

الاحتياجات التدريبية للقائم بالاتصال في القنوات الفضائية الإخبارية

ريهام أحمد عبد الرحمن (*)

مقدمة:

يعتبر التدريب المهني مصدراً مهماً من مصادر إعداد الكوادر البشرية وتطوير أداء العمل وزيادة الإنتاج، مما يجعل التدريب استثماراً يحقق عائداً ملموساً يسهم في تلبية احتياجات النمو الاقتصادي والاجتماعي.

ويعد التدريب الإعلامي عملية إكساب أو تطوير معارف أو مهارات أو اتجاهات الإعلاميين من أجل الوصول لأداء مهني أفضل؛ حيث يهدف التدريب الإعلامي إلى التوظيف الأمثل للكوادر الإعلامية مع زيادة مستويات الرضا الوظيفي لديهم.

ويلزم التدريب الإعلامي أن يتسم بالشمولية حيث لا يقتصر على القائمين بالاتصال الجدد؛ ولكن يشمل أيضاً الإعلاميين القائمين بالعمل بالفعل.

ولابد أن يتسم التدريب الإعلامي بالاستمرارية، حيث لن تنقطع الحاجة إلى التدريب مادام العمل الإعلامي قائماً؛ لكن واقع التدريب يواجه تحديات كثيرة في الوطن العربي مما يوجب العمل على التغلب على هذه التحديات من أجل تحسين المنتج الإعلامي المقدم للجمهور.

ويجب على المؤسسات الإعلامية قبل وضع برامج تدريبية مؤهلة لكوادرها تحديد احتياجاتهم التدريبية بشكل جدي؛ حتى يتسنى للقائمين على التدريب وضع برامج تدريبية تلائم هذه الاحتياجات، مع الوضع في الاعتبار الفروق الفردية بين القائمين بالاتصال، وحتى تحقق هذه البرامج التدريبية النتيجة المرجوة منها، وعقب ذلك يجب على المؤسسة الإعلامية وضع نظام فعال لتقييم عملية التدريب للتأكد من نجاح البرنامج التدريبي ومدى تحقيق أهدافه.

الدراسات السابقة:

(*) هذا البحث مستل من رسالة الدكتوراه الخاصة بالباحثة، وهي بعنوان: [التدريب المهني في القنوات الفضائية العربية الإخبارية وأثره على المنتج الإعلامي (دراسة تطبيقية)]، وتحت إشراف: أ.د. عزة عبد العزيز عبد اللاه عثمان - كلية الآداب - جامعة سوهاج & أ.د. فاطمة الزهراء صالح - كلية الآداب - جامعة سوهاج.

١ - دراسة (John V. Pavlik ٢٠٢٣)^(١): هذه الدراسة بعنوان أهمية التدريب الإعلامي في تحسين مهارات الصحفيين نحو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وتهدف الدراسة إلى التعرف على دور التدريب الإعلامي المتعلق باستخدام تطبيق ChatGPT في العمل الصحفي. اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمدية من الصحفيين في المملكة المتحدة وألمانيا قوامها ٣٢ مفردة بحثية ومن خلال الاستقصاء كانت أهم نتائج الدراسة كالآتي:

١- أشارت نتائج الدراسة إلى أهمية تطبيقات الذكاء الاصطناعي مثل تطبيق ChatGPT من أجل تطوير العمل الصحفي.

٢- كما بينت نتائج الدراسة أهمية تطبيق ChatGPT من أجل مساعدة الصحفي في كيفية اختيار الموضوعات التي تهم الرأي العام ومساعدة الصحفي في كيفية كتابة التقارير الإخبارية.

٣- كما بينت الدراسة أهمية التدريب الإعلامي في التعرف على المميزات والإمكانات الموجودة في تطبيقات الذكاء الاصطناعي وكيفية الاستفادة منها في العمل الصحفي بما يعكس بشكل كبير على سمعة المؤسسة الصحفية.

٢ - دراسة (Anja Salzmann , ٢٠٢٣)^(٢):

هذه الدراسة بعنوان تأثير التدريب الإعلامي علي مهارات الصحفيين فيما يتعلق بإنتاج التقارير الإخبارية في إطار صحافة الهاتف، وتهدف إلى التعرف على مدى فعالية تعريض الصحفيين إلى البرامج التدريبية المتعلقة بتوظيف التكنولوجيا الرقمية في العمل الصحفي وتأثير ذلك على تحسين المهارات والسلوكيات المتعلقة بالعمل الإعلامي. اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمدية من الصحفيين في ألمانيا قوامها ٤٠ صحفي والذين تعرضوا إلى البرامج التدريبية المتعلقة بكيفية الاعتماد على التكنولوجيا الرقمية في العمل الإعلامي ومن خلال الاستقصاء كانت أهم نتائج الدراسة كالآتي:

١- أشارت نتائج الدراسة الي أهمية الدورات التدريبية في صقل مهارات الصحفيين في كيفية إنتاج التقارير الإعلامية من خلال الاعتماد على الهاتف المحمول التي من خلاله يمكن تصوير وبث الأخبار بشكل مباشر إلى الجمهور

(1) Pavlik, [John.V](#) . (2023). Collaborating With ChatGPT: Considering the Implications of Generative Artificial Intelligence for Journalism and Media Education. Journalism & Mass Communication Educator. 78(1).

(2)Salzmann,Anja.(2023).Adopting a mogo mindset:Training newspaper reporters in mobile journalism. Journalism. 2023, Vol. 24(2) 346-362

وهو ما يعرف بـ *mojo mindset* حيث يمكن للصحفي إنتاج وبث الأخبار بشكل منفرد دون أي تدخل من غرفة الأخبار.

٢- كما بينت نتائج الدراسة أهمية التدريب الإعلامي في زيادة وعي الصحفيين بالأخلاقيات المتعلقة بالعمل الصحفي الرقمي الذي يتضمن نشر الأخبار بدون تحيز والعمل على تغطية جميع أبعاد الخبر مما يؤدي إلى تقديم الحقيقة كاملة وعدم تغليب الأيدلوجيا الموجودة لدى الصحفي على القصة الخبرية التي يقوم بتغطيتها.

٣- دراسة (Fachri Septian, Aminah Swarnawati, 2022)^(٣):

هذه الدراسة بعنوان: التدريب على إنتاج الأخبار التلفزيونية في إطار تحسين المهارات الشخصية لطلاب برامج الاتصال في الجامعة المحمدية بجكرتا. تم تطبيق النشاط الأساسي بهذه الدراسة من ٢٤ مارس إلى ٢ يونيو، وكانت مراحل النشاط عبارة عن البحث والاعتماد والتنفيذ والتقييم وإعداد التقارير.

وخلصت الدراسة إلى أنه بعد تطبيق هذا النشاط زادت المهارات الشخصية للمشاركين به، كذلك زادت معرفة المشاركين بتقنيات الإنتاج الإخباري التلفزيوني والصحافة وزاد حماس المشاركين بعد إجراء مسابقة لإنتاج الفيديو القصير.

٤- دراسة (أمين منصور وافي، ٢٠٢١)^(٤)

تهدف الدراسة إلى التعرف على طبيعة التدريب الإعلامي الذي يتلقاه القائم بالاتصال داخل المؤسسات الإعلامية الفلسطينية وعلاقته بالمهنية. استخدم الباحث في هذه الدراسة منهج المسح من خلال مسح أساليب الممارسة الإعلامية، وتم جمع البيانات عن طريق صحيفة الاستقصاء وأداة المقابلة الشخصية وذلك على عينة عشوائية قوامها (٢٦٠) مفردة من القائمين بالاتصال في محافظات غزة- فلسطين.

من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة اعتبار التدريب عنصراً أساسياً في تطوير المهنة الإعلامية والارتقاء بالأداء المهني لدى الإعلاميين. وأن ٩٠% من عينة الدراسة تلقوا دورات متنوعة، وأهم الأسباب التي تجعل الإعلاميين

(3) Septian, Fachri & Swarnawati, Aminah. (2022). Television News production Training in Improving Soft Skills of students of the communication studies program. university of Muhammadiyah Jakarta. in Abdimas Umtas : Jurnal pengabdian Kepada Masyarakat.5(2). pp 2438 – 2445.

(٤) أمين منصور وافي. (٢٠٢١). التدريب الإعلامي للقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية وعلاقته بالمهنية: دراسة ميدانية. مجلة البحوث الإعلامية. ٥٦. ٢. ص ص ٦٣٦ : ٦٧٦.

يلتحقون بالدورات، مجال الدورة، ويعتبر ضغط العمل وعدم التفريغ للتدريب من أهم الأسباب لعدم الالتحاق بالدورات.

وأثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين مستوى حصول الإعلاميين الفلسطينيين على التدريب ومهنتهم، وخرجت الدراسة بتوصيات منها عقد ودعم الدورات التدريبية الإعلامية التي تقدم للقائمين بالاتصال، والاهتمام بمحتواها، خاصة الدورات المتخصصة وقياس العائد التدريبي سواء على صعيد الاتجاه المعرفي أو السلوكي للإعلاميين.

٥ - دراسة (فاطمة الزهراء أبو الفتوح، ٢٠٢١) (٥)

تهدف هذه الدراسة إلى رصد اتجاهات خريجي قسم الإذاعة والتلفزيون في كلية الإعلام وفنون الاتصال جامعة ٦ أكتوبر عن واقع إعدادهم وتأهيلهم من حيث التعرف على جوانب القوة والضعف في نظام الدراسة بالقسم من خلال المقارنة بين آراء خريجي كل من دفعة النظام الفصلي للعام الجامعي ٢٠١٥/٢٠١٦، ودفعة نظام الساعات المعتمدة للعام الجامعي ٢٠١٨/٢٠١٩ بهدف تطوير منظومة التعليم العملي والعلمي.

تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة قوامها (٤٣) طالباً بما يعادل ٢٥% من إجمالي عدد خريجي قسم الإذاعة والتلفزيون في مدى زمني شهر امتد من ٢٠٢٠/٨/١١ إلى ٢٠٢٠/٩/١١، وتوصلت الدراسة إلى بعض النتائج منها:

- ارتفاع نسبة من يعمل في التخصص في دفعة ٢٠١٨/٢٠١٩ حيث بلغت ٥٤,٥% وهي أعلى من دفعة ٢٠١٥/٢٠١٦ والتي بلغت ٣٨,٩%.

- ارتفاع نسبة الرضا عما تم دراسته باللانحة الفصلية دفعة ٢٠١٦ بنسبة بلغت ٥٧,١% مقارنة بدفعة ٢٠١٩ والتي بلغت ٤٥,٤%.

٦ - دراسة (Richard Fletcher, ٢٠٢٠): (٦)

هذه الدراسة بعنوان فعالية التدريب الإعلامي في تنمية مهارات الصحفيين في التأكد من صحة الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الذكاء الاصطناعي، وتهدف الدراسة إلى التعرف على مدى فعالية البرامج التدريبية الموجهة إلى الصحفيين في التحقق من المصادر الإخبارية والمعلومات الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي.

(٥) فاطمة الزهراء أبو الفتوح. (٢٠٢١). إعداد وتأهيل خريجي قسم الإذاعة والتلفزيون في الجامعات الخاصة: دراسة حالة على جامعة ٦ أكتوبر. مجلة البحوث الإعلامية. ٥٦. ٢. ص ص ٧٠٤ : ٧٥٤.

(6) Fletcher, Richard. (2020). Building the 'Truthmeter': Training algorithms to help journalists assess the credibility of social media sources. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies 2020, Vol. 26(1) 19-34

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمدية من جمهور الصحفيين قوامها ١٨ مفردة بحثية والذين تعرضوا إلى البرامج التدريبية التي من خلالها يمكن التأكد من صحة المصادر الإخبارية وذلك من خلال المقابلة المتعمقة، وكانت أهم نتائج الدراسة كالآتي:

١- أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة طردية إيجابية بين التعرض إلى برامج التدريب الإعلامي وبين تنمية مهارات الصحفيين في التأكد من صحة المعلومات والأخبار التي تنشر على مواقع التواصل الاجتماعي والتي يعتمد عليها الصحفيين كمصادر للأخبار.

٢- كما بينت نتائج الدراسة أن التدريب الإعلامي يعتمد على تنمية مهارات الصحفيين من خلال كيفية استخدام بعض البرامج مثل Fact-checker والتي من خلالها يمكن التأكد من صحة المصادر الإخبارية.

٢- كما بينت الدراسة أن من بين الأساليب المستخدمة في تنمية مهارات الصحفيين هو استخدام أسلوب المعايرة calibration حيث يقوم الصحفي بتطبيق بعض البرامج التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي والتي تمكن الصحفي من الوصول إلى أصل الخبر المنشور والتعرف على المصدر وبالتالي التأكد من صحة الخبر، بالإضافة إلى أن الذكاء الاصطناعي لا يقتصر دوره على التأكد من الأخبار المكتوبة بل يمكن الصحفي من التأكد من صحة الصور الإخبارية التي تنشر وبالتالي حماية مصداقية الصحيفة من نشر الأخبار الكاذبة.

٧- دراسة (Carlos Rodriguez – Hoyos, 2018)^(٧):

هذه الدراسة بعنوان التدريب الإعلامي لمتخصصي التعليم في المستقبل: دراسة على المحتوى الإسباني. وهدفت هذه الدراسة إلى معرفة كيفية تطوير التدريب في مجال التعليم الإعلامي في الجامعات الإسبانية. استخدمت الدراسة تحليل المحتوى لعدد ١٧٩ دليل دراسي من ٨٣ جامعة إسبانية، كذلك تم إجراء ١٣ مقابلة متعمقة مع أساتذة جامعيين مسؤولين عن تدريس مواد متعلقة بالتعليم الإعلامي لفهم كيفية تطوير خبراتهم من خلال (الأساليب المنهجية المستخدمة وأنظمة التقييم وغيرها).

أظهرت النتائج أن أبعاد التعليم الإعلامي في المناهج الدراسية غير متكافئة، وأن الأساتذة يستخدمون مجموعة واسعة من طرق التدريس وأدوات التقييم.

كما اقترحت الدراسة إعادة تفكير الهيئات التعليمية في تدريب أساتذة الجامعات المستقبلين وتضمين المحتويات التي تسهل فهم أداء وسائل الإعلام.

(7) Hoyos, Carlos Rodeiguez.(2018). Media training for future education professionals: A study of the Spanish Context. in digital education Review. 33, pp 217:

٨ - دراسة (Pilar Sánchez – Garcia, 2016)^(٨):

هذه الدراسة بعنوان: آثار المرحلة الأولى في تعليم الصحافة في إسبانيا: نحو تدريب أكثر تخصصاً وعملياً. قامت هذه الدراسة بدراسة مقارنة لمناهج درجة البكالوريوس قبل وبعد تنفيذ برنامج منطقة التعليم العالي الأوروبية (EHEA) في ٣٥ جامعة إسبانية تقدم درجات علمية في الصحافة، وذلك من خلال تحليل المحتوى الكمي والنوعي لعدد ٦٦ منهجاً دراسياً. يسعى البحث إلى الحصول على نظرة ثاقبة حول تأثير المرحلة الأولى من برنامج (EHEA) وكيف تكيف مع بيئة الوسائط الجديدة.

قدمت الدراسة نتائج لأربعة جهات نظر: خريطة الدرجات المتاحة حالياً في الصحافة، التغييرات في محتوى المناهج، الاستمرارية أو التجديد في المناهج، ملف التدريب لوسائل الإعلام الجديدة.

وأشار الاستنتاج الرئيسي للدراسة إلى وجود تغيير تدريجي في اتجاهات تدريب الصحفيين في إسبانيا مع زيادة التدريس العملي والمتخصص وتقليل المحتوى النظري متعدد التخصصات. وأشار البحث أيضاً إلى التضمن المحدود للدورات الإخبارية في التقنيات الجديدة في تدريب المتخصصين الجدد.

٩ - دراسة (Ojomo Olusegun, 2015)^(٩):

سعت هذه الدراسة إلى فحص برامج التدريب كمكون أساسي في عملية التدريب في مجال الصحافة والاتصال الجماهيري في نيجيريا. أخذت الدراسة عينات من مؤسسات التدريب الإعلامي والهيئات الصحفية في ست ولايات في المنطقة الجنوبية الغربية في نيجيريا. استخدمت الدراسة الأساليب الكمية والنوعية للبحث، وتم الاعتماد على الاستبيانات والمقابلات الشخصية كأدوات للبحث.

غطت هذه الدراسة ٢٢ مؤسسة من أصل ٢٨ مؤسسة تدريب صحفي، بالإضافة إلى ١٦ صحيفة من أصل ١٩ صحيفة يومية وأسبوعية في جنوب غرب نيجيريا. خلصت الدراسة إلى أن كلاً من المحررين والمدرسين يرون أن التدريب يحتاج إلى عملية تطوير وتحسين ومع ذلك لا يرى المدربون أنهم بحاجة إلى

(8) Garcia, Pilar Sánchez. (2016). The effects of the first phase of the EHEA in journalism education in Spain: more specialized and practical training. in communication & Society. 29(1). pp 125: 142.

(9) Olusegun, Ojomo. (2015). Journalism trainers and newspapers editors agree on internship as a weak link in Journalism training in Nigeria, in International Journal of Humanities and social science. 5.(4). (1). pp 104:

تدريب متقدم، ورأى المحررون أن على مدربي الصحافة إجراء دورات تدريبية متقدمة.

١٠- دراسة (هاشم عبد الله الخاتم، ٢٠١٥م):^(١٠)

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أهمية التدريب في رفع كفايات الوسائط المتعددة للعاملين في السودان. استخدم الباحث المنهج الوصفي والتحليلي لتحقيق أهداف الدراسة من خلال المقابلة والاستبيان كأداة رئيسية، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٣٠٠ مفردة من العاملين في وسائل الإعلام السودانية بولاية الخرطوم.

وأوضحت النتائج أهمية التدريب في رفع كفايات الوسائط المتعددة لاختصاصي الاتصال إلا أنه يوجد قصور كبير في التدريب، وأوصى الباحث بإنشاء مركز آني للتدريب الإعلامي. التعليق على الدراسات السابقة:

١- إن أكثر الدراسات شيوعاً هي التي تناولت واقع التدريب الأكاديمي، وكذلك التدريب الصحفي، كذلك معظم الدراسات التي تناولت القنوات الفضائية الإخبارية اتخذت من قناة الجزيرة أو العربية عينة لها والقليل جداً من تطرق إلى قنوات فضائية إخبارية أخرى.

٢- لم تتناول أي من الدراسات السابقة واقع التدريب المهني داخل الفضائيات الإخبارية العربية والاحتياجات التدريبية للقائمين بالاتصال فيها.

٣- خرجت غالبية الدراسات إلى أهمية التدريب الإعلامي بكافة قطاعاته في تنمية قدرات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية أو على صعيد تنمية قدرات ومهارات طلاب الإعلام، كما أن التدريب عنصراً مهماً في تطوير العمل الإعلامي والإرتقاء بأداء القائمين بالاتصال.

٤- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في أنها ساعدتها في فهم وبلورة مشكلة الدراسة وتحديد وصياغة الأهداف والتساؤلات بشكل يخدم الدراسة.

مشكلة الدراسة:

إن العاملين في مجال الإعلام المسموع والمرئي في حاجة دائمة إلى تنمية مهاراتهم واستنفار ملكات الإبداع لديهم حتى يكونوا قادرين على ممارسة مهنتهم

(١٠) هاشم عبد الله الخاتم . (٢٠١٥). توظيف الوسائط المتعددة في إنتاج الرسالة الإعلامية: دراسة حالة على عينة من المؤسسات الإعلامية. مجلة العلوم الإنسانية. ٣. ص ٨٠

بكفاءة، ويتحقق لهم ذلك من خلال الالتزام ببرامج تدريبية منتظمة ومتواصلة توفرها مؤسساتهم الإعلامية^(١).

وتعد العملية التدريبية في المجال الإعلامي من العمليات الأساسية التي تهيئ العاملين الجدد للعمل وتجعلهم قادرين على استيعاب نظم وأساليب العمل والظروف المحيطة به، كذلك التعرف على الصعوبات التي تواجه العاملين وكيفية التغلب عليها.

كما أن التدريب في المجال الإخباري يحتل أهمية قصوى للحصول على منتج متميز، حيث أن غاية التدريب هي خلق كادر إعلامي مدرب له رؤية مهنية سليمة تمكنه من اتخاذ القرار خاصة في وقت الأزمات أو إدارة الأحداث العاجلة والطارئة، ولهذا فإن التدريب ضروري لفريق العمل بالأخبار أو من يطلق عليهم أطراف المنتج الإخباري.

ومن هذا المنطلق يمكن تحديد مشكلة الدراسة في محاولة رصد وتحليل وتوصيف الاحتياجات التدريبية للقائمين بالاتصال في القنوات الفضائية الإخبارية من خلال دراسة ميدانية على القائم بالاتصال في هذه القنوات المتمثل في المتدربين والمدرّبين بالقنوات عينة الدراسة.

أهمية الدراسة:ترجع أهمية الدراسة إلى التالي:

١- أهمية رصد الاحتياجات التدريبية للقائم بالاتصال في القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

٢- قلة الدراسات المهمة بالتدريب الإعلامي في القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

٣- تمثل هذه الدراسة إضافة بمكتبة الدراسات الإعلامية في مجال التدريب المهني.

أهداف الدراسة:

يتلخص الهدف الرئيسي في هذه الدراسة في رصد وتحليل وتوصيف الاحتياجات التدريبية للقائم بالاتصال في القنوات الفضائية الإخبارية العربية، ويتفرع من هذا الهدف نوعان من الأهداف الفرعية:

أولاً: أهداف خاصة بالمتدربين:

١- رصد مدى وجود تدريب في القنوات الفضائية الإخبارية موضع الدراسة.

(١) محمد مرعي . (٢٠٠٩). التدريب المؤسسي والتدريب الذاتي. مجلة الفن الإذاعي. ١٩٦. ص ٦٩.

٢- التعرف على الاحتياجات التدريبية للقائمين بالاتصال في القنوات الفضائية الإخبارية موضع الدراسة مع المقارنة بينهم.

ثانياً: أهداف خاصة بالمدرّبين:

- ١- رصد مدى وجود تدريب إعلامي داخل القنوات الفضائية الإخبارية.
- ٢- التعرف على الاحتياجات التدريبية للقائمين بالاتصال داخل القنوات الفضائية الإخبارية العربية من وجهة نظر المدرّبين.

تساؤلات الدراسة:

أولاً: تساؤلات خاصة بالمتدربين من الإعلاميين داخل القنوات الفضائية الإخبارية:

١- ما مدى وجود تدريب مهني داخل القنوات الفضائية الإخبارية التي يعملون بها؟

٢- ما البرامج التدريبية التي خضع لها القائمين بالاتصال؟

٣- ما احتياجاتهم التدريبية من وجهة نظرهم؟

ثانياً: تساؤلات خاصة بالمدرّبين داخل القنوات الفضائية الإخبارية وهي كالآتي:

١- ما علاقتهم بالقنوات الفضائية الإخبارية التي يدرّبون بها؟

٢- ما مدى وجود تدريب مهني داخل القنوات الفضائية الإخبارية موضع الدراسة من وجهة نظرهم؟

٣- ما الاحتياجات التدريبية من وجهة نظرهم والتي يحتاجها العاملون بالقنوات الفضائية الإخبارية موضع الدراسة؟

الإطار المنهجي والإجرائي للدراسة :

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية **Descriptive research** والتي تستهدف رصد وتحليل وتفسير وتقويم الاحتياجات التدريبية للقائمين بالاتصال في القنوات الفضائية الإخبارية.

منهج الدراسة:

تعتمد الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح (Survey) وهو أحد المناهج الأساسية في البحوث الوصفية، حيث تقوم الباحثة في هذه الدراسة بمسح للقنوات الفضائية الإخبارية العربية لتستخدم منهج المسح بالعينة على

القنوات وتقوم الباحثة بالتطبيق على القنوات الفضائية الإخبارية الخاصة والحكومية.

ثم تستخدم منهج المسح بالعينة على القائمين بالاتصال داخل القنوات الفضائية الإخبارية الخاصة والحكومية موضع الدراسة وأيضاً المسح الشامل للقائمين بالتدريب داخل القنوات الفضائية الإخبارية.

أداة جمع البيانات بالدراسة: تستخدم الباحثة في هذه الدراسة:

أولاً: صحيفة الاستقصاء (الاستبيان) كأداة لجمع بيانات الدراسة من مفردات العينة.

ثانياً: المقابلات المتعمقة.

مجتمع الدراسة (Population):

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في القائمين بالاتصال بالقنوات الفضائية الإخبارية العربية (المتدربين)، بالإضافة إلى القائمين بالتدريب في هذه القنوات (المدرّبين).

عينة الدراسة (Sample):

تقسم الباحثة عينة الدراسة إلى:

- 1- عينة الدراسة من القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية الإخبارية (المتدربين) وتبلغ عددها (٥٠) مفردة في قناة النيل للأخبار و (٥٠) مفردة في قناة اكسترا نيوز و (٣٢) مفردة في قناة الإخبارية السعودية و (١٠) مفردة في قناة العربية، لتصبح العينة من القائمين بالاتصال داخل القنوات موضع الدراسة (١٤٢) مفردة. اختارت الباحثة قناة النيل للأخبار بوصفها قناة حكومية إخبارية مصرية، كذلك اختارت قناة اكسترا نيوز بوصفها أول قناة إخبارية خاصة مصرية، واختارت الباحثة قناة العربية بوصفها قناة إخبارية فضائية عربية ولما واجهت صعوبة بالتطبيق فيها قامت باختيار قناة الإخبارية السعودية بوصفها قناة إخبارية فضائية عربية.

- 2- عينة الدراسة من القائمين بالتدريب "المدرّبين" في معهد الإذاعة والتلفزيون وعددها (١٠) مفردة، اختارت الباحثة معهد الإذاعة والتلفزيون بوصفه مركز التدريب الأساسي في مصر الذي اجتمعت نسبة كبيرة من القائمين بالاتصال عينة الدراسة على حصولهم على دورات تدريبية به.

اختبارات الصدق والثبات:

[١] اختبار الصدق (Validity):

يقصد بالصدق مدى قدرة المقياس على قياس ما وضع لقياسه ويتطلب الصدق التام عدم وجود خطأ في القياس^(١٢) وللتأكد من صلاحية استمارات الاستبيان وصدقها تقوم الباحثة بعرضها على مجموعة من المحكمين.^(١٣)

[٢] اختبار الثبات (Reliability):

يقصد باختبار الثبات التأكد من درجة الاتساق العالية لأداة جمع المعلومات بما يتيح قياس ما تقيسه من ظاهرات ومتغيرات بدرجة عالية من الدقة، والحصول على نتائج متطابقة أو متشابهة إذا تكرر استخدامها أكثر من مرة في جمع نفس المبحوثين أو من مبحوثين آخرين، وسواء استخدمها باحث واحد أو عدة باحثين في أوقات وظروف مختلفة^(١٤).

استخدام اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach Test Alpha): قامت الباحثة باستخدام اختبار ألفا كرونباخ لتحديد مدى إمكانية الاعتماد على إجابات عينة الدراسة، ومدى تجانس الإجابات، ومدى إمكانية تعميم النتائج على عينة الدراسة، فإذا زاد هذا الاختبار عن (٠.٧٠) فيمكن الاعتماد على نتائج الدراسة وتعميمها على مجتمع الدراسة ككل، وكانت قيمة ألفا لإجمالي الاستبيان (٠.٨٢) وتشير هذه القيمة إلى صلاحية الاستبيان للتطبيق وإمكانية الاعتماد على نتائجه.

المعالجة الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

(١٢) شيماء ذو الفقار زغيب . (٢٠٠٩). *مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية. ص ٨٠.

- (١٣) أسماء المحكمين الذين تم عرض استمارات الاستبيان عليهم مرتبة ترتيباً أبجدياً:
- أ.د أشرف صالح أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
 - أ.د حسام حامد إبراهيم أستاذ العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام جامعة الأزهر بالقاهرة.
 - أ.د حسن علي أستاذ الإذاعة بقسم الإعلام كلية الآداب جامعة المنيا.
 - أ.د رضا عبدالواجد أمين أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام جامعة الأزهر بالقاهرة.
 - أ.د محمد معوض أستاذ الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة بجامعة عين شمس.

(١٤) سمير محمد حسين. (٢٠٠٦). *دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام*. القاهرة: عالم الكتب. ص ٣٠٩.

لقد قامت الباحثة بتفريغ البيانات من استمارات الاستقصاء وتجميعها بطريقة تتمشي مع إدخالها على الحاسب الآلي، لتشغيلها بواسطة برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) إلى الإصدار رقم (٢٦)، وقد استخدمت الباحثة الأساليب الإحصائية التالية في تحليل البيانات والوصول إلى النتائج:

- ١- التكرارات البسيطة Frequencies، والنسب المئوية Percent.
 - ٢- المتوسط الحسابي Mean.
 - ٣- الانحراف المعياري Std Deviation.
 - ٤- ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha)
- استخدمت الباحثة برنامج MAXQDA للتحليل الكيفي لإجابات الأسئلة المفتوحة

مفاهيم الدراسة:

المفاهيم الإصطلاحية:

[١] التدريب المهني:

يقصد بالتدريب المهني في هذه الدراسة التدريب في البيئة الإعلامية من خلال المشاهدة والإطلاع والملاحظة لخطوات العمل داخل هذه المؤسسات الفضائية الإخبارية، كما يمكن أن يتم التدريب من خلال دورات تدريبية متخصصة في مجال معين من مجالات العمل الإعلامي بما يساعد المتدرب على اكتساب معارف وخبرات جديدة تساعده على تقديم منتج إعلامي جيد^(١٥).

[٢] القنوات الفضائية الإخبارية:

- القنوات الفضائية الإخبارية هي قنوات تلفزيونية مخصصة حصراً لتقديم الأخبار بشكل مستمر، دون توقف طوال اليوم. تغطي هذه القنوات الأحداث الإخبارية العالمية والأخبار الوطنية^(١٦). الإطار المعرفي: تحديد الاحتياجات التدريبية:

- مفهوم تحديد الاحتياجات التدريبية:

يقصد بتحديد الاحتياجات التدريبية تحليل مجالات عدم التوازن بين الأداء المستهدف والأداء الحالي من ناحية والفرص التدريبية من ناحية أخرى.

(حسين شفيق). (٢٠١١). التدريب الإعلامي في الصحافة المطبوعة والإلكترونية. دار فكر¹⁵ وفن للطباعة والنشر والتوزيع. ص ٣١

(¹⁶) Peter Van Aelst. (2021). Does a Crisis Change News Habits? A Comparative Study of the Effects of COVID-19 on News Media Use in 17 European Countries. Digital Journalism. Volume 9, 2021 - Issue 9.

ويمكن وصف الاحتياجات التدريبية وتحديد ملامحها من خلال أربع خصائص هي مجال (مكان التدريب) تنظيمياً أو تخصصياً، والفوائد المرجو تحقيقها، كذلك طبيعة الفجوة التي يغطيها التدريب، بالإضافة إلى الإطار الزمني لمردود التدريب.^(١٧)

إن الاحتياجات التدريبية هو ما يحتاجه الأفراد من تدريب لتنمية شخصياتهم من المعارف والمهارات الإدارية والفكرية والمعارف والمهارات السلوكية والمعارف والمهارات الفنية، وتتعدد باعتبارها احتياجات فردية وليس جماعية لأن تحقيق الاحتياج الفردي يتم ضمن عملية تدريبية هي في الغالب جماعية. ومسئولية تحديد الاحتياجات التدريبية هي مهمة الإدارة العليا في المنظمة وفي بعض الأحيان توكل هذه المهمة لتشغال الإدارة العليا في العمل إلى خبراء التدريب الذين يكونون من داخل المنظمة في بعض الأحيان ومن خارج المنظمة على الأغلب.^(١٨)

خصائص الاحتياجات التدريبية:

هناك مجموعة من الخصائص في عملية تحديد الاحتياجات التدريبية في المنظمات تتمثل في اختلاف عملية تحديد الاحتياجات التدريبية من منظمة إلى أخرى فقد تكون مخططة تبني تحليل ومراجعة دقيقة لاحتياجات المنظمة، وقد تكون غير مخططة وغير منظمة ولا تمت إلى احتياجات المنظمة الحقيقية. كما أن الاحتياجات التدريبية Training Needs في منظمة ما تختلف عن الاحتياجات التطويرية Developmental Needs في المنظمة نفسها، فإذا كانت الأولى تصف الظروف الفعلية المتعلقة بدور الأفراد في أداء المنظمة، فإن الاحتياجات التطويرية تختلف عنها في أنها تتعلق بنمو وفعالية الفرد في المنظمة، بالإضافة إلى صعوبة حصر الاحتياجات الحالية والمستقبلية في التطبيق العملي في ظل التغيرات في بنية المنظمة وتغيرات البيئة مما يعني احتمال بروز مشكلات جديدة، وبالتالي فإن أي تحديد للاحتياجات التدريبية لن يكون نهائياً، وكذلك صياغة الاحتياجات التدريبية بشكل يحقق الأهداف التدريبية التي تسعى المنظمة للوصول إليها.^(١٩)

مزايا تحليل الاحتياجات التدريبية:

- (١٧) عبد الرحمن توفيق . مهارات أخصائي التدريب. مرجع سابق. ص ص ٢١٢، ٢١٣.
- (١٨) نجم العزاوي. جودة التدريب الإداري ومتطلبات المواصفة الدولية الأيزو 10015. مرجع سابق. ص ١١٧.
- (١٩) نادر أحمد أبو شيخة. (٢٠٠٠). إدارة الموارد البشرية. عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع. ص ٢٩٦.

تتميز عملية تحليل الاحتياجات التدريبية بتوجيه الموارد نحو أولويات محددة، كما يعتبر هذا التحليل جزءاً رئيسياً في أية خطة للتنمية الفعالة. ويعمل على مساعدة الأفراد والفرق على تحسين الأداء، وزيادة نسبة الرضا عن العمل ورفع الروح المعنوية، والدافعية لديهم؛ وبالتالي يعزز من سعي المؤسسة نحو توجه استثمار الأفراد، حيث أن هذا التحليل هو أحد المعايير الجوهرية، وهو أحد الوظائف الطبيعية لنظام التقييم، حيث تتم مناقشة المهارات التي تحتاج إلى تحسين، وأسلوب ذلك التحسين؛ مما يزود هذا التحليل المؤسسة بقاعدة بناءة لتحسين الأداء.

عيوب تحليل الاحتياجات التدريبية:

ليس لهذه العملية عيوب إلا أنها تتطلب وقتاً وجهداً للتخطيط المنهجي لهذا التحليل، ولتحليل النتائج، وكذلك تنسيق النتائج بين مختلف المدراء، للتأكد من أن خطط المؤسسة تعكس أولويات في جميع إدارات المؤسسة، مع الوضع في الاعتبار اقتصاديات الحجم، وتجنب التكرار في الأقسام المختلفة، مع الاشتراك الكامل لجميع المتدربين ومناقشتهم بدلاً من الاعتماد على تقييم مدراءهم الشخصية.^(٢٠)

نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بالقائمين بالاتصال

تعرض الباحثة في هذا المبحث نتائج المعالجة الإحصائية التي تم تطبيقها لاختبار العلاقات بين متغيرات الدراسة الميدانية الخاصة بالقائمين بالاتصال في القنوات الفضائية الإخبارية (عينة الدراسة).

جدول (١) توصيف عينة الدراسة الميدانية (المتغيرات الديموجرافية)

النسبة %	التكرار	خصائص جمهور عينة الدراسة	النوع
٧١,١%	١٠١	ذكر	النوع
٢٨,٩%	٤١	أنثى	
٧٨,٩%	١١٢	بكالوريوس / ليسانس	المستوى التعليمي
١٦,٩%	٢٤	ماجستير	
٤,٢%	٦	دكتورة	
٢,٨%	٤	أقل من ٥ سنوات	الخبرة المهنية
٦,٣%	٩	من ٥ سنوات إلى أقل من ١٠ سنوات	
٢٨,٢%	٤٠	من ١٠ سنوات إلى أقل من	

(٢٠) معهد الإدارة. (٢٠٠١). وضع السياسات والتدريب والتنمية للأفراد. الرياض، السعودية: مكتبة جرير. ص ص ١٧٠ : ١٧٢.

		١٥ سنة	
		من ١٥ سنة إلى أقل من ٢٠ سنة	
٣٣,٨%	٤٨		
٢٨,٩%	٤١	من ٢٠ سنة فأكثر	
٣٥,٢%	٥٠	قناة النيل للأخبار	القناة
٣٥,٢%	٥٠	قناة اكسترا نيوز	
٢٢,٥%	٣٢	قناة الإخبارية	
٧%	١٠	قناة العربية	
١٠٠%	١٤٢		الإجمالي

يتضح من الجدول السابق المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة والتي كانت ٧١,١٪ ذكور في حين كانت ٢٨,٩٪ إناث، كما يتضح أيضاً أن ٧٨,٩٪ من العينة حاصلين على البكالوريوس أو الليسانس، بينما كان ١٦,٩٪ من العينة حاصلين علي الماجستير، في حين أن ٤,٢٪ حاصلين على الدكتوراة. وفيما يختص بالخبرة المهنية فقد أظهرت نتائج الجدول أن ٣٣,٨٪ من عينة القائمين بالاتصال كانت خبرتهم من ١٥ سنة إلى أقل من ٢٠ سنة، في حين كانت خبرة ٢٨,٩٪ من العينة من ٢٠ سنة فأكثر، و ٢٨,٢٪ من العينة كانت خبرتهم من ١٠ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة، بينما كانت ٦,٣٪ من العينة خبرتهم من ٥ سنوات إلى أقل من ١٠ سنوات، في حين أن ٢,٨٪ من العينة كانت خبرتهم أقل من ٥ سنوات.

أما فيما يختص بمكان عمل عينة الدراسة فقد كانت ٣٥,٢٪ من العينة يعملون بقناة النيل للأخبار، وكذلك ٣٥,٢٪ من عينة القائمين بالاتصال يعملون في قناة اكسترا نيوز، في حين ٢٢,٥٪ من العينة يعملون بقناة الإخبارية السعودية، بينما ٧٪ يعملون بقناة العربية.

جدول رقم (٢) الإحصاءات الوصفية للسن

الإحصاءات الوصفية للسن	
١٤٢	عدد المبحوثين
٢٧	أقل سن
٥٩	أكبر سن
٤٢,٠٩	المتوسط

يتبين من النتائج الواردة في الجدول السابق تباين سن المبحوثين فأقل سن كان ٢٧ عام وأكبر سن كان ٥٩ عام، في حين أن متوسط السن كان ٤٢ عام. جدول رقم (٣) يوضح الوظيفة الحالية لعينة الدراسة من القائمين بالاتصال

الاحتياجات التدريبية للقائم بالاتصال في القنوات الفضائية الإخبارية

الوظيفة	ك	%
معد	٥٢	٣٦,٦%
مقدم برامج	٣٦	٢٥,٤%
مراسل	١٨	١٢,٧%
مصور	١٦	١١,٣%
مونتير	١٣	٩,٢%
مخرج	٢٥	١٧,٦%
مهندس ديكور	٥	٣,٥%
مهندس إضاءة	٥	٣,٥%
موظف إداري	٣	٢,١%
أخرى	٦	٤,٢%

توضح نتائج الجدول السابق الوظائف التي تشغلها مفردات العينة من القائمين بالاتصال حيث عمل ٣٦,٦% من أفراد العينة كمعدين، في حين بلغت عينة الدراسة من مقدمي البرامج ٢٥,٤%، كما بلغت عينة من عملوا كمخرجين ١٧,٦% من عينة القائمين بالاتصال، أما من عملوا كمراسلين فكانوا ١٢,٧% من عينة الدراسة، بينما كان ٩,٢% يعملون مونتير، كذلك عمل ٢,١% في وظائف إدارية بالقنوات موضع الدراسة، في حين عمل ١١,٣% من العينة كمصورين، أما من عملوا كمهندسين للديكور أو للإضاءة فكانت نسبتهم ٣,٥%.

جدول رقم (٤)

يوضح مجال عمل عينة الدراسة من القائمين بالاتصال داخل القنوات الإخبارية المستهدفة

مجال العمل	قناة النيل للأخبار		قناة اكسترا نيوز		قناة الإخبارية		قناة العربية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
إعداد	٢٣	٤٦%	١٨	٣٦%	٩	٢٨,١%	٤	٤٠%	٥	٣٧,٣%
تقديم	١١	٢٢%	٨	١٦%	١٦	٥٠%	٢	٢٠%	٣	٢٦,١%
مراسل	٥	٩,٤%	٨	١٦%	٣	٩,٤%	٤	٤٠%	٢	١٤,١%
تصوير	٣	٦%	١١	٢٢%	٢	٦,٣%	٢	٢٠%	١	١٢,٧%

١٠,٦ %	١ ٥	١٠ %	١	١٢,٥ %	٤	١٦ %	٨	٤ %	٢	مونتاج
١٧,٦ %	٢ ٥	١٠ %	١	٦,٣ %	٢	١٨ %	٩	٢٦ %	١٣	إخراج
٣,٥ %	٥	صفر	صفر	صفر	صفر	١٠ %	٥	صفر	صفر	ديكور
٣,٥ %	٥	صفر	صفر	صفر	صفر	١٠ %	٥	صفر	صفر	إضاءة
٤,٢ %	٦	صفر	صفر	١٢,٥ %	٤	صفر	صفر	٤ %	٢	إداري
٥,٩ %	٨	صفر	صفر	٦,٣ %	٢	صفر	صفر	١٢ %	٦	أخرى

يتضح من نتائج الجدول السابق الإجمالية أن مجال الإعداد جاء في المرتبة الأولى لمجالات عمل عينة الدراسة، وذلك بنسبة ٣٧,٣٪ من إجمالي عينة الدراسة، وفي المرتبة الثانية جاء التقديم بنسبة ٢٦,١٪ من إجمالي العينة، في حين جاء في المرتبة الأخيرة بنسبة ٣,٥٪ كلاً من الديكور والإضاءة، الأمر الذي يبين أن مجال الإعداد هو الأكثر من حيث أعداد العاملين به في القنوات الفضائية، وهو الأمر الذي لاحظته الباحثة أثناء المقابلات المتعمقة مع القائمين بالاتصال.

كما تشير نتائج الجدول السابق التفصيلية إلى أن مجال الإعداد جاء أيضاً في المرتبة الأولى لمجالات عمل العينة في كلاً من قناة النيل للأخبار وذلك بنسبة ٤٦٪ من إجمالي عينة القناة، وقناة اكسترا نيوز بنسبة ٣٦٪ من إجمالي عينة القناة، وهو ما لاحظته الباحثة حيث أن كثير من المصنفين بالقناتين يعملون بالإعداد لأكثر من قناة أو يعملون صحفيين بصحف ومجلات، ولا يقتصر عملهم على الإعداد بالقناة موضع الدراسة.

أما قناة الإخبارية السعودية فقد جاء مجال التقديم في المرتبة الأولى بنسبة ٥٠٪ من عينة القناة بينما كانت ٤٠٪ من عينة قناة العربية يعملون كمراسلين للقناة، وكذلك في مجال الإعداد.

وفي المرتبة الثانية لمجالات العمل جاء التقديم في قناة النيل للأخبار بنسبة ٢٢٪ من عينة الدراسة، بينما كان التصوير في قناة اكسترا نيوز بنسبة ٢٢٪ من عينة الدراسة، أما في قناة الإخبارية السعودية فقد جاء الإعداد في المرتبة الثانية بنسبة ٢٨,١٪ من عينة القناة، وفي قناة العربية أيضاً كان الإعداد في المرتبة الأولى بنسبة ٤٠٪ من عينة القناة.

وفي المرتبة الأخيرة لقناة النيل للأخبار جاء المونتاج والوظائف الإدارية بنسبة ٤٪ من عينة القناة، بينما كان مجال الديكور والإضاءة في المرتبة

الأخيرة لقناة اكسترا نيوز بنسبة ١٠٪ من عينة القناة، أما في قناة الإخبارية فكان التصوير والإخراج ووظائف أخرى لم تذكرها عينة الدراسة في المرتبة الأخيرة بنسبة ٦,٣٪ من عينة القناة، وبالنسبة لقناة العربية كانت مهنة المونتير والمخرج في المرتبة الأخيرة بنسبة ١٠٪ من عينة القناة.

جدول رقم (٥) يوضح مؤهل عينة الدراسة من القائمين بالاتصال

نوع المؤهل	قناة النيل للأخبار		قناة اكسترا نيوز		قناة الإخبارية		قناة العربية		الإجمالي	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
مؤهل إعلامي	٢	٥٦٪	٢	٤٦٪	٢	٧١,٩٪	٩	٩٠٪	٨٣	٥٨,٥٪
غير إعلامي	٢	٤٤٪	٧	٥٤٪	٩	٢٨,١٪	١	١٠٪	٥٩	٤١,٥٪
الإجمالي	٥	١٠٠٪	٥	١٠٠٪	٣	١٠٠٪	١	١٠٠٪	١٤	١٠٠٪
ي	٠	٠٪	٠	٠٪	٢	١٠٠٪	٠	٠٪	٢	١٠٠٪

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن تقارب نسب عينة الدراسة ممن كانوا يحملون مؤهل إعلامي وغير إعلامي، وإن كانت نسبة الإعلاميين جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٥٧٪ من إجمالي عينة الدراسة من القنوات الأربع. توضح النتائج التفصيلية للقنوات أن ٩٠٪ من عينة قناة العربية كانوا من حاملي المؤهل الإعلامي، في حين أن جاءت في المرتبة الثانية قناة الإخبارية السعودية حيث كان ٧١,٩٪ من عينة القناة حاملي مؤهل إعلامي، وفي المرتبة الثالثة جاءت قناة النيل للأخبار بنسبة ٥٦٪ من عينة القناة، وفي المرتبة الأخيرة كانت قناة اكسترا نيوز.

أما بالنسبة لحاملي المؤهلات غير الإعلامية فجاءت قناة اكسترا نيوز في المرتبة الأولى بنسبة ٥٤٪ من عينة القناة وفي المرتبة الثانية قناة النيل للأخبار بنسبة ٤٤٪، وفي المرتبة الثالثة كانت قناة الإخبارية السعودية بنسبة ٢٨,١٪ من عينة القناة، بينما جاءت قناة العربية في المرتبة الأخيرة بنسبة ١٠٪ من عينة القناة.

ويمكن تفسير هذه النتائج إلى اهتمام القنوات العربية بتعيين خريجي كليات وأقسام الإعلام أكثر من أي خريج آخر، وهو الأمر الذي من شأنه رفع جودة ما يقدم بها، بالإضافة إلى استيعاب دارسي وخريجي الإعلام في سوق العمل.

جدول رقم (٦) يوضح حصول عينة الدراسة على دورات تدريبية خلال فترة الحياة المهنية

الإجمالي		قناة العربية		قناة الإخبارية		قناة اكسترا نيوز		قناة النيل للأخبار		هل حصلت على دورات تدريبية ؟
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٨٩,٤%	١٢٧	٩٠%	٩	٩٠,٦%	٢٩	٨٢%	٤١	٩٦%	٤٨	نعم
١٠,٦%	١٥	١٠%	١	٩,٤%	٣	١٨%	٩	٤%	٢	لا
١٠٠%	١٤٢	١٠٠%	١٠	١٠٠%	٣٢	١٠٠%	٥٠	١٠٠%	٥٠	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى ارتفاع نسبة الحاصلين على دورات تدريبية خلال فترة الحياة المهنية للقائمين بالاتصال (عينة الدراسة) حيث جاءت بنسبة ٨٩,٤% من عينة الدراسة الإجمالية، في حين أن ١٠,٦% فقط من عينة الدراسة لم يحصلوا على دورات تدريبية أبدأً طوال فترة حياتهم المهنية .
توضح النتائج التفصيلية للقنوات مجئ قناة النيل للأخبار في المرتبة الأولى في حصول القائمين بالاتصال فيها على دورات تدريبية وذلك بنسبة ٩٦% من عينة القناة ، وجاءت قناة الإخبارية السعودية في المرتبة الثانية بنسبة ٩٠,٦% من عينة القناة، وفي المرتبة الثالثة جاءت قناة العربية بنسبة ٩٠% من عينة الدراسة بها، في حين احتلت المرتبة الأخيرة قناة اكسترا نيوز بنسبة ٨٢% من عينة القناة .

ويمكن تفسير هذه النتائج بوجود معهد الإذاعة والتلفزيون في مصر حيث يقوم بعمل دورات تدريبية للعاملين بالإذاعة والتلفزيون ، كذلك وجود مركز التدريب السعودي وهو تابع لهيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية والتي تتبعها القناة الإخبارية السعودية، إلى جانب أكاديمية فوكس للتدريب والاستشارات الإعلامية.

كما تشير النتائج التفصيلية إلى تصدر قناة اكسترا نيوز المرتبة الأولى في عدم حصول عينة الدراسة بها على دورات تدريبية بنسبة ١٨% من عينة القناة.

جدول رقم (٧)^(*) يوضح مدى وجود تدريب في القناة (موضع الدراسة)

الإجمالي		قناة العربية		قناة الإخبارية		قناة اكسترا نيوز		قناة النيل للأخبار		هل يوجد تدريب في القناة التي تعمل بها؟
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٦٠,٦%	٧٧	١٠٠%	٩	٧٩,٣%	٢٣	١٩,٥%	٨	٧٧,١%	٣٧	نعم
٣٩,٣%	٥٠	صفر	صفر	٢٠,٧%	٦	٨٠,٥%	٣٣	٢٢,٩%	١١	لا
١٠٠%	١٢٧	١٠٠%	٩	١٠٠%	٢٩	١٠٠%	٤١	١٠٠%	٤٨	الإجمالي

توضح نتائج الدراسة الإجمالية إلى أن وجود تدريب في القنوات موضع الدراسة جاء في المرتبة الأولى بنسبة ٦٠,٦% من إجمالي العينة، بينما جاء عدم وجود التدريب في المرتبة الثانية بنسبة ٣٩,٣% من إجمالي العينة .

رأت الباحثة أنه بالرغم من إقرار غالبية العينة بحصولهم على دورات تدريبية إلا أنهم قد يكونوا خضعوا إليها بشكل شخصي أو أثناء دراستهم أو عملهم في أماكن أخرى قبل تواجدهم في قنوات الدراسة، وهو الأمر الذي استوضحته الباحثة من خلال إجراء المقابلات المتعمقة مع عينة الدراسة.

تشير نتائج الدراسة التفصيلية للقنوات إلى مجئ قناة العربية في المرتبة الأولى لوجود تدريب بها وذلك بنسبة ١٠٠% ، وجاء في المرتبة الثانية قناة الإخبارية السعودية بنسبة ٧٩,٣% تليها قناة النيل للأخبار في المرتبة الثالثة بنسبة ٧٧,١% من عينة القناة ، وفي المرتبة الأخيرة تأتي قناة اكسترا نيوز بنسبة ١٩,٥% من عينة القناة .

ويمكن تفسير هذه النتائج أيضاً إلى اهتمام القائمين على قناة العربية بالتدريب، كذلك وجود مركز التدريب السعودي التابع لهيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية والتي تتبعه قناة الإخبارية السعودية، وإلى وجود معهد الإذاعة والتلفزيون المصري التابع للهيئة الوطنية للإعلام والتي تتبعها قناة النيل للأخبار.

(*) العدد الإجمالي أقل من حجم العينة لأنه مرتبط بالسؤال السابق من اختار (لا) وعدددهم ١٥ مبحوث تم توجيههم إلى إجابة السؤال رقم (15) مباشرة .

جدول رقم (٨) يوضح البرامج التدريبية التي خضعت لها عينة الدراسة من القائمين بالاتصال

البرامج التدريبية	قناة النيل للأخبار		قناة اكسترا نيوز		قناة الإخبارية		قناة العربية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الكتابة للتلفزيون (الإعداد التلفزيوني)	٣٦	٤٥%	٢٠	٤٨,٨%	١٣	٤٤,٨%	٥	٥٥,٥%	٧١	٥٨,٣%
الصحافة التلفزيونية	٢١	٤٣,٨%	١٧	٤١,٥%	٩	٣١%	٤	٤٤,٤%	٤٨	٤٠,١%
الصحافة الإلكترونية	١٠	٢٠,٨%	١٠	٢٤,٤%	٤	١٣,٨%	صفر	صفر	٢٤	١٨,٩%
إدارة المؤسسات الإعلامية	٥	١٠,٤%	٤	٩,٨%	٢	٦,٩%	١	١١,١%	١٢	٩,٤%
الدراما والمجتمع	٧	١٤,٦%	٧	١٧,١%	٧	٢٤,١%	صفر	صفر	٢١	١٦,٥%
الإنتاج	١٧	٣٥,٤%	١٤	٣٤,١%	٥	١٧,٢%	٢	٢٢,٢%	٣٨	٢٩,٩%
أخلاقيات العمل الإعلامي	٩	١٨,٨%	١٥	٣٦,٦%	٤	١٣,٨%	٨	٨٨,٨%	٣٦	٢٨,٣%
التصوير التلفزيوني	٤	٨,٣%	٢	٤,٩%	٢	٦,٩%	٢	٢٢,٢%	١٠	٧,٩%
الإضاءة	١٥	٣١,٣%	١١	٢٦,٨%	١٤	٤٨,٣%	١	١١,١%	٤١	٣٢,٣%
التقديم	١٧	٣٥,٤%	٨	١٩,٥%	١	٣,٤%	٤	٤٤,٤%	٣٠	٢٣,٦%
لغات	٥	١٠,٤%	صفر	صفر	٢	٦,٩%	١	١١,١%	٨	٦,٣%
جودة التدريب	١	٢,١%	٣	٧,٣%	٢	٦,٩%	صفر	صفر	٦	٤,٧%
الإدارة الفعالة	٧	١٤,٦%	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	٧	٥,٥%

توضح نتائج الجدول السابق الإجمالية إلى تصدر الكتابة للتلفزيون (الإعداد التلفزيوني) المرتبة الأولى للبرامج التدريبية التي خضع لها أفراد العينة في القنوات موضع الدراسة وذلك بنسبة ٥٨,٣٪ من إجمالي البرامج، وفي المرتبة الثانية جاءت الصحافة التلفزيونية بنسبة ٤٠,١٪ تلاها الإضاءة في المرتبة الثالثة بنسبة ٣٢,٣٪ في حين جاءت جودة التدريب في المرتبة الأخيرة بنسبة ٤,٧٪ من عينة الدراسة.

تفسر الباحثة النتيجة السابقة بأن المراكز التدريبية والإعلاميين على حد سواء يخضعون إلى البرامج التقليدية ، في حين أن البرامج المستحدثة تلقى تفاعل قليل، وهو الأمر الذي يجب أن يوضع في الاعتبار عند وضع خطط للبرامج التدريبية سواء من قبل القنوات أو المراكز التدريبية أو القائمين بالاتصال أنفسهم

تشير النتائج التفصيلية للقنوات إلى تصدر برنامج الكتابة التلفزيونية (الإعداد التلفزيوني) المرتبة الأولى بنسبة ٤٥٪ فيما يختص بقناة النيل للأخبار ، وفي المرتبة الثانية جاءت الصحافة التلفزيونية بنسبة ٤٣,٨٪ ، وجاء كلاً من الإنتاج والتقديم في المرتبة الثالثة بنسبة ٣٥,٤٪ ، في حين جاء جودة التدريب في المرتبة الأخيرة بنسبة ٢,١٪ ، وهو الأمر الذي يتشابه مع النتائج الإجمالية للقنوات.

أما فيما يختص بقناة اكسترا نيوز فتصدر أيضاً الكتابة للتلفزيون (الإعداد التلفزيوني) المرتبة الأولى للبرامج التدريبية وذلك بنسبة ٤٨,٨٪ ، تليها الصحافة التلفزيونية في المرتبة الثانية بنسبة ٤١,٥٪ ، في حين تأتي أخلاقيات العمل الإعلامي في المرتبة الثالثة بنسبة ٣٦,٦٪ ، وتأتي جودة التدريب في المرتبة الأخيرة أيضاً بنسبة ٧,٣٪ ، وهو ما يتشابه أيضاً بنسبة كبيرة مع النتيجة الإجمالية وبما سبقها في قناة النيل للأخبار.

ونأتي للقناة الإخبارية السعودية فنجد أن الإضاءة جاءت في المرتبة الأولى للبرامج التدريبية بنسبة ٤٨,٣٪ وهو ما اختلفت فيه قناة الإخبارية عن باقي القنوات.

وفي المرتبة الثانية جاءت الكتابة للتلفزيون (الإعداد التلفزيونية) بنسبة ٤٤,٨٪ ، ثم جاءت الصحافة التلفزيونية في المرتبة الثالثة بنسبة ٣١٪ في حين جاء التقديم في المرتبة الأخيرة بنسبة ٣,٤٪ وهو الأمر الذي اختلفت فيه أيضاً القناة الإخبارية عن قناتي النيل للأخبار واكسترا نيوز وأيضاً العربية .

أما بالنسبة لقناة العربية فجاءت أخلاقيات العمل الإعلامي في المرتبة الأولى بنسبة ٨٨,٨٪ من إجمالي عينة القناة، والكتابة للتلفزيون في المرتبة الثانية بنسبة ٥٥,٥٪ في حين جاءت الصحافة التلفزيونية، والتقديم في المرتبة الثالثة بنسبة ٤٤,٨٪ ، وفي المرتبة الأخيرة جاء كلاً من إدارة المؤسسات الإعلامية، والإضاءة، واللغات بنسبة ١١,١٪.

تؤكد الباحثة بعد استعراض النتائج التفصيلية للبرامج التدريبية في كل قناة على حدا تقليدية البرامج وعدم وجود برامج مستحدثة من قبل المراكز التدريبية، إلى جانب عدم إقبال القائمين بالاتصال أنفسهم على ما هو جديد في مجال الإعلام .

جدول رقم (٩) يوضح مدى عمل استقصاء لتحديد الاحتياجات التدريبية للقائمين بالاتصال

الإجمالي		قناة العربية		قناة الإخبارية		قناة اكسترا نيوز		قناة النيل للأخبار		الاستقصاء لتحديد الاحتياجات التدريبية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٧,١%	٢٢	صفر	صد	٤٨,٣%	١٤	٤,٩%	٢	٩,١٢%	٦	نعم
٨٢,٩%	١٠٥	١٠٠%	٩	٥١,٧%	١٥	٩٥,١%	٣٩	٨٧,٥%	٤٢	لا
١٠٠%	١٢٧	١٠٠%	٩	١٠٠%	٢٩	١٠٠%	٤١	١٠٠%	٤٨	الإجمالي

توضح نتائج الجدول السابق إلى أن غالبية عينة الدراسة أكدت عدم عمل استقصاء لتحديد الاحتياجات التدريبية لهم داخل القنوات التي يعملون بها وذلك بنسبة ٨٢,٩% من إجمالي العينة .

وعند النظر إلى النتائج التفصيلية للقنوات نجدها تؤكد نفس النتيجة المجملية، فنجد تصدر قناة العربية المرتبة الأولى بنسبة ١٠٠% في عدم عمل استقصاء لتحديد الاحتياجات التدريبية للقائمين بالاتصال ، يليها قناة اكسترا نيوز في المرتبة الثانية بنسبة ٩٥,١% ، ثم قناة النيل للأخبار في المرتبة الثالثة بنسبة ٨٧,٥% ، في حين جاءت قناة الإخبارية في المرتبة الأخيرة بنسبة ٥١,٧% .

نرى أيضاً عند النظر لنتائج قناة الإخبارية إلى تقارب نسبي وجود الاستقصاء من عدمه مما قد ترجعه الباحثة إلى أنه قد تكون هناك فترات اهتمت بها القناة بموضوع التدريب وتحديد احتياجات القائمين بالاتصال بها، وهذا ما أكدته العينة من خلال المقابلات المتعمقة.

الاحتياجات التدريبية للقائم بالاتصال في القنوات الفضائية الإخبارية

جدول رقم (١٠) يوضح الاحتياجات التدريبية التي يحتاج إليها القائمين بالاتصال من وجهة نظرهم^(*)

القنوات				
قناة العربية	قناة الإخبارية	قناة اكسترا نيوز	قناة النيل للأخبار	ما الاحتياجات التدريبية التي يحتاج إليها القائمين بالاتصال في القناة؟
✓	✓		✓	تحرير النشرات الإخبارية
✓	✓	✓	✓	المونتاج
✓	✓	✓		اخلاقيات العمل الإعلامي
✓	✓	✓		الإضاءة والديكور
✓		✓		الإعداد
✓	✓			الاتصال الفعال
✓	✓			الارتجال
✓	✓	✓	✓	اللقاء / التقديم
✓	✓			اللغة العربية
✓	✓			اللغة الانجليزية
	✓			الجغرافيس
	✓			إدارة مواقع التواصل الاجتماعي
		✓		الإنتاج
✓	✓	✓		الكتابة للتلفزيون
✓		✓		التصوير
✓		✓		الإخراج
		✓		الأفلام الوثائقية
✓		✓		التقنيات الحديثة
			✓	الترجمة
			✓	التعليق الصوتي
✓				الإدارة

في محاولة من الباحثة لتحديد الاحتياجات التدريبية للقائمين بالاتصال في القنوات عينة الدراسة من وجهة نظرهم ، لاحظت الباحثة أن القائمين بالاتصال

(*) يلاحظ أن هذا الجدول لسؤال مفتوح وقد رأت الباحثة وضع إجابات المبحوثين في جدول بعد فحصهم وتحديد الاحتياجات التدريبية بناءً على إجاباتهم.

داخل القناة الإخبارية وقناة العربية كانوا أكثر تحديداً وأكثر فهماً لاحتياجاتهم التدريبية، وهو الأمر الذي يمكن أن ترجعه الباحثة كما سبق وأن ذكرنا أن أغلبهم من دراسي الإعلام.

ويتضح من الجدول السابق أن مجال المونتاج، والتقديم وطريقة الإلقاء كان له إجماع من القنوات الأربع بأنه يحتاج إلى المزيد من الدورات التدريبية لرفع كفاءة القائمين بالاتصال بالقنوات.

نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بالمدرسين يتناول هذا المبحث النتائج العامة للدراسة الميدانية الخاصة بالمدرسين، والتي تتكون من مجموع التكرارات والنسب المئوية لكل سؤال من أسئلة صحيفة الاستقصاء المطبقة على المدرسين.

جدول رقم (١١) يوضح توصيف عينة الدراسة الميدانية (المتغيرات الديموجرافية)

خصائص جمهور عينة الدراسة		التكرار	النسبة %
النوع	ذكر	٦	٦٠ %
	أنثى	٤	٤٠ %
الخبرة المهنية	أقل من ٥ سنوات	صفر	صفر
	من ٥ سنوات إلى أقل من ١٢ سنة	١	١٠ %
	من ١٢ سنة إلى أقل من ١٩ سنة	٣	٣٠ %
	من ١٩ سنة فأكثر	٦	٦٠ %
الإجمالي		١٠	١٠٠ %

يتضح من نتائج الجدول السابق المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة من المدرسين، حيث توضح النتائج أن ٦٠ % من العينة كانوا ذكور، في حين أن ٤٠ % كانوا إناث.

وفيما يتعلق بالخبرة المهنية فقد أوضحت النتائج السابقة أن ٦٠ % من العينة كانت خبرتهم المهنية من ١٩ سنة فأكثر، في حين أن ٣٠ % كانت خبرتهم من ١٢ سنة إلى ١٩ سنة، بينما أن ١٠ % من عينة الدراسة كانت خبرتهم المهنية من ٥ سنوات إلى أقل من ١٢ سنة.

جدول رقم (١٢) يوضح العمل داخل القناة التي يتم التدريب بها

هل تعمل داخل القناة التي تدرّب بها؟		ك	%
نعم		٣	٣٠ %
لا		٧	٧٠ %
الإجمالي		١٠	١٠٠ %

أظهرت نتائج الجدول السابق مكان عمل المدربين، فقد جاء ٧٠٪ من عينة المدربين لا يعملون داخل القناة التي يدرّبون بها، في حين أن ٤٢٣٠٪ من العينة يعملون بالقناة التي يدرّبون بها .
جدير بالذكر أنه خلال المقابلات التي أجرتها الباحثة مع المديرين وبعض المسؤولين داخل معهد الإذاعة والتلفزيون وجدت الباحثة أن الدورات التدريبية تتم بشكل عام دون تخصيص لهيئة معينة أو قطاع معين داخل التلفزيون المصري.

جدول رقم (١٣) يوضح مدى وجود تدريب مهني في القناة

هل يوجد تدريب مهني في القناة؟	ك	%
نعم	٣	١٠٠٪
لا	صفر	صفر
الإجمالي	٣	١٠٠٪

يتضح من نتائج الجدول السابق أن ١٠٠٪ من عينة الدراسة من المدربين بمعهد الإذاعة والتلفزيون المصري أكدوا وجود تدريب مهني داخل القنوات التي يعملون بها وترجع الباحثة ذلك بحكم عملهم كمدربين.
جدول رقم (١٤) يوضح مكان عمل عينة الدراسة (*)

الوظيفة	مكان العمل
- مدير تصوير	الهيئة الوطنية للإعلام
- مستشار إعلامي	الهيئة الوطنية للإعلام
- مخرج	التلفزيون المصري (القناة الثانية)
- مدير إدارة	الهيئة الوطنية للإعلام
- مشرف تدريب	معهد الإذاعة والتلفزيون
- مدرب لغة	معهد لغات
- مذيع بالإذاعة	الإذاعة المصرية
- مذيع	القناة الأولى بالتلفزيون المصري
- معد ومذيع	الإذاعة المصرية
- معد ومقدم برامج	القناة الثانية بالتلفزيون المصري

يتضح من نتائج الجدول السابق أماكن عمل عينة الدراسة (المدربين) ، ووظائفهم وهي كالاتي مدير تصوير بالهيئة الوطنية للإعلام ، مستشار إعلامي

(*) يلاحظ أن هذا الجدول لسؤال مفتوح وقد رأت الباحثة وضع إجابات المبحوثين في جدول بعد فحصهم وتحديد أماكن عملهم.

بالهيئة الوطنية للإعلام ، مخرج بالقناة الثانية بالتلفزيون المصري ، وكذلك إداري بالهيئة الوطنية للإعلام ، مشرف تدريب بمعهد الإذاعة والتلفزيون المصري ، ومذيع بالإذاعة المصرية، ومدرب لغة بمعهد اللغات، بالإضافة إلى معد ومقدم برامج بالقناة الثانية بالتلفزيون المصري.

كذلك يتضح من التدقيق في نتائج الجدول أن المدربين هم موظفون حكوميين بالهيئة الوطنية للإعلام ، بمعنى آخر خلال فترة التطبيق الميداني لم يكن هناك أي تعاون مع مدربين تابعين لأي هيئة أو منصة إعلامية أخرى غير التلفزيون المصري .

جدول رقم (١٥) يوضح الاحتياجات التدريبية للعاملين بالقناة (*)

ما الاحتياجات التدريبية للعاملين بالقناة؟
- رفع كفاءة العاملين بالقناة بالتدريب على أحدث الوسائل.
- تزويد القناة نفسها بأحدث الأجهزة.
- الإلقاء والتقديم.
- الارتجال.
- التدريب على معالجة الموضوعات الشائكة.
- المونتاج.
- الكتابة للتلفزيون.
- اللغات وخاصة اللغة العربية.
- الإعداد.
- حسن اختيار الموضوعات.

في محاولة من الباحثة لتحديد الاحتياجات التدريبية للقائمين بالاتصال في القنوات التي يعمل بها المدربون (عينة الدراسة) من وجهة نظرهم تم تحديد الاحتياجات الآتية : رفع كفاءة العاملين بالقناة بالتدريب على أحدث الوسائل، حيث أجمل المدربون كافة مجالات العمل الإعلامي بالقناة وحاجتهم إلى رفع كفاءتهم، تزويد القناة نفسها بأحدث الأجهزة ، الأمر الذي من شأنه أن يساهم بتحسين جودة المنتج الإعلامي وقدرته على المنافسة بين القنوات المتعددة، الإلقاء والتقديم؛ إذ أن المذيع هو واجهة القناة، فكلما زادت كفاءة وقدرة المذيع الإعلامية وتمكنه من الأدوات الإعلامية المختلفة كلما استطاع أن ينقل ويقدم منتج إعلامي ذو جودة عالية، الارتجال، وذلك لمواجهة أي موقف يتعرض له المذيع غير مُعد له مسبقاً.

(*) يلاحظ أن هذا الجدول لسؤال مفتوح وقد رأت الباحثة وضع إجابات المبحوثين في جدول بعد فحصهم وتحديد الاحتياجات التدريبية للعاملين في القنوات التي يعمل بها المدربون.

التدريب على معالجة الموضوعات الشائكة بحيادية وشفافية، المونتاج، الكتابة للتلفزيون، اللغات وخاصة اللغة العربية، الإعداد، التدريب على حُسن اختيار الموضوعات.

وفي هذا الصدد وجدت الباحثة تشابهه واتفاق بين القائمين بالاتصال في القنوات التي طبقت عليها الباحثة دراستها وبين رأي المدربين، وإن كان المدربين قد أجملوا المجالات الإعلامية معاً .

جدول رقم (١٦) يوضح الاحتياجات التدريبية للإعلاميين بالقنوات الفضائية الإخبارية العربية (*)

ما الاحتياجات التدريبية للإعلاميين بالقنوات الفضائية الإخبارية العربية من وجهة نظرك؟
- رفع كفاءة العاملين بالتدريب على أحدث الوسائل.
- توفير الفرصة للتطبيق الفعلي لما يتم دراسته في الدورات التدريبية.
- توفير مدربين ذو خبرة لتعليم وتوجيه الإعلاميين.
- الإلقاء والتقديم.
- تطوير المهارات الإعلامية المختلفة.
- تدريبات مستمرة للصوت.
- اللغات الأجنبية .
- إتقان اللغة العربية .
- معالجة الموضوعات الشائكة والحساسة بحيادية.
- تحرير نشرات الأخبار.
- الارتجال.
- الإعداد.
- المونتاج.
- الكتابة التحريرية.

يشير الجدول السابق إلى إجمال مجموعة من الاحتياجات التدريبية للإعلاميين بالقنوات الفضائية الإخبارية العربية من وجهة نظر المدربين (عينة الدراسة) وهي كالآتي :

(١) رفع كفاءة العاملين بالقنوات الفضائية الإخبارية وذلك بالتدريب على أحدث الوسائل في مجال الإعلام

(*) يلاحظ أن هذا الجدول لسؤال مفتوح وقد رأت الباحثة وضع إجابات المبحوثين في جدول بعد فحصهم وتحديد الاحتياجات التدريبية للعاملين في القنوات الفضائية الإخبارية العربية من وجهة نظر المدربين عينة الدراسة.

- (٢) توفير الفرص للتطبيق الفعلي لما يتم دراسته والتدريب عليه في الدورات التدريبية ؛ وعدم اقتصار الأمر على كونه دورة تدريبية تم أخذها للترقية أو بدء العمل في القناة أو اتفاقيات بين القنوات والمعاهد .
 - (٣) توفير مدربين ذو خبرة لتعليم القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية الإخبارية العربية، عن طريق عمل شراكات بين القنوات والهيئات الإعلامية المختلفة وبين المعاهد المختلفة لتدريب الإعلاميين.
 - (٤) الإلقاء والتقديم، وذلك لأهميتهم الشديدة فالمذيع كما سبق وذكرت الباحثة هو واجهة القناة .
 - (٥) تطوير المهارات الإعلامية المختلفة؛ بمعنى عدم قصر الدورات التدريبية على فئة معينة بالقناة .
 - (٦) تدريبات مستمرة للصوت .
 - (٧) اللغات الأجنبية، وكذلك إتقان اللغة العربية، حيث أنهم من ضروريات العمل الإعلامي.
 - (٨) التدريب على معالجة الموضوعات الشائكة والحساسية بحيادية.
 - (٩) تحرير نشرات الأخبار، والكتابة التحريرية بشكل عام.
 - (١٠) دورات في الارتجال لمواجهة أي موقف يتعرض له المذيع وخاصة على الهواء.
 - (١١) دورات للإعداد والمعددين حيث يقع على عاتقهم جزء كبير من التجهيز لخروج المنتج الإعلامي بشكل جيد للمشاهد.
 - (١٢) دورات في المونتاج للتطور السريع في هذا المجال.
- وبعد إجراء الدراسة الميدانية توصلت الباحثة إلى عدد من الإجابات الخاصة بهذه التساؤلات وذلك على النحو التالي:
- ١- توصلت الدراسة إلى ارتفاع نسبة الحاصلين على دورات تدريبية من القائمين بالاتصال في قنوات الدراسة، وقد جاءت قناة النيل للأخبار في المرتبة الأولى في حصول القائمين بالاتصال فيها على دورات تدريبية وفي المرتبة الثانية جاءت قناة الإخبارية السعودية، وفي المرتبة الثالثة جاءت قناة اكسترا نيوز، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة جاءت قناة العربية، لكن هذه الدورات التدريبية في أغلبها كانت في بدايات عمل القائمين بالاتصال في المجال الإعلامي وأحياناً تكون بدافع من القائم بالاتصال نفسه.
 - ٢- وجود تدريب مهني في القنوات الفضائية الإخبارية العربية موضع الدراسة، فقد جاءت قناة العربية في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية جاءت قناة الإخبارية السعودية، وجاءت قناة النيل للأخبار في المرتبة الثالثة، وأخيراً في المرتبة الرابعة جاءت قناة اكسترا نيوز، وقد وجدت

- الباحثة أن التدريب المهني داخل القنوات الفضائية الإخبارية يتم بدون استراتيجية تدريبية منتظمة وبصورة منقطعة.
- ٣- أكدت غالبية عينة الدراسة من القائمين بالاتصال داخل القنوات موضع الدراسة بعدم عمل استقصاء لتحديد احتياجاتهم التدريبية، حيث تصدرت قناة العربية المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية جاءت قناة اكسترا نيوز، وفي المرتبة الثالثة جاءت قناة النيل للأخبار، وأخيراً قناة الإخبارية السعودية في المرتبة الرابعة، وهو الأمر الذي يؤكد النتيجة السابقة فالتدريب المهني داخل القنوات الفضائية الإخبارية غير قائم على أساس علمي، حيث أنه قبل عمل دورات تدريبية لابد من تحديد الاحتياجات التدريبية اللازمة للقائم بالاتصال حتى يتسنى وضع خطط تدريبية ملائمة لهذه الاحتياجات.
- ٤- توصلت الدراسة إلى مجموعة من الاحتياجات التدريبية للإعلاميين بالقنوات الفضائية العربية الإخبارية من وجهة نظر المدربين بمعهد الإذاعة والتلفزيون كالآتي:
- * رفع كفاءة العاملين وذلك من خلال التدريب على أحدث الوسائل.
 - * توفير الفرصة للتطبيق الفعلي لما يتم دراسته في الدورات التدريبية.
 - * توفير مدربين ذو خبرة لتعليم وتوجيه الإعلاميين.
 - * التدريب على الإلقاء والتقديم.
 - * تطوير المهارات الإعلامية المختلفة.
 - * تدريبات مستمرة للصوت.
 - * إتقان اللغة العربية واللغات الأجنبية.

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

١.	أمين منصور وافي. (٢٠٢١). التدريب الإعلامي للقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية وعلاقته بالمهنية: دراسة ميدانية. مجلة البحوث الإعلامية. ٥٦. ٢. ص ص ٦٣٦ : ٦٧٦.
٢.	حسين شفيق. (٢٠١١). التدريب الإعلامي في الصحافة المطبوعة والإلكترونية. دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع ص ٣١.
٣.	سمير محمد حسين. (٢٠٠٦). دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام. القاهرة: عالم الكتب. ص ٣٠٩.
٤.	شيماء ذو الفقار زغيب. (٢٠٠٩). مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية. ص ٨٠.
٥.	عبد الرحمن توفيق. مهارات أخصائي التدريب. مرجع سابق. ص ص ٢١٢، ٢١٣.
٦.	فاطمة الزهراء أبو الفتوح. (٢٠٢١). إعداد وتأهيل خريجي قسم الإذاعة والتلفزيون في الجامعات الخاصة: دراسة حالة على جامعة ٦ أكتوبر. مجلة البحوث الإعلامية. ٥٦. ٢. ص ص ٧٠٤ : ٧٥٤.
٧.	محمد مرعي. (٢٠٠٩). التدريب المؤسسي والتدريب الذاتي. مجلة الفن الإذاعي. ١٩٦. ص ٦٩.
٨.	معهد الإدارة. (٢٠٠١). وضع السياسات والتدريب والتنمية للأفراد. الرياض، السعودية: مكتبة جرير. ص ص ١٧٠ : ١٧٢.
٩.	نادر أحمد أبو شيخه. (٢٠٠٠). إدارة الموارد البشرية. عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع. ص ٢٩٦.
١٠.	نجم العزاوي. جودة التدريب الإداري ومتطلبات المواصفة الدولية الأيزو 10015. مرجع سابق. ص ١١٧.
١١.	هاشم عبد الله الخاتم. (٢٠١٥). توظيف الوسائط المتعددة في إنتاج الرسالة الإعلامية: دراسة حالة على عينة من المؤسسات الإعلامية. مجلة العلوم الإنسانية. ٣. ص ص ٨٠ - ١٠١.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

12.	Fletcher, Richard. (2020). Building the 'Truthmeter': Training algorithms to help journalists assess the credibility of social media sources. Convergence:
-----	--

	The International Journal of Research into New Media Technologies 2020, Vol. 26(1) 19–34
13.	Garcia, Pilar Sánchez. (2016). The effects of the first phase of the EHEA in journalism education in Spain: more specialized and practical training. in communication & Society. 29(1). pp 125: 142.
14.	Hoyos, Carlos Rodeiguez.(2018). Media training for future education professionals: A study of the Spanish Context. in digital education Review. 33.
15.	Olusegum, Ojomo. (2015). Journalism trainers and newspapers editors agree on internship as a weak link in Journalism training in Nigeria, in International Journal of Humanities and social science. 5.(4). (1). pp 104:
16.	Pavlik, John.V . (2023). Collaborating With ChatGPT: Considering the Implications of Generative Artificial Intelligence for Journalism and Media Education. Journalism & Mass Communication Educator. 78(1).
17.	<u>Peter Van Aelst</u>. (2021). Does a Crisis Change News Habits? A Comparative Study of the Effects of COVID-19 on News Media Use in 17 European Countries. <u>Digital Journalism</u> .Volume 9, 2021 - Issue 9.
18.	Salzmann,Anja.(2023).Adopting a mogo mindset:Training newspaper reporters in mobile journalism. Journalism. 2023, Vol. 24(2) 346–362
19.	Septian, Fachri& Swarnawati, Aminah. (2022). Television News production Training in Improving Soft Skills of students of the communication studies program. university of Muhammadiyah Jakarta. in Abdimas Umtas : Jurnal pengabdian Kepada Masyarakat.5(2). pp 2438 – 2445.