيث بلغت قيمة ف (0.325) عند مستوى الدلالة (0.725)، وهي قيمة غير دالة إحصائية.

**سنوات العمل:** أظهر اختبار (One Way Anova)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين مهارات سوق العمل من خلال تحقق مواصفات خريج كلية الإعلام المطلوبة في سوق العمل، وفقاً لمتغير سنوات العمل، حيث بلغت قيمة ف (3.263) عند مستوى الدلالة (0.51)، وهي قيمة غير دالة إحصائية.

جدول رقم (6): تحليل التباين في اتجاه واحد (Anova) في درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين مهارات سوق العمل من خلال تحقق مواصفات خريج كلية الإعلام المطلوبة في سوق العمل وفقاً

#### للمتغيرات الشخصية

مستوى المعنوية	قيمة (F)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	المتغيرات الشخصية
0.715	0.339	0.143	2	0.285	بين المجموعات	التخصص
		0.421	32	13.472	داخل المجموعات	
			34	13.758	المجموع	
0.725	0.325	0.137	2	0.274	بين المجموعات	مكان العمل
		0.421	32	13.484	داخل المجموعات	
			34	13.758	المجموع	
0.051	3.263	1.165	2	2.330	بين المجموعات	سنوات العمل
		0.357	32	11.427	داخل المجموعات	
			34	13.758	المجموع	

**الفرضية الثانية:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين للمهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل، وفقاً للمتغيرات الشخصية الآتية: النوع الاجتماعي، والتخصص، ومكان العمل، وسنوات العمل.

لاختبار صحة هذه الفرضية تم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، عبر استخدام كلٍ من: اختبار (Independent Sample T-Test)، واختبار (One Way Anova)، واختبار تحليل التباين البعدي (LSD)، وقد توصلت نتائج الاختبارات إلى كل مما يأتي:

**النوع الاجتماعي:** أظهر اختبار (T-test)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين للمهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل، وفقاً لمتغير النوع الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ت (0.766) عند مستوى الدلالة (0.277) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05).

**جدول رقم (7): اختبار (T - test)، الفروق في درجة اكتساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط للمهارات**

#### سوق العمل وفقاً لمتغير النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	العدد (N)	الوسط الحسابي (M)	الانحراف المعياري (SD)	قيمة ت (T)	درجة الحرية (DF)	مستوى المعنوية
ذكر	16	2.0375	0.76670	0.766	29.318	0.277
أنثى	19	1.8526	0.63890			

**التخصص:** أظهر اختبار (One Way Anova)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين للمهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل، وفقاً لمتغير التخصص، حيث بلغت قيمة ف (0.324) عند مستوى الدلالة (0.726)، وهي قيمة غير دالة إحصائية.

**مكان العمل:** أظهر اختبار (One Way Anova)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين للمهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل، وفقاً لمتغير مكان العمل، حيث بلغت قيمة ف (0.170) عند مستوى الدلالة (0.844)، وهي قيمة غير دالة إحصائية.

**سنوات العمل:** أظهر اختبار (One Way Anova)، وجود فروق دالة إحصائية في إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين للمهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل، وفقاً لمتغير سنوات العمل، حيث بلغت قيمة ف (3.617) عند مستوى الدلالة (0.38)، وهي قيمة دالة إحصائية، ومن خلال تحليل التباين البعدي (LSD)، اتضح أن الفئة "أقل من سنة" جاءت في الترتيب الأول أكثر الفئات إدراكاً لإسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكسابهم للمهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل، ثم في الترتيب الثاني الفئة "أكثر من سنتين"، ثم في الترتيب الثالث الفئة "من سنة إلى سنتين".



جدول رقم (8): تحليل التباين في اتجاه واحد (Anova) في إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين للمهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل وفقاً للمتغيرات الشخصية

المتغيرات الشخصية	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F)	مستوى المعنوية
التخصص	بين المجموعات	.326	2	0.163	.324	.726
	داخل المجموعات	16.135	32	0.504		
	<b>المجموع</b>	<b>16.462</b>	<b>34</b>			
مكان العمل	بين المجموعات	0.173	2	0.087	0.170	0.844
	داخل المجموعات	16.289	32	0.509		
	<b>المجموع</b>	<b>16.462</b>	<b>34</b>			
سنوات العمل	بين المجموعات	3.035	2	1.518	3.617	.038
	داخل المجموعات	13.427	32	0.420		
	<b>المجموع</b>	<b>16.462</b>	<b>34</b>			

**الفرضية الثالثة:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين مهارات سوق العمل من خلال تحقق مواصفات خريج كلية الإعلام، والمهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل. جدول رقم (9): معامل ارتباط سبيرمان للعلاقة بين درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين مهارات سوق العمل من خلال تحقق مواصفات خريج كلية الإعلام، والمهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل

المهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل			درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين مهارات سوق العمل من خلال تحقق مواصفات خريج كلية الإعلام
مستوى المعنوية	معامل ارتباط سبيرمان	التكرار (N)	
0.000	0.922**	35	

أظهر استخدام معامل ارتباط سبيرمان وجود علاقة ارتباط إيجابية دالة إحصائياً بين درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين مهارات سوق العمل من خلال تحقق مواصفات خريج كلية الإعلام، والمهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط سبيرمان ( $Spearman's\ rho=0.922^{**}$ ) عند مستوى الدلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.05).

### خلاصة نتائج الدراسة:

- أظهرت الدراسة أنّ أهم "إسهامات مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين مهارات سوق العمل من خلال تحقق مواصفات خريج كلية الإعلام المطلوبة في سوق العمل" قد تمثلت في "الإلمام بالمصطلحات الفنية الخاصة بالبث الإذاعي والتلفزيوني والإلكتروني" و"معرفة أسماء القارات والبلدان والعواصم والمواقع الجغرافية باللغة الإنجليزية وطريقة نطقها الصحيح" في الترتيب الأول، بينما في المرتبة الأخيرة تمثلت أقل الإسهامات من وجهة نظر المبحوثين في "إتقان الكتابة المستخدمة في التحرير الصحفي باللغة الإنجليزية". وقد جاءت هذه النتائج متفقة مع نتائج دراسة (كرم، 2019) التي أثبتت أن هناك عسراً حقيقياً للقراءة عند طلبة الجامعات العراقية يستمر في التزايد عند دراسة اللغة الإنجليزية كلفة أجنبية. كما اتفقت هذه النتائج مع دراسة (Banditvilai and Cullen, 2018) التي أظهرت أن مهارة الكتابة شكّلت أكبر مشكلة تواجه طلبة الجامعات، تلتها مهارة الاستماع والفهم ثم مهارة التحدّث.
- أظهرت الدراسة أنّ أهم العوامل في "مساقات اللغة الإنجليزية التي تكسب الخريجين المهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل" قد تمثلت في "استخدام المصطلحات الفنية الخاصة بالبث الإذاعي والتلفزيوني والإلكتروني" في الترتيب الأول تلتها "استخدام مهارات الاتصال والتواصل باللغة الإنجليزية"، وفي المرتبة الأخيرة، تمثلت أقل العوامل بالنسبة للمبحوثين في "كتابة نص إنجليزي سليم من الناحية القواعدية"، اتفق ذلك مع نتائج دراسة (ريبو، 2017) من حيث إبراز أهمية توسيع الرصيد اللغوي واكتساب المفردات الجديدة، فكلما زادت المفردات زادت فرص التقدم والنجاح في إتقان اللغة واستعمالها استعمالاً صحيحاً ودقيقاً. واتفقت أيضاً هذه النتائج مع نتائج دراسة (Selatan, 2019) التي أبرزت أهم الصعوبات التي يواجهها المتعلمون للغة الإنجليزية في قواعد النحو أولاً ثم مشكلة النطق ثم الكتابة الأكاديمية.

- أظهرت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين مهارات سوق العمل من خلال تحقق مواصفات خريج كلية الإعلام المطلوبة في سوق العمل وفقاً للمتغيرات الشخصية الآتية: النوع الاجتماعي، والتخصص، ومكان العمل، وسنوات العمل.
- أظهرت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين للمهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل، وفقاً للمتغيرات الشخصية الآتية: النوع الاجتماعي، والتخصص، ومكان العمل.
- أظهرت الدراسة وجود دالة إحصائية في إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين للمهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل، وفقاً لمتغير سنوات العمل، حيث بلغت قيمة ف (3.617) عند مستوى الدلالة (0.38)، وهي قيمة دالة إحصائية، واتضح أنّ الفئة "أقل من سنة" جاءت في الترتيب الأول.
- أظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباط إيجابية دالة إحصائية بين درجة إسهام مساقات اللغة الإنجليزية في إكساب الخريجين مهارات سوق العمل من خلال تحقق مواصفات خريج كلية الإعلام، والمهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط سبيرمان (Spearman's rho=0.922\*\*) عند مستوى الدلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائية.
- اتفقت هذه الدراسة مع نتائج الدراسات (Brooks & Wilson 2014)، والتي تمثلت في وجود ضعف حقيقي في مهارات التحرير والكتابة والترجمة والاختزال من اللغة الإنجليزية إلى اللغة العربية وبالعكس لدى طلبة الجامعات عموماً، إلا أنه بالإمكان تدارك ذلك من خلال إدماج الاستراتيجيات والتكنولوجيات الحديثة في العملية التعليمية.

## التوصيات:

في ضوء نتائج الدراسة، يوصي الباحث بضرورة إجراء ما يأتي:

1. توجّه كليات الإعلام في الجامعات الحكومية والخاصة إلى تكثيف مسابقات اللغة الإنجليزية فيها بما يمكّن الطلبة من إتقان مهارات التحرير والكتابة والترجمة والاختزال من اللغة الإنجليزية إلى اللغة العربية وبالعكس، مع أهمية التركيز على "مهارات الكتابة بالإنجليزية" تحديداً؛ نظراً للضعف الشديد الذي أظهرته نتائج الدراسة في مستوى طلبة كلية الإعلام في هذا الجانب تحديداً.
2. إجراء تحديث مستمر لمساقات اللغة الإنجليزية التي تُدرّس في كليات الإعلام بحيث تتلاءم مع طبيعة المجال الإعلامي وتخصّصاته المهنية التي تشمل الصحافة والإعلام الرقمي والإذاعة والتلفزيون والعلاقات العامة، وهذا التحديث يجب أن يشمل إضافة مسابقات إنجليزية تخدم مهارات "الاتصال والتواصل" و "الترجمة" و "فهم المحتوى الإنجليزي" حسبما أبرزت نتائج هذه الدراسة.
3. استغلال التّطوّرات التّكنولوجيّة الحديثة في تطوير أنشطة تعلّم وتصميمها لطلبة مسابقات اللغة الإنجليزية في التعليم الجامعي، لإثراء العملية التعليمية من جهة، وتحويلها إلى شكل أكثر يسراً وتفاعلية من جهة أخرى، بما يحبّب هذه المسابقات لطلبة الإعلام ويسهّل تقبّلها من جانبهم، وهنا يشير الباحث إلى إمكانية إضافة مساق بعنوان "الترجمة باستخدام الحاسوب" وذلك بتدريب طلبة كليات الإعلام على توظيف البرامج والتطبيقات المتخصصة في الترجمة لمساعدتهم أثناء العمل في مجالهم الإعلامي. وهذا يتسق مع ما خرجت به دراسة (خواجي، 2020) التي أثبتت أن الأساتذة يشجعون استخدام الهواتف الذكية في عملية التعلم مما يعني تأقلم الطلاب مع هذه المنهجية الجديدة التي تجعل التدريس أكثر فعالية حسب رأيهم.
4. إجراء المزيد من البحوث المسحية والميدانيّة التي تتعلّق بدور مسابقات اللغة الإنجليزية ليس فقط في كليات الإعلام بل وفي كليات إنسانية واجتماعية أخرى تهتم بإكساب خريجها مهارات سوق العمل.
5. تغيير طريقة تقديم مهارات اللغة الإنجليزية من قبل أساتذة الجامعات بحيث تكون تفاعلية قدر الإمكان وبالاعتماد على الألعاب التعليمية الإلكترونية التي تسهّل عملية الفهم، وهذا ما توصلت إليه أيضاً دراسة (المحناء، 2020) التي خلصت إلى أن الاستماع والتحدث وتبادل التراء والأفكار داخل القاعة الدراسية يتمركز بشكل كبير جداً حول المعلم وطريقة تقديمه للمعلومة بشكل تفاعلي مع الطلبة، وهو أيضاً ما استنتجته دراسة (سلطان 2017) من وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تحسّن تلقي الطلبة للمعرفة تعزى إلى طريقة التدريس المتبعة.

## المراجع

- خواجي، سميحة الحسين (2020). فاعلية استخدام الهاتف الذكي في تدريس اللغة الإنجليزية في جامعة جازان. مجلة كلية التربية. جامعة الإسكندرية. المقالة 9، المجلد 30، العدد 4 - الرقم المسلسل للعدد 2، نوفمبر 2020.
- رشدي، أحمد نصرت (2020). أثر استخدام التعلم الإلكتروني التفاعلي على تنمية مهارات الكتابة في اللغة الإنجليزية لدى طلاب الصف الثاني الإعدادي. مجلة البحث في التربية وعلم النفس. (2090-0090) ISSN Print: ، جمهورية مصر العربية.
- سلطان، أميرة (2017). أثر استخدام القصص القصيرة في تطوير مهارات القراءة لدى طلبة الصف الخامس الأساسي ودافعيتهم نحو تعلم اللغة الإنجليزية كلفة أجنبية. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة القدس، فلسطين.
- الصمداني، هاشم أحمد (2019). فاعلية استخدام بيئة تعلم متنقلة قائمة على الإنفوجرافيك التفاعلي في تنمية مهارات الاستيعاب السمعي لدى طلاب اللغة الإنجليزية بجامعة أم القرى. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية. جامعة أم القرى. المملكة العربية السعودية.
- العصلاني، نوال عتيق الله (2019). أثر تفعيل المسابقات باستخدام استراتيجيات التعلم النشط في تطوير مهارات اللغة الإنجليزية في مدارس الجبيل. دراسات عربية في التربية وعلم النفس. المملكة العربية السعودية.
- كرم، حسين كمر (2019). أثر ظاهرة عسر القراءة على أداء طلبة الجامعة العراقيين دارسي اللغة الإنجليزية لغة أجنبية بأدائهم في استيعاب القراءة. لدراسة للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية. مجلد 3، عدد 32 (2019).
- المحنا، عايض ضاوي (2020). تطوير مهارات السمع والمحادثة بشكل تفاعلي لدى متعلمي اللغة الإنجليزية: دراسة تحليلية من واقع البيئة السعودية. أكاديمية الملك خالد العسكرية، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- موسى، هاني وعبد العليم، سيد (2019). تصميم بيئة عمل إلكترونية تكيفية وأثرها في تنمية مهارات الفهم السمعي والتعلم الإلكتروني لدى طلاب شعبة اللغة الإنجليزية. مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر. القاهرة، جمهورية مصر العربية. [10.21608/JSREP.2019.95937](https://www.mohe.gov.jo/Default/Ar)
- الموقع الرسمي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي بالمملكة الأردنية الهاشمية: <https://www.mohe.gov.jo/Default/Ar> ، تم الاسترجاع بتاريخ 20 فبراير 2023.
- مرصد الإعلام الأردني. (2013). اللغة الإنجليزية بوابة الصحفي للتميز واقتناص الفرص. تقارير ودراسات. عمان، المملكة الأردنية الهاشمية. اللغة الإنجليزية بوابة الصحفي للتميز واقتناص الفرص [www.jmm.jo/reports/2013/10](http://www.jmm.jo/reports/2013/10)

## References

- Banditvilai, Choosri and Cullen, Robert (2018). **Problems and Obstacles in Learning English as a Foreign Language**. International Journal of Social Science and Humanity, Vol. 8, No. 12, December 2018. Bangkok, Thailand.
- Brooks, Gavin and Wilson, John (2014). **Using Oral Presentations to Improve Students' English Language Skills**. Kwansai Gakuin University. Humanities Review. Vol.19, 2014. Nishinomiya, Japan.
- Rebouh, Ahlam (2017). **The Influence of Vocabulary Learning Strategies on Reducing Reading difficulties The Case of First Year EFL Students at Biskra University**. <http://archives.univ-biskra.dz/handle/123456789/10095>
- Selatan, Sulawesi Maros. (2019). **Problems Encountered by Learners and How to Deal with Them in Learning English as a Foreign Language**. UHAMKA International Conference on ELT and CALL (UICELL). Jakarta, 21-22 November 2019.

د. مازن الفداوي – جامعة الشرق الأوسط، [malfedawi@meu.edu.jo](mailto:malfedawi@meu.edu.jo)

## المهارات المُساعدة في توظيف خريجي كليات الإعلام في سوق العمل من وجهة نظر الإعلاميين الممارسين. دراسة كيفية.

د. محمود الرجبي – جامعة الشرق الأوسط

**Skills that help employ media graduates in the labor market  
from the point of view of practicing media professionals.**

Dr. Mahmoud Al Rajabi – Middle East University



## المهارات المُساعدة في توظيف خريجي كليات الإعلام في سوق العمل من وجهة نظر الإعلاميين

الممارسين. دراسة كيفية.

د. محمود الرجبي - جامعة الشرق الأوسط

### الملخص

هَدَفَت الدراسة الكَشْفَ عَن أهم المهارات المُساعدة عَلَى توظيف خريجي كليات الإعلام في سوق العمل من وجهة نظر الإعلاميين الممارسين، واستخدمت الدراسة منهجين، هما: المنهج النوعي، والمنهج الاستقرائي، من خلال إجراء المقابلات المعمقة مع سبعة عشر إعلاميًا ممارسًا في الأردن، وَقَدْ تَمَّ أخذ العينة بِطَرِيقَة قصدية، وأظهرت نتائج الدراسة أن المهارات الَّتِي يَجِبُ أن يمتلكها خريج الإعلام تتمثل في المهارات الإعلامية البحثية، والمهارات الأخرى، مثل: المهارات البحثية، ومهارات التفكير الناقد، وبناء المُحتوى، والمهارات الشَّخصِيَّة، وَاللُّغَة العربية وَاللُّغَة الإعلامية، وتقنيات الحاسوب، والمهارات المتعلقة بالإنترنت، ومهارات التعامل مع التشريعات والقوانين بذكاء، وإدارة الوَقْت، وغيرها. كما توصلت الدراسة إلى ضرورة أن يمتلك خريج الإعلام القدرة على الارتجال، والثقافة الواسعة، وأن يتمتع بِصِفات الشغف، وقوة الشَّخصِيَّة، والكاريزما، وغرس حب التعلم الدائم، وغيرها.

**الكلمات المفتاحية:** المهارات الإعلامية المهنية، وظائف إعلامية، خريج كلية الإعلام، سوق العمل، الإعلاميون الممارسون.

## **Skills that help employ media graduates in the labor market from the point of view of practicing media professionals.**

**Dr. Mahmoud Al Rajabi – Middle East University**

### **Abstract**

The study aimed to reveal the most important skills that help to employ graduates of media faculties in the labor market from the point of view of media practitioners. The study used two approaches, the qualitative methodology and the inductive approach, by conducting in-depth interviews with seventeen media practitioners in Jordan, and the sample was taken in an intentional way. The results of the study showed that the skills that a media graduate should possess are both pure media skills and other skills such as research skills, critical thinking skills, content building skills, interpersonal skills, Arabic and media language skills, computer technologies, internet-related skills, skills in dealing with legislation and laws intelligently, time management skills, and others. The study also concluded that the media graduate should have the ability to improvise, have a broad cultural background, and have the characteristics of passion, strength of personality, charisma, love of constant learning, and others.

**Key words:** Professional media skills, media jobs, media faculty graduate, labor market, media professionals.

## المقدمة:

زاد عدد كليات الإعلام في الأردن في السنوات الأخيرة، وتوسعت في قبول الطلبة، وتنوعت التخصصات التي تدرسها، وفي الوقت نفسه تغير سوق العمل بشكل كبير، خاصة مع دخول الرقمية في عمل الإعلام، وهذا أدى إلى ظهور تحديات جديدة تواجه كلية الإعلام، فقد تغيرت توجهات المؤسسات الإعلامية، وأصبحت هناك أساليب إعلامية جديدة تتطلب إتقان مهارات رقمية جديدة، وتطورت أجهزة الحاسوب، وانتشرت التطبيقات المساعدة على العمل الإعلامي، وظهرت وسائل جديدة في التعامل مع المحتوى، وطرق إنتاجه، وانتقل مفهوم العمل الإعلامي من التخصص في مهارات معينة، إلى ضرورة أن يكون الإعلامي شاملاً قادراً على القيام بعدة مهمات في الوقت نفسه ليصبح مؤهلاً ومنافساً في سوق العمل.

ضمن هذه التغيرات، زادت التحديات أمام طالب الإعلام، ودخل في مرحلة التسابق للحصول على أكبر قدر من المهارات اللازمة لجعله جاذباً لسوق العمل، ولتغير صورة خريج كلية الإعلام لدى غالبية أصحاب العمل، فقد أشار (فهاء وآخرون، 2015) إلى تدمير أصحاب العمل من عدم كفاءة خريجي كليات الإعلام، وجاهزيتهم لسوق العمل، وأن 80% من أصحاب العمل لا يجدون الكفاءات الكافية لإشغال الوظائف الشاغرة لديهم، و 58% من الشركات تقوم بتعيين موظفين لا يمتلكون الحد الأدنى من الكفاءة، وهذا يزيد الفجوة.

ويوضح مكرم الطراونة (اتصال شخصي، آب 4، 2022) إلى أنه عندما يقوم بتعيين إعلامي في الصحيفة التي يرأس تحريرها - الغد- قائلاً لا ينظر إلى الشهادات الجامعية بل إلى المهارات، ويؤكد أيضاً على أنه يجب إعادة النظر في مخرجات كليات الإعلام لتتوافق مع متطلبات المهنة، وهذا الرأي يتوافق مع رأي (السويد، 2015)، " ففيمًا يخص أقسام الإعلام فمنهجها في المجمل، لا تستجيب بشكل دقيق لمتطلبات مزاوله المهن والفنون الإعلامية على اختلافها، فهي تخرج شبابا يملك المعرفة والرغبة والقابلية للتدريب والتعليم على رأس العمل في المجالات الإعلامية المتخصصة الفنية منها والتحريرية، أي أنها لا تخرج محترفين جاهزين لممارسة فنون الإعلام المختلفة، ولذلك أسباب كثيرة، أهمها: طبيعة الدراسات الإعلامية النظرية، وتشعب الفنون التطبيقية التي تحتاج إليها صناعة الإعلام"، ويشير باسل العكور (اتصال شخصي، أيلول 10، 2022) إلى سبب هذه المشكلة أن الجامعات لا تُشرب الطالبة أو الطالب نماذج أو مبادئ إنما يدرس مساقات، ولا تأخذ أمثلة عليها تُساعده في عمله الإعلامي".

وزاد من التحديات التي تواجه كليات الإعلام والخريجين، على حد سواء، دخول الرقمية إلى عالم الإعلام، مما فرض تغيرات متسارعة، تستدعي التغيير في المناهج التدريسية، وطرق التدريس والتدريب، وتحويل بيئة كليات الإعلام إلى ساحات عملية لتخريج طلبة مؤهلين للعمل مباشرة.

## مشكلة الدراسة:

يَشْكُو العاملون في وسائل الإعلام المُختلفة من وُجود فجوة بين المهارات التي يَجِبُ أن يَمْتَلِكُهَا خريج كليات الإعلام، وَبَيَّنَ ما هُوَ مَطْلُوب مِنْهُ لِلْقِيَامِ بِالْأَعْمَالِ الموكلة إِلَيْهِ في الميدان الإعلاني، وَمَعَ انتشار الإعلام الرقمي وتطبيقاته، وَتَقْيِيرَ مفهوم العَمَلِ الإعلاني، وَأَشْكاله، ومتطلباته، والمهارات اللازمة لتحقيقه، إضافة إلى تفضيل كثير من وسائل الإعلام للإعلامي الشامل القادر على إعداد المادّة الإعلامية وكتابتها وتصويرها وتحضيرها بِشَكْلِ كَامِلٍ للبحث، أَوْ النشر، لِذَلِكَ كانَ لِزاماً مَعْرِفَةَ المهارات المُساعدة على توظيف خريجي كليات الإعلام في سوق العَمَلِ مِنْ وَجْهَةِ نظر الإعلاميين الممارسين، والتعرف إلى الدَّورَاتِ التدريبيّة التي يحتاجها خريج كلية الإعلام في عمله بَعْدَ التخرج، والكيفية التي يَمَكِنُ بها أن يَتميز خريج كلية الإعلام لِتَكُونَ فُرْصَةً تَعيينه أكبر من غيره في المؤسسات الإعلامية، وَبِذَلِكَ تتمثل المُشْكِلة البحثية في الكشف عن المهارات المُساعدة على توظيف خريجي كليات الإعلام في سوق العَمَلِ مِنْ وَجْهَةِ نظر الإعلاميين الممارسين.

## أهمية الدراسة:

### • الأهمية العلمية:

1. قلة التراث العلمي في مجال الدراسات الإعلامية التي اهتمت بدراسة الفجوة بين متطلبات سوق العَمَلِ مِنْ مهارات، وَقُدْرَات، وكفايات وَبَيَّنَ مخرجات كليات الإعلام.
2. تكمن أهمية الدراسة في أنها تبحث في ظاهرة جديده لها علاقة بتغير طبيعة سوق العَمَلِ الإعلاني، وَدُخُولِ عامل جَدِيدِ أثر على طبيعة المهارات وَالْمُخْرَجَاتِ التي يَجِبُ أن يَمْتَلِكُهَا خريج كلية الإعلام لِتَكُونَ جاهزاً لسوق العَمَلِ وَهِيَ الإعلام الرقمي.
3. تقدم هَذِهِ الدَّرَاسَةُ تحليلات ونتائج ومقترحات تساعد الباحثين في المستقبل على متابعة البحث العلمي لمزيد من البحث في إطار استكمال ما توقفت عنده حدود الدراسة.

### • الأهمية العملية:

1. تسلط الدراسة الضوء على التغيرات الحاصلة في سوق العَمَلِ الإعلاني، والمهارات التي يحتاجها خريج كلية الإعلام لِتَكُونَ قَادِرًا على العَمَلِ، وَهَذَا يُسَاعِدُ كليات الإعلام على رُؤْيَةِ الواقع الإعلاني من وجهة نظر الإعلاميين الممارسين، مِمَّا ينعكس على المناهج وطرق التدريس فيها.
2. إن أهمية هذه الدراسة تأتي من كونها تتناول موضوعها من وجهة نظر الإعلاميين الممارسين؛ مِمَّا يجعلها أكثر فِدْرَةً على الوُصُولِ إلى ما تحتاجه في مَعْرِفَةِ واقع الظاهرة التي تدرسها.

**أهداف الدراسة:**

أولاً: مَعْرِفَةُ المهارات الَّتِي يَجِبُ أَنْ يَمْتَلِكَهَا خريج كلية الإعلام كَيْ يَتِمَّ تعيينه في مؤسسة إعلامية.  
ثانياً: الوُصُولُ إلى الكيفية الَّتِي يُمْكِنُ أَنْ يَتَميز فيها خريج كلية الإعلام لِتُكُونَ فُرْصَةً تعيينه أكبر من غيره في المؤسسات الإعلامية.

ثالثاً: مَعْرِفَةُ الدَّورَاتِ التَّدريبية الَّتِي يحتاجها خريج كلية الإعلام في عمله بَعْدَ التخرج.  
رابعاً: مَعْرِفَةُ من الأكثر تميزاً في العَمَلِ الإعلَمِي خريج كليات الإعلام أم غيره من الخريجين.  
خامساً: الكشف عَن الحَمَاسِ لِلعَمَلِ لَدَى العاملین الجدد في المؤسسات الإعلامية من خريجي كلية الإعلام.  
سادساً: مَعْرِفَةُ إذا كان للقدرة عَلَى بِنَاءِ علاقات عامة وَالوُصُولُ إلى المصادر تَأثير عَلَى عمل الإعلَمِي الجَدِيدِ من خريجي كليات الإعلام.

سابعاً: مَعْرِفَةُ ما إذا كانَ خريجو كليات الإعلام الجدد يمتلكون الحد الأدنى من المهارات اللازمة لِمُمارَسة عملهم المهني.  
ثامناً: الوُصُولُ إلى اقتراحات لتحسين مخرجات كليات الإعلام.  
تاسعاً: التَّحَدِيَّاتِ الَّتِي تواجه خريج الإعلام.

**تساؤلات الدراسة:**

تُحَاوَلُ هَذِهِ الدراسة الإجابة عن السؤال الرئيس الآتي: ما المهارات المُسَاعِدَة عَلَى توظيف خريجي كليات الإعلام في سوق العَمَلِ مِنْ وجهة نظر الإعلاميين الممارسين.

ويتفرع عَنْه عدد من الأسئلة الفرعية:

أولاً: ما المهارات الَّتِي يَجِبُ أَنْ يَمْتَلِكَهَا خريج كلية الإعلام كَيْ يَتِمَّ تعيينه في المؤسسات الإعلامية.  
ثانياً: كَيْفَ يُمْكِنُ أَنْ يَتَميز خريج كلية الإعلام لِتُكُونَ فُرْصَةً تعيينه أكبر من غيره في المؤسسات الإعلامية؟  
ثالثاً: ما الدَّورَاتِ التَّدريبية الَّتِي يحتاجها خريج كلية الإعلام في عمله بَعْدَ التخرج؟  
رابعاً: من الأكثر تميزاً - في الغالب - خريج كليات الإعلام أم الصحفي خريج الكليات الأخرى؟  
خامساً: ما مقدار الحَمَاسِ لِلعَمَلِ لَدَى العاملین الجدد في المؤسسات الإعلامية من خريجي كلية الإعلام؟  
سادساً: ما تأثير القُدْرَة عَلَى بِنَاءِ علاقات عامة وَالوُصُولُ إلى المصادر عَلَى عمل الإعلَمِي الجَدِيدِ في المؤسسات الإعلامية؟

سابعاً: هَلْ يَمْتَلِكُ الخريجون الجدد في مَجَالِ الإعلام الحد الأدنى من المهارات اللازمة لممارسة عملهم المهني؟  
ثامناً: ما أهم الاقتراحات لتحسين مخرجات كليات الإعلام؟  
تاسعاً: ما أهم التَّحَدِيَّاتِ الَّتِي تواجه خريج الإعلام في عمله الإعلَمِي؟

## منهج الدراسة:

في هَذَا البَحْثِ تَمَّ اسْتِخْدَامُ مَنَهْجِينَ لِلوَصُولِ إِلَى نَتَائِجِهِ؛ الأَوَّلُ المَنَهْجُ النُّوعِي لِتَحْلِيلِ البَيَانَاتِ الَّتِي تَمَّ جَمْعُهَا مِن خِلَالِ أَدَاةِ المَقَابَلَاتِ المَعْمَقَةِ.

أما المَنَهْجُ الثَّانِي فَهُوَ المَنَهْجُ الِاسْتِقْرَائِي الَّذِي يَتِمُّ مِن خِلَالِ البَحْثِ فِي المَفْرَدَاتِ لِلوَصُولِ إِلَى الِاسْتِنْتِجَاتِ بِنَاءً عَلَى المِلاَحَظَةِ بِهَدَفِ التَّوَصُّلِ إِلَى قَانُونٍ أَوْ قَاعِدَةٍ كَلِيَّةٍ، فَالِاسْتِقْرَاءُ هُوَ الوَصُولُ، مِن خِلَالِ المُلَاخَظَةِ، إِلَى الجِزئِيَّاتِ وَالفِرْعِيَّاتِ فِي المَوْضُوعِ الَّذِي يَدْرُسُهُ بِهَدَفِ الِانْتِهَاءِ إِلَى قَوَاعِدٍ عَامَّةٍ تُشْمَلُ كَافَّةَ الأَجْزَاءِ أَوْ الحَالَتِ المَكُونَةِ لِظَاهِرَةِ مَعْيَتَةٍ. (عبيدات، وأبو نزار، ومبييضين، 1999) وَمَعَ أن اسْتِخْدَامَ هَذَيْنِ المَنَهْجَيْنِ، يَجْعَلُ الدِّرَاسَةَ لَا تُحْتَاجُ تَحْقِيقَ الصِّدْقِ وَالثَّبَاتِ، وَمَعَ ذَلِكَ فَإِنَّ مَرَاجِعَةَ الأَدَبِ النُّظْرِي، وَالدِّرْتِكَاذَ عَلَى مَجْمُوعَةٍ اقْتِبَاسَاتٍ مُفِيدَةٍ، وَاسْتِخْدَامَ أَكْثَرِ مِن أَدَاةٍ لِلوَصُولِ إِلَى النَتَائِجِ، وَالتَّرْكِيزِ فِي اخْتِيَارِ العِينَةِ عَلَى أَصْحَابِ خِبْرَةٍ طَوِيلَةٍ فِي هَذَا المَجَالِ سَاعَدَ فِي الوَصُولِ إِلَى نَتَائِجٍ يَعْتَقِدُ البَاحِثُ أَنَّهَا مَوْثُوقَةٌ.

## أداة الدراسة:

اعْتَمَدَتِ الدِّرَاسَةُ أَدَاةَ المُقَابَلَةِ المَعْمَقَةِ، وَهِيَ مَحَادِثَةٌ مَخْطُوطَةٌ لَهَا تُتِمُّ بَيْنَ البَاحِثِ وَشَخْصٍ لَهُ عِلَاقَةٌ بِمَوْضُوعِ البَحْثِ يَحِثُّ يَتِمُّ مِن خِلَالِ المُقَابَلَةِ أَخْذَ مَعْلُومَاتٍ مَهْمَةٍ مِنْهُ بِهَدَفِ الوَصُولِ إِلَى نَتَائِجِ الدِّرَاسَةِ. (العساف، 2012)، وَيَتِمُّ مِن خِلَالِ هَذِهِ المَقَابَلَاتِ تَوْجِيهِ أَسْئَلَةٍ مَعْمَقَةٍ لِخَبْرَاءٍ فِي المَجَالِ المَطْلُوبِ البَحْثِ فِيهِ، لِلوَصُولِ إِلَى إِجَابَاتٍ عَنِ أَسْئَلَةِ الدِّرَاسَةِ.

## مجتمع الدراسة:

تُمَثِّلُ مَجْتَمَعُ الدِّرَاسَةِ فِي الإِعْلَامِيِّينَ المُمَارِسِينَ للإِعْلَامِ فِي الأُرْدُنِّ فِي مُخْتَلَفِ وَسَائِلِ الإِعْلَامِ المَرْتَبِيَّةِ، وَالمَسْمُوعَةِ، وَالمَكْتُوبَةِ، وَالرَّقْمِيَّةِ.

## عينة الدراسة:

تَمَّ اخْتِيَارُ عِينَةٍ عَمْدِيَّةٍ أَوْ حَكْمِيَّةٍ (Judgment sample) مِنَ الإِعْلَامِيِّينَ المُمَارِسِينَ فِي المَمْلَكَةِ الأُرْدُنِيَّةِ الهَاشِمِيَّةِ، وَتَمَّ التَّنْوِيْعُ بَيْنَ العَامِلِينَ فِي مَوْسَمَاتِ صَحْفِيَّةٍ رَقْمِيَّةٍ، وَإِذَاعَاتٍ، وَتَلْفِزِيَوِيَّاتٍ، وَمَوَاقِعَ إِبْخَارِيَّةٍ رَقْمِيَّةٍ، وَبَلِغَ عَدَدِ الإِعْلَامِيِّينَ الَّذِينَ تَمَّ عَمَلُ مَقَابَلَاتٍ مَعَهُمْ 17 إِعْلَامِيًّا مُمَارِسًا، وَتَمَّ التَّوَقُّفُ عَنِ المَقَابَلَاتِ عِنْدَ الوَصُولِ إِلَى الشَّبَاعِ النُّظْرِي

المعروف أن البحث الكيفي يركز على الفهم المتعمق، وهذا يجعل الباحث يختار عينات صغيرة العدد حتى يصل إلى الإشباع النظري وهي النقطة التي يصل فيها الباحث إلى أن إجراء مزيد من المقابلات لن يؤدي إلى وجود نتائج جديدة بسبب تكرار النتائج وتمائلها (بيير وليفى، 2011، ص153، 154).

### الدراسات السابقة:

**دراسة (البن، 2012)، الارتقاء بجودة مخرجات قسم الإذاعة والتلفزيون بجامعة الحديدية ودورها في خدمة المجتمع ومتطلبات سوق العمل.**

هدفت الدراسة التعريف بالمخرجات الجامعية لقسم الفنون الإذاعية والتلفزيونية بكلية الفنون بجامعة الحديدية، والسعي نحو الجودة في البرامج العلمية للوصول إلى الاعتماد الأكاديمي لها، ودور القسم العلمي في تحديد المخرجات الهادفة لخدمة المجتمع ومتطلبات التنمية وسوق العمل، والسعي نحو النمو المعرفي بما يحقق التنافس للوصول إلى مستوى الخدمة المرجوة من خلال القيادة الإدارية الناجحة للمؤسسة العلمية. كما هدفت الدراسة الارتقاء بمشاريع التخرج الفيلمية النوعية والتقنية لطلبة القسم للإسهام الفاعل في رفق الحركة الإبداعية والثقافية في البلاد، وانطلقت الدراسة من فرضية أساسية مفادها أن القسم العلمي بكلية الجامعة لا يستطيع تحقيق الجودة الأكاديمية لمخرجاته والارتقاء بها لخدمة المجتمع ومتطلبات التنمية وسوق العمل، ما لم تتوفر له عوامل النجاح وشروطه في البنية التحتية والأكاديمية والقيادة المفكرة الناجحة.

وقد اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتوصل إلى عدد من النتائج منها:

أولاً: يجب أن يكون البرنامج الأكاديمي للقسم متماسكاً من خلال الأهداف والمخرجات وفق منهجية ورؤية إستراتيجية واضحة وشاملة لتحقيق الرسالة ودور الكلية والجامعة نحو المجتمع.

ثانياً: ضرورة الارتقاء بالمستوى العلمي للقسم من خلال تهيئة بيئة تعليمية متكاملة، تقود إلى تدريب كفاءات متميزة وتأهيلها وتخرجها قادرة على تلبية الاحتياجات الحالية والتغيرات لخدمة المجتمع، ومتطلبات سوق العمل.

ثالثاً: تعزيز علاقة القسم بالمؤسسات ذات العلاقة وعقد شراكات فاعلة مع المؤسسات الإعلامية التي من شأنها تأهيل الطلبة للدخول إلى سوق العمل الإبداعي الإعلامي الفني بحرفية واقتدار.

لابد من الاهتمام بمخرجات الأقسام والارتقاء بها من أجل خدمة سوق العمل، والتركيز على المهارات اللازمة للخريج في عمله.

## دراسة (السويد، 2015). عوامل توجه بعض خريجي أقسام الإعلام إلى العمل في وظائف غير إعلامية. دراسة ميدانية على عينة من خريجي التخصصات الإعلامية العاملين في وظائف خارج نطاق اختصاصاتهم الأكاديمية في مدينة الرياض

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى أهم العوامل المؤثرة في التحاق بعض خريجي أقسام الإعلام في وظائف تقع خارج نطاق اختصاصهم الأكاديمي، من واقع تجاربهم في البحث عن وظائف، وتعاملهم المباشر مع جهات التوظيف المختلفة، وقد خلصت نتائج الدراسة إلى أن مخرجات قسم الإعلام بجامعة الإمام الحيات الحالية لسوق العمل الإعلامي في المملكة بشكل جيد، وفقاً لما يراه قياديو العمل الإعلامي تجاه مستوى تأهيل المتخرجين وطبيعته في القسم، ويعد المتخرجون في القسم مؤهلين بشكل أكبر في جانب البناء المعلوماتي مقارنة بالبناء الفكري الذي جاء في المرتبة الثانية، والتأهيل المهني الذي جاء في المرتبة الثالثة.

ورغم إيجابية تقويم القياديين لمستوى التأهيل المهني للمتخرجين فإن تأخر هذا النوع من التأهيل إلى المرتبة الثالثة يعود وفقاً لما يرونه من عدم كفاية ما يمتلكه المتخرجون من مهارات للمتطلبات الحالية لسوق العمل الإعلامي، وبخاصة في جوانب اللغة الإنجليزية، ومهارات الإنتاج الإعلامي، وإعداد الدراسات الإعلامية، واستخدام التقنيات الإعلامية الحديثة، والتخطيط للعمل الإعلامي وإدارته.

ويرى قياديو العمل الإعلامي أن حاجة السوق الإعلامية في المملكة قائمة على العديد من التخصصات الإعلامية الدقيقة، منها الجوانب الفنية في العمل كالإخراج، والتصوير، إضافة إلى التعامل مع التقنيات الحديثة كالإنترنت، والصحف الإلكترونية، وهو ما يشير بشكل أكبر إلى عدم قناعتهم بتأهيل المتخرجين الحاليين للعمل في هذه المجالات.

## دراسة (السويد، 2016): تقييم الإعلاميين لواقع توظيف خريجي الإعلام، ومستقبلهم الوظيفي - دراسة كيفية على عينة من الأكاديميين والمسؤولين والمهنيين الإعلاميين في مدينة الرياض.

هدفت هذه الدراسة (الكيفية) التشخيص العميق لواقع توظيف الخريجين الإعلاميين وعوائقه، واستشراف مستقبله، وتقديم المقترحات المقترحة بشأنه، وقد شارك فيها 32 شخصية إعلامية من الأكاديميين والمسؤولين والمهنيين مثلوا مختلف الجهات الإعلامية والحكومية والخاصة، للكشف عن واقع توظيف خريجي كليات الإعلام وأقسامها، والأسباب وراء ندرة حصول الخريج على وظيفة إعلامية تناسب مؤهله المتخصص، ومستقبل توظيف خريجي كليات الإعلام وأقسامها في المؤسسات الإعلامية وما أهم المقترحات لتسهيل التحاق الخريج الإعلامي بوظيفة إعلامية، وقد خلصت الدراسة إلى أن توظيف الخريجين تعدد مشكّلة حقيقية، ولا بد من اتخاذ إجراءات عملية وواقعية لمواجهتها والحل منها. استخدم الباحث المنهج الكيفي، وأسلوب دراسة الحالة، والعينة القصدية (التعددية القصوى).



وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: أن عدد خريجي كليات الإعلام وأقسامها أكبر من عدد الوظائف المتاحة، ومُشكّلة عدم وجود مؤسسات ضخمة في القطاع الخاص تستوعب أعدادا كبيرة من الخريجين، وتعيين الخريج يعتمد على ما يتوفر من قدرات ومهارات لديه، وفرص التدريب الإعلامي تُساعد على تحسين فرصة الخريج في التعيين، وأسباب العاطلين تكمن في زيادة عدد الخريجين، وضعف التخطيط للمستقبل في القطاعات التعليمية، وخاصة المجال الإعلامي، والتوسع في القبول في الجامعات في الإعلام، وضعف مخرجات كليات الإعلام وأقسامها، وتركيز الخطط الدراسية على الجانب النظري، وعدم تواءم أعداد الخريجين مع قدرات الاستيعاب في سوق العمل، وعدم بذل جهود كافية من أقسام كليات الإعلام بتسويق خريجها، والنقص الشديد في كوادرات كليات الإعلام من أصحاب المهارات، وضعف التركيز على تعليم المهارات الإعلامية.

ويُخصوص الأسباب المرتبطة بالخريج نفسه فقد تمثلت في غياب الحماس للتعلم، وتدني المستوى الثقافي عند البعض، وعدم الإلمام باستخدام التقنيات الحديثة، والبحث عن العائد المادي بالدرجة الأولى، وغياب الموهبة عند البعض، وغياب الخبرة الميدانية التطبيقية، والرغبة بالوظائف الحكومية بالدرجة الأولى.

أما الأسباب المرتبطة بالبيئة الإعلامية فهي تعود إلى أن القطاع الحكومي يستقبل عدداً قليلاً من الخريجين، بينما يعين القطاع الخاص الوافدين المحترفين، ووجود شللية، ومجاملات في القطاع الخاص، ولا تتمتع البيئات الخاصة بحوافز جاذبة، ويسعى القطاع الخاص إلى البحث عن الخريج الجاهز، وعدم وجود مؤسسات إعلامية ضخمة، وافتقار بيئات العمل للأمان الوظيفي، وتركيز القطاع الخاص على العمل بالقطعة، مع عدم وجود سلم وظيفي واضح في القطاع الخاص.

من المقترحات التي اقترحتها الدراسة: وضع خطة تدريب عمليّة لخريجي الإعلام، وتوسيع توظيف الخريجين في مختلف الوظائف الإعلامية وعدم افتقارها على وظائف التحرير والصحافة، والمطالبة بتطوير الخطط الدراسية.

#### دراسة (الرواس، 2002). خريجو قسم الإعلام بجامعة السلطان قابوس العاملون في الإعلام الرسمي (دراسة تقويمية).

سعت هذه الدراسة إلى إجراء دراسة تقويمية لخريجي قسم الإعلام بجامعة السلطان قابوس العاملين في الإعلام الرسمي، من خلال معرفة آراء الخريجين في النظام الدراسي الذي اتبعوه في تحصيلهم الجامعي والتعرف إلى آرائهم في التدريب الإعلامي أثناء دراستهم، والتعرف إلى آراء المسؤولين عنهم حول أدائهم في العمل، واستخدمت هذه الدراسة الوصفية الاستنباطية، وتوصلت إلى عدد من النتائج منها: قلة المعينين من خريجي قسم الإعلام بجامعة السلطان قابوس في الإعلام الرسمي، وأشار الطلبة إلى نقص في الجانب العملي في الدراسة لصالح الجانب النظري، وأنه ليس هناك تأهيل عملي للطلبة في مجالي الإعداد والإخراج الصحفي، وقد فسر الباحث الأمر بعدم استعانة قسم الإعلام بمدرسين ممارسين للمهنة في عمله، ويخصص المدرسين أشار 75% من الباحثين، إلى أن المدرسين في قسم الإعلام لا

يستطيعون توصيل المَعْلُومَات للطلبة، ولا يتمتعون بمهارات الاتّصال المَطْلُوبَة، أما أهمّ المَوَادّ الَّتِي أفادتهم في عملهم في المؤسسات الإعلانية فكانت في جوانب عديدة، نذكر مِنْهَا الجانب التطبيقي مرتبة حسب الأهمية: التحرير الصحفي، والإخراج الصحفي، والصّحافة المتخصصة، والإعلان، والبرامج التعليمية والتسجيلية، ومَشْرُوع التخرج، والكتّابَة للراديو والتلفزيون، والعلاقات العامّة، والأخبار والبرامج الإخبارية، والتدريب العملي، والتصوير التلفزيوني والمونتاج، وفي الترجمة: الترجمة، ومادة إعلامية بلغة أجنبية.

أما أهمّ المَوَادّ في الجَوَانِب النظرية الَّتِي أفادت العاملين في الإعلام: النظريات الإعلامية، والإعلام والتنمية، وإدارة المؤسسات الإعلامية، والإعلام الإسلامي، والإعلام الدولي، وعلم النفس الاجتماعي، والرأي العام، ومَعَ ذَلِكَ أشار بَعْضُ المبحوثين، ونسبتهم: 57.1%، إلى أن هَذِهِ المَوَادّ تحتاج إلى تطوير في محتواها، بِيَتَمَّ رأَى 42.9% أنها لا تحتاج إلى تطوير. وأكَّدَ غالبية المبحوثين على ضرورة تطوير المَوَادّ العمليّة، هَذَا، وَقَدَّ أشار 53.6% أنهم لَمْ يحصلوا على التدريب الكافي أثناء الدراسة.

#### دراسة (الخطيب، 2021). إعداد خريجي قسم الإذاعة والتلفزيون في الجامعات الخاصّة وتأهيلهم - دراسة حالة على جامعة 6 أكتوبر.

سعت هَذِهِ الدراسة إلى رصد اتجاهات خريجي قسم الإذاعة والتلفزيون في كلية الإعلام وفنون الاتّصال في جامعة 6 أكتوبر عن واقع إعدادهم وتأهيلهم من حيث التعرف على جوانب القوة، والضعف في نظام الدراسة بالقسم عن طريق المُقَارَنة بين آراء خريجي كل من دفعة النظام الفصلي للعام الجامعي 2015-2016، ودفعة نظام الساعات المعتمدة للعام الجامعي 2018-2019، بهَدَفِ تطوير منظومة التعليم العلمي، والعملي، واستخدمت منهج دراسة الحالة. تمثل مُجْتَمَعُ الدراسة في خريجي قسم الإذاعة والتلفزيون في كلية الإعلام جامعة 6 أكتوبر، وتَمَّ استخدام العينة المتاحة، وتَمَّ استخدام الاستبانة الإلكترونية، وَقَدَّ توصلت نتائج الدراسة إلى نتائج من أهمها: ارتفاع نسبة من يَعْمَلُونَ في التخصص في دفعة 2018-2019 حيث بلغت 54.5%، وَهِيَ أعلى من دفعة 2019 التي بلغت 45.45%، وَقَدَّ أوصت الدراسة بما يأتي: تطوير المقررات الدراسية بما يتلاءم مع متطلبات العَصْر، وضرورة تفعيل الشق العملي في الدراسة والتركيز على، وإسهام المؤسسات الإعلامية في تطوير المقررات الدراسية، وضرورة التكامل مع المؤسسات الإعلامية لتدريب الخريجين، ووضع برامج مدروسة للتدريب العملي.

#### دراسة (Vasilendiu and Melinda, 2020) حول آراء أرباب العمل في خريجي الصّحافة من حيث المهنة والمهارات.

هدفت هَذِهِ الدَّرَاسَة إلى تتبع وجهات نظر أرباب العمل في المؤسسات الإعلامية الرومانية حول خريجي كلية الصّحافة وعلوم الاتصال بجامعة بوخارست، وَقَدَّ توصلت الدَّرَاسَة إلى أن هؤلاء الخريجين لا يستوعبون القيم المهنية الصحفية

كاملة، ومع ذلك، يشير التحليل إلى أن الطلبة الذين أفادوا من التدريب الداخلي في الجامعة، والتدريب الخارجي في المؤسسات كانوا أكثر قدرة، وامتلاكاً للمهارات الصحفية، واندمجوا في العمل بشكل أسرع، وتكيفوا مع بيئات العمل بسهولة، وقد أشارت الدراسة إلى غياب الحوار بين كليات الصحافة والمؤسسات الإعلامية مما يخلق فجوة حادة بين مخرجات الكلية وتوقعات أرباب العمل من الخريجين.

### الاستفادة من الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة عدداً من الأفكار التي تخدم الدراسة الحالية حيث تطرقت إلى كيفية الارتقاء بجودة مخرجات كليات الإعلام مثل دراسة (البن، 2012)، والنسب التي تدفع خريجي الإعلام إلى العمل في وظائف غير إعلامية مثل دراسة (السويد، 2015)، وإلى واقع توظيف خريجي الإعلام من خلال تقييم الإعلاميين أنفسهم في دراسة (السويد، 2016)، وإلى تقويم واقع عمل خريجي قسم الإعلام في جامعة السلطان قابوس في دراسة (الرواس، 2002)، ودراسة حالة على جامعة 6 أكتوبر في دراسة (الخطيب، 2021)، وركزت دراسة (Vasilendiuc and Melinda, 2020) على آراء أرباب العمل في خريجي الصحافة من حيث المهنة والمهارات، بينما حاولت دراستنا أن تحصر المهارات التي يجب أن يمتلكها خريج الإعلام، والكيفية التي يمكن أن يتميز بها، والدورات اللازمة لذلك، وواقع خريجي كليات الإعلام من حيث العمل، والتحديات التي تواجههم، والاقتراحات لتحسين مخرجات كليات الإعلام، وبذلك تناولت دراستنا التعامل مع الموضوع بشكل شمولي للوصول إلى ما يجب فعله من أجل تأهيل الخريجين ليكونوا قادرين على العمل باحترافية في مجال الإعلام. وبخصوص المناهج وأدوات البحث المستخدمة في الدراسات السابقة، فقد استخدمت دراسة (السويد، 2016)، ودراسة (Vasilendiuc and Melinda, 2020)، المنهج الكمي، وقد اعتمدت دراستنا أيضاً على المنهج النوعي، واستخدمت أداة المقابلة المعمقة، لما لها من قدرة على سبر أغوار الظاهرة المراد دراستها، والحصول على فهم عميق لها من خلال الخبراء المختصين الذين يتم اللقاء معهم. وأفادت الدراسة الحالية من الأدب النظري ونتائج الدراسات السابقة لوضع محاور الأسئلة للمقابلات المعمقة، كما أن نتائجها استخدمت بشكل فعال للمقارنة مع نتائج هذه الدراسة.

**مصطلحات الدراسة:****التعريفات الإجرائية:****المهارات المُساعدَة في توظيف خريجي كليات الإعلام:**

يقصد بِهَا المهارات الَّتِي تُعْطِي خريجي كليات الإعلام القُدرةَ عَلَى إتمام المُهمَّاتِ الموكلة إليهم في عملهم داخل المؤسسات الإعلامية.

**خريج كلية الإعلام:**

أَي طالب تخرج من قسم أو كلية إعلام وَحَصَلَ عَلَى دَرَجَةِ البكالوريوس في أحد فروع علوم الإعلام والاتصال.

**سوق العَمَل:**

يقصد بِهِ مجموع المؤسسات الإعلامية الإذاعية، والتلفزيونية، والرقمية، والصحف، والمواقع الإخبارية، أو المؤسسات الَّتِي توظف خريجي كليات الإعلام بهدف القيام بوظائف إعلامية.

**الإعلاميون الممارسون:**

الإعلامي الممارس حسب ما ورد في هَذِهِ الدَّرَاسَة هُوَ أَي شَخْصٌ يَقُومُ بِعَمَلٍ إعلامي في مؤسسة إعلامية سواء كان مُوظِّفًا، أو مُتعاونًا، أو سبق لَهُ العَمَلُ في مؤسسة إعلامية لِمُدَّةٍ تزيد عَلَى خمس سنوات.

**نتائج الدراسة:**

أظهرت نَتَائِجُ الدَّرَاسَة أَنَّ عينة الدَّرَاسَة ترى أَنَّ المهارات الَّتِي يَجِبُ أَنْ يَمْتَلِكهَا خريج كلية الإعلام كِي يَتِمَّ تعيينه في أَي مؤسسة إعلامية هِيَ:

**أ- المهارات الإعلامية البحتة.**

المقصود بالمهارات الإعلامية البحتة تلك المهارات التي يجب أن يمتلكها الإعلامي في العادة حسب تخصصه، فمثلا في مجال الصحافة لا بد من إتقان مهارات التحرير الصحفي، وكتابة الأخبار والتقارير، وغيرها، بينما في تخصص الإذاعة والتلفزيون يجب امتلاك مهارات الإعداد والتقديم الإذاعي والتلفزيوني، والإلقاء، وإجراء الحوارات وإدارتها بذكاء، والتلوين الصوتي، وفنون التعمُّل مع الكاميرا بالنسبة للمذيع والمحاوِر في البرامج التلفزيونية، إضافة إلى القُدرة عَلَى فهم نشرة الأخبار، أو المُحتوى الَّذِي يَقُومُ بإعداده المعد، وَفِي الإعلام الرقمي صناعة المُحتوى الرقمي، وَالتَّعَامُلُ مَعَ صَفَحَاتِ منصات التواصل الاجتماعي، وصياغة هَذَا المُحتوى ببساطة، وسلسلة، وَمَعْرِفَة كيفية مخاطبة الجُمهور الرقمي الَّذِي - في غالبه- لا يَسْتَطِيع التَّعَامُلُ مَعَ المُحتوى العميق، وَاللُّغَة المقعرة.

ومن خلال استقراء مفهوم الإعلاميّ الشامل عن طريق الأسئلة التي طرحت على الباحثين توصل الباحث إلى تعريف إجرائي لها كالآتي:

"الإعلاميّ الذي يمتلِك المهارات اللازمة للعمل باعتباره إعلاميًا تؤهله كي يكون قادرًا على تجهيز محتوى إعلامي ينشر أو يبث من خلال وسائل الإعلام المُختلفة ومن ضمنها الوسائل الرقمية بمختلف مراحل النشر أو البث"، وفي هذا السياق يفسر عدي الحنيطي (اتصال شخصي، أيلول 6، 2022) ضرورة وجود الإعلاميّ الشامل في أي مؤسسة، "بسبب التكاليف العالية في المواقع الإخبارية، والظروف الاقتصادية الصعبة".

وهذا قد يتطلّب من الصحفي مثلًا أن يكون قادرًا على استعمال برامج تحرير الصورة، والإعلاميّ العامل في المواقع الإخبارية تحرير الفيديو، والتصوير، وضبط الإضاءة، إضافة إلى معرفة الخوارزميات، وكيفية الوصول إلى انتشار المحتوى. وفي السياق ذاته لا بدّ أن يتمتّع الإعلاميّ بالمهنية الخالية، والالتزام بالأخلاق المهنية، وكتابة محتواه بحرفية، ووفقًا للضوابط الفنية المتفق عليها في مختلف الفنون الإعلامية.

## ب- المهارات الأخرى.

### أولاً: المهارات البحثية ومهارات التفكير الناقد.

المقصود بالمهارات التي تمكن الإعلاميّ من الوصول إلى المعلومات، ونقدها، وتحليلها، ويرتبط بذلك، امتلاك مهارات التفكير الناقد من أجل التمييز بين المحتوى الصادق، أو الكاذب، أو أي محتوى قد يتضمن معلومات، أو أساليب تضليلية، فالإعلاميّ "ليس ناقلًا للخبر فقط، بل يقوم بمراجعته، ومن خلاله يحاول رفع وعي المجتمع" حسب ما أشارت رانيا النمر. (اتصال شخصي، آب 18، 2022).

وفي المحصلة يجب أن يمتلِك خريج الإعلام القدرة على تحليل الأحداث، وفهمها، وإعادة صياغتها لتقديمها للمتلقين ضمن الأسس التي تقوم عليها مؤسسته الإعلامية، وبما يتناسب مع المعايير المهنية والأخلاقية للإعلام.

### ثانياً: مهارات بناء المحتوى ونشره: لم يعد المحتوى الإعلاميّ مقتصرًا على المحتوى التقليدي، بل

تعداه إلى المحتوى الرقمي، وكيفية بناء محتوى مناسب لمنصات التواصل الاجتماعي، فلا يكتفي الإعلاميّ بالنشر في الوسائل الإعلامية، بل يجب أن ينشر ويبث بشكل شخصي من خلال هذه المنصات، ليبيّن جمهوره الخاص، وهذا يساعده ليكون جاذبًا أكثر ليتوظف في وسائل الإعلام الأردنية، إذ إن هذه الوسائل لديها الوعي الكافي بأهمية منصات التواصل الاجتماعي التي أصبحت المصدر الأول في المشاهدات، والترويج لأي محطة تلفزيونية، أو إذاعية، أو صحيفة، أو غيرها من المؤسسات الإعلامية، وتتضمن هذه المهارات القدرة على استخدام اللغة البسيطة ليصل الإعلاميّ إلى أكبر عدد من

النَّاسِ، وَمَعْرِفَةَ أسرار الخوارزميات الَّتِي تتحكم بتوزيع المَنشُورات عَلَيَّ المتابعين، إضافة إلى كيفية الوُصُولِ إلى الكَلِمَاتِ المفتاحية، وَالكَلِمَاتِ والجمل الصديقة لمحركات البَحْثِ، وغيرها.

### ثالثاً: المهارات الشَّخصيَّة:

أكد المبحوثون عَلَيَّ ضَرُورَةَ وُجُودِ بَعْضِ المهارات الشَّخصيَّةِ لَدَى خريج كلية الإعلام، لمساعدته عَلَيَّ التعيين، وَجَعَلَهُ جاهزاً لسوق العَمَلِ، مثل: إدارة الذات، والعمل الجماعي، والارتجال، والمقدرة على طرح الأفكار بطريقة متسلسلة ومنطقية، والثقافة العامة الواسعة، والقراءة الدائمة، ومعرفة شيء عن كل شيء، والشغف، وحب التعليم، والمتابعة الدائمة للشؤون المحلية والعربية والدولية، والتَّعَامُلُ مَعَ الكادر الوظيفي وزملائه، والفضول الإيجابي، والتدريب الدائم، والاطلاع على كل جديد خاصة في العالم الرقمي، والتَّعَامُلُ مَعَ الأزمات، والثقة العالية بالنفس.

وَمِنَ خِلَالِ تتبع مُصْطَلَحِ "مَهَارَاتِ التواصل والعلاقات العامة" الَّتِي أشار إِلَيْهَ غالبية المبحوثين، تَبَيَّنَ أن المَقْصُودَ بِذَلِكَ: مَهَارَاتِ توصل الخريج للرأي العام، أَوْ تَجَعَلَهُ قادراً عَلَيَّ بِنَاءِ علاقات إيجابية لِلْعَمَلِ، أَوْ تَعْطِيهِ القُدْرَةَ لِلوُصُولِ إلى المصادر، أَوْ ليعرف ما لا يعرفه النَّاسُ، لِأَنَّ القاعدة تَقُولُ: إذا أدرك المستمع أَوْ المشاهد أَوْ القارئ أنك تعرف أكثر مِنْهُ تابعك، وتتضمن كذلك الوصول إلى أرقام هواتف شخصيات عامة وازنة في المَجْتَمَعِ.

وربط غالبية المبحوثين بَيْنَ المهارات الشَّخصيَّةِ وَضَرُورَةَ تحلي الإعلامي باللباقة، والأخلاق الحسنة، فَهَذِهِ الصفات تجعل مِنْهُ أَقْرَبَ إلى المصادر، وأكثر قُدْرَةً عَلَيَّ تحسس احتياجات النَّاسِ، وَمَعْرِفَةَ مشكلاتهم، واحتياجاتهم، وَذَلِكَ كُلُّهُ يقوده إلى اِخْتِيَارِ موضوعاته بِطَرِيقَةٍ أَقْرَبَ إلى ما يُرِيدُهُ النَّاسُ، وركز بَعْضُ المبحوثين عَلَيَّ مَوْضُوعِ تقبل الآخِرِ وأهميته للإعلامي، لِأَنَّهُ في حَالَةٍ لَمْ يتقبل الآخِرِ، فَإِنَّهُ لَنْ يَسْتَطِيعَ أن يَكُونَ حَيَادِيًّا، أَوْ يَضَعُ نَفْسَهُ مَكَانَ الآخِرِينَ، ليفهم تصرفاتهم، وسلوكاتهم، ليصل إلى محتوى أكثر ملاءمة لَهُمُ.

ويشير أنس الفاعوري إلى ذَلِكَ قائلًا (اتصال شخصي، 29 آب، 2022): " أثبتت التجارب أن أهم المهارات تتركز في الاهتمام بشخصية الإعلامي نَفْسَهُ، وأن يمتلك مهارات مهنية وعلمية واجتماعية"، وَمِنَ جانب آخِرِ ركز بَعْضُ المبحوثين عَلَيَّ ضرورة امتلاك الإعلامي للذكاءات المتعددة، لما لَهَا من دور في جَعَلَهُ أَكْثَرَ قُرْبًا مِنَ النَّاسِ، وَهَذَا ينعكس عَلَيَّ محتواه، وقدرته لِلوُصُولِ إلى أَكْبَرَ شريحة مِنْهُمُ، وَتُوَكِّدُ رانيا النَّمِرِ (اتصال شخصي، آب 18، 2022). عَلَيَّ قوة الشَّخصيَّةِ، والجلد في العَمَلِ لِأَنَّ " هَذِهِ مَهْنَةٌ المصاعب وَلَيْسَتْ مهمة الجالس عَلَيَّ الشط ".

### رابعاً: مهارات اللغة العربية واللغة الإعلامية:

أكد غالبية المبحوثين على أهمية امتلاك الخريج مهارات اللغة العربية المختلطة، كي يتمكنوا من الكتابة بشكل صحيح، بعيداً عن الأخطاء النحوية والإملائية، واختيار الكلمات المناسبة للتعبير عما يريدونه، بصياغة صحيحة. أمّا اللغة الإعلامية، ومن خلال تتبع ما قاله المبحوثون، فيقصد بها اللغة التي تناسب النوع الإعلامي الذي يكتب، أو يتحدّث به الإعلامي، فمثلاً في الخبر الصحفي، أو الإذاعي، أو التلفزيوني، أو الرقمي، لا بدّ من مراعاة المعايير المهنية في الكتابة، من حيث استخدام كلمات وصف المقول مثلاً: أشار، شدد، أكد، نوه، وعدم اللجوء إلى المجاز، أو اللغة الشعرية، أو التوصيفات الأدبية، وغيرها.

وكذلك الأمر في كل فن من الفنون الإعلامية مراعاة ما تتطلبه المعايير اللازمة ليُكوّن النص، أو المحتوى صحيحاً، من حيث صحة اللغة، والقُدرة على صياغة الجملة، لتكون صحيحة نحويًا، وإملائيًا، ومعرفة اللغة الإعلامية أي الكتابة، أو الحديث بلغة إعلامية ضمن المعايير المهنية.

أمّا اللغة الإنجليزية فأكد المبحوثون أن هناك ضعفًا عامًا عند غالبية خريجي الإعلام، وأن اللغة مهمة أكثر في المواقع الرقمية حسب ما أشار مكرم الطراونة رئيس تحرير صحيفة الغد. (اتصال شخصي، آب 4، 2022)

### خامساً: تقنيات الحاسوب المساعدة للإعلامي في عمله:

لا يمكن فك الارتباط بين الإعلامي ومهارات الحاسوب، وكذلك التطبيقات الرقمية المُستَعَدّة على النشر، أو المونتاج، أو إعداد المادة للنشر، أو ما يخص النشر الرقمي، والفيديو موشن، والطباعة والتنسيق وغيرها، وهناك كثير من البرامج التي تُساعد الإعلامي في عمله، مثل برامج المونتاج (الصوت، والصورة، والفيديو)، أو برامج الكتابة (Office)،

### سادساً: المهارات المتعلقة بالإنترنت:

يجب أن يعرف الإعلامي مهارات عديدة لها علاقة بالإنترنت أكثر من الإنسان العادي، وهناك تطبيقات التحقق من المحتوى، والصور، والفيديوهات، أو تطبيقات الترجمة، والتراسل، والتخزين السحابي، أو تطبيقات تحديد المواقع (GPS)، وغيرها من التطبيقات، وركز قاسم أبو زيد (اتصال شخصي، آب 10، 2022) على هذه النقطة، حيث قال: " يجب أن يلم خريج الإعلام بالتطبيقات العمليّة اللازمة لعمله كافة " .

### سابعاً: مهارات التعامل مع التشريعات والقوانين بذكاء:

مَعَ كَثْرَةِ صُنَاعِ الْمُحْتَوَى، والنشر والبعث في الصحف، والمواقع الإخبارية، ووسائل الإعلام الأخرى، ومنصات التواصل الاجتماعي، ومَعَ تشديد العقوبات عَلَى الْمُحْتَوَى المسيء، أَصْبَحَ مِنَ الْمُهْمِ أَنْ يَعْرِفَ خَرِيجُ الْإِعْلَامِ كَيْفَ يَكْتَبُ ضَمْنَ حُدُودِ اخْتِرَامِ الْمَعَايِيرِ الْمِهْنِيَّةِ وَالْأَخْلَاقِيَّةِ لِلْإِعْلَامِ، وَكَيْ لَا يَقَعَ تَحْتَ طَائِلَةِ الْقَانُونِ، أَوْ الْإِعْتِقَالِ. وَقَدْ أَكْدَتِ رَايَةُ يَعْقُوبِ (اتصال شخصي، آب 14، 2022) الْعَامِلَةَ فِي مَجَالِ التَّقْدِيمِ الْإِعْلَامِيِّ وَالتَّلْفِزِيُونِيِّ عَلَى ذَلِكَ، حَيْثُ قَالَتْ: "الثقافة القانونية لا تسمح لِلطَّالِبِ بِالْتِعَامُلِ مَعَ الْمَوْقِفِ بِشَكْلِ سَلِيمٍ فَقَطْ، بَلْ يَجِبُ أَنْ يَكُونَ لَدَيْهِ تَعْلَمُ وَتَدْرِيْبٌ لِلتَّعَامُلِ مَعَ مِثْلِ هَذِهِ الْمَوْاقِفِ بِحَرْفِيَّةٍ".

### ثامناً: مهارات إدارة الوقت:

تَوَصَّلَتِ الدِّرَاسَةُ مِنْ خِلَالِ تَحْلِيلِ إِجَابَاتِ الْمَبْحُوثِينَ إِلَى ضَرُورَةِ امْتِلَاكِ خَرِيجِ الْإِعْلَامِ لِمَهَارَاتِ إِدَارَةِ الْوَقْتِ، إِذْ إِنَّ الْعَمَلَ الْإِعْلَامِيَّ يَنْصَفُ بِأَنَّهُ مِتْسَارِعٌ، وَالْأَحْدَاثُ الَّتِي تَسْتَحِقُ التَّغْطِيَةَ قَدْ تَأْتِي فَجْأَةً. وَتَتَضَارَبُ مَعَ أَحْدَاثٍ أُخْرَى، مِمَّا يَسْتَدْعِي دَوْمًا قُدْرَةَ الْإِعْلَامِيِّ عَلَى إِدَارَةِ وَقْتِهِ، وَتَرْتِيبِ أَوْلِيَايَاتِهِ، وَمَعْرِفَةِ كَيْفِيَّةِ الْإِنْتِقَالِ مِنْ عَمَلٍ لِأَخْرٍ سِلْسَلَةٍ، وَذَكَاءٍ. كَمَا أَشَارَ عِدَدُ الْمَبْحُوثِينَ إِلَى ضَرُورَةِ إِتْقَانِ خَرِيجِ الْإِعْلَامِ لِمَهَارَةِ اسْتِثْمَارِ الْوَقْتِ، وَالتَّدْرِبِ عَلَى الْإِنجَازِ بِسُرْعَةٍ.

### ب- القدرات والمعرفة:

لَا بُدَّ أَنْ تَتَوَفَّرَ لَدَى خَرِيجِ الْإِعْلَامِ قُدْرَاتٌ وَمَعْرِفَةٌ فِي مَجَالَاتٍ مُعَيَّنَةٍ لِيَصْبِحَ أَكْثَرُ جَذْبًا لِلوُظَائِفِ، وَتَزْدَادَ قُدْرَاتُهُ التَّنَافُسِيَّةُ فِي سَوْقِ الْعَمَلِ.

**أولاً: مخارج الحروف السليمة، والقُدرة عَلَى التلويح الصوتي،** فِي الْأَعْمَالِ الَّتِي تَتَطَلَّبُ إِقْلَاعَ صَوْتِيَّاتٍ، مِثْلَ تَقْدِيمِ الْبَرَامِجِ الْإِعْلَامِيَّةِ وَالتَّلْفِزِيُونِيَّةِ، وَالتَّعْلِيْقِ الصَوْتِي، وَالْمُحْتَوَى الْمَرْئِيَّ وَالْمَسْمُوعِ فِي الْمَوَاقِعِ الرَّقْمِيَّةِ.

**ثانياً: القدرة على طرح أفكار قابلة للتنفيذ،** وَاقْتِرَاحِ أَعْمَالٍ إِعْلَامِيَّةٍ مَقْنَعَةٍ لِرُؤَسَاءِ وَمُدِيرِي التَّحْرِيرِ فِي الصَّحْفِ، وَالْإِعْلَامِ، وَالتَّلْفِزِيُونَاتِ، وَالْمَوَاقِعِ الْإِعْلَامِيَّةِ وَكُلِّ مَا يَتَعَلَّقُ بِوَسَائِلِ الْإِعْلَامِ.

**ثالثاً: القدرات الإقناعية،** وَهَذَا الْإِقْنَاعُ يَحْتَاجُهُ الْخَرِيجُ فِي التَّعَامُلِ مَعَ رُؤَسَائِهِ، وَزَمَلَانِهِ، وَمَصَادِرِ الْإِعْلَامِ، وَالْمَعْلُومَاتِ، وَالْمُؤَاظِنِينَ الَّذِينَ لَدَيْهِمْ سَيِّئَاتٌ يَقُولُونَهُ لَوْسَائِلِ الْإِعْلَامِ.

### رابعاً: القدرة عَلَى الارتجال.

وَهَذَا الْأَمْرُ لَا يَقْتَصِرُ عَلَى الْمُذِيْعِينَ، بَلْ عَلَى الْإِعْلَامِيِّينَ كُلِّهِمْ، فَالْمَطْلُوبُ مِنَ الْإِعْلَامِيِّ أَنْ يَشَارِكَ فِي الْمُنَاسَبَاتِ الْإِعْلَامِيَّةِ الْمُخْتَلِفَةِ، لِلْوُصُولِ إِلَى مَصَادِرٍ إِضَافِيَّةٍ فِي عَمَلِهِ، وَلِيَعْرِفَ مَاذَا يَدُورُ بَيْنَ النَّاسِ، وَهَذَا كُلُّهُ يَشْكَلُ أَرْضِيَّةَ



لمحتوى قريب من النَّاس، والارتجال يساعده على الحديث مع مجموعات من النَّاس، والمُشارَكة في الندوات، والمحاضرات، واللقاءات الإذاعية والتلفزيونية، وغيرها.

- القدرة على الارتجال
- القُدرة على طرح الأفكار بسلسلة، وطريقة واضحة.
- القُدرة على استيعاب التشريعات القانونية النازمة للعمل الإعلامي.

#### رابعاً: الثقافة الواسعة:

مهما اختلف عمل الإعلامي فهو صانع محتوى، وهذا يتطلب منه أن يكون واسع الإطلاع، وأن يمتلك ثقافة واسعة، بالإضافة إلى معرفة شيء عن كل شيء، وهذه الثقافة تُساعده في انتقاء الأخبار، وتنقية ما يتلقاه من الكذب والتضليل، وترتيب أولويات نشره للمحتوى، و"تساعده في فهم ما يريد عند جمع الأخبار"، حسب ما أشار إليه سيف صوالحة مدير مديرية الصحافة المتخصصة، في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) (اتصال شخصي، آب 13، 2022)، وفي السياق نفسه، نوهت الأستاذة راية يعقوب (اتصال شخصي، آب 14، 2022)، وهي مُقدِّمة برامج تلفزيونية ومعدة لها، إلى ضرورة توفر الثقافة الواسعة التي تمد خريج الإعلام بالقدرة على التعامل مع "الظروف الاستثنائية وهي كثيرة جداً، والظروف الطبيعية لا تتكرر كثيراً في العمل الإعلامي".

تقول الأستاذة راية يعقوب (اتصال شخصي، آب 14، 2022): "يشكل عام فإن ثقافة غالبية الخريجين ضعيفة جداً، وليس لديهم خلفية عن أي موضوع، لذلك لا يقومون بتجهيز إعداد سليم لحلقة تلفزيونية مثلاً".

#### ج- صفات وسلوكات:

كشفت نتائج الدراسة أن هناك بعض الصفات والسلوكات تُساعد على جعل خريج كلية الإعلام مرغوباً أكثر ليصبح عاملاً لدى المؤسسات الإعلامية، ومن أهم هذه الصفات والسلوكات:

#### أولاً: الشغف:

يقصد بالشغف الدافعية العالية، والحماس الشديد للعمل، الذي قد يصل إلى جعله هاجساً ملحاً على ذهن من يتصف به، وهذا الشغف مهم جداً للعمل الإعلامي، لأنه يدفع صاحبه إلى التعلم الدائم، والانكباب على العمل لفترات طويلة، فيصل إلى الاحتراف في مدة قصيرة، وهذا ما ركز عليه أنس الفاعوري (اتصال شخصي، آب 29، 2022)، عند ما أشار إلى أن بعض البرامج التي تدرب عليها الإعلاميون أصبحت قديمة، ولم تعد تطلبها القنوات، لذلك لا بد أن يكون الإعلامي قادراً على "صناعة تقرير من خلال الموبايل أو من خلال أجهزة بسيطة".

وقد أشار إلى ذلك عدي الحنيطي (اتصال شخصي، أيلول 6، 2022)، الذي أكد أن الشغف هو سرّ النجاح في العمل الإعلامي، وقال أنس الفاعوري (اتصال شخصي، 29 آب، 2022): "الشغف وحبّ العمل هما الطريق للنجاح في الإعلام".

### ثانياً: الشخصية القوية، والكاريزما:

أشار معظم المبحوثين إلى أهمية الشخصيّة القوية في العمل الإعلامي، ودورها في نجاحه، خاصة أنها الأداة النهم التي تجعله قادراً على التواصل مع مصادره، والوصول إلى الخبر، والمعلومات التي يبتني عليها محتواه الإعلامي، وعبر البعض عنها بالكاريزما التي تزيد من تأثير الإعلامي، وتسهل له الوصول إلى كل ما يساعده على إنجاز ما هو مطلوب منه في عمله.

وأكدت رندا البياري على ذلك (اتصال شخصي، آب 22، 2022)، قائلة: "الكاريزما وقوة الشخصية صفة مهمة لكل من يريد العمل في الإعلام"، ووضع مكرم الطراونة (اتصال شخصي، آب 4، 2022) الكاريزما كجزء مهم من العوامل التي تؤثر في التعيين في صحيفة الغد، بينما قالت مَي العناتي (اتصال شخصي، آب 20، 2022) إن "الكاريزما تساعد على بناء العلاقات"، ولم تخرج رنا عزام عن هذا السياق (اتصال شخصي، آب 21، 2022)، وقالت إن "قوة الشخصية مهمة للعمل الإعلامي"، وهذا يتطابق أيضاً مع إتقان لغة الجسد القادرة على عكس الشخصية القوية، وإعطاء صورة إيجابية عن الخريج، وفي هذا السياق تقول رنا عزام (اتصال شخصي، آب 21، 2022): "من المهم إتقان لغة الجسد الإعلامية" لأي خريج إعلامي.

### ثالثاً: المتابعة الدائمة للشؤون السياسية والاجتماعية، والتواصل مع الناس وتحسس احتياجاتهم:

تبيّن من خلال اللقاءات مع المبحوثين أهمية المتابعة الدائمة للشؤون السياسية والاجتماعية لخريج الإعلام، فهو صانع محتوى، ويجب دائماً أن يغذي مخزونه بالمعلومات والحقائق، وأن يعرف الناس، ويتحسس احتياجاتهم، ليكتب، أو يصنع محتواه بما يسهم في تسليط الضوء على مشكلاتهم. وتعد الشؤون السياسية خاصة مهمة لأي إعلامي، وقد أشار باسل العكور (اتصال شخصي، أيلول 10، 2022) إلى أن دراسي العلوم السياسية يتميزون عادة في العمل الإعلامي، وهذا، حسب وجهة نظر الباحث، راجع إلى أن السياسة هي لب العمل الإعلامي في غالب الأحوال.

### رابعاً: غرس حبّ التعلّم والصبر وتطوير الإعلامي نفسه بشكل دائم، ومتابعة التغيرات الرقمية، حيث تتبع أي

أداة، أو تطبيق يُساعد الإعلامي في عمله:

وأكد معظم المبحوثين أن التغيرات الكبيرة التي تحصل في صناعة الإعلام، خاصة في ظل دخول الرقمية هذا المجال، والابتكارات المتجددة في التطبيقات التي تُساعد الإعلامي في عمله، تستوجب أن يبقى الإعلامي يقظاً، ومستعداً

لتعلم كل جديد، وأن يقنع نفسه أن التوقف عن التعلّم وتَوَلَّى لِفِتْرَةٍ قصيرة سيؤدّي إلى خسارة معلّومات، أو مَهَارَات، أو أدوات جَدِيدَة تُسَاعِدُه في عمله، وتَصُبِح مهمة في العَمَل الإِعْلَامِي، وأشار المبحوثون إلى أن الرقمية فرضت تحديات كَبِيرَة عَلَى العاملين في الإعلام، وبقدر ما ساعدت الإِعْلَامِي في عمله، حيث وفرت له أدوات، وسرعت وسهلت عمله، لَكِنَّهَا في الوَقْت ذاته فرضت عَلَيْهِ ضَرُورَة متابعة كل ما هُوَ جَدِيد، والتدرب عَلَيْهِ، وَالبَحْث دائِمًا عَن الأفضَل في هَذِهِ التطبيقات لِلوُصُول إلى احترافية أكبر.

ولا يقتصر حُبّ التعلّم عَلَى التطبيقات حسب ما أشار إِلَيْه المبحوثون، بل إن الحَيَاة نفسها تتغير، والظروف الاجتماعية متغيرة، وهَذَا يَتَطَلَّب من الإِعْلَامِي أن يَكُون عَلَى مَعْرِفَة دائِمًا بِمَا يَحْصُل في المُجْتَمَع، لَأَنَّ المُحتَوَى الإِعْلَامِي مرتبط بِشَكْل كَبِير بِهِ، وهُو جزء من عَمَلِيَّة التفاعل الاجتماعي لا ينفك عَنْهُ، وَعَمَلِيَّة اخْتِيار المُحتَوَى، وَالمَوَاضِيع جزء من ذكاء أي إِعْلَامِي.

### خامسًا: الفُضُول الإيجابي:

نوه معظم المبحوثين على أهمية الفُضُول الإيجابي، وَمِن خِلال تتبع إجاباتهم توصل الباحث إلى تَعْرِيفه، فهو السعي الدائم إلى مَعْرِفَة ما يَحْصُل بَيْن النَّاس، وتتبع الأحدث الجَدِيدَة المؤثرة عَلَيْهِم، والشَّتَباك مَعَ الشخصيات الفاعلة في المُجْتَمَع، وَالَّتِي تَصَنَع الأحداث والقرارات لِلوُصُول الدائم إلى محتوى يرضي شغف المتابع. وهَذَا كُلُه يُسَاعِد في أن يرى وَيَسْمَع الإِعْلَامِي ما لا يراه غيره، وَبِذَلِكَ يَتَمِيز في تَقْدِيم ما لا يعرفه النَّاس، وهَذَا جزء أساس في عمل أي إِعْلَامِي لِلوُصُول إلى ما لا يصل إِلَيْه غيره، وتقديمه لِلنَّاس.

### سادسًا: حُبّ القِرَاءَة وَالمَعْرِفَة وَالتعلم والتدريب الدائم:

#### السؤال الثاني:

#### طريق طالبات وَطلبة الإعلام للتمييز

#### أولًا: الخطط الأكاديمية

أشار معظم المبحوثين إلى ضَرُورَة تغيير الخطط الدراسية لمواد الإعلام بتخصصاته كافة في الجامعات الأردنية، وَجَعَلهَا أكثر عَمَلِيَّة، وتوجيهها لتجهيز الطالبة أو الطالب ليدخلا مَبَاشَرَة إلى سوق العَمَل مسلحين بكل المهارات، وَالمَعْرِفَة الَّتِي يَحْتَاجانها في عملهما.

ولا بُدَّ من التركيز عَلَى الجانب الإبداعي في الخطط، حَيْثُ أشار ماهر الشريدة (اتصال شخصي، آب 14، 2022) إلى هَذَا اللُحْم، وَقَالَ: "وَيَجِب التركيز خلال هذه الفترة على تنمية حس الإبداع وإفهام الطلبة أن العمل الصحفي إبداعي، وليس مجرد وظيفة قد ينجح فيها الجَمِيع".

### ثانيًا: عقد دورات مهمة لتزويد الطلبة بمهارات مُعيّنة:

شدد معظم المبحوثين على ضرورة عقد دورات تدريبية في مجال المهارات اللازمة لعمل الإعلامي، كي تُساعدَه على دخول سوق العمل. ووصف ماهر الشريدة (اتصال شخصي، آب 14، 2022) هذا الأمر بالنقص الذي يجب أن يعوض عند خريجي كليات الإعلام، وقال: "يجب على الجامعات أن تقوم بمسؤوليتها، وتبادر لعقد دورات وبرامج مكثفة لتعويض النقص المعرفي، والثقافة العامّة، وتنمية حس الإبداع والمبادرة لدى الخريجين، وبالطبع هذا يحسن من مؤشرات التنافسية بينها ويجعلها أكثر قبولا مجتمعيًا عندما يتم تعيين خريجها".

### ثالثًا: السعي للإنتاج المبكر للمحتوى:

أكد معظم المبحوثين أهمية قيام خريجي كليات الإعلام بإنتاج المحتوى الرقمي مُبكرًا، واستثمار منصات التواصل الاجتماعي، والمواقع الإخبارية الرقمية، وأي وسيلة إعلام مُتاحة لنشر محتوهم الإعلامي، وهذا التدريب المبكر يساهم في إبداعهم، ومِمَّا يُساعد على جعلهم أكثر قدرة على التنافس في سوق العمل. ومن جهة أخرى، أشار بعض المبحوثين إلى أهمية بناء الجمهور لخريجي كليات الإعلام حيث العديد من المؤسسات الإعلامية بات يعد ذلك مؤشرًا إيجابيًا، وخافزًا على التعيين، وفيه دلالة على قدرة الخريج على الوصول إلى الجمهور، وهذا بحد ذاته هدف تسعى إليه المؤسسات الإعلامية.

### رابعًا: الثقافة الواسعة:

أكد المبحوثون كفاءة على أهمية الثقافة العامّة، وأنها مهمة جدًا في عمل أي إعلامي، فهي الأساس الذي يبنى عليه صناعة أي محتوى، قالت علا أبو جاموس (اتصال شخصي، آب 13، 2022): "يجب أن يتّمتّع الخريج بثقافة سياسية واقتصادية واجتماعية واسعة تساعده على أن يتطلى بالجرأة في طرح الحدث وأحيانًا صناعته، وتكون لديه القدرة على الحفظ والاهتمام بالتفاصيل والربط فيما بينها والبحث عن معلومات تتعلق بحدث آني متحرك يحتاج المتابعة على مدار الساعة"، بينما وصفت راية يعقوب (اتصال شخصي، آب 14، 2022) الواقع الثقافي لغالبية الخريجين بأنه ضعيف جدًا، ولا بدّ من معالجة هذا الأمر.

### خامسًا: سرعة البديهة والمهارات الشخصية المُختلفة:

أوضح معظم المبحوثين أهمية سرعة البديهة في عمل الإعلامي، وأن هذا العمل يتطلّب الذكاء، والقدرة على التصرف السليم في المواقف العديدة، وعند تسارع الأحداث التي تتطلب تدخل الإعلامي، واتخاذ القرارات بسرعة، قالت علا أبو جاموس (اتصال شخصي، آب 13، 2022): "ومن المهم أن يتّمتّع الخريج بسرعة البديهة وحسن التصرف في

المواقف الطارئة عندما تستجد أحداث مباشرة في الميدان، وأن يكون مستعداً لأي تغطية صحفية مستعجلة. وهذا يتطلب الاطلاع الكافي ومتابعة الأخبار أولاً بأول، وتحمل العمل لساعات طويلة وفي وقت متأخر.

والمهارات الشخصية المختلطة مهمة لأي إعلامي، وعبر عن ذلك أحمد الغلابيني (اتصال شخصي، آب 11، 2022) قائلاً: "تبحث أي صحيفة دائماً على الصحفي وليس على حامل شهادة الصحافة، فمثلاً أن يكون لديه القدرة على كتابة الخبر، والتقرير، ومتابعة ما ينشر في الصحف المحلية والعربية والعالمية، وأيضاً لديه مهارات الاتصال مع المصادر على اختلاف أنواعها"، وتؤكد راية يعقوب (اتصال شخصي، آب 14، 2022) أن "صاحب الخبرة هو من يتميز؛ لذلك يجب اكتساب الخبرة أثناء الدراسة، وضرورة التميز أو السعي للتميز، وأن تصل إلى أماكن لا يجرؤ أحد أو لا يريد أن يصل إليها.

### السؤال الثالث:

#### دورات تدريبية في مجال الإعلام:

أشار الباحثون إلى عدد من الدورات التي يحتاجها خريج كلية الإعلام كي يتميز، ويصبح جاهزاً لسوق العمل، وقد تنوعت هذه الدورات بين دورات إعلامية وفنية مباشرة، ودورات في اللغة والمحتوى، وكيفية الوصول إلى المصادر، وأخرى لها علاقة ببناء الشخصية والتشريعات الإعلامية، بل واقترح بعض الباحثين دورات في الإسعافات الأولية للحالات الطارئة التي يتعرض لها الإعلامي، بينما قال باسل العكور (اتصال شخصي، أيلول 10، 2022): "يجب تحديد الدورات وفقاً لقدرات وحاجات كل إعلامي".

#### أ- دورات فنية وإعلامية مباشرة في المجالات الآتية:

أولاً: مونتاج (الصوت، الصورة، الفيديو).

ثانياً: فنون التصوير.

ثالثاً: برامج الحاسوب خاصة (Office).

رابعاً: دورات في التطبيقات المهمة المساعدة للإعلامي في عمله، مثل تطبيقات الانفوجرافيك (Infographic)، أو تطبيقات الإعلام الرقمي الأخرى، أو تلك التطبيقات التي يطلق عليها (تطبيقات مساعدة للصحفي في عمله).

خامساً: دورات غرف الأخبار.

سادساً: المراسل الصحفي.

سابعاً: المهارات الصوتية المختلطة.

ثامناً: إعداد البرامج وتقديمها، والحوار الإعلامي، والتعامل مع الكاميرا.

تاسعاً: صناعة المحتوى، والترويج في منصات التواصل الاجتماعي، وكيفية صناعة الإعلان الممول فيها.

**ب- دورات في اللُّغة وَالْمُحتوى:**

أولاً: دورات في اللُّغة العَرَبِيَّة وخاصة لُّغة الإعلاميين، إضافة إلى القواعد، والنحو، والتعبير، وكيفية صياغة الجمل، واستخدام اللُّغة الإعلامِية.

ثانياً: دورات في اللُّغة الإنجليزية.

ثالثاً: دَوْرَة التعامل مَعَ المصادر وَالبَحْث.

رابعاً: دورات في الكِتَابَة للإذاعة وَالتِّلْفِزيون.

خامساً: إعداد البرامج وتقديمها، وَالحِوَارِ الإعلامِية، وَالتعامل مَعَ الكَامِيرَا.

سادساً: صناعة المُحتوى، وَالترويج في منصات التواصل الاجتماعي، وكيفية صناعة الإعلان الممول فيها.

**ج- دورات في بناء الشَّخْصِيَّة:**

أولاً: الاتصال والتواصل الفعال

ثانياً: التحليل وتشكيل القنوات الشخصية

ثالثاً: التنمية البشرية.

رابعاً: دورات التعامل مَعَ الفئات الخَاصَّة: الأطفال، وذوي الهمم، وتمكين المرأة.

خامساً: دَوْرَة التعامل مَعَ فريق العَمَل وَالعَمَل الجَمَاعِي.

سادساً: دورات في التعامل مَعَ رِجَال الأَمْن أثناء تغطية المسيرات والاحتجاجات.

**د- أُخرى:**

أولاً: دَوْرَات في التَّعَامُل مَعَ الأَزْمَات.

ثانياً: دَوْرَات في الإسعافات الأولية.

ثالثاً: دورة التربية الإعلامية المعلوماتية، لأهميتها البالغة، وافتقار الإعلاميين، وحتى المؤسسات الإعلامية،

لأساسيات هذه التربية.

رابعاً: دورات في التشريعات الإعلامِية.

## السؤال الرابع:

## الأكثر تميزاً في مجال الإعلام:

هَذَا السُّؤال مِن أَكْثَرِ النُّسُئِلَةِ الَّتِي اِخْتَلَفَ فِيهَا المَبْحُوثُونَ، فَهُنَاكَ مِنِ أَشْأَرِ إِلَى تَمييزِ خَرِيجِي كَلِيَةِ الإِعلَامِ لِمَمْتَلَاكِهِ مَهَارَاتٍ قَدْ لَمْ تَكُنْ مُتَوَفَّرَةً عِنْدَ التَّخْرِينِ، بَيِّنَمَا أَشْأَرِ آخَرُونَ إِلَى تَمييزِ الإِعلَامِيِّينَ مِنِ غَيْرِ خَرِيجِي الإِعلَامِ؛ لِمَمْتَلَاكِهِم مَهَارَاتٍ فِي تَخْصِصَاتِهِمْ، وَحُصُولِهِمْ عَلَى مَهَارَاتٍ إِضَافِيَّةٍ أَثْنَاءَ العَمَلِ، وَلِأَنَّ مَا يَدْفَعُهُم لِلْعَمَلِ فِي غَيْرِ تَخْصِصَاتِهِمْ هُوَ الشَّغْفُ، مُشِيرِينَ إِلَى أَنَّ المِيدَانَ يَعْلَمُ الإِنْسَانُ الكَثِيرَ مِنَ المَهَارَاتِ.

قَالَ عَدِي الحَنِيطِي (اتصال شخصي، أيلول 6، 2022): "الإعلامي صاحب الشغف هو الأقوى، ويبادر بأشياء جديدة وتطور ملموس، خريجو كليات الإعلام يصيبهم أحياناً بعض الغرور".

وَأَشْأَرِ إِلَى عَكْسِ ذَلِكَ مَا هَر الشْرِيْدَةَ (اتصال شخصي، آب 14، 2022): "من الخبرة ثبت أن الخريجين من التخصصات الأخرى هم الأنجح والأكثر نشاطاً وقدرة على الإبداع والمبادرة، وهذا عائد للثقافة والمعرفة التي لا تتوفر لدى الخريجين من كليات الإعلام". وَيَرَى البَاخْثُ أَنَّ هَذَا لَمْ يَأْتِ مِنِ غَيْرِ خَرِيجِي الإِعلَامِ إِلا مِمَّنْ لَدَيْهِ شَغْفٌ كَبِيرٌ.

## السؤال الخامس:

## الحماس في العمل الإعلامي:

كشفت نتائج الدراسة وجود تباين بين إجابات المبحوثين حول الحماس لدى العاملين الجدد في المؤسسات الإعلامية من خريجي كلية الإعلام، وَبَيَّنَّ خَرِيجِي الكَلِيَاتِ الأُخْرَى العَامِلِينَ فِي المَوْسُئَسَاتِ الإِعلَامِيَّةِ، وَتَبَيَّنَ أَنَّ غَالِبِيَةَ خَرِيجِي الإِعلَامِ لَدَيْهِم الحِمَاسَ الكَبِيرَ، وَالسَّبَبُ أَنَّهُمْ أَثْنَاءَ دِرَاسَتِهِمْ تَعَامَلُوا مَعَ إِعلَامِيِّينَ، فزَادَ شَغْفُهُم للإِعلَامِ، وَأَشْأَرُوا إِلَى اِفتقَادِ الصَّبْرِ، وَضعف الإِرادَةِ مَعَ وَجُودِ الشَّغْفِ. وَهَذَا مَا أَشْأَرَتْ إِلَيْهِ رَانِيَا دِرُوزَةَ (اتصال شخصي، آب 13، 2022)، بَيِّنَمَا أَكَّدَتْ رَانِيَا النَّمِرِ (اتصال شخصي، آب 18، 2022) أَنَّ الخَرِيجِينَ لَدَيْهِم حِمَاسٌ، وَيتم تَعْوِيضُ المَهَارَاتِ النَاقِصَةِ لَدَيْهِم أَثْنَاءَ العَمَلِ. بَيِّنَمَا أَشْأَرِ جِزءَ مِنَ المَبْحُوثِينَ إِلَى أَنَّ الحِمَاسَ صِفَةً شَخْصِيَّةً، لَهَا عِلَاقَةٌ بِالتَّكْوِينِ الشَّخْصِيِّ لِأَيِّ إِنْسَانٍ، وَأَنَّ الظُّرُوفَ المُحِيطَةَ بِالخَرِيجِ هِيَ الَّتِي تُحَدِّدُ مِقْدَارَ حِمَاسِهِ.

## السؤال السادس:

## أهمية بناء العلاقات في الوصول إلى المصادر في العمل الإعلامي:

أشارت الغالبية العظمى من المبحوثين إلى أهمية بناء العلاقات والوصول إلى المصادر على عمل الإعلامي الجديد في المؤسسات الإعلامية، تقول الإعلامية رندا البياري (اتصال شخصي، آب 22، 2022): "لا إعلامي دون علاقات عامة". وأكد المبحوثون على ضرورة الانغماس في النشاطات الاجتماعية، والثقافية لبناء العلاقات التي تجعل المصادر تصرح لك بالحقائق، وحسب بعض المبحوثين فإن بناء العلاقات تزيد من قدراتك كإعلامي، وتجعلك حسب ما يقوله باسل العكور (اتصال شخصي، أيلول 10، 2022) تصل إلى تربيده في عملك، وهذه المصادر هي "مصادر السبق، والمعلومات والنفردات".

## الموهبة وامتلاك المهارات دون القدرة على بناء علاقات عامة يضعف الإعلامي:

أشار معظم المبحوثين إلى أن الإعلامي، دون امتلاكه علاقات، ودون أن يكون قادراً على التشبيك مع المصادر، لا يمكن أن يحصل على المحتوى الإعلامي الذي يجعله مميزاً، وقادراً على تلبية متطلبات المؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها.

فهي فرصة لإثبات وجوده، وقدراته، ولا بد له أن يستثمر تلك العلاقات، وأشارت المذيعة رانيا دروزة إلى ذلك (اتصال شخصي، آب 13، 2022) فقد قالت: "يجب أن يكون الإعلامي متشعب العلاقات، بمعنى أن له معارف وأصدقاء في كل مكان، وهذه العلاقات تعد المحرك الأساس للحصول على المعلومات أو لتسهيل شق الطرق للوصول للخبر". وأكد أكثر من مبحوث أن غياب العلاقات لدى الإعلامي يؤدي إلى نقص في المصادر، وقلة في الحصول على معلومات، لأن الإعلامي الذي يتميز هو الذي يستطيع أن يصل إلى ما لا يصل إليه غيره. وهذا يؤكد أن الإعلامي دون هذه المهارة الاجتماعية يفقد الكثير من قدراته.

## الانغماس في النشاطات الاجتماعية والسياسية والثقافية طريق لبناء العلاقات:

أكد المبحوثون على ضرورة انغماس طالب الإعلام، وبشكل مبكر -ابتداءً من السنة الأولى- في نشاطات اجتماعية وسياسية وثقافية بهدف صقل شخصيته، ومدته بمعلومات، وخبرات قد لا يحصل عليها ضمن الإطار الأكاديمي البحث، وهذا يساعد على تقوية شخصيته، وجعله أقرب إلى عالم الإعلام، فالشخصية الإعلامية لها سمات لا بد من اكتسابها للنجاح فيها، وعلى رأسها الثقافة الواسعة، ومعرفة شيء عن كل شيء، والخبرة العميقة في مختلف شؤون الحياة وهذا لا يأتي إلا من خلال مثل هذه النشاطات.



تقول الصحفية رندا البياري (اتصال شخصي، آب 22، 2022) إن "كلمة السر في الإعلام هو التواصل والعلاقات العامة، ومن ثم فإن تعدد المصادر يعد قوة وميزة للإعلامي".

### العلاقات تجعل المصادر تصرح لك بالحقيقة:

حول تأثير العلاقات في حث المصادر على التصريح بالحقائق التي لديهم، أشار معظم المبحوثين إلى أهمية ذلك، فقد أشارت راية يعقوب إلى ذلك (اتصال شخصي، آب 14، 2022)، وقالت: "دون علاقات وجسور تواصل صحيحة في الصحافة والإعلام يصبح العمل أصعب، ولن تستطيع الحصول على معلومة حقيقية، وقد تحصل على معلومة مصرح بها، ولن تعرف الدواخل إذا لم يتعرف المجتمع، وهذا يحتاج إلى علاقات ومصادر ممتازة".

قالت المذيعة علا أبو جاموس (اتصال شخصي، آب 13، 2022): "كلما كان الصحفي يمتلك شبكة علاقات قوية ومهمة، كان إنتاجه من الأخبار أو التقارير أو القصص الإخبارية أو المقابلات الصحفية والتلفزيونية بجودة وميزة عاليتين". يقول الصحفي أحمد الغلاييني (اتصال شخصي، آب 11، 2022): "الصحفي الجيد يكون قادراً على كسر حاجز الرهبة من المسؤول أو صانع القرار، وبإمكان الصحفي أن يصل للمصادر بسهولة، إن كان يمتلك أدواته مثل التعامل اللطيف، وأسلوب الحوار... إلخ".

تقول ديمة فراج (اتصال شخصي، آب 17، 2022): "يصل إلى ما لا يصل غيره، وتظهر قوته.. وكل أشكال الإعلام تحتاج لذلك".

يقول سيف الصوالحة (اتصال شخصي، آب 13، 2022): "بناء المصادر من أهم أساسيات العمل الصحفي، من خلالها يستطيع التميز بالأخبار والمواد الصحفية التي يزود بها مؤسسته".

### السؤال السابع:

#### الحد الأدنى من المهارات اللازمة لممارسة العمل الإعلامي:

أشار معظم المبحوثين إلى أن الخريجين الجدد في مجال الإعلام يمتلكون الحد الأدنى من المهارات اللازمة لممارسة العمل الإعلامي، ولكنهم اتفقوا على أن هذا لا يعني أنهم جاهزون لسوق العمل، بل إن هذه المهارات تؤهلهم للتعلم بسرعة، وإثقان ما هو مطلوب منهم بسهولة، وبشكل سريع.

وأكد عدد من المبحوثين على أن تحفيز الطلبة على العمل، والإبداع، والإنجاز أثناء الدراسة، تظهر آثاره أثناء بدء العمل، وأن هناك بعض الطلبة ممن يمتلكون قدرات كبيرة، نتيجة لاستفادتهم من التدريب الميداني من جهة، ولأن كلياتهم تطبق كثيراً من المهارات في موادهم الدراسية؟

تقول المذيعة علا أبو جاموس (اتصال شخصي، آب 13، 2022): "أجد أن الخريجين الجدد من كليات الإعلام يمتلكون الحد الأدنى من المهارات الأساسية، والفضل يعود إلى نوعية كلية الإعلام التي تهيأ طلابها وطالباتها لكي ينخرطوا في الممارسة الصحفية والإعلامية بشكل سلس من خلال تعدد كليات الإعلام في المملكة الأردنية الهاشمية، وزيادة التنافس فيما بينها. ولكن هذا ليس تعميماً؛ لأن بعض الكليات وبعض الطلاب والطالبات لا ينطبق عليهم هذا الوصف، ويعود ذلك إلى طريقة التعليم النظرية".

وتختلف قليلاً مع هذا الرأي معدة البرامج إيلف كامل خورشيد (اتصال شخصي، آب 18، 2022)، فهي تقول: "تتواجد المهارات لدى خريج الإعلام الجديد، ولكنها ليست كافية، فهم يحتاجون إلى دورات تدريبية في كليات الإعلام، وحسب ملاحظتي هناك عملي وهناك نظري والأربع سنوات لا تغطي كل شيء، فهي تغطي الأساس، والطالب والطالبة يكملان هذا الأساس من خلال التدريب أو الدورات".

ويشير أنس الفاعوري (اتصال شخصي، آب 29، 2022) إلى ذلك قائلاً: "نعم يمتلك الأساسيات اللازمة؛ مثل تحرير الأخبار، ويتبقى عليهم المعرفة أكثر على البرمجيات المستخدمة أكثر من قبل المؤسسات الإعلامية". من جهة أخرى اشتكى بعض المبحوثين من أن بعض خريجي كلية الإعلام لا يمتلكون الحد الأدنى من المهارات اللازمة في عملهم، ومن ضمنها مثلاً صياغة خبر بسيط.

## السؤال الثامن:

### اقتراحات لتحسين مخرجات كليات الإعلام:

ذكر الإعلاميون المبحوثون عدة اقتراحات لتحسين مخرجات كليات الإعلام، بعضها يتعلق بأساتذة كليات إعلام، وأخرى بالمناهج، وثالثة بالطلبة أنفسهم، وركزت الإجابة على ضرورة العمل على شخصية الطالب والطالبة، وتدريبهما على كيفية البدء بالعمل في مؤسسة إعلامية، وكيفية التعامل مع كادرها، لأن هناك أخطاء يقع فيها هؤلاء الطلبة. وفيما يأتي هذه الاقتراحات:

#### أ- أساتذة كليات الإعلام:

أولاً: ضرورة اختيار أساتذة كلية الإعلام من الأكاديميين الممارسين للمهنة، أو ممن سبق ومارسوا مهنة الإعلام.

#### ب- مناهج كليات الإعلام والمحتوى المقدم للطلبة، وما يتعلق بكليات الإعلام نفسها:

أولاً: التركيز في مناهج كليات الإعلام على التحرير الصحفي، فهو الأساس الذي تقوم عليه مهنة الإعلام، سواء في الصحافة، أو الإذاعة، أو التلفزيون.

**ثانياً:** التدريب من اللحظة الأولى، وزيادة ساعات التدريب الميدانية في المؤسسات الإعلامية مع إعطاء مهام مختلفة وحقيقية في المؤسسة التي يتدرب بها الطالب أو الطالبة مع إشراف حقيقي من دكتور المادة. لئني أرى، في كثير من الأحيان، إهمال الطالبة أو الطالب المتدربين وعدم إعطائهما حقهما بالتدريب الميداني من قبل المؤسسة التي يتدربان فيها.

يقول باسل العكور (اتصال شخصي، أيلول 10، 2022): "لردم الفجوة عند الخريج التدريب بشكل جيد في وسيلة إعلام، وهذا يحتاج لفترة تدريبية في وسائل إعلام مختارة كي لا تكون بالنسبة له نزهة، ولا بد للجامعات أن تعقد معها اتفاقيات مدفوعة الأجر، أو دمج الكوادر المؤهلة في الكادر التدريسي في الجامعات".

**ثالثاً:** التركيز على المهارات الرقمية، ومهارات الحاسوب، وتدريب الطلبة على منطقية (Logic) التطبيقات الرقمية، فهذه التطبيقات متغيرة، ودائماً تظهر أشكال جديدة منها، ولكن غالبيتها تتعامل وفق منطقية واحدة، ومن هنا يتبين أن إتقان الخريج له يساعده على فهم ما يستجد منها في سوق التطبيقات الرقمية.

**رابعاً:** تحويل الكلية إلى بيئة عمل إعلامي متكاملة، ومن خلال ذلك يمكن إعطاء فرصة للطالب للتعامل مع العمل الميداني أكثر؛ مثل إدخال الطالبة أو الطالب الاستوديو في بث مباشر على الهواء، والإكثار من التمارين العملية أثناء المحاضرات، وهذا يتطلب "خلق بيئة تنافس على الهواء داخل العمل الجامعي، الهواء، جلد الناس على السوشيال ميديا" كما تقول راية يعقوب (اتصال شخصي، آب 14، 2022)، بينما يحدد قاسم أبو زيد (اتصال شخصي، آب 10، 2022) النسبة حسب رأيه: "لا بد من أن يكون الميداني ينسبته لا تقل عن 60%".

**خامساً:** زيادة نسبة الجانب التطبيقي والمهاري في التدريس، والاطلاع على تجارب الجامعات العالمية في هذا المجال. يقول باسل العكور (اتصال شخصي، أيلول 10، 2022): "الإطلاع على تجارب الجامعات العريقة والاستفادة منها".

**سادساً:** التركيز على تزويد الطالبة أو الطالب مهارات النقد الإعلامي، وكل ما يساعدهما على التمييز بين المحتوى الصادق، والمحتوى الكاذب، والأخبار المضللة، وغيرها، مما يقلل من قدرته الخريج على تحليل الأخبار والمعلومات التي تصله، حسب ما تقوله ديمة فراج. (اتصال شخصي، آب 17، 2022).

### ج- الطلبة أنفسهم:

**أولاً:** إجراء امتحان للطالبة أو للطالب قبل دخولهما كلية الإعلام للتأكد من امتلاكهما الحد الأدنى من الشغف لدراسة الإعلام، إضافة، إلى القدرات، والمهارات اللازمة لعمله الإعلامي؛ فعلى سبيل المثال لا بد من امتلاك الطالبة أو الطالب الشغف للعمل الإعلامي، والدافعية العالية للدراسة، والتدريب، وحد أدنى من المهارات اللغوية العربية، والإنجليزية، وقوة الشخصية، وحب الاستشكاف.

**ثانيًا:** التركيز على بناء شخْصية الطالبة أو الطالب، ليكونا إعلاميين، وركز معظم المبحوثين على قوة الشخصية، والسعي للمعرفة، والفضول للاستشكاف.

**ثالثًا:** حث الخريجين على متابعة القضايا السياسية، والاقتصادية، وقضايا المواطنين، والتشبع بها، وبناء ثقافة شاملة لديهم ومتجددة، ليتعرفوا أكثر على الحياة، فيصبحون أكثر قدرة على بناء المحتوى القريب مما يفكر فيه الناس. " لا تتعامل مع الصحافة كأى مهنة أخرى كل مهنة لها مقومات خاصة وعوامل شخصية تساعد على النجاح ". " الرغبة والدافع والشغف المحدود لا يجعلك تتميز في مهنة الاعلام " " ايضا يكون على استعداد للعمل في هذه المهنة إذا قرر أن يكون صحفيا مستقلا ". (اتصال شخصي، أيلول 10، 2022)

**رابعًا:** زرع حب التعليم المستمر، والتدريب الدائم في عقول الخريجين، ليبقوا مواكبين للتطورات في عالم الإعلام والاتصال، حيث التطورات متسارعة في عالم الإعلام.

**خامسًا:** تغيير المناهج لتصبح مواكبة للتغيرات الرقمية، والانتقال إلى التعلم المبني على التفكير الناقد، والبعيد عن التلقين.

**سادسًا:** تشجيع الطلّبة على مُمَارَسَةِ الإعلام بِشكْلٍ مبكر عن طريق الإنترنت، أو القيام بمراسلة صحف، أو مواقع إخبارية رقمية أو غيرها من وسائل الإعلام، إضافة إلى دُخُول عالم التدريب مُبكرًا، وَكَذَلِكَ حث الطلّبة على بناء صَفَحَات خاصة بهم من خلال منصات التواصل الاجتماعي لبناء جُمهورهم بِشكْلٍ مبكر، وَهَذَا مُهمٌ لِزِيَادَةِ فُرْصَةِ أي خريج بالتعيين في المؤسسات الإعلامية. تقول المذيعة رنا عزام (اتصال شخصي، آب 21، 2022): " لا بُدَّ لطالب الإعلام أن يتميز بتطوير ذاته وتحصيل كم معرفي أكبر في مجاله ومعرفة الجديد في الإعلام من أساليب أو وسائل، يستخدم كل ما هو جديد في إبراز قدراته الإعلامية ". وَيَقول مَاهِر الشريدة (اتصال شخصي، آب 14، 2022): " لا بُدَّ من تقديم تجارب إبداعية في القطاع الصحفي ".

## السؤال التاسع:

ما التّحدّيات الّتي تواجه خريج الإعلام في عمله الإعلامِي؟

**أولاً: الفجوة بين الأكاديمي والعملي:**

أشار غالبية المبحوثين إلى وجود فجوة بين ما يتعلمه خريج كلية الإعلام، وما يحتاجه سوق العمل من مهارات، وهذا يؤدي إلى حُصول صدمة أكاديمية حسب ما أشار أحمد الغلابيني. (اتصال شخصي، آب 11، 2022).

### ثانياً: غياب سلوكات معينة لدى خريج الإعلام تقلل من إنجازه:

أشار بعض الباحثين إلى غياب سلوكات معينة تؤثر على فُرصة خريج الإعلام بالتعيين في المؤسسات الإعلامية، أو تؤثر على نجاحه في عمله في حالة التعيين؛ ومنها: غياب عادة القراءة لديه، وغيابه عن مجريات الأحداث السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وعدم شغفه في تعلم كل جديد، إضافة إلى عدم ممارسة اللغة الإنجليزية، ونقص الاهتمام لديه بمهارات الحاسوب، والإنترنت، وكسله في إقامة علاقات مع المصادر، أو الكسل في بناء صفحة خاصة به على منصات التواصل الاجتماعي، وفوق ذلك كله غياب ثقافة القراءة القادرة على صقل شخصيته، وجعله أكثر فِدرة على بناء محتوى ذكي، كما أن عدم ممارسة العمل الإعلامي -رغم توفر ذلك من خلال منصات التواصل الاجتماعي- يؤثر على خريج الإعلام، ويجعل غيره يسبقه في هذا المجال.

### ثالثاً: الأنا والغرور والشعور بقوة السلطة:

يصاب بعض خريجي كلية الإعلام بالغرور والأنا وبِقوة السلطة عند ابتدائهم العمل في الإعلام، وهذا يؤدي إلى توقعهم عن التعلّم اللازم لتطويرهم المهني والشخصي، إضافة إلى أن شعورهم بِقوة السلطة قد يبعدهم عن المواطنين الذين هم مصدر مهم للمحتوى الذي يكتبونه، أو ينشرونه.

### رابعاً: التنافس مع خريجي الكليات الأخرى:

على عكس كثير من المهن الأخرى، يستطيع العديد من خريجي التخصصات الأخرى، في حالة امتلاك بعض المهارات الكتابية أو التقديمية، أو الإعلامية دخول سوق العمل، وهذا يقلل من فرص خريجي الإعلام في التعيين في المؤسسات المختلفة، ويتطلب منهم بذل مزيد من الجهود للتمييز كي ينافسوا هؤلاء، بحيث لم تكن مهنة الإعلام - تاريخياً - حكرًا على خريجي الإعلام، وما زالت كذلك في الوقت الحالي، وإضافة إلى هذا فإن دخول عدد كبير من المؤثرين في عالم الإعلام الرقمي، جعلهم - أي هؤلاء المؤثرين - جاذبين لمؤسسات إعلامية عديدة، ترغب بالاستفادة من جمهورهم في تقوية انتشارها، وزيادة قدرتها على جذب الإعلانات.

### خامساً: خسائر المؤسسات الإعلامية وفقدان الوظائف:

يتمثل تحدي تغيير سوق الإعلانات، والقراءة، والمشاهدة، ودخول منصات التواصل الاجتماعي التي أشبعت احتياجات الجمهور في المجالات الإعلامية، في التأثير على سوق العمل، وفقدان الكثير من الوظائف، وانعكاس هذا على خريجي كليات الإعلام الذين يعانون من هذا الوضع.

## سادساً: التغيرات السريعة في الإعلام الرقمي:

يشكل التغير السريع في عالم الإعلام الرقمي، وتغيّر شكل الإعلام، واختلاف التطبيقات التي يجب أن يتقنها الإعلامي، وسرعة تغيّرها تحدياً كبيراً يفترض من خريج الإعلام أن يكون مستعداً دائماً لهذه التغيرات، وقادراً على التعلّم السريع، والبحث دائماً على كل ما هو جديد، ومحاولة مواكبة هذه التغيرات.

### الاستنتاجات:

#### تمهيد:

#### 1- مقدمة:

يتضمن هذا الفصل عرضاً للنتائج التي توصل إليها الباحث بعد إجراء المقابلات مع عدد من ممارسي الإعلام في وسائل الإعلام الأردنية، وذلك لتحقيق أهداف الدراسة المتمثلة بالكشف عن المهارات المُساعدة في توظيف خريجي كليات الإعلام في سوق العمل من وجهة نظر الإعلاميين الممارسين، وتمت كتابة البيانات التي وصل إليها الباحث وتمت مناقشتها.

### مهارات الإعلامي الشامل:

أظهرت نتائج الدراسة ضرورة امتلاك خريج الإعلام لمجموعة كبيرة من المهارات التي تجعله يدخل تحت مسمى الإعلامي الشامل، وأن التّحديات التي تواجهها وسائل الإعلام بعد انتشار منصات التواصل الاجتماعي، ووجود تنافس كبير مع هذه المنصات في إيصال الأخبار، والمعلّومات للناس، توجب على الإعلامي أن يكون شاملاً، وقادراً على إنتاج المحتوى في مختلف مراحلها ليكون جاهزاً للبحث، وهذه المهارات تتنوع بين مهارات إعلامية بحتة، وهي التي يجب أن يمتلكها الإعلامي حسب تخصصه، ومهارات أخرى تتنوع بين المهارات البحثية، ومهارات التفكير الناقد، ومهارات بناء المحتوى ونشره. وأشار عدد من الباحثين إلى أهمية المهارات الشخصية في العمل الإعلامي، مثل: إدارة الذات، والعمل الجماعي، وغيرها، إضافة إلى مهارات اللغة العربية واللغة الإعلامية، وتقنيات الحاسوب، والمهارات المتعلقة بالإنترنت، إضافة إلى مهارات التعامل مع التشريعات والقوانين بذكاء، ومهارات إدارة الوقت، وهذا يدل على أهمية إمداد الطلبة بهذه المهارات من خلال المساقات الدراسية، وجعلها أكثر ملاءمة لسوق العمل، كي يتمكن خريج كلية الإعلام من العمل مباشرة في وسائل الإعلام المختلفة، وفي إدارة صفحات منصات التواصل الاجتماعي، وفي إنتاج المحتوى الرقمي كاملاً دون الحاجة إلى تدريب، وهذا ما يتوافق مع دراسة كل من: (البن، 2012)، (السويد، 2015)، (السويد، 2016)، ودراسة (Vasilendiu and Melinda, 2020).

## قُدْرَاتٌ مُتَّوَعَةٌ وَمَعْرِفَةٌ وَاسِعَةٌ:

كشفت نتائج الدراسة أن غالبية الباحثين أشاروا إلى ضرورة امتلاك خريج كليات الإعلام مَجْمُوعَةً مِنَ القدرات في مجالات مُعَيَّنَةٍ لِيَكُونَ قَادِرًا عَلَى العَمَلِ فِي سوقِ الإعلامِ، وَمِنْهَا القدرة عَلَى التلويح الصوتي وامتلاك مخارج حروف سليمة، والقدرة عَلَى الارتجال، وطرح أفكار قابلة للتنفيذ إعلاميًا، إضافة إلى الثقافة الواسعة، وَيَرَى بَعْضُ الباحثين أن ضعف الثقافة لَدَى غالبية خريجي الإعلام يعوق قدرتهم عَلَى إنتاج مَحْتَوَى قابلًا للبحث والنشر، وَأَنْ رَأْسَمَالِ صَانِعِ المَحْتَوَى الإعلامي هو الثقافة الواسعة الَّتِي تُسَاعِدُهُ عَلَى الوصولِ إِلَى المصادرِ، وحسن اختيارها، ومعالجتها لتصبح صالحة للبحث أو النشر، وَأَنْ فاقد الشيء لا يُعْطِيهِ، فَكَيْفَ يُمْكِنُ لِشَخْصٍ لا يملك الثقافة، وَالْمَعْلُومَاتِ الكافية أَنْ يَنْتِجَ مَحْتَوَى يتابعه الجُمهُورُ. وَهَذَا يَتَّفِقُ مَعَ دراسة (السويد، 2015) الَّتِي أشارَ فِي نَتَائِجِ دِرَاسَتِهِ إِلَى أَنْ تَعْيِينَ الخريج يعتمد عَلَى ما يملكه من قدرات وَمَهَارَاتِ.

## صفات الإعلامي المحترف:

أكد الباحثين كلهم عَلَى أهمية توفر صفات مُعَيَّنَةٍ لَدَى خريجِ الإعلام لتزداد فرصته بالتعيين، وَلِيَكُونَ مؤهلاً لِلْعَمَلِ، وَمِنْهَا: الشغف الَّذِي يُؤَدِي إِلَى الانغماس بالعمل، وَمِنْ ثَمَّ إتقان العَمَلِ نتيجة تكررهِ، واكتساب خبرة واسعة بِهِ، وَكَذَلِكَ ضَرُورَةٌ أَنْ تُكُونَ شَخْصِيَّةِ الإعلامي قوية، وَلَدَيْهِ كَاريزِمَا، وحسب وجهة نظر بَعْضِ الباحثين فإن جزءًا من الكاريزما يَأْتِي مِنَ الثقة بالنفس، وَهَذِهِ تزداد من خِلالِ القِرَاءَةِ الدَائِمَةِ، وَالْحُصُولِ عَلَى ثقافة واسعة، والاختلاط أَكْثَرَ فِي الوَسْطِ الإعلامي، وَالْحُصُولِ عَلَى تجارب مُتَعَدِّدَةٍ مِنْهُ، ويرى الباحث أهمية الكاريزما لأنها مهمة فِي الوُصُولِ إِلَى المصادرِ، وإقناع أصحابها بِإِعْطَائِهِ المَعْلُومَاتِ، وَهِيَ تَنعَكِسُ عَلَى قدرته عَلَى قول ما يُرِيدُ دونَ الخوفِ، أَوْ الترددِ، أَمَّا حَوْلَ الفُضُولِ الإيجابي فَأشارَ بَعْضُ الباحثين إِلَى أهميته فِي الوُصُولِ إِلَى المَعْلُومَةِ، ويرى الباحث أن الفُضُولَ الإيجابي يقود إِلَى تحسس ما يُفَكِّرُ بِهِ النَّاسُ، ويجعل الإعلامي أَكْثَرَ قُدْرَةً عَلَى مَعْرِفَةِ الجُمهُورِ، واحتياجاتهم، وآماله، ومخاوفه، مِمَّا يجعله أَكْثَرَ قُدْرَةً عَلَى بِنَاءِ محتوى قَرِيبٍ مِنَ النَّاسِ، وَهَذَا أحد أسرار النجاح فِي عالمِ الإعلامِ.

ركز غالبية الباحثين عَلَى صفة السعي للإنتاج المُبَكِّرِ للمحتوى، وأهميتها فِي مَدِّ الخريج بمهارات تلزمه فِي العَمَلِ الإعلامي، وَجَعَلَهُ جاذبًا لِلوِظِيفَةِ الإعلاميةِ.

لَمْ تشر الدراسات السَّابِقَةُ الَّتِي استعرضها الباحث إِلَى صفات الإعلامي المحترف، وَلَكِنَّهَا ركزت عَلَى المهارات والقدرات أَكْثَرَ مِنْهَا.

## الدورات ودورها في تزويد الطلبة بالمهارات:

أكد المبحوثون كلهم على أهمية الدورات في تأهيل خريج كلية الإعلام، وتزويده بالمهارات اللازمة لعمله، وشددوا على أن الدورات تكمل المنهاج الجامعي، وترسخ المهارات المأخوذة أثناء الدراسة، بل وتُعطي الطالب أو الطالبة خبرة ضرورية ليكون جاهزاً بعد تخرجه مباشرة لسوق العمل.

وتنوعت الدورات التي أشار إليها المبحوثون ما بين الدورات الفنية والإعلامية المباشرة التي لها علاقة بالإنتاج الإعلامي، ودورات اللغة والمحتوى، ودورات بناء الشخصية، بل إن بعض المبحوثين أشاروا إلى دورات لا علاقة مباشرة لها بالإعلام، بل قد يحتاج إليها الإعلامي في عمله، خاصة عندما يغطي الأزمات، والمؤتمرات، مثل: فنون التعامل مع الأزمات، واليسعافات الأولية.

وأشار غالبية المبحوثون إلى خطورة عمل الإعلامي دون معرفته بالقوانين والتشريعات التي تحكم الإعلام؛ مما قد يؤدي به إلى السجن، أو المحاكمة عند مخالفة القانون، لذلك يجب عدم الاكتفاء بما يأخذه الطالب أو الطالبة في مادة أخلاقيات الإعلام وتشريعاته، بل من المهم أن يتدرب على كيفية بناء محتوى غير مخالف للقانون، والتشريعات. ويرى الباحث من خبرته الشخصية أن الدورات تسرع في فهم الخريج للعمل الإعلامي، وتجعله أكثر جرأة في بناء المحتوى، وأكثر قدرة على دخول المجال العملي.

وقد أشارت غالبية الدراسات السابقة، التي استعرضها الباحث، إلى ما يعوض عن الدورات، وهو التدريب العملي في المؤسسات، ولم تشر غالبية هذه الدراسات إلى أهمية الدورات التدريبية، خاصة في المجالات التي لها علاقة بالمهارات الشخصية، والبحث والتحليل، وغيرها.

## الخريج هو الأساس في التميز:

ركز بعض المبحوثين على مقولة أن الخريج هو الأساس في التميز، وأن صفاته الشخصية، خاصة شغفه وقدرته على تعلم كل جديد، وتركيزه على اكتساب مهارات جديدة، هي من يجعل الخريج جاهزاً لسوق العمل أكثر من غيره، وأكد عدد من المبحوثين أن هذا هو ما يحدد مقدار حماس الخريج للعمل.

## الخريجون لديهم الحد الأدنى من المهارات:

رغم أن بعض المبحوثين اشتكى من عدم امتلاك بعض خريجي كليات الإعلام للمهارات اللازمة لممارسة العمل الإعلامي، فإن غالبيتهم أشاروا إلى امتلاك الخريجين الحد الأدنى من المهارات اللازمة للممارسة العمل الإعلامي، ويرى الباحث أن غالبية المبحوثين أشاروا لذلك، لأن هناك بعض الكليات زادت من نسبة التدريب العملي في مناهجها، إضافة



إلى أن كل طالب يَقُومُ بالتدريب في مؤسسة إعلامية، وهَذَا متطلب لتخرجه، وهَذَا يخالف ما جاءت به مُعْظَم الدراسات السَّابِقَة.

### العلاقات العامة الطريق لنجاح الإعلامي:

أكد غالبية المبحوثين أن قُدْرَة الخريج عَلَى مُمَارَسَة العلاقات العامة، والتواصل مَعَ المصادر، هما طريقه للنجاح في عمله، ويرى الباحث أن المصادر جزءًا مهمًا من عمل الإعلامي، فَلَا يُمْكِنُ بِنَاء محتوَى دونَ الحُصُول عَلَى مَعْلُومَات من مصادرِها، وَهَذِهِ المصادر تحتاج إلى بِنَاء ثِقَة مَعَ الإعلاميين، وَهَذَا يتأتى من القُدْرَة عَلَى بِنَاء العلاقات العامة، هَذَا وَلَمْ تشر الدراسات السَّابِقَة الَّتِي راجعها الباحث إلى أهمية العلاقات العامة في نجاح الخريج في عمله الإعلامي.

### وظيفة الإعلام تواجه تحديات كبيرة:

في ظل انتشار الرقمية، فإن الإعلام يواجه تحديات جديدة ومتجددة، فَمَنْ الإغلاقات المتتالية للصحف الورقية، وَمَرورًا بالتنافس الشَّدِيد مَعَ خريجي الكليات الأخرى، وإلى أن نصل إلى الفجوة بَيْنَ الأكاديمي والعملي في الإعلام. وركز المبحوثون كثيرًا عَلَى مَوْضوع الأنا العالية، والسلوكات السَّلْبِيَّة الَّتِي يَقُومُ بِهَا بَعْض الخريجين؛ مِمَّا يقلل من توظيفهم، أَوْ نجاحهم في عملهم الإعلامي، وَعَلَى رأسها غياب القراءة المهمة التي تزود الإعلامي بمخزونين: ثقافي، ولُغوي يعززان محتواه لَوْ حَصَلَ.

ويرى الباحث أن هُنَاكَ وعيا شَدِيدًا لَدَى العاملين في الإعلام لأهمية تواضع الإعلامي كِيَّ يَكُون قريبًا من النَّاس، إضافة إلى أن انتشار منصات التواصل الاجتماعي، وَظُهُور ما يُسمى بالصحفي المواطن أثر نوعًا ما عَلَى مهنة الإعلام، وَمَعَ ذَلِكَ يرى الباحث أن هَذِهِ التغيرات الرقمية بقدر ما صنعت تحديات لخريجي كليات الإعلام، فإنها صنعت لَهُمْ فرصًا عديدة من خلال إتاحة المجال لَهُمْ لعمل صَفَحَات خاصة بِهِمْ، ونشر محتوَاهم بِشَكْل مبكر، مِمَّا يشكل فُرْصَة تدريبية عَمَلِيَّة مبكرة في حياتهم، إضافة إلى أن هُنَاكَ بَعْض طَلَبَة الإعلام ممن تمكنوا من أن يصبحوا من المؤثرين عَلَى منصات التواصل الاجتماعي، وآخرون تمكنوا من تحقيق دخل مادي ملموس من المدونات، أَوْ عَن طَرِيق مشاهدات اليوتيوب، أَوْ الإعلانات الَّتِي يحصلون عَلَيْهَا من الشَّرِكَات والمؤسسات الْمُخْتَلِفَة نتيجة انتشار محتوَاهم.

وَقَدْ أشارت إلى بَعْض من هَذِهِ التَّحْدِيَات الدراسات السابقة، وخاصة دراسة كل من: (البن، 2012)، (السويد،

(2016)، (الرواس، 2002)، (الخطيب، 2021)، و (Vasilendiuc and Melinda, 2020).

**التوصيات:**

بناءً على نتائج هذه الدراسة يوصي الباحث بما يأتي:

**أولاً:** اختيار أساتذة الإعلام من الممارسين للإعلام أو ممن مارسوا الإعلام لتقلّ التجربة العمليّة للطلّبة.

**ثانياً:** التركيز على الموادّ العمليّة والتدريب في مناهج كليات الإعلام، لتكوّن مخرجاتها مهارات تُساعد الخريج على العمل.

**ثالثاً:** تدريب الطّلبة على المهارات الرقمية، والتركيز عليها، وعلى منطقية (Logic) التطبيقات الرقمية.

**رابعاً:** تحويل كليات الإعلام إلى بيئة عمل إعلامي متكاملة.

**خامساً:** تزويد الطالبة أو الطالب بمهارات النقد الإعلامي، لزيادة قدرتهم على التمييز بين المحتوى الكاذب والمحتوى الصادق.

**سادساً:** إجراء امتحان لاختيار الطالبات والطلّبة المناسبين لدراسة الإعلام.

**سابعاً:** التركيز على بناء شخصيّة الطالبة والطالب، فهي الأساس لصناعة إعلامي ناجح.

**ثامناً:** حت الطّلبة والطالبات على القراءة، والتثقف في مختلف الجوانب السياسية والاقتصادية وما يهم المواطن.

**تاسعاً:** غرس حبّ التعلّم المُستمرّ، والتركيز على أسلوب التعلم الذاتي للطلاب، بسبب التغيرات السريعة في عالم اليوم.

**عاشراً:** تشجيع الطّلبة والطالبات على مُمارسة الإعلام بشكل مبكر من خلال التدريب في المؤسسات الإعلامية أو عن طريق إنشاء صفّحات في منصات التواصل الاجتماعي.

## المراجع

- البن، د. حمدي (2012). **الارتقاء بجودة مخرجات قسم الإذاعة والتلفزيون بجامعة الحديدة ودورها في خدمة المجتمع ومتطلبات سوق العمل**، مجلّة الباحث الجامعي، (8)، 251-276.
- بيير وليفي، شارلين وباتريشيا. (2011). **البحوث الكيفية في العلوم الاجتماعية (هناك الجوهرية، مترجمة)**. المركز القومي للترجمة.
- الخطيب، د. فاطمة الزهراء (2021). **إعداد وتأهيل خريجي قسم الإذاعة والتلفزيون في الجامعات الخاصة - دراسة حالة على جامعة 6 أكتوبر**، مجلّة البحوث الإعلامية، 56، (2ج). 704-754.
- الرواس، د. أنور بن محمد. (2002) **خريجو قسم الإعلام بجامعة السلطان قابوس العاملون في الإعلام الرسمي (دراسة تقويمية)**. مجلّة البصائر، 6، (2)، 163-220.
- السويد، د. محمد بن علي (2015). **عوامل توجه بعض خريجي أقسام الإعلام إلى العمل في وظائف غير إعلامية دراسة ميدانية على عينة من خريجي التخصصات الإعلامية العاملين في وظائف خارج نطاق اختصاصاتهم الأكاديمية في مدينة الرياض**. مجلّة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 38، 176-257.
- السويد، د. محمد بن علي (2016). **تقييم الإعلاميين لواقع توظيف خريجي الإعلام، ومستقبلهم الوظيفي - دراسة كيفية على عينة من الأكاديميين والمسؤولين والمهنيين الإعلاميين في مدينة الرياض**. مجلّة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 40، 147-209.
- عبيدات، د. محمد، وأبو نصار، د. محمد، ومبويضين، د. عقلة، (1999). **منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات**، عمان، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية الجامعة الأردنية.
- العساف، صالح. (2012). **المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية (ط2)**. دار الزهراء.
- مزروع، رشا عبد الرحيم (2013). **أطر معالجة القنوات العامة والإسلامية للصراع بين القوى السياسية الفاعلة بشأن الستفتاء على الدستور بعد ثورة 25 يناير**، دورية إعلام الشرق الأوسط، 22، (9)، 4-9.

## References

- Fuqaha, Nader Saeed and others. (2015). **Skills and Development Gap in the Occupied Palestinian Territory. A joint report by the Arab World Center for Research and Development and the Care International Foundation in the West Bank and Gaza Strip.** With funding from DFID, Palestine.
- Vasilendiu and Melinda, Natalia and Rodica. (2020, 4, 23). **Journalism Graduates Versus Media Employers' Views on Profession and Skills. Findings from a Nine-Year Longitudinal Study.** *Journalism Practice*, 15 (5), 704-721. Retrieved from <https://www.tandfonline.com/doi/citedby/10.1080/17512786.2020.1753562?scroll=top&needAccess=true&role=tab>).

د. محمود الرجبي - جامعة الشرق الأوسط ، [Malrajabe@meu.edu.jo](mailto:Malrajabe@meu.edu.jo)

## Content

No.	Research Title	Researcher	Page
1	<b>The phenomenon of information flow from traditional and new media about the Corona pandemic from the perspective of newly graduated media professionals in Yemen</b>	Dr. Mansour Al-Muntasir	<b>7</b>
2	<b>The role of practical courses in the Faculty of Media at the Middle East University in providing graduates with labor market skills</b>	Dr. Ahmad Oreqat Dr. Ramez Abuhasirah	<b>26</b>
3	<b>The academic training in media faculties and its implications for professional practice: a field study on media practitioners in Jordanian Media Institutions</b>	Dr. Ramez Abuhasirah	<b>54</b>
4	<b>The role of English language courses in media colleges in providing their graduates with labor market skills: an applied study on graduates of Middle East University</b>	Dr. Mazen Al-Fedawi	<b>88</b>
5	<b>Skills that help employ media graduates in the labor market from the point of view of practicing media professionals.</b>	Dr. Mahmoud Al Rajabi	<b>120</b>

5. MEJCS accepts papers in Microsoft Word (doc.) or (docx) format using Times Roman font in size 12 with double-line spacing. All submissions must include an abstract of no more than 200 words and five to six keywords. All submissions must be emailed to [MEJCS@meu.edu.jo](mailto:MEJCS@meu.edu.jo)
6. Authors' names, institutional addresses and affiliations must be included in a separate file, including the name of the corresponding author.
7. The number of words should range between (6000 – 9000) words, and the paper should include a summary of no more than (200) words in both languages: Arabic and English, regardless of the language in which the research was written, and five to six key/key words.
8. All submissions must follow the latest edition of APA (the 7<sup>th</sup> edition).
9. Reviewers' reports are advisory and the Board reserves the right not to publish any manuscript.
10. If the author chooses to withdraw his/her manuscript either in or after the process of review, he/she shall reimburse MEJCS for the cost of reviewing the paper.
11. Authors may post a final version of the paper on institutional repositories or provide links to their papers.
12. Opinions expressed in the published manuscripts are solely those of the authors and do not necessarily reflect those of Middle East University.
13. The Editorial Board reserves all rights to make stylistic and/or grammatical changes.
14. The Editorial Board's decisions regarding suitability for publication are final. The Board reserves the right not to justify these decisions.

### Copyright Notice

The Middle East Journal of Communication Studies owns the intellectual property rights for every research published in the journal, and the author(s) must obtain the approval of the responsible editor-in-chief for any other uses of their published papers.

### All Manuscripts should be sent to:

Editor-in-Chief  
Deanship of Graduate studies and scientific research  
Middle East University-Amman-Jordan  
Tel:+96264790222 - Ext: 683, 682  
Postal Code: (11831) Amman –Jordan  
Email: [MEJCS@meu.edu.jo](mailto:MEJCS@meu.edu.jo)  
Website: <https://MEJCS.meu.edu.jo>

# MIDDLE EAST JOURNAL OF COMMUNICATION STUDIES

## A Refereed Scientific Journal Published by Middle East University

### Journal Information

#### Publishing Permission Number at the Department of Press and Publication:

MNE/94/Specialized Publication/2021

**Deposit Number at the National Library:** (D/68142021/)

**The International Standard Serial Number:**

**Print ISSN: 2790 - 5608    Online ISSN : 2790 - 5616**

All Rights Reserved to the Deanship of Graduate Studies  
and Scientific research- Middle East University, Amman, Jordan.

No part of this publication may be reproduced or recopied in any form or by any means-electronic, mechanical, photocopying, recording, or storing in a relative form. Thereafter, prior written permission from the Editor-in-Chief must be obtained.

### Aims and Scope:

Middle East Journal of Communication Studies (MEJCS) is a new, biannual journal with a focus on communication studies and the MENA region. We welcome highly-quality original articles that draw upon a variety of disciplines to explore issues related to methodological and theoretical developments in the field. Both English and Arabic articles are welcome, but preference will be given to contributions in English. Original articles should be between 6000-9000- words, including abstract, references and footnotes. The journal uses a double-blind peer- reviewed process by independent, anonymous expert referees.

### Open Access Policy:

**MEJCS** requires no submission or publication fees. **MEJCS** provides immediate open access to its content on the principle that making research freely available to the public supports a greater global exchange of knowledge.

### Author Guidelines:

1. Paper is subject to the Open Access Publication Policy, and is available free of charge on the journal page on the Middle East University website, which retains the full copyright of all published research and contributions.
2. The Middle East Journal of Communication Studies does not charge any publication fees.
3. Any manuscript submitted for consideration by MEJCS must be original and not being considered for publication anywhere else. Authors are required to submit, along with their manuscript, a signed form confirming that. (A signed and scanned copy of the letter is accepted via e-mail).
4. All submitted manuscripts will be reviewed according to academic originality, contribution to knowledge, potential advancement of the field, methodology, and findings.



## Editorial Committee:

Professor Salam Al-Mahadin	Dean of Graduate Studies and Scientific Research, Chief Editor
Dr. Nissreen Yousef	Faculty of Arts and Educational Sciences, Member
Dr. Hafiza Ahmad	Faculty of Arts and Educational Sciences, Member
Dr. Sabah Harahsheh	Faculty of Media, Member
Dr. Mahmoud Al-Rajabi	Faculty of Media, Member
Dr. Ramez Abuhasirah	Faculty of Media, Member
Mr. Ashraf Tarawneh	Head of Scientific Research Department, Editorial Assistant

## Editorial Board:

Professor Hussein Alkhozah	Al Balq'a Applied University
Professor Mai Al-Abdullah	Lebanese University
Professor Haitham Qutb	Lebanese University
Professor Nebal Abdulkareem	University of Baghdad
Professor Ayman Al-Sheik	Khartoum University
Professor Khalaf Al-Tahat	United Arab Emirates University
Professor Amin Wafi	Islamic University of Gaza
Dr. Mikhled Zyoudey	Yarmouk University

## Arabic Language Editor:

Dr. Hafiza Ahmad	Faculty of Arts and Educational Sciences
------------------	--

## Formatting:

Hadeel Abu-Salah	Deanship of Graduate Studies and Scientific Research
------------------	--

## Graphic Designer

Mr. Ibrahim Ashour	Media and Public Relations Department
--------------------	---------------------------------------

# MIDDLE EAST JOURNAL OF COMMUNICATION STUDIES (MEJCS)

A new, biannual journal with  
a focus on communication

Volume (2)	2022
Issue (2)	