

## فاعلية التدريب الميداني في تأهيل طلبة كليات الإعلام لسوق العمل: جامعتا اليرموك والشرق الأوسط أنموذجا

د. صدام المشاقبة – جامعة الشرق الأوسط  
د. رامز أبو حصيرة – جامعة الشرق الأوسط

### **The effectiveness of field training in qualifying students of media faculties for the labor market: Yarmouk and Middle East universities as a model**

Dr. Saddam Al-Masshaqbah – Middle East university  
Dr. Ramez Abuhasirah – Middle East university

**فاعلية التدريب الميداني في تأهيل طلبة كليات الإعلام لسوق العمل: جامعة اليرموك والشرق الأوسط أنموذجاً****د. صدام المشاقبة – جامعة الشرق الأوسط****د. رامز أبو حصيرة – جامعة الشرق الأوسط****الملخص**

هدفت الدراسة التعرف إلى فاعلية مساق التدريب الميداني في رفع قدرات طلبة كليات الإعلام بالجامعات الأردنية الحكومية والخاصة، وتأهيلهم لسوق العمل، واستندت الدراسة إلى منهج مسح الجمهور، بالتطبيق على عينة عشوائية بسيطة قوامها (264) طالباً وطالبة في كليتي الإعلام بجامعة الشرق الأوسط وجامعة اليرموك، وأظهرت النتائج أن درجة التزام الطلبة بالدوام خلال فترة التدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية جاءت بدرجة "كبيرة جداً" بنسبة (39.8%)، بينما جاءت درجة استفادتهم من التدريب الميداني بدرجة "متوسطة" بنسبة (29.2%)، وتمثلت أبرز المجالات التي تدرب عليها الطلبة في: "التحرير الصحفي"، و"إعداد البرامج الإذاعية والتلفزيونية"، و"فن الإلقاء والتقديم"، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن واقع التدريب الميداني لطلبة كليتي الإعلام بجامعة الشرق الأوسط وجامعة اليرموك قد تمثل في: "قرب المسافة بين مكان السكن والمؤسسة الإعلامية مهم في الاستفادة من التدريب" بوسط حسابي بلغ (4.27) وبدرجة مرتفعة، بينما تمثلت فاعلية التدريب الميداني في تأهيل الطلبة لسوق العمل في: "التعرف إلى آلية عمل المؤسسة الإعلامية"، و"اكتساب العلاقات الجديدة في سوق العمل"، و"التعرف إلى مشكلات العاملين في المؤسسات الإعلامية".

**الكلمات المفتاحية: فاعلية التدريب الميداني، خريجو كليات الإعلام، مهارات سوق العمل، جامعة الشرق الأوسط،****جامعة اليرموك**

**The effectiveness of field training in qualifying students of media faculties for the labor market: Yarmouk and Middle East universities as a model**

**Dr. Saddam Al-Masshaqbah – Middle East university**

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

**Abstract**

The study aimed to identify the effectiveness of the field training course in raising the capabilities of students of media faculties in public and private Jordanian universities and qualifying them for the labor market. The results showed that the degree of students' commitment to attendance during the field training period in media institutions came to a "huge" degree, at a rate of (39.8%), while the degree of their benefit from field training came to a "medium" degree, at a rate of (29.2%). In: "Journalism Editing," Preparation of Radio and Television Programs," and "The Art of Speaking and Presentation." training" with an arithmetic mean of (4.27) and a high degree. In contrast, the effectiveness of the field training was represented in qualifying students for the labor market by: "recognizing the mechanism of work of the media institution," "acquiring new relationships in the labor market." and "Identifying the problems of workers in media institutions.

**Key words: The effectiveness of field training, graduates of media faculties, labor market skills, Middle East University, Yarmouk University**

## مقدمة

يُشكل مساق التدريب الميداني التجربة العملية الأولى لطلبة كليات الإعلام داخل المؤسسات الإعلامية، وبذلك يعتبر جسراً يسير فوقه الطلبة خلال مرحلة الانتقال من المعرفة النظرية والتطبيقات العملية داخل الفصول الدراسية في الكليات إلى ممارسة المهنة الإعلامية داخل سوق العمل.

وسعت كليات الإعلام في الجامعات الأردنية إلى زيادة الجانب العملي في مساقاتها المختلفة إيماناً منها بأهمية الجانب العملي في رفع قدرات الطلبة على نحو يؤهلهم لخوض غمار العمل في المؤسسات الإعلامية، ولكن هذه الخطوة لا تُغني عن مساق التدريب الميداني الذي يؤهلهم لسوق العمل، ويعرفهم على ظروفه وتحدياته ومشاكله، ويجعلهم أكثر دراية بواقع المهنة ومتطلباتها.

وتؤكد نتائج العديد من الدراسات العلمية بضرورة زيادة عدد ساعات التدريب الميداني للتخصصات كافة في كليات الإعلام، إلى جانب تكثيف المهارات التقنية لدى الطلبة لمساعدتهم في مواجهة التغيرات الحاصلة في سوق العمل الإعلامي، إذ أظهرت نتائج دراسة (Wang, 2022)، أنّ المؤسسات الإعلامية تميل إلى توظيف الخريجين الذين يمتلكون مهارات الإعلام الرقمي، وإنتاج الفيديو، ومهارات تحليل البيانات، وتتجاهل مهارات الصحافة التقليدية، بينما أظهرت نتائج دراسة أردنية علمية حديثة، أنّ زيادة عدد ساعات التدريب الميداني من شأنه أن يؤهل طلبة متمكنين من الأدوات والتقنيات والتطبيقات الإعلامية الحديثة، إلى جانب اكتساب المهارات العملية والتقنية التي تؤهلهم لدخول سوق العمل الإعلامي في المستقبل (Abuhasirah & Ismael, 2023).

وتأتي تلك الدراسات في ظل ارتفاع معدلات البطالة في الأردن من حملة الشهادات، وفقاً لدائرة الإحصاءات العامة، حيث بلغت نسبة المتعطلين الذكور من حملة البكالوريوس فأعلى (29.5%) مقابل (81.8%)، للإناث، خلال الربع الثالث من العام 2022 (وكالة أنباء بتر، 2023).

وبناءً على ما سبق، تظهر أهمية إجراء دراسات علمية للوقوف على واقع مساق التدريب الميداني في كليات الإعلام، من أجل تطويره وزيادة فعاليته، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على المخرجات الأكاديمية في الجامعات الأردنية، بحيث تصبح منسجمة مع متطلبات سوق العمل.

### مشكلة الدراسة

يُعد مساق التدريب الميداني مرحلة مهمة في مسار الطلبة الجامعيين، إذ يسمح هذا المساق بدخول الطلبة مجال العمل الإعلامي وممارسته، في ظل التطورات الهائلة للتقنيات الفنية الخاصة في الإنتاج الإعلامي، وبرامجها المتعددة؛ مما يفرض ضرورة امتلاك طلبة الإعلام مهارات متنوعة من مهارة الكتابة والتحرير، والتصوير، وإدارة المحتوى وإنتاجه، والمونتاج، واستخدام الموبايل في إنتاج المحتوى الإعلامي الرقمي، حتى يتمكنوا من المنافسة في سوق العمل، وفي إطار ما سبق، وفي ظل نتائج الدراسات التي أكدت ضرورة زيادة عدد ساعات التدريب الميداني، من أجل اكتساب المهارات العملية والتقنية التي تؤهل الطلبة لدخول سوق العمل الإعلامي، تتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة عن السؤال التالي: **ما درجة فاعلية التدريب الميداني في تأهيل طلبة كليات الإعلام لسوق العمل؟**

### أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة من أهمية مساق التدريب الميداني الذي يُعد التجربة الأولى لطلبة كليات الإعلام التي تؤهلهم لدخول سوق العمل، ويمكن تحديد أهمية الدراسة في كل مما يأتي:

### الأهمية العلمية

1. أهمية الموضوع محل الدراسة في ظل ندرة الدراسات الأردنية التي تناولت مساق التدريب الميداني في كليات الإعلام بالجامعات الأردنية، رغم ارتباطه بشكل رئيس بسوق العمل.
2. أهمية الوقوف على المهارات التي يكتسبها طلبة كليات الإعلام خلال مساق التدريب الميداني، وتحديد المهارات الواجب توفرها لدى الطلبة من أجل ممارسة العمل الإعلامي.

3. توجه الجامعات الأردنية إلى إقرار إستراتيجيات تعليمية، تؤكد على ضرورة الاهتمام بتطوير المهارات العملية والتقنية لطلبة كليات الإعلام، عبر زيادة المساقات التدريبية.

### الأهمية العملية

1. قد تفيد نتائج الدراسة في أن تكون مرجعاً لأصحاب القرار في الجامعات والمؤسسات الإعلامية في تطوير مساق التدريب الميداني، بعد تحديد نقاط الضعف والقوة في التدريب.
2. تقديم عدد من المقترحات التي قد تسهم في تضيق الفجوة الحاصلة بين المنظومة التعليمية لطلبة كليات الإعلام، ومتطلبات سوق العمل؛ بما ينعكس على الممارسة الإعلامية.

### أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. التعرف إلى أن إنجاز طلبة كليات الإعلام لمساق التدريب الميداني كان ضمن فصل دراسي منفصل أم مع دراسة مساقات أخرى.
2. الكشف عن درجة التزام طلبة كليات الإعلام بالدوام خلال فترة التدريب الميداني.
3. تحديد درجة استفادة طلبة كليات الإعلام من التدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية.
4. التعرف إلى المجالات التي تدرّب عليها طلبة كليات الإعلام في المؤسسات الإعلامية.
5. الوقوف على واقع التدريب الميداني لطلبة كليات الإعلام في المؤسسات الإعلامية.
6. التعرف إلى درجة فاعلية التدريب الميداني في تأهيل طلبة كليات الإعلام لسوق العمل.

### أسئلة الدراسة:

تتمثل أسئلة الدراسة في كل مما يأتي:

1. هل أنجز طلبة كليات الإعلام مساق التدريب الميداني ضمن فصل دراسي منفصل أم مع مساقات أخرى؟

2. ما درجة التزام طلبة كليات الإعلام بالدوام خلال فترة التدريب الميداني؟
3. ما درجة استفادة طلبة كليات الإعلام من التدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية؟
4. ما المجالات التي تدرب عليها طلبة كليات الإعلام في المؤسسات الإعلامية؟
5. ما واقع التدريب الميداني لطلبة كليات الإعلام في المؤسسات الإعلامية؟
6. ما درجة فاعلية التدريب الميداني في تأهيل طلبة كليات الإعلام لسوق العمل؟

### فرضيات الدراسة

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فعالية التدريب الميداني في تأهيل طلبة كليات الإعلام لسوق العمل وفقاً للمتغيرات الآتية: (النوع الاجتماعي، والجامعة، والتخصص الدقيق، ومكان السكن، ونوع المؤسسة الإعلامية).
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التزام الطلبة بالدوام وبين درجة الاستفادة من التدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية الأردنية.
3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين فاعلية التدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية الأردنية ودرجة استفادة الطلبة من التدريب الميداني.

### المفاهيم الإجرائية للدراسة

**الفاعلية:** تحقيق أهداف مساق التدريب الميداني في كليات الإعلام بالجامعات الأردنية.

**التدريب الإعلامي:** التدريب الذي يحصل عليه الطلبة داخل المؤسسات الإعلامية الأردنية؛ بهدف تزويدهم بالمهارات والخبرات المهنية التي توهمهم لممارسة مهنة الإعلام بكفاءة.

**مساق التدريب الميداني في كليات الإعلام:** أحد المقررات الدراسية التطبيقية التي يدرسها طلبة كليات الإعلام بالجامعات الأردنية، ويخصص له (6) ساعات من الخطة الدراسية.

**مهارات سوق العمل:** مجموعة المهارات الأساسية التي يجب أن تتوفر في طلبة كلية الإعلام بالجامعات الأردنية، والتي تؤهله للحصول على وظيفة أو ممارسة العمل الإعلامي.

#### حدود الدراسة

- **الحدود الموضوعية:** وتتمثل في درجة فاعلية مساق التدريب الميداني في تأهيل طلبة كليات الإعلام بجامعة اليرموك والشرق الأوسط لسوق العمل الإعلامي.
- **الحدود الزمانية:** تتمثل في الفترة الزمنية من 01 أيلول 2022 حتى 06 آذار 2023.
- **الحدود المكانية:** طبقت هذه الدراسة على عينة عشوائية من طلبة كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط واليرموك، والذين سجلوا مساق التدريب الميداني للعام الدراسي 2021-2022.

#### الدراسات السابقة

من خلال مراجعة أدبيات الدراسات السابقة يتضح الاهتمام بموضوع التدريب الميداني، حيث هدفت دراسة (Abuhasirah & Ismael, 2023)، التعرف إلى مسارات تضييق الفجوة بين الدراسة الأكاديمية في كليات الإعلام وأقسامها ومعاهده، وبين الممارسة الإعلامية؛ من خلال استخدام المنهج المسحي والكيفي، عبر إجراء دراسة استطلاعية ميدانية قوامها (50) مفردة من الممارسين للعمل الإعلامي، ومقابلة (15) أستاذاً ومدرسا في كليات الإعلام وأقسامها بالجامعات الأردنية، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن أبرز المسارات لتضييق الفجوة بين الدراسة الأكاديمية وبين الممارسة الإعلامية تتمثل في: إعداد برامج تدريبية متطورة للطلبة، وتطوير مراكز التدريب في كليات الإعلام، إلى جانب زيادة عدد ساعات التدريب الميداني، بحيث تُصبح (9) ساعات، موزعة على ثلاثة فصول متتالية، وتقوم المؤسسات الإعلامية بتقديم مقترحات لكليات الإعلام حول هذا التدريب، ودرجة التزام الطلبة به.

هدفت دراسة Wang (2022)، الكشف عن التناقض بين العرض والطلب لتدريب المواهب الصحافية وكيفية مواجهتها، والتعرف إلى المهارات المهنية، ومدى توافقها مع المناهج الدراسية في



كليات الإعلام، عبر استخدام المنهج الوصفي، وتحليل محتوى المناهج الدراسية في (120) جامعة تُدرس الإعلام في الصين، إلى جانب تحليل (724) عرض عمل قدمتها مؤسسات متنوعة حول المهارات المهنية الواجب توفرها في المتقدم إلى الوظيفة، وأظهرت نتائج الدراسة أنّ المؤسسات الإعلامية والشركات تميل إلى توظيف الخريجين الذين يمتلكون مهارات الإعلام الرقمي، وإنتاج الفيديو، ومهارات تحليل البيانات، وتتجاهل مهارات الصحافة التقليدية.

وكشفت دراسة Zhang (2022)، 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) طالباً في إحدى الجامعات الصينية، وأكدت نتائج الدراسة ضرورة امتلاك الطلبة للمهارات المعرفية والتقنية الجديدة التي تمكنهم من ممارسة العمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية.

وهدفت دراسة العليمات وآخرون (2021)، التعرف إلى كفاءة التدريب الميداني لطلبة كلية إعلام جامعة اليرموك في المؤسسات الإعلامية الأردنية، من خلال استخدام المنهج المسحي، بالتطبيق على عينة قوامها (117) مفردة من طلبة كلية الإعلام في جامعة اليرموك الذين تدربوا ميدانياً في الفصل الصيفي عام (2020)، وخلصت النتائج إلى أنّ درجة كفاءة التدريب الميداني للطلبة في المؤسسات الإعلامية من وجهة نظر المتدربين، ومدى رضاهم عن آلية إجراء التدريب الميداني، ودور كل من المؤسسات الإعلامية والمتدرب نفسه، جاءت بدرجة متوسطة.

وسعت دراسة فخر الدين (2021)، إلى رصد التأهيل الأكاديمي لطلاب كليات الإعلام وأقسامها في الجامعات المصرية الحكومية والخاصة، وتقييمه، وتحديد مدى ملاءمته لمتطلبات سوق العمل المتغيرة، عبر استخدام منهج المسح بالعينة، بالتطبيق على (620) مبحوثاً، تضمنت (363) طالباً و(156) خريجاً، و(101) خبيراً يشملون المجالات الإعلامية كافة، وأشارت إلى أنّ أهم مهارة مطلوبة لسوق العمل في العصر

الرقمي هي إتقان استخدام تكنولوجيا الاتصال في المجال الإعلامي، والإلمام بحاجات سوق العمل الإعلامي الجديد ومتطلباته المتغيرة.

وهدفت 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 الأكاديمية 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، نظرًا لما تعلموه في المحاضرات والبرامج التدريبية.

وعقدت دراسة **Vasilendiu & Sutu (2020)**، مقارنة بين آراء خريجي الصحافة والإعلام، وأرباب العمل حول المهارات الصحفية المطلوبة في سوق العمل، عبر مسح ميداني لطلبة السنة الأخيرة في كلية الصحافة وعلوم الاتصال في جامعة بوخارست برومانيا بلغ عددهم (374) طالبًا وطالبة، وأظهرت نتائج الدراسة أن الطلبة الذين تدربوا ميدانيًا في المؤسسات الإعلامية استطاعوا فهم القيم المهنية المرتبطة بسوق العمل، على عكس الطلبة الذين لم يخضعوا للتدريب في المؤسسات الإعلامية، وخلصت النتائج إلى وجود ضعف في التنسيق بين كليات الصحافة والإعلام وبين المؤسسات الإعلامية، مما يدل على وجود فجوة حادة بين مخرجات التعليم ومتطلبات سوق العمل.

وأظهرت نتائج دراسة **Theodora et al. (2020)**، التي هدفت إلى تطوير التدريب الصحفي خارج الكليات والمعاهد التي تُدرس الإعلام في ظل التطور المتسارع للإعلام الرقمي، ضرورة تقييم الكفاءات والمهارات وتحديد نقاط القوة الرقمية للصحفيين الممارسين، إلى جانب تطوير المحتوى الإعلامي؛ بما يتناسب مع حاجات الصحفيين وقدراتهم، وأشارت النتائج إلى أن تدريب طلبة الصحافة والإعلام على الواقع

الجديد للمهنة، يتمثل في التعاون المشترك بين المؤسسات الأكاديمية وبين المؤسسات الإعلامية، والتدريب الداخلي، إلى جانب إعداد مجموعة أدوات لبيئة تعليمية تتميز باستخدام الأدوات التكنولوجية، وطرق التدريب التجريبية، وتوظيف الأدوات الحديثة في التدريب.

### البيطار النظري للدراسة

تستند هذه الدراسة في إطارها النظري إلى رصد ما تم طرحه في أدبيات الدراسات العلمية حول التدريب الميداني والبرامج التدريبية لطلبة كليات الإعلام وتحليله، وبيان علاقته بتأهيلهم لسوق العمل، إلى جانب رؤية واقعية لمساق التدريب الميداني في كليات الإعلام، إذ تُقسم الجهات التي تُقدم البرامج التدريبية إلى خمس مجموعات أساسية، أولاً: الجامعات والمؤسسات الأكاديمية؛ فبالإضافة إلى تدريب طلبتها تطرح برامج تدريبية، 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، ثالثاً: المؤسسات النقابية، مثل: نقابة الصحفيين. رابعاً: المؤسسات الخاصة، 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)، ومن أبرز برامج التمويل الأجنبي للتحديث والتطوير لدعم قطاع الإعلام في الأردن، مركز التدريب والتطوير في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط الذي تلقى منحة ممولة من اليونسكو.

وتهتم كليات الإعلام بتدريب طلبتها، باعتبار أن الجانب التدريبي يُعد جانباً مُكملاً للتأهيل الأكاديمي النظري، من أجل إكسابهم المهارات العملية التي تؤهلهم لدخول سوق العمل، إلا أن هناك ثلاثة عناصر أساسية تتحكم في فاعلية هذا التدريب في المؤسسات الإعلامية، **الأول**: رغبة الطلبة واستعدادهم لتلقي التدريب، لذلك يتم تخصيص مجموعة من الأسئلة في استبانة تقييم التدريب تتعلق بالتزام الطلبة بالحضور واستعدادهم لممارسة العمل الميداني، **الثاني**: استعداد المؤسسة الإعلامية لتدريب الطلبة عبر إعداد برنامج تدريبي يتناسب مع قدرات الطلبة ومتطلبات سوق العمل، حيث تكررت ملاحظات الطلبة حول عدم

جدية بعض المؤسسات الإعلامية في إعداد تلك البرامج، وعدم الإجابة على أسئلتهم واستفساراتهم،  
**الثالث:** الدور الإشرافي لكليات الإعلام بمراقبة العملية التدريسية والتأكد من فاعلية التدريب، وتمكينهم من  
 تطوير مهاراتهم العملية، بالإضافة إلى دور الكليات في توزيع الطلبة على مؤسسات إعلامية مهنية تتناسب  
 مع مهاراتهم ورغباتهم وقدراتهم.

إن دور المؤسسات الأكاديمية والتدريبية في تأهيل خريجين مؤهلين لممارسة المهنة الإعلامية  
 باختلاف تخصصاتها، مرهون بتنظيم برامج فعالة للتعليم والتدريب الإعلامي قائمة على استيعاب تطورات  
 العصر وتقنياته في مجال الإعلام، واستشراف آفاق المستقبل في هذا المجال، وفق محددات وأسس  
 علمية سليمة، من أجل مواكبة احتياجات سوق العمل الإعلامي، وتلبيتها (البناء، 2019).

### الإجراءات المنهجية للدراسة

#### نوع الدراسة ومنهجها

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة ظاهرة أو مشكلة أو قضية  
 معينة، من أجل الحصول على بيانات كافية لتحليلها وتفسيرها، وتقديم الحقائق المرتبطة بها، وفي إطار  
 الدراسات الوصفية تم استخدام منهج مسح الجمهور؛ بهدف قياس آراء طلبة كليات الإعلام في الجامعات  
 الأردنية نحو فعالية مساق التدريب الميداني في تأهيلهم لسوق العمل.

#### مجتمع الدراسة وعينتها

يتمثل مجتمع الدراسة في طلبة كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط واليرموك الذين اجتازوا  
 مساق التدريب الميداني خلال العام الدراسي 2021-2022، حيث بلغ عدد الطلبة في الكليتين (528) طالبا  
 وطالبة، مقسمين بين كلية الإعلام بجامعة اليرموك (436)، وكلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط (92) طالبا  
 وطالبة، والجدول الآتي يوضح مجتمع الدراسة:

جدول رقم (1): التوزيع التكراري لمجتمع الدراسة بحسب الجامعة والاقسام

المجموع	الشرق الأوسط	اليرموك	الجامعة
249	48	201	الصحافة
150	39	111	الإذاعة والتلفزيون
124	0	124	العلاقات العامة والإعلان
5	5	0	الإعلام الرقمي
528	92	436	المجموع

وتمثلت عينة الدراسة في (264) طالبا وطالبة، تم اختيارهم وفقاً للعينة العشوائية البسيطة وبنسبة 50% من مجتمع الدراسة البالغ عدده (528)، حيث تم اختيار جامعة اليرموك ممثلة للجامعات الحكومية، وجامعة الشرق الأوسط ممثلة للجامعات الخاصة، ويُعد اختيار هذا العدد مناسباً في إطار تجانس أفراد العينة في عدد من المتغيرات الشخصية، باعتبارهم طلبة يتدربون في مؤسسات إعلامية واحدة، ولهم مستويات تعليمية متشابهة، ويوضح الجدول الآتي المتغيرات الشخصية لعينة الدراسة:

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

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
النوع	إناث	142	53.8%
	ذكور	122	46.2%
الجامعة	جامعة اليرموك	218	82.6%
	جامعة الشرق الأوسط	46	17.4%
التخصص الدقيق	صحافة	103	39%
	إذاعة وتلفزيون	85	32.2%
	علاقات عامة وإعلان	71	26.9%
	إعلام رقمي	5	1.9%
مكان السكن	إقليم الشمال	161	61%
	إقليم الوسط	90	34.1%
	إقليم الجنوب	13	4.9%
	صحيفة يومية	68	25.8%

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
نوع المؤسسة الإعلامية التي تدرّب فيها الطلبة	محطة تلفزيونية	57	21.6%
	مكتب علاقات عامة في مؤسسة خاصة او جهة حكومية	50	18.9%
	إذاعة	33	12.5%
	موقع إخباري إلكتروني	32	12.1%
	شركة إنتاج	11	4.2%
	أكاديمية تدريب	8	3%
	وكالة أنباء	5	1.9%
المجموع (ن) = 264			

### أدوات جمع البيانات

استخدمت الاستبانة أداةً في جمع بيانات الدراسة، من طلبة كليتي الإعلام بجامعة الشرق الأوسط وجامعة اليرموك الذين اجتازوا مساق التدريب الميداني، عبر تصميم استبانة إلكترونية على موقع (Google Drive)، حيث تم إرسال رابط الاستبانة الإلكترونية إلى أفراد العينة عبر موقع الفيسبوك وتطبيق واتساب خلال الفترة من 01 أيلول 2022 حتى 06 آذار 2023، وتضمنت الاستبانة المحاور والمقاييس الآتية: محور إنجاز طلبية كليتي الإعلام بجامعة الشرق الأوسط واليرموك لمساق التدريب الميداني كان ضمن فصل دراسي منفصل أم مع دراسة مساقات أخرى، ومحور مجالات التدريب، ومحور الالتزام بالتدريب الميداني، ومحور الاستفادة من التدريب الميداني، ومحور واقع التدريب الميداني للطلبة في المؤسسات الإعلامية الذي تكون من (8) بنود، ومحور درجة فاعلية التدريب الميداني، وتكون من (7) بنود، 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 - 2.33) منخفضة / (2.34 - 3.66) متوسطة / (3.67 - 5) مرتفعة.

## إجراءات الصدق والثبات

يهدف التأكد من الصدق لأداة الدراسة (الاستبانة)، تم عرض الأداة على ثلاثة مختصين في مناهج البحث العلمي(\*)، 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 (26) مفردة، وبنسبة (10%) من عينة الدراسة الكلية البالغ عددها (264)، بهدف التأكد من وضوح الأسئلة والعبارات، وإجراء التعديلات اللازمة بناءً على ذلك، أما فيما يتعلق بثبات الأداة؛ فتم استخدام معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)؛ وقد بلغت قيمة معامل الثبات للمحاور على النحو الآتي:

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

قيمة معامل الثبات	المحور
0.918	واقع التدريب الميداني لطلبة كليات الإعلام في المؤسسات الإعلامية
0.905	فاعلية التدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية

## المعالجة الإحصائية للبيانات

عولجت البيانات إحصائيًا وحللت باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، للوصول إلى إثبات الفرضيات أو نفيها، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية الآتية: التكرارات البسيطة والنسب المئوية، والوسط الحسابي، والانحراف المعياري، واختبار عينتين مستقلتين، واختبار تحليل التباين الأحادي، واختبار تحليل التباين البعدي، واختبار معامل الارتباط بيرسون.

\*1. د. كامل خورشيد: أستاذ مشارك في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط.  
 2. د. أحمد عريقات: أستاذ مشارك في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط.  
 3. د. طارق الناصر: مُدرّس في كلية الإعلام بجامعة اليرموك.

## نتائج الدراسة

## أولاً: نتائج الدراسة الميدانية

السؤال الأول: هل أنجز طلبة كليات الإعلام مساق التدريب الميداني ضمن فصل دراسي منفصل أم مع مساقات أخرى؟

جدول رقم (4): التكرارات والنسب المئوية للتدريب الميداني في الفصول الدراسية

النسبة	المجموع	الشرق الأوسط		اليرموك		التدريب الميداني في الفصول الدراسية
		%	ك	%	ك	
%84.5	223	%21.7	10	%97.7	213	في فصل منفصل
%15.5	41	%78.3	36	%2.3	5	درست معه مساقات أخرى
%100	264	%100	46	100%	218	المجموع

تُظهر بيانات الجدول السابق أنّ النسبة الكبرى من الطلبة قد أنجزوا مساق التدريب الميداني "في فصل دراسي منفصل" بواقع (223) مفردة، وبنسبة (%84.5)، أما الطلبة الذين "خضعوا للتدريب الميداني مع دراسة مساقات أخرى" فكانوا واقع (41) مفردة، وبنسبة (%15.5). ويلاحظ أنّ النسبة الكبرى من طلبة كلية الإعلام في جامعة اليرموك أنجزوا مساق التدريب الميداني في فصل منفصل (213) طالبا وطالبة وبنسبة (%97.7)، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء أنّ مساق التدريب الميداني في كلية الإعلام في جامعة اليرموك يُطرح في الفصل الصيفي حتى يتفرغ الطلبة للتدريب، لكن يمكن أن يسجلوا مواد دراسية معه في حال التخرج، أما طلبة كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط؛ فيستطيعون التدريب ميدانياً في إحدى المؤسسات الإعلامية، إلى جانب دراسة مساقات أخرى في نفس الفصل الدراسي، بشرط أن يجتازوا (90) ساعة من الخطة الدراسية البالغ عددها (132) ساعة.



## السؤال الثاني: ما درجة التزام طلبة كليات الإعلام بالدوام خلال فترة التدريب الميداني؟

جدول رقم (5): التكرارات والنسب المئوية لدرجة التزام الطلبة بالتدريب الميداني

النسبة	المجموع	الشرق الأوسط		اليرموك		التزام الطلبة بالتدريب الميداني
		%	ك	%	ك	
39.8%	105	47.8%	22	38.1%	83	كبيرة جدًا
27.7%	73	23.9%	11	28.4%	62	كبيرة
21.2%	56	17.4%	8	62%	48	متوسطة
7.2%	19	6.5%	3	7.3%	16	منخفضة
4.2%	11	4.3%	2	4.1%	9	منخفضة جدًا
100%	264	100%	46	100%	218	المجموع

تُظهر بيانات الجدول السابق التزام الطلبة بالدوام خلال التدريب الميداني حيث جاءت درجة الالتزام "كبيرة جدًا" في الترتيب الأول بواقع (105) مفردة وبنسبة (39.8%)، ثم في الترتيب الثاني "كبيرة" بواقع (73) مفردة، وبنسبة (27.7%)، وفي الترتيب الثالث "متوسطة" بواقع (56) مفردة، وبنسبة (21.2%)، وفي الترتيب الرابع "منخفضة" بواقع (19) مفردة، وبنسبة (7.2%)، وفي الترتيب الخامس والأخير "منخفضة جدًا" بواقع (11) مفردة وبنسبة (4.2%). ويلاحظ من خلال النتائج السابقة التزام كل من طلبة كليتي الإعلام بجامعة الشرق الأوسط واليرموك في التدريب الميداني، ويمكن تفسير ذلك في ضوء اهتمام الطلبة بالتدريب في المؤسسات الإعلامية من أجل الحصول على الخبرة وتطوير مهاراتهم الإعلامية، إلى جانب أن هناك تقييم داخل المؤسسات الإعلامية التي يتدرب فيها الطلبة، وتسجيل الحضور من أجل النجاح في التدريب الميداني، وتختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة (Vasilendiuc & Sutu, 2020)، التي توصلت إلى وجود ضعف في التنسيق بين كليات الصحافة والإعلام وبين المؤسسات الإعلامية للتدريب فيها.

## السؤال الثالث: ما درجة استفادة طلبة كليات الإعلام من التدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية؟

جدول رقم (6): التكرارات والنسب المئوية لدرجة الاستفادة من التدريب الميداني

النسبة	المجموع	الشرق الأوسط		اليرموك		استفادة الطلبة من التدريب الميداني
		%	ك	%	ك	
%29.2	77	%26.1	12	%29.8	65	متوسطة
%27.7	73	%34.8	16	%26.1	57	كبيرة
%22.3	59	%19.6	9	%22.9	50	كبيرة جدًا
%11.7	31	%13	6	%11.5	25	منخفضة
%9.1	24	%6.5	3	%9.6	21	منخفضة جدًا
%100	264	%100	46	100%	218	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى أنّ درجة استفادة الطلبة من التدريب الميداني قد تمثلت في: "متوسطة" في الترتيب الأول بواقع (77) مفردة، وبنسبة (%29.2)، ثم في الترتيب الثاني "كبيرة" بواقع (73) مفردة، وبنسبة (%27.7)، وفي الترتيب الثالث "كبيرة جدًا" بواقع (59) مفردة، وبنسبة (%22.3)، وفي الترتيب الرابع "منخفضة" بواقع (31) مفردة، وبنسبة (%11.7)، وفي الترتيب الخامس والأخير "منخفضة جدًا" بواقع (24) مفردة، وبنسبة (%9.1)، ويمكن تفسير النتائج السابقة في ضوء أنّ المؤسسات الإعلامية تمتلك أدوات وتقنيات إعلامية حديثة قد لا تتوفر في كليات الإعلام، وبالتالي فإنّ الطلبة بحاجة إلى وقت أطول للتدريب على تلك التقنيات، كما أنّ رغبة الطلبة واستعدادهم لتلقي التدريب، ونوعية البرامج التدريبية في المؤسسات الإعلامية وتناسبها مع قدرات الطلبة ومهاراتهم، من أهم الأسباب التي قد تنعكس على استفادة الطلبة من التدريب الميداني، وتتفق النتائج السابقة مع نتائج دراسة **Tang** (**& Chand, 2021**)، التي توصلت إلى أنّ التدريب الميداني يزيد الطلبة بخبرات علمية وعملية، يستطيعون من خلالها ممارسة العمل الإعلامي والتكيف مع بيئة العمل، نظرًا لما تعلموه في البرامج التدريبية، كما تتفق مع نتائج دراسة (**Vasilendiuc & Sutu, 2020**)، التي توصلت إلى أنّ الطلبة الذين تدربوا ميدانيًا في المؤسسات الإعلامية استطاعوا فهم القيم المهنية المرتبطة بسوق العمل، على عكس الطلبة الذين لم يخضعوا للتدريب في المؤسسات الإعلامية.

السؤال الرابع: ما المجالات التي تدرّب عليها طلبة كليات الإعلام في المؤسسات الإعلامية؟

جدول رقم (7): التكرارات والنسب المئوية للمجالات التي تدرّب عليها الطلبة

النسبة	المجموع	الشرق الأوسط		اليرموك		مجالات التدريب
		%	ك	%	ك	
%48.5	128	34.8%	16	51.4%	112	التحرير الصحفي
%31.1	82	50.0%	23	27.1%	59	إعداد البرامج الإذاعية والتلفزيونية
%20.1	53	39.1%	18	16.1%	35	فن الإلقاء والتقديم
%19.7	52	39.1%	18	15.6%	34	الإخراج الإذاعي والتلفزيوني
%18.6	49	26.1%	12	17.0%	37	التصوير التلفزيوني
%18.6	49	6.5%	3	21.1%	46	العلاقات العامة
%17	45	4.3%	2	19.7%	43	توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الإعلامي
%15.2	40	32.6%	15	11.5%	25	المونتاج
%11	29	17.4%	8	9.6%	21	التصوير الصحفي
%8.7	23	17.4%	8	6.9%	15	أخلاقيات الإعلام وتشريعاته
%6.8	18	15.2%	7	5.0%	11	إدارة المؤسسات
%6.4	17	13.0%	6	5.0%	11	صحافة البيانات
%5.3	14	2.2%	1	6.0%	13	تصميم المواقع الإلكترونية
%4.9	13	10.9%	5	3.7%	8	تصميم الإعلانات والاندغرافيك
%4.2	11	8.7%	4	3.2%	7	فن إدارة الوقت
%4.2	11	%0	0	5.0%	11	مهارات أخرى
%3.4	9	%0	0	4.1%	9	مهارات اللغة العربية
%0.8	2	4.3%	2	%0	0	مهارات اللغة الإنجليزية
%100	645	%100	148	100%	497	المجموع

\* أتيح لعينة الدراسة اختيار أكثر من بديل

تشير البيانات السابقة إلى أنّ المجالات التي تدرّب عليها الطلبة خلال التدريب الميداني قد تمثلت في: "التحرير الصحفي" بواقع (128) مفردة، وبنسبة (48.5%)، ثم "إعداد البرامج الإذاعية والتلفزيونية" بواقع (82) مفردة، وبنسبة (15)، ثم "فن الإلقاء والتقديم" بواقع (53) مفردة، وبنسبة (20.1%)، ثم "الإخراج الإذاعي والتلفزيوني" بواقع (52) مفردة، وبنسبة (19.7%)، ثم "التصوير التلفزيوني" و"العلاقات العامة"، بواقع (49) مفردة، وبنسبة (18.6%)، لكل منهما، ثم "توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الإعلامي" بواقع (45) مفردة، وبنسبة (17%)، ثم "المونتاج" بواقع (40) مفردة، وبنسبة (15.2%)، ثم "التصوير الصحفي" بواقع (29) مفردة، وبنسبة (11%)، ثم "أخلاقيات الإعلام وتشريعاته" بواقع (23) مفردة، وبنسبة (8.7%)، ثم "إدارة المؤسسات" بواقع (18)، وبنسبة (6.8%)، ثم "صحافة البيانات" بواقع (17) مفردة، وبنسبة (6.4%)، ثم "تصميم المواقع الإلكترونية" بواقع (14) مفردة، وبنسبة (5.3%)، ثم "تصميم الإعلانات والاندغرافيك" بواقع (13) مفردة، وبنسبة (4.9%)، ثم "فن إدارة الوقت" و"مهارات أخرى" بواقع (11) مفردة، وبنسبة (4.2%)، لكل منهما، ثم "مهارات اللغة العربية" بواقع (9) مفردات وبنسبة (3.4%)، وأخيراً "مهارات اللغة الإنجليزية" بواقع (2) مفردتان وبنسبة (0.8%)، وتبدو هذه النتائج منطقية نظراً لأنّ النسبة الكبرى من الطلبة تدرّبوا في الصحف اليومية والمحطات التلفزيونية والإذاعات، وبالتالي جاءت مجالات التحرير الصحفي والإخراج الإذاعي والتلفزيوني وفن الإلقاء والتقديم في مقدمة المجالات التي تدرّب عليها الطلبة، كما أنّ التدريب الميداني يركّز على المهارات التطبيقية أكثر من اللغوية. وتختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة (Wang, 2022)، التي توصلت إلى أنّ المؤسسات الإعلامية تميل إلى توظيف الخريجين الذين يمتلكون مهارات الإعلام الرقمي، وإنتاج الفيديو، ومهارات تحليل البيانات، وتتجاهل مهارات الصحافة التقليدية، كما تختلف مع نتائج دراسة (Zhang, 2022)، التي أكدت على ضرورة امتلاك الطلبة للمهارات المعرفية والتقنية الجديدة التي تمكنهم من ممارسة العمل الإعلامي، كما تختلف مع نتائج دراسة (فخر الدين، 2021)، التي توصلت إلى أنّ أهم مهارة مطلوبة لسوق العمل هي إتقان استخدام تكنولوجيا الاتصال في المجال الإعلامي، والإلمام بحاجات سوق العمل الإعلامي الجديد ومتطلباته المتغيرة، وبالتالي يجب تدريب الطلبة على هذه المهارات الرقمية.

السؤال الخامس: ما واقع التدريب الميداني لطلبة كليات الإعلام في المؤسسات الإعلامية؟

جدول رقم (8): الوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة لواقع التدريب الميداني

الدرجة	المتوسط العام	الشرق الأوسط		اليرموك		واقع التدريب الميداني
		الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
مرتفعة	4.27	0.898	3.83	0.875	4.36	قرب المسافة بين مكان سكني والمؤسسة الإعلامية مهم في الاستفادة من التدريب
متوسطة	3.44	0.851	3.70	0.884	3.39	عدد الطلبة المتدربين في المؤسسة الإعلامية ليس كبيراً
متوسطة	3.41	0.860	3.87	0.839	3.32	هناك تعاون في المؤسسات الإعلامية مع الطلبة المتدربين عبر توجيه النصائح
متوسطة	3.16	0.815	3.67	0.858	3.06	هناك عملية متابعة من قبل المشرف على تفاصيل عملية التدريب
متوسطة	3.11	0.865	3.00	0.827	3.14	دراسة مساقات أخرى خلال فترة التدريب يزيد من الاستفادة من التدريب الميداني
متوسطة	2.82	0.948	3.43	0.938	2.69	مدة التدريب مناسبة
متوسطة	2.82	0.954	3.61	0.994	2.66	توفر كليات الإعلام تدريباً ميدانياً في المؤسسات الإعلامية على مستوى عالٍ
متوسطة	2.67	0.968	3.28	0.991	2.55	تقوم المؤسسات الإعلامية بإعداد برامج تدريبية للطلبة
متوسطة	3.21	0.894	3.54	0.900	3.14	المتوسط العام

تشير البيانات السابقة إلى أنّ واقع التدريب الميداني لطلبة كليات الإعلام في المؤسسات الإعلامية قد تمثل في: "قرب المسافة بين مكان سكني والمؤسسة الإعلامية مهم في زيادة الاستفادة من التدريب" في الترتيب الأول بوسط حسابي (4.27)، ثم في الترتيب الثاني "عدد الطلبة المتدربين في المؤسسة الإعلامية ليس كبيراً" بوسط حسابي (3.44)، ثم في الترتيب الثالث "هناك تعاون في المؤسسات الإعلامية مع الطلبة المتدربين عبر توجيه النصائح والإجابة عن الأسئلة" بوسط حسابي (3.41)، ثم في الترتيب الرابع "هناك عملية متابعة من قبل المشرف على تفاصيل عملية التدريب" بوسط حسابي (3.16)، ثم في الترتيب الخامس "دراسة مسافات أخرى خلال فترة التدريب يزيد من حجم الاستفادة من مساق التدريب الميداني" بوسط حسابي (3.11)، وفي الترتيب السادس "مدة التدريب مناسبة" و"توفر كليات الإعلام تدريباً ميدانياً في المؤسسات الإعلامية على مستوى عالٍ" بوسط حسابي (2.82) لكلٍ منهما، وفي الترتيب الأخير "تقوم المؤسسات الإعلامية بإعداد برامج تدريبية للطلبة" بوسط حسابي (2.67). وقد بلغ المتوسط العام لهذا السؤال (3.21) وبدرجة متوسطة. ويمكن تفسير النتائج السابقة في ضوء أنّ الطلبة لديهم حرية اختيار مكان التدريب في المؤسسات الإعلامية، حيث يلجؤون إلى التدريب في المؤسسات القريبة من منازلهم، حتى يوفر الوقت والجهد، وهو ما ينعكس على استفادتهم من التدريب الميداني، كما أنّ أساس التدريب الميداني تعاون القائمين على التدريب في المؤسسات الإعلامية مع الطلبة المتدربين وتوجيه النصائح والإرشادات والإجابة عن الاستفسارات كافة، وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (Abuhasirah & Ismael, 2023)، التي توصلت إلى ضرورة إعداد برامج تدريبية متطورة للطلبة، وتطوير مراكز التدريب في كليات الإعلام، إلى جانب زيادة عدد ساعات التدريب الميداني، كما تتفق مع نتائج دراسة (العليمات وآخرون، 2021)، التي توصلت إلى أنّ درجة كفاءة التدريب الميداني للطلبة في المؤسسات الإعلامية من وجهة نظر المتدربين، ومدى رضاهم عن آلية إجراء التدريب الميداني، ودور كل من المؤسسات الإعلامية والمتدرب نفسه، جاءت بدرجة متوسطة، بينما تختلف هذه النتائج مع نتيجة دراسة (Theodora et al., 2020)، التي توصلت إلى أنّ تدريب طلبة الصحافة والإعلام على الواقع الجديد

للمهنة، يتمثل في التعاون المشترك بين المؤسسات الأكاديمية وبين المؤسسات الإعلامية، والتدريب الداخلي، وإعداد مجموعة أدوات تعليمية تتميز باستخدام الأدوات التكنولوجية.

السؤال السادس: ما درجة فاعلية التدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية في تأهيل طلبة كليات الإعلام لسوق العمل؟

جدول رقم (9): الوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة لفاعلية التدريب الميداني

الدرجة	المتوسط العام	الشرق الأوسط		اليرموك		فاعلية التدريب الميداني
		الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
مرتفعة	3.77	0.910	3.80	0.843	3.76	تعرفت إلى آلية عمل المؤسسة الإعلامية
متوسطة	3.57	0.853	3.83	0.888	3.52	اكتسبت معارف وعلاقات جديدة في سوق العمل.
متوسطة	3.47	0.979	3.41	0.833	3.48	تعرفت إلى المشاكل التي يعاني منها العاملون في المؤسسات الصحفية.
متوسطة	3.43	0.886	3.70	0.826	2.60	استطعت تحديد نقاط القوة والضعف لدي خلال التدريب الميداني
متوسطة	3.38	0.887	3.87	0.894	3.28	تعرفت إلى طبيعة سوق العمل ومتطلباته
متوسطة	3.21	0.932	3.96	0.863	3.06	اكتسبت مهارات إعلامية جديدة
متوسطة	2.79	0.843	4.02	0.817	3.31	استطعت تطبيق ما تعلمته في الكلية بكل عملي في سوق العمل
متوسطة	3.37	0.898	3.798	0.852	3.28	المتوسط العام

تشير البيانات السابقة إلى أنّ فاعلية التدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية في تأهيل طلبة كليات الإعلام لسوق العمل قد تمثلت في: "تعرفت إلى آلية عمل المؤسسة الإعلامية" في الترتيب الأول بوسط حسابي (3.77)، ثم في الترتيب الثاني "اكتسبت معارف وعلاقات جديدة في سوق العمل" بوسط حسابي (3.57)، وفي الترتيب الثالث "تعرفت إلى المشاكل التي يعاني منها العاملون في المؤسسات الصحفية" بوسط حسابي (3.47)، ثم في الترتيب الرابع "استطعت تحديد نقاط القوة والضعف لدي خلال التدريب الميداني" بوسط حسابي (3.43)، ثم في الترتيب الخامس "تعرفت إلى طبيعة سوق العمل ومتطلباته" بوسط حسابي (3.38)، وفي الترتيب السادس "اكتسبت مهارات إعلامية جديدة" بوسط حسابي (3.21)، وفي الترتيب السابع والأخير "استطعت تطبيق ما تعلمته في الكلية بكل عملي في سوق العمل" بوسط حسابي (2.79). وقد بلغ المتوسط العام لهذا السؤال (3.37) وبدرجة متوسطة، ويمكن تفسير النتائج السابقة في ضوء أنّ التدريب في المؤسسات الإعلامية يُمكن الطلبة من فهم أساليب العمل الإعلامي داخل تلك المؤسسات، إذ إنّ كل مؤسسة تمتلك سياسة تحريرية وأسلوب في العمل لا يتوفر في كليات الإعلام، كما أنّ التدريب الإعلامي يجعل الطلبة ينخرطون بالصحفيين والإعلاميين الممارسين للمهنة، إلى جانب العمل الميداني الذي يُمكنهم من بناء علاقات مع المصادر والشخصيات أصحاب العلاقة والمصادر، وقد يرجع عدم قدرة تطبيق طلبة كليتي الإعلام بجامعة الشرق الأوسط وجامعة اليرموك كل ما تعلموه إلى حاجتهم لمدة زمنية أطول من فصل دراسي، وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (Vasilendiuc & Sutu, 2020)، التي توصلت إلى أنّ فهم الطلبة للقيم المهنية المرتبطة بسوق العمل يرتبط باستفادتهم من التدريب الميداني، كما تتفق مع نتائج دراسة (Tang & Chand, 2021)، التي توصلت إلى أنّ التدريب الداخلي والخارجي يزود الطلبة بخبرات علمية وعملية، يستطيعون من خلالها ممارسة العمل الإعلامي والتكيف مع بيئة العمل.



## ثانيًا: نتائج اختبار فرضيات الدراسة

**الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فاعلية التدريب الميداني في تأهيل طلبة كليات الإعلام لسوق العمل وفقاً للمتغيرات الآتية: النوع الاجتماعي، والجامعة، والتخصص الدقيق، ومكان السكن، ونوع المؤسسة الإعلامية.

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 بين فاعلية التدريب الميداني في تأهيل طلبة كليات الإعلام لسوق العمل وفقاً لمتغير النوع، حيث بلغت قيمة ت (2.425) عند مستوى الدلالة (0.413)، وهي غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05).

**جدول رقم (10): اختبار (T - test)، الفروق بين فاعلية التدريب الميداني في تأهيل طلبة كليات الإعلام لسوق العمل وفقاً لمتغير النوع الاجتماعي**

النوع الاجتماعي	العدد (N)	الوسط الحسابي (M)	الانحراف المعياري (SD)	قيمة ت (T)	درجة الحرية (DF)	مستوى المعنوية
ذكر	122	3.5246	0.91380	2.425	262	0.672
أنثى	142	3.2445	0.95424			

**الجامعة:** أظهر اختبار (T - test)، عدم وجود فروق دالة إحصائية بين فاعلية التدريب الميداني في تأهيل طلبة كليات الإعلام لسوق العمل وفقاً لمتغير الجامعة، حيث بلغت قيمة ت (3.420) عند مستوى الدلالة (0.80)، وهي غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05).

جدول رقم (11): اختبار (T - test)، الفروق بين فاعلية التدريب الميداني في تأهيل طلبة كليات الإعلام لسوق العمل وفقاً لمتغير الجامعة

الجامعة	العدد (N)	الوسط الحسابي (M)	الانحراف المعياري (SD)	قيمة ت (T)	درجة الحرية (DF)	مستوى المعنوية
جامعة الشرق الأوسط	46	3.7981	0.85745	3.420	262	0.80
جامعة اليرموك	218	3.2844	0.93933			

التخصص الدقيق: أظهر اختبار (One Way Anova)، وجود فروق دالة إحصائية بين فاعلية التدريب الميداني في تأهيل طلبة كليات الإعلام لسوق العمل وفقاً لمتغير التخصص، حيث بلغت قيمة ف (11.442) عند مستوى الدلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى (0.05).

جدول رقم (12): تحليل التباين في اتجاه واحد (Anova) بين فاعلية التدريب الميداني في تأهيل طلبة كليات الإعلام لسوق العمل وفقاً لمتغير التخصص الدقيق

مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F)	مستوى المعنوية
بين المجموعات	27.358	3	9.119	11.442	0.000
داخل المجموعات	207.220	260	0.797		
المجموع	234.579	263			

ولمعرفة مصادر التباين في فاعلية التدريب الميداني في تأهيل طلبة كليات الإعلام لسوق العمل وفقاً لمتغير التخصص الدقيق تم إجراء اختبار تحليل التباين البعدي (LSD)، لإجراء المقارنات المتعددة، وجاءت النتائج كما يظهر في الجدول التالي:

جدول رقم (13): اختبار (LSD) بين فاعلية التدريب الميداني في تأهيل طلبة كليات الإعلام لسوق العمل وفقاً لمتغير التخصص الدقيق

الفئات	المقارنة مع الفئات الأخرى	العدد	الفرق بين المتوسطين	مستوى الدلالة

0.007	0.40883	-1.10957*	صحافة	إعلام رقمي
0.000	0.13082	-0.72302*	إذاعة وتلفزيون	
0.020	0.13771	-0.32285*	علاقات عامة وإعلان	

ومن خلال تحليل التباين البعدي (LSD)، اتضح أنّ فئة التخصص الدقيق "صحافة" جاءت أكثر الفئات تأثيراً بفاعلية التدريب الميداني، ثم التخصص الدقيق "إذاعة وتلفزيون" ثم "علاقات عامة وإعلان"، وفي الترتيب الأخير جاءت فئة "إعلام رقمي".

مكان السكن: أظهر اختبار (One Way Anova)، وجود فروق دالة إحصائية بين فاعلية التدريب الميداني في تأهيل طلبة كليات الإعلام لسوق العمل وفقاً لمتغير مكان السكن، حيث بلغت قيمة ف (4.203) عند مستوى الدلالة (0.016)، وهي قيمة دالة عند مستوى (0.05).

جدول رقم (14): تحليل التباين في اتجاه واحد (Anova) بين فاعلية التدريب الميداني في تأهيل طلبة

كليات الإعلام لسوق العمل وفقاً لمتغير مكان السكن

مستوى المعنوية	قيمة (F)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين
0.016	4.203	3.660	2	7.319	بين المجموعات
		0.871	261	227.260	داخل المجموعات
			263	234.579	المجموع

ولمعرفة مصادر التباين في فاعلية التدريب الميداني في تأهيل طلبة كليات الإعلام لسوق العمل وفقاً لمتغير مكان السكن تم إجراء اختبار تحليل التباين البعدي (LSD)، لإجراء المقارنات المتعددة، وجاءت النتائج كما يظهر في الجدول التالي:

جدول رقم (15): اختبار (LSD) بين فاعلية التدريب الميداني في تأهيل طلبة كليات الإعلام لسوق العمل

وفقاً لمتغير مكان السكن

مستوى الدلالة	الفرق بين المتوسطين	العدد	المقارنة مع الفئات الأخرى	الفئات
0.004	0.26905	-0.77899*	إقليم الشمال	

0.012	0.27686	-0.70256*	إقليم الوسط	إقليم
-------	---------	-----------	-------------	-------

ومن خلال تحليل التباين البعدي (LSD)، اتضح أنّ فئة مكان السكن "إقليم الشمال" جاءت أكثر الفئات تأثيراً بفاعلية التدريب الميداني، ثم فئة "إقليم الوسط" ثم فئة "إقليم الجنوب".

نوع المؤسسة الإعلامية: أظهر اختبار (One Way Anova)، وجود فروق دالة إحصائية بين فاعلية التدريب الميداني في تأهيل طلبة كليات الإعلام لسوق العمل وفقاً لمتغير نوع المؤسسة الإعلامية، حيث بلغت قيمة ف (1.831) عند مستوى الدلالة (0.098)، وهي قيمة دالة عند مستوى (0.05).

جدول رقم (16): تحليل التباين في اتجاه واحد (Anova) بين فاعلية التدريب الميداني في تأهيل طلبة كليات الإعلام لسوق العمل وفقاً لمتغير نوع المؤسسة الإعلامية

مستوى المعنوية	قيمة (F)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين
0.098	1.831	1.499	7	10.496	بين المجموعات
		0.819	60	49.138	داخل المجموعات
			67	59.634	المجموع

ولمعرفة مصادر التباين في فاعلية التدريب الميداني في تأهيل طلبة كليات الإعلام لسوق العمل وفقاً لمتغير نوع المؤسسة الإعلامية تم إجراء اختبار تحليل التباين البعدي (LSD)، لإجراء المقارنات المتعددة، وجاءت النتائج كما يظهر في الجدول الآتي:

جدول رقم (17): اختبار (LSD) بين فاعلية التدريب الميداني في تأهيل طلبة كليات الإعلام لسوق العمل وفقاً لمتغير نوع الوسيلة الإعلامية

مستوى الدلالة	الفرق بين المتوسطين	العدد	المقارنة مع الفئات الأخرى	الفئات
0.000	0.15354	-1.12778*	محطة تلفزيونية	صحيفة يومية
0.003	0.31958	-0.97584*	أكاديمية تدريب	
0.017	0.39618	-0.95084*	مكتب علاقات عامة في مؤسسة خاصة أو جهة حكومية	

0.000	0.18139	-0.88764*	إذاعة
0.002	0.18329	-0.57852*	موقع إخباري إلكتروني
0.001	0.15928	-0.55370*	وكالة أنباء
0.674	0.27786	-0.11707	شركة إنتاج

ومن خلال تحليل التباين البعدي (LSD)، اتضح أنّ فئة مكان السكن "محطة تلفزيونية" جاءت أكثر الفئات تأثيراً بفاعلية التدريب الميداني، ثم فئة "أكاديمية تدريب" ثم فئة "مكتب علاقات عامة في مؤسسة خاصة أو جهة حكومية"، ثم "إذاعة"، ثم "موقع إخباري إلكتروني"، ثم "وكالة أنباء"، بينما لم يثبت وجود تأثير بفاعلية التدريب الميداني بالنسبة لفئة "شركة إنتاج".

**الفرض الثاني:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التزام الطلبة بالدوام ودرجة الاستفادة من التدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية الأردنية.

أظهر استخدام معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباط إيجابية دالة إحصائياً بين درجة التزام الطلبة بالدوام ودرجة الاستفادة من التدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية الأردنية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون (0.367\*\*) عند مستوى الدلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، وبالتالي ثبتت صحة الفرضية، بمعنى أنّه كلما زاد التزام الطلبة في التدريب الميداني، زادت درجة استفادتهم من هذا التدريب.

جدول رقم (18): معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين درجة التزام الطلبة بالدوام ودرجة الاستفادة من التدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية الأردنية

درجة الاستفادة من التدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية الأردنية			درجة التزام الطلبة بالدوام
مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	التكرار (N)	
0.000	0.367**	264	

**الفرض الثالث:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين فاعلية التدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية الأردنية ودرجة استفادة الطلبة من التدريب الميداني.

أظهر استخدام معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباط إيجابية دالة إحصائيًا بين فاعلية التدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية الأردنية ودرجة استفادة الطلبة من التدريب الميداني، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون ( $0.566^{**}$ ) عند مستوى الدلالة (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى (0.05)، وبالتالي ثبتت صحة الفرضية، بمعنى أنه كلما زادت فاعلية التدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية الأردنية، ازادت درجة استفادتهم من هذا التدريب.

جدول رقم (19): معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين فاعلية التدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية الأردنية ودرجة استفادة الطلبة من التدريب الميداني

درجة الاستفادة من التدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية الأردنية			فاعلية التدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية
مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	التكرار (N)	
0.000	0.566**	264	

#### خلاصة نتائج الدراسة

تمثلت أبرز نتائج الدراسة في كل مما يأتي:

1. النسبة الكبرى من طلبة كليتي الإعلام في جامعة الشرق الأوسط وجامعة اليرموك أنجزوا مساق التدريب الميداني "في فصل دراسي منفصل" بواقع (223) مفردة، وبنسبة (84.5%)، أما الطلبة الذين "خضعوا للتدريب الميداني مع دراسة مساقات أخرى"، فكانوا بواقع (41) مفردة، وبنسبة (15.5%).
2. جاءت درجة التزام الطلبة بالدوام خلال التدريب "كبيرة جدًا" في الترتيب الأول بواقع (105) مفردة وبنسبة (39.8%)، ثم في الترتيب الثاني "كبيرة" بواقع (73) مفردة، وبنسبة (27.7%)، وفي الترتيب الثالث "متوسطة" بواقع (56) مفردة، وبنسبة (21.2%)، وفي الترتيب الرابع "منخفضة"

- بواقع (19) مفردة، وبنسبة (7.2%)، وفي الترتيب الخامس والأخير "منخفضة جداً" بواقع (11) مفردة وبنسبة (4.2%).
3. جاءت درجة استفادة الطلبة من التدريب الميداني "متوسطة" في الترتيب الأول بواقع (77) مفردة، وبنسبة (29.2%)، ثم في الترتيب الثاني "كبيرة" بواقع (73) مفردة، وبنسبة (27.7%)، وفي الترتيب الثالث "كبيرة جداً" بواقع (59) مفردة، وبنسبة (22.3%)، وفي الترتيب الرابع "منخفضة" بواقع (31) مفردة، وبنسبة (11.7%)، وفي الترتيب الخامس والأخير "منخفضة جداً" بواقع (24) مفردة، وبنسبة (9.1%).
4. تمثلت أبرز المجالات التي تدرب عليها الطلبة خلال التدريب الميداني في: "التحرير الصحفي" بواقع (128) مفردة، وبنسبة (48.5%)، ثم "إعداد البرامج الإذاعية والتلفزيونية" بواقع (82) مفردة، وبنسبة (15)، ثم "فن الإلقاء والتقديم" بواقع (53) مفردة، وبنسبة (20.1%).
5. تمثل واقع التدريب الميداني لطلبة كليات الإعلام في المؤسسات الإعلامية في: "قرب المسافة بين مكان سكني والمؤسسة الإعلامية مهم في زيادة الاستفادة من التدريب" بوسط حسابي (4.27)، و"عدد الطلبة المتدربين في المؤسسة الإعلامية ليس كبيراً" بوسط حسابي (3.44).
6. تمثلت فاعلية التدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية في تأهيل طلبة كليات الإعلام لسوق العمل في: "تعرفت على آلية عمل المؤسسة الإعلامية" بوسط حسابي (3.77)، و"اكتسبت معارف وعلاقات جديدة في سوق العمل" بوسط حسابي (3.57)، و"تعرفت على المشاكل التي يعاني منها العاملون في المؤسسات الصحفية" بوسط حسابي (3.47).

## التوصيات

في ضوء النتائج السابقة؛ توصي الدراسة بكل مما يأتي:

1. تشجيع الطلبة على التدرب في المؤسسات الإعلامية التي تتوافق مع مهاراتهم الشخصية من أجل تطويرها، وامتلاك المهارات التي تمكنهم من ممارسة المهنة في المستقبل.

2. التنوع في مجالات التدريب التي تُقدمها المؤسسات الإعلامية، وعدم الاقتصار على التدريب على مهارات معينة، وخصوصًا تلك المتعلقة بالأدوات والتقنيات الرقمية الحديثة.
3. ضرورة أن تُقدم المؤسسات الإعلامية تدريبًا ميدانيًا احترافيًا لطلبة كليات الإعلام، إلى جانب التنوع في أساليب التدريب، بما يتوافق مع متطلبات السوق الإعلامي، بحيث يستطيع الطلبة بعد تدريبهم أن يكونوا قادرين على الانخراط بسوق العمل واحتياجاته.
4. أن تُعد المؤسسات الإعلامية برامج تدريبية مُنظمة الأهداف والنتائج لطلبة كليات الإعلام، من أجل تدريبهم وتأهيلهم لسوق العمل بأفضل الإمكانيات المتاحة.
5. زيادة مدة التدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية أو توفير فرص تدريبية للطلبة المتميزين خلال فترة التدريب في تلك المؤسسات، من أجل تطبيق الطلبة ما تعلموه في كليات الإعلام، وتطوير مهاراتهم عبر استخدام التقنيات الحديثة المتوفرة داخل المؤسسات الإعلامية.



## المراجع

الينا، 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>

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، جوينات، مرسيل والسرحان، أروى (2021). كفاءة التدريب الميداني لطلبة إعلام جامعة اليرموك في المؤسسات الإعلامية: دراسة مسحية. *مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث في التعليم العالي*، 41 (1)، 187-202.

[https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jaaru\\_rhe/vol41/iss1/10](https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jaaru_rhe/vol41/iss1/10)

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>

وكالة أنباء بترا (2023، 1 كانون الثاني). %23.1 معدل البطالة في الربع الثالث من عام 2022. تم الاسترجاع في 4 آذار، 2023. من الرابط

<https://petra.gov.jo/Include/InnerPage.jsp?ID=233980&lang=ar&name=news>

### Reference

- Abuhasirah, Ramez & Ismael, Hanan (2023). Paths of Bridging the Gap Between Academic and Media Practice: The Professors' Vision in Media Faculties. *Information Sciences Letters*, 12(4). 1-11. <http://dx.doi.org/10.18576/isl/010101>
- 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-Olaimat, Farhan, Jwainat, Marcelle, & Al-Sarhan, Arwa (2020). Efficiency of field training for media students of Yarmouk University in media institutions: a survey study. *Journal of the Association of Arab Universities for Research in Higher Education*, 41(1), 187-202. [https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jaaru\\_rhe/vol41/iss1/10](https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jaaru_rhe/vol41/iss1/10)
- 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>
- Jordan News Agency (2023, Jan 1). Unemployment rate records 23.1% in Q3 of 2022. Retrieved March 04, 2023, from

- [https://www.petra.gov.jo/Include/InnerPage.jsp?ID=47398&lang=ar&name=en\\_news](https://www.petra.gov.jo/Include/InnerPage.jsp?ID=47398&lang=ar&name=en_news)
- Maniou, Theodora, Stark, Alexandra & Touwen, Carien (2020). Journalism Training Beyond Journalism Schools. *Journalism & Mass Communication Educator*, 75(1), 33-39. <https://doi.org/10.1177/1077695820904979>
- 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, 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>
- Vasilendiuc, Natalia & Sutu, Rodica (2020). Journalism graduates versus media employers' views on profession and skills. Findings from a nine-year longitudinal study. *Journalism Practice*, 15(5), 704-721. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1753562>
- 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>
- 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>

د. صدام المشاقبة – جامعة الشرق الأوسط، [salmashaqba@meu.edu.jo](mailto:salmashaqba@meu.edu.jo)

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