

## معوقات التدريب الإعلامي في الفضائيات العربية 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 يساهم في تلبية احتياجات النمو الاقتصادي والاجتماعي. ولعل التغيرات المتلاحقة المتمثلة في الثورة الرقمية مع الأزمات والأحداث والصراعات المتزايدة في العالم وما يترتب على ذلك من سرعة تغيّره أدت إلى تزايد الاحتياج إلى الاهتمام بالتدريب المهني في مجال الإعلام من أجل تطوير الإنتاج الإعلامي وبما يتواءم مع هذه التغيرات. وتواجه القنوات الفضائية الإخبارية العربية تحديات كبيرة بسبب حالات الحراك السياسي والأحداث المتتابعة التي تشهدها منطقة الشرق الأوسط، مما أوجب عليها أن تعي الأدوار التي يجب أن تقوم بها بجانب المخاطر التي تواجهها، ولكي تحقق ذلك يجب أن تحدث تطوراً في الأداء المهني يشمل منظوماتها الإدارية والتقنية والتدريبية؛ لتسهم في جودة المضمون والشكل لكافة المواد والبرامج الإخبارية التي تُقدم بها، بالإضافة إلى ترسيخ معايير مهنية للممارسات الإعلامية والإدارية؛ حتى تستطيع أن تحتفظ بجمهورها وتشبع احتياجاته المتنوعة والمتجددة في ظل عالم رقمي سريع يموج بالصراعات. والجدير بالذكر أن تزايد القنوات الفضائية الإخبارية على الساحة الإعلامية، وتزايد المنافسة الإعلامية فيما بينها فرض على هذه القنوات البحث عن وسائل وأدوات إعلامية جديدة لتتميز بها عن غيرها، كذلك فرض عليها العمل على تطوير وتحديث محتواها إلى جانب تطوير أداء القائم بالاتصال؛ الأمر الذي يجعلنا نهتم بالتدريب المهني في المجال الإعلامي، وتطوير أدوات وأساليب التدريب في المراكز التدريبية الإعلامية.

(\*) 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.

الدراسات السابقة:

١- دراسة (Moreno-Gil, V., Chaparro Domínguez, M.- ٢٠٢٣ (١): (Á. & Pérez-Pereiro, M.

هذه الدراسة بعنوان مستقبل الصحافة في الكشف عن الأخبار الكاذبة والتحديات المتعلقة بالتدريب الإعلامي في اسبانيا، وتهدف الدراسة إلى التعرف على مدى فعالية إخضاع طلاب الإعلام في اسبانيا إلى الدورات التدريبية المتعلقة بكيفية الكشف عن الشائعات في الأخبار المنشورة.

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمدية من طلاب الجامعات في اسبانيا والخبراء في مجال الإعلام قوامها ١٨ مفردة بحثية ومن خلال المقابلات المتعمقة كانت أهم نتائج الدراسة كالآتي:

١- أشارت نتائج الدراسة إلى أهمية الدورات التدريبية في تنمية مهارات طلاب الإعلام في كيفية اكتشاف الشائعات والمعلومات المضللة.

٢- كما بينت نتائج الدراسة أن الدورات التدريبية تشمل صقل المهارات المتعلقة بكيفية الاستفادة من التطبيقات الرقمية والذكاء الاصطناعي في كيفية اكتشاف الأخبار، خاصة أن الجمهور في اسبانيا يعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي، لذلك فإن هناك ضرورة حتمية نحو اكتساب المهارات التي من خلالها يمكن اكتشاف الشائعات والمعلومات المضللة، بل والمساعدة في الكشف عن المصادر الإخبارية التي تقوم بنشر الأخبار الكاذبة.

٣- كما بينت نتائج الدراسة أن أهم التحديات المتعلقة بالتدريب الإعلامي تتمثل في وجود الخبراء والمدرسين الذين يمتلكون مهارات تدريبية عالية تتعلق بكيفية استخدام التكنولوجيا الرقمية والتي يمكن نقلها إلى طلاب الإعلام والتي تمكنهم مستقبلاً من الكشف عن الأخبار الكاذبة.

٢- دراسة (Susanne Kirchhoff, ٢٠٢٢ (٢):

هذه الدراسة بعنوان اتجاهات الإعلاميين نحو البرامج التدريبية والتحديات المتعلقة بها، وتهدف الدراسة إلى التعرف على مدى فعالية التدريب الإعلامي في

(1) Moreno-Gil, V., Chaparro Domínguez, M.-Á. & Pérez-Pereiro, M. (2023). Future journalists' fight against disinformation: analysis of university training offers and challenges in the Spanish context. *Communication & Society*, 36(2), 171-18

(2) Kirchhoff, [Susanne](#). (2022). Journalism Education's Response to the Challenges of Digital Transformation: A Dispositive Analysis of Journalism Training and Education Programs. [Journalism Studies](#) Volume 23, 2022 - [Issue 1](#)

زيادة مهارات الصحفيين والإعلاميين الرقمية وما هي التحديات التي تواجه البرامج التدريبية.

اعتمدت الباحثة في دراستها على منهج دراسة الحالة، حيث قامت باختيار عينة من الإعلاميين في النمسا قوامها ١٨١٨ والذين تعرضوا إلى ١٦ برنامج تدريبي ومن خلال الاستقصاء كانت أهم نتائج الدراسة كالآتي:

١- أشارت نتائج الدراسة أن جميع البرامج التدريبية موجهة في الأساس من أجل العمل على زيادة وعي الإعلاميين بالتحويلات الرقمية وكيفية استخدامها في المجال الإعلامي مما ينعكس بشكل كبير على المحتوى الإعلامي المقدم إلى الجمهور.

٢- كما بينت الدراسة أن البرامج التدريبية تستهدف من خلال المواد النظرية أو التطبيقات العملية العمل على اكتساب المهارات التي تمكن الإعلاميين من التعامل بكفاءة مع التطبيقات الرقمية، بالإضافة إلى التعرف على الأخلاقيات المتعلقة بالتكنولوجيا الرقمية والتي ينبغي أن تكون موجودة لدى صغار الإعلاميين المبتدئين.

٣- كما بينت نتائج الدراسة فعالية البرامج التدريبية في تعليم الإعلاميين كيفية الكشف عن الأخبار الكاذبة والتي تتعدد بشكل كبير في العمل الإعلامي وتؤثر بشكل مباشر على مصداقية وسمعة المؤسسة الإعلامية.

٤- وضحت الدراسة أن من أهم التحديات الموجودة في البرامج التدريبية هو عدم وجود الخبرة الكافية لدى المدربين والتي تمكنهم من زيادة الخبرات والمهارات لدى الإعلاميين الذين يخضعون للتدريب، بالإضافة إلى نقص الممارسة التطبيقية للخبرات التي تم اكتسابها يؤثر بشكل كبير على خبرات ومهارات الإعلاميين.

٣ - دراسة (سعيد مراح و منماتي مباركة، ٢٠٢٠) (٣)

تهدف هذه الدراسة إلى البحث حول دور التدريب الإعلامي في تحسين الأداء المهني للإعلاميين في إذاعة سوق أهراس، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية تم الاعتماد فيها على أداة الاستبيان من خلال تطبيقها على عينة قصدية من عمال إذاعة أهراس. من أهم ما خرجت به الدراسة من نتائج ما يلي:

- عدم مشاركة العاملين بإذاعة سوق أهراس في دورات تدريبية إعلامية لعدم توفر هذه الدورات والتي تكون فرصتها قليلة جداً مما يؤثر سلباً على هذه المؤسسة الإعلامية.

(٣) سعيد مراح ، و منماتي مباركة .(٢٠٢٠). دور التدريب الإعلامي في تحسين الأداء المهني للإعلاميين: دراسة ميدانية على إذاعة سوق أهراس.مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة. ١. ١. ص ص ١١٨ : ١٣٢.

- إن التدريب الذي تلقاه العاملون بالإذاعة هو تدريب معرفي من خلال تلقيهم معلومات نظرية.
  - لم يكن التدريب الذي حصل عليه العاملون بالإذاعة كافٍ لإكسابهم خبرات ومهارات تساعدهم في أداء مهامهم.
  - عدم اهتمام المسؤولين بالإذاعة بالتدريب الإعلامي وإن وجدت بعض الدورات، كما تركز هذه الدورات على الإعلاميين ذوي المستوى الجامعي فقط مع إهمال باقي العمال من تقنيين وغيرهم.
- ٤ - دراسة ( معترز أحمد عبدالفتاح، ٢٠١٦ )<sup>(٤)</sup>:
- تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير التأهيل والتدريب في المؤسسات الصحفية وعلاقته بالأداء المهني للصحفيين المصريين، إلى جانب الوقوف على أهم الصعوبات التي يواجهونها أثناء عملهم والتي تؤثر على أدائهم المهني، مع تقديم نموذج مقترح للنهوض بالعملية التدريبية والتأهيل والإعداد المهني للصحفيين المصريين. تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدم الباحث منهجين في هذه الدراسة وهما منهج المسح الإعلامي، والمنهج المقارن.
- ومن أهم ما خرجت به الدراسة من نتائج ما يلي:
- وجود اهتمام إلى حد ما من قبل المؤسسات الصحفية لتنظيم الدورات التدريبية للمحررين العاملين بها.
  - من أبرز المشكلات التي تواجه الصحفيين في مجال التدريب قلة الموارد والإمكانيات والميزانيات المخصصة للتدريب، مع عدم وجود برامج تدريبية حديثة ومتطورة مثل التي تقدم في الدول المتقدمة في مجال التدريب والتأهيل الصحفي. كذلك ضعف قدرات ومهارات المدربين. إلى جانب عدم الربط بين التدريب النظري والتطبيق العملي والميداني.
- ٥ - دراسة (نسيم محمد الطويسي وآخرون، ٢٠١٥م):<sup>(٥)</sup>
- هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع التدريب الإعلامي في الأردن، وتقييم جودة التعليم والتدريب في مجالات الإعلام من وجهة نظر الإعلاميين من أجل الوصول إلى رؤية علمية حول واقع التدريب

(٤) معترز أحمد عبدالفتاح . (٢٠١٦). التأهيل والتدريب في المؤسسات الصحفية وعلاقته بالأداء المهني للصحفيين المصريين. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة بني سويف: كلية الآداب، قسم الصحافة.

(٥) نسيم محمد الطويسي وآخرون. (٢٠١٥). جودة التدريب الإعلامي في الأردن. المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية. ٢(٨). ص ص ٣٠٧ - ٣٢٨.

والأولويات التي يحتاجها ليطابق معايير الجودة في التدريب الإعلامي، اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح بالعينة بشقيه الوصفي والتحليلي.

من أهم ما خرجت به الدراسة من نتائج أن جودة التدريب الإعلامي في الأردن متدنية في بعض الجوانب ومتوسطة في جوانب أخرى من وجهة نظر الإعلاميين، كذلك مناهج تعليم الصحافة والإعلام في الجامعات الأردنية لا تتطابق في بعض جوانبها ومعايير جودة التعليم والتأهيل في مجال الإعلام وأن إعاقاة تطوير جودة التدريب الإعلامي ناتجة عن ضعف كفاءة المدربين والمتدربين، وتواضع حجم مخصصات الإنفاق على التدريب، وضعف التنسيق بين الجهات المعنية بالتدريب الإعلامي وعدم وجود مؤسسات وطنية مستقلة تعنى بالتدريب الإعلامي.

٦- دراسة (هاشم عبد الله الخاتم، ٢٠١٥م):<sup>(١)</sup>

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- تختلف الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في أن هذه الدراسة تسعى إلى رصد واقع التدريب المهني داخل القنوات الفضائية الإخبارية وأثر ذلك التدريب على جودة المنتج الإعلامي المقدم بها، كذلك معرفة معوقات التدريب بداخل هذه القنوات ومحاولة وضع مقترحات لحل هذه المعوقات.
- ٢- تتلاقى الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في أنها تسعى إلى التعرف ورصد واقع التدريب الإعلامي والاهتمام به، وقد أجمعت نتائج الدراسات إلى تدني الواقع التدريبي في المجال المهني.

(١) 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 - ١٠١.

٣- اتفقت الدراسات السابقة مع هذه الدراسة في التحديات التي تواجه التدريب الإعلامي ومنها قلة عدد المدربين المؤهلين مع قلة التطبيقات لما يتم دراسته في الدورات التدريبية، إلى جانب عدم اهتمام بعض المسؤولين بالتدريب الإعلامي.

مشكلة الدراسة:

تعد 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.

ومن هذا المنطلق يمكن تحديد مشكلة الدراسة في محاولة رصد وتحليل وتوصيف واقع معوقات التدريب الإعلامي في القنوات الفضائية الإخبارية من خلال دراسة ميدانية على القائم بالاتصال في هذه القنوات والمتمثل في المتدربين والمدربين بهذه القنوات من العاملين بها أو ممن يتم التعاقد معهم لإعطاء دورات تدريبية للقائمين بالاتصال في هذه القنوات بالإضافة إلى استطلاع رأى النخبة الأكاديمية في التحديات التي تواجه التدريب الإعلامي.

أهمية الدراسة، ترجع أهمية الدراسة إلى التالي:

١- ضرورة الوقوف على رؤية للنخبة الإعلامية لمعوقات التدريب الإعلامي بالقنوات الفضائية الإخبارية.

٢- أهمية التعرف على مشكلات ومعوقات التدريب في القنوات الفضائية الإخبارية من وجهة نظر القائم بالاتصال مع وضع مقترحات لتحسين التدريب.

أهداف الدراسة:

يتلخص الهدف الرئيسي في هذه الدراسة في رصد وتحليل وتوصيف واقع معوقات التدريب الإعلامي في القنوات الفضائية الإخبارية العربية، ويتفرع من هذا الهدف ثلاثة أنواع من الأهداف الفرعية:

أولاً: أهداف خاصة بالمتدربين:

١- تحليل وتفسير معوقات ومشكلات التدريب في القنوات الفضائية الإخبارية محل الدراسة.

٢- رصد وتفسير مقترحات القائمين بالاتصال داخل القنوات الفضائية الإخبارية لتحسين العملية التدريبية بمؤسساتهم من أجل تحسين المنتج الإعلامي المقدم بها.

ثانياً: أهداف خاصة بالمدربين:

١- رصد وتحليل وتفسير معوقات العملية التدريبية داخل القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

٢- تفسير مقترحات المدربين لحل المشكلات والمعوقات التي تواجه التدريب الإعلامي داخل القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

ثالثاً: أهداف خاصة بالنخبة الأكاديمية:

١- رصد وتحليل معوقات العملية التدريبية داخل القنوات الفضائية الإخبارية العربية من وجهة نظر النخبة.

٢- معرفة مقترحات الخبراء الأكاديميين لحل المشكلات والمعوقات التي تواجه التدريب الإعلامي داخل القنوات الفضائية الإخبارية العربية.

تساؤلات الدراسة:

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

١- ما مشكلات ومعوقات التدريب داخل مؤسساتهم من وجهة نظرهم؟

٢- ما مقترحاتهم لحل المشكلات التدريبية الموجودة بالقنوات الفضائية الإخبارية التي يعملون بها؟

ثانياً: تساؤلات خاصة بالمدربين داخل القنوات الفضائية الإخبارية وهي كالاتي:

١- ما المشكلات والمعوقات التي تواجه العملية التدريبية داخل القنوات الفضائية الإخبارية؟

٢- ما مقترحات المدربين لحل مشكلات ومعوقات التدريب المهني بالقنوات الفضائية الإخبارية؟

ثالثاً: تساؤلات خاصة بالنخبة الأكاديمية:

١- ما تقييم النخبة الأكاديمية لمصادر إعاقة جودة التدريب الإعلامي؟

٢- ما مقترحات النخبة الأكاديمية لتطوير التدريب المهني داخل القنوات الفضائية الإخبارية العربية؟

الإطار المنهجي والإجرائي للدراسة :  
نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية **Descriptive research**

والتي تستهدف رصد وتحليل وتفسير وتقويم واقع التدريب المهني في القنوات الفضائية الإخبارية وأثر ذلك على المنتج الإعلامي.

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، ثم استخدام منهج المسح بالعينة على النخبة الأكاديمية الإعلامية في مصر.

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) وأيضاً النخبة الأكاديمية الإعلامية.

عينة الدراسة (Sample):

تقسم الباحثة عينة الدراسة إلى:

١- 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.

٢- عينة الدراسة من القائمين بالتدريب "المدرّبين" في معهد الإذاعة

والتلفزيون وتبلغ عددها (١٠) مفردة. اختارت الباحثة معهد الإذاعة

والتلفزيون بوصفه مركز التدريب الأساسي في مصر والذي اجتمعت

نسبة كبيرة من عينة الدراسة من القائمين بالاتصال بحصولهم على

دورات تدريبية به.

٣- عينة الدراسة من النخبة الأكاديمية الإعلامية وتبلغ عددها (٥٠) مفردة.

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<sup>(٧)</sup> وللتأكد من صلاحية استمارات الاستبيان وصدقها تقوم الباحثة بعرضها على مجموعة من المحكمين.<sup>(٨)</sup>

[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<sup>(٩)</sup>.

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:

لقد قامت الباحثة بتفريغ البيانات من استمارات الاستقصاء وتجميعها بطريقة تتمشي مع إدخالها على الحاسب الآلي، لتشغيلها بواسطة

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

(٨) أسماء المحكمين الذين تم عرض استمارات الاستبيان عليهم مرتبة ترتيبياً 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 عبدالواحد أمين أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام جامعة الأزهر بالقاهرة.
- أ.د محمد معوض أستاذ الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة بجامعة عين شمس.

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

برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) إلى الإصدار رقم (٢٦)، وقد استخدم 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<sup>(١٠)</sup>

[٢] القنوات الفضائية الإخبارية: القنوات الفضائية الإخبارية هي قنوات تلفزيونية مخصصة حصرياً لتقديم الأخبار بشكل مستمر، دون توقف طوال اليوم. تغطي هذه القنوات الأحداث الإخبارية العالمية والأخبار الوطنية.<sup>(١١)</sup>

الإطار المعرفي: تحديات التدريب الإعلامي في الوطن العربي:

لقد أشارت اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الإعلام وتقرير ما كبريد إلى أن نوعية أي نظام إعلامي تحكمها إلى حد كبير كفاءة من يتولون تشغيله، لذلك يمكن اعتبار التدريب على وسائل الاتصال الجماهيري، على كافة المستويات وبكافة الأشكال له أهمية قصوى ويمكن اعتباره أمراً أساسياً بالنسبة للتشغيل الفعال لنظم الاتصال ولتطويرها. ولقد انتهت الدراسات التي تناولت واقع التدريب

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

(١١) **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.**

الإعلامي في الدول العربية – على الرغم من قلتها – إلى مجموعة من التحديات التي تواجه التدريب الإعلامي منها<sup>(١٢)</sup>:

- لا ينال التدريب الإعلامي من اهتمام الدول العربية ما يناله التدريب في المجالات الأخرى كالصناعة أو الزراعة، بل لا يلقى الاهتمام الجدير به من معظم المؤسسات الإعلامية التي يتبعها، إذ يكون الاهتمام بالتشغيل اليومي بدرجة أكبر من الاهتمام بالتدريب الإعلامي.
- لا يوجد حصر في الدول العربية للإمكانيات الإعلامية القائمة سواء الإمكانيات البشرية أو الفنية، ولا يوجد تصور بعيد المدى لخطط المستقبل إلا في مجالات أو مؤسسات محدودة.
- عدم قيام التدريب الإعلامي على أسس تقدير الاحتياجات الفعلية.
- ندرة المدربين وعدم وجود خطة تدريبية طويلة أو متوسطة المدى بمعظم مراكز التدريب الإعلامي لإعداد المدربين حتى الآن.
- يعتمد التدريب بواسطة الهيئات الأجنبية على قاعدة الفرص المتاحة والاتفاقيات الثنائية والمعونة الفنية وعلى العروض التي يمكن أن تصل في أي وقت وفي أي تخصص لأي عدد من المتدربين، مما يجعل التدريب رد فعل لمبادرات تأتي من الخارج وليس كنشاط تخطط له المؤسسات الإعلامية تخطيطاً طويل المدى أو متوسط المدى.
- افتقار التدريب إلى الإمكانيات المالية على الرغم من أنه جرى العرف في معظم المؤسسات الحديثة – إعلامية أو غير إعلامية – على ضرورة تخصيص نسبة مئوية من تكلفة أي مشروع لأغراض التدريب بينما لا توجد مثل هذه النسبة في ميزانية عدد من المؤسسات الإعلامية في كثير من البلدان العربية.
- يميل التدريب في أغلبه إلى التعميم، في حين أن هناك حاجة كبيرة إلى التدريب التخصصي، كما أن التدريب معني بمجالات الإنتاج والمجالات التقنية في حين أنه لا يوجد تدريب كاف في مجالات مثل التخطيط الإعلامي، وإدارة المؤسسات الإعلامية، والبحوث والتوثيق وكتابة البرامج المتخصصة.
- لا يجري تقييم علمي لمعظم الدورات التدريبية يقيس مدى فاعليتها ودورها في زيادة معلومات ومهارات الإعلامي.
- قلة المعينات التدريبية على الرغم من فاعليتها وانخفاض تكلفتها.

(١٢) عاطف عدلي العبد . التخطيط الإعلامي: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية. مرجع سابق. ص ص ٩٥، ٩٦ .

- قلة معدات التدريب وأماكنه، ومثل هذه الظروف لا تساعد على إتمام التدريب بشكل جدي أو منظم أو متكامل.
  - عدم وجود تنسيق منظم فيما بين مراكز التدريب العربية.
- هذا بالإضافة إلى بعض معطيات واقع التدريب بشكل عام في المنطقة العربية والتي تتمثل في الإفتقار الواضح إلى ثقافة التدريب سواء من ناحية بعض القيادات أو من ناحية العاملين أنفسهم، ويؤدي ذلك إلى عدم التفكير في أهمية التدريب وعدم ترشيح متدربين أو إلى ترشيح متدربين غير مناسبين رغبة في التخلص منهم فترة من الوقت، ويترتب على ذلك عدم حماس العاملين للعملية التدريبية. بالإضافة إلى عدم التعاون الواضح بين قيادات العمل الإعلامي وبين المسؤولين عن التدريب سواء عند تحديد الاحتياجات التدريبية ووضع محتوى التدريب أو عند ترشيح المدربين والمحاضرين والمتدربين ومتابعة من تم تدريبهم، وتأثير الدورات التدريبية على الارتقاء بالعمل، كذلك لا توجد لدى معظم الهيئات الإعلامية العربية بيانات تفصيلية عن المواصفات المهنية للعاملين ونمو مهاراتهم أو نقصها والاحتياجات التدريبية لكل فرد فيها، وذلك يشكل صعوبة بالغة لدى واضعي الخطط التدريبية في تحديد الاحتياجات التدريبية للعاملين.
- وقد تم ملاحظة أن معظم من تم اختيارهم للالتحاق بالعمل بشكل فوري لم يخضعوا لأي دورات تدريبية، هذا إلى جانب تفتت ظاهرة الاستعانة بمشاهير غير مؤهلين إعلامياً أو لغوياً لتقديم برامج إذاعية أو تليفزيونية بدون مؤهلات إعلامية وبدون أي نوع من التدريب المنظم، فأصبحت الساحة الإعلامية مرتعاً للتجارب، مع عدم ارتباط العملية التدريبية في العدد من الهيئات الإعلامية العربية بالمسار الوظيفي (مثل الترقيات - المكافآت - الحوافز - المنح الخارجية) فيتساوى من يتلقى دورات تدريبية مع غيرهم ممن لم يتلق أي دورات. بالإضافة إلى افتقار العديد من الهيئات الإعلامية إلى المحاضرين والمدربين والمشرفين المؤهلين للإشراف على تخطيط وتنظيم الدورات التدريبية كما تفتقر إلى كيانات تدريبية منظمة مثل معاهد ومراكز التدريب، وهذا يدعو إلى الحاجة إلى التدريب في الخارج، الأمر الذي يُحمل الهيئات أعباء لا تقدر عليها، وافتقاد العديد من الدورات التدريبية إلى عدم تناغم مستوى المتدربين في الدورة الواحدة، وأخيراً وجود بعض مراكز التدريب الخاصة في المنطقة العربية الشكلية التي لا تقدم تدريباً حقيقياً بل تعطي فقط شهادات للمتدربين.<sup>(١٣)</sup>

### نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بالقائمين بالاتصال

(١٣) عادل نور الدين، (٢٠١٠). تدريب اللغة العربية في المؤسسات الإعلامية المسموعة والمرئية: الواقع والظمومات. في مجلة مجمع اللغة العربية، القاهرة: مصر. (١١٩). ص ص ١٧١:١٧٣.

تعرض الباحثة 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 ١٥ سنة	
٣٣,٨%	٤٨	من ١٥ سنة إلى أقل من ٢٠ سنة	
٢٨,٩%	٤١	من ٢٠ سنة فأكثر	القناة
٣٥,٢%	٥٠	قناة النيل للأخبار	
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 بقتاة النيل للأخبار، وكذلك ٣٥,٢٪ من عينة القائمين بالاتصال يعملون في قناة اكسترا نيوز، في حين ٢٢,٥٪ من العينة يعملون بقتاة الإخبارية السعودية، بينما ٧٪ يعملون بقتاة 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

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 ١٢,٧٪ 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

بالتقنوات 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 العربية		الإجمالي	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
إعداد	٢٣	٤٦٪	١٨	٣٦٪	٩	٢٨,١٪	٥٣	٣٧,٣٪
تقديم	١١	٢٢٪	٨	١٦٪	١٦	٥٠٪	٣٧	٢٦,١٪
مراسل	٥	٩,٤٪	٨	١٦٪	٣	٩,٤٪	٢٠	١٤,١٪
تصوير	٣	٦٪	١١	٢٢٪	٢	٦,٣٪	١٨	١٢,٧٪
مونتاج	٢	٤٪	٨	١٦٪	٤	١٢,٥٪	١٥	١٠,٦٪
إخراج	١٣	٢٦٪	٩	١٨٪	٢	٦,٣٪	٢٥	١٧,٦٪
ديكور	صفر	صفر	٥	١٠٪	صفر	صفر	٥	٣,٥٪
إضاءة	صفر	صفر	٥	١٠٪	صفر	صفر	٥	٣,٥٪
إداري	٢	٤٪	صفر	صفر	٤	١٢,٥٪	٦	٤,٢٪
أخرى	٦	١٢٪	صفر	صفر	٢	٦,٣٪	٨	٥,٩٪

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 المعدين 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 مجالى 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 جات 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 معوقات ومشكلات التدريب في القنوات موضع الدراسة من وجهة نظر القائمين بالاتصال

ما هي معوقات ومشكلات التدريب في القناة؟		قناة النيل للأخبار		قناة اكسترا نيوز		قناة الإخبارية		قناة العربية		الإجمالي	
ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
٤٠	٨٠٪	٤٦	٩٢٪	٢٤	٧٥٪	٧	٧٠٪	١١	٨٢,٤٪		
٢٥	٥٠٪	٤٠	٨٠٪	١٥	٤٦,٩٪	٧	٧٠٪	٨٧	٦١,٣٪		
٣٦	٧٢٪	٤٠	٨٠٪	١٧	٥٣,١٪	١	١٠٪	٩٤	٦٦,٢٪		
٣٦	٧٢٪	٣٩	٧٨٪	١٩	٥٩,٤٪	٣	٣٠٪	٩٧	٦٨,٣٪		
١٥	٣٠٪	٤	٨٪	١٦	٥٠٪	٩	٩٠٪	٣٧	٢٦,١٪		
١٠	٢٠٪	٦	١٢٪	١١	٣٤,٤٪	١	١٠٪	٢٨	١٩,٧٪		
٦	١٢٪	٤	٨٪	٧	٢١,٩٪	صفر	صفر	١٧	١١,٩٪		

معوقات التدريب الإعلامي في الفضائيات العربية الإخبارية

										البرنامج أو برامج مشابهة.
٢	٤٪	٣	٦٪	٢	٦,٣٪	١	١٠٪	٨	٥,٦٪	كثرة عدد المتدربين في البرنامج التدريبي.
٦	١٢٪	٩	١٨٪	٧	٢١,٩٪	١	١٠٪	٢٣	١٦,٢٪	عدم قيام المشرف المباشر بمتابعة سير المتدربين في برنامجهم والتعرف على مراحل تقدمهم.
١٨	٣٦٪	١٨	٣٦٪	١٦	٥٠٪	٣	٣٠٪	٥٥	٣٨,٧٪	اعتماد الدورات التدريبية في كثير من الأحيان على الجانب النظري والافتقاد إلى الجانب العملي بشكل أساسي.
٣	٦٪	٨	١٦٪	٥	١٥,٦٪	٧	٧٠٪	٢٣	١٦,٢٪	قلة عدد المدربين في مختلف مستويات البرامج التدريبية.
٢٤	٤٨٪	٣٥	٧٠٪	١١	٣٤,٤٪	٩	٩٠٪	٧٩	٥٥,٦٪	عدم وجود آلية لمتابعة من تم تدريبهم لمعرفة جدوى العملية التدريبية ومعرفة تأثير الدورات التدريبية على أداء العاملين.
٥	١٠٪	٣	٦٪	٦	١٨,٨٪	١	١٠٪	١٥	١٠,٦٪	ظهور هواة حضور البرامج التدريبية.

تشير نتائج الجدول السابق الإجمالية إلى معوقات ومشكلات التدريب بالقنوات عينة الدراسة ، ففي المرتبة الأولى بنسبة ٨٢,٤٪ جاء الافتقار الواضح إلى ثقافة التدريب من قبل القيادات، يليها في المرتبة الثانية بنسبة ٦٨,٣٪ معاناة القنوات الفضائية الإخبارية لنقص كبير في الميزانية المخصصة للتدريب، وفي المرتبة الثالثة بنسبة ٦٦,٢٪ جاء عدم دعم الرؤساء المباشرين للعملية التدريبية، وجاء في المرتبة الرابعة بنسبة ٦١,٣٪ جاء الافتقار الواضح إلى ثقافة التدريب من قبل العاملين أنفسهم وجاء في المرتبة الخامسة بنسبة ٥٥,٦٪ عدم وجود آلية لمتابعة من تم تدريبهم لمعرفة جدوى العملية التدريبية ومعرفة تأثير الدورات التدريبية على أداء العاملين ، وتلاها في المرتبة السادسة اعتماد الدورات التدريبية في كثير من الأحيان على الجانب النظري والافتقاد إلى الجانب العملي بشكل أساسي بنسبة ٣٨,٧٪ . ثم جاء افتقار العديد من الدورات التدريبية

إلى تناغم مستوى المتدربين في الدورة الواحدة في المرتبة السابعة بنسبة ٢٦,١٪. واحتلت المرتبة الثامنة بنسبة ١٩,٧٪ اشتراك المتدرب في برنامج ليس له علاقة مباشرة بالوظيفة التي يشغلها، وفي المرتبة التاسعة جاء كلاً من قلة عدد المدربين في مختلف مستويات البرامج التدريبية، وعدم قيام المشرف المباشر بمتابعة المتدربين في برنامجهم والتعرف على مراحل تقدمهم بنسبة ١٦,٢٪، في حين جاء تكرار ترشيح نفس الموظف لنفس البرامج أو لبرامج مشابهة في المرتبة العاشرة بنسبة ١١,٩٪، وفي المرتبة الحادية عشر جاء ظهور هوة حضور البرامج التدريبية بنسبة ١٠,٦٪. وفي المرتبة الثانية عشر والأخيرة جاءت كثرة عدد المتدربين في البرنامج التدريبي بنسبة ٥,٢٪.

وبالنظر إلى النتائج التفصيلية للقنوات نجد أن جاءت اكسترا نيوز في المرتبة الأولى بنسبة ٩٢٪ من عينة الدراسة بها من حيث الافتقار الواضح إلى ثقافة التدريب من قبل القيادات بها، ثم في المرتبة الثانية بنسبة ٨٠٪ جاءت قناة النيل للأخبار، تليها القناة الإخبارية السعودية بنسبة ٧٥٪ في المرتبة الثالثة، وأخيراً في المرتبة الرابعة قناة العربية بنسبة ٧٠٪.

وفيما يتعلق بمعوق معاناة القنوات الفضائية الإخبارية لنقص كبير في الميزانية المخصصة جاءت في المرتبة الأولى قناة اكسترا نيوز بنسبة ٧٨٪، يليها قناة النيل للأخبار في المرتبة الثانية بنسبة ٧٢٪، وأخيراً في المرتبة الثالثة القناة الإخبارية بنسبة ٥٩,٤٪، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة جاءت قناة العربية بنسبة ٣٠٪.

وعن عدم دعم الرؤساء المباشرين للعملية التدريبية احتلت قناة اكسترا نيوز المرتبة الأولى بنسبة ٨٠٪ من عينة القناة، ثم جاءت قناة النيل للأخبار بنسبة ٧٢٪ في المرتبة الثانية، وفي المرتبة الثالثة جاءت القناة الإخبارية السعودية بنسبة ٥٣,١٪، وأخيراً في المرتبة الرابعة بنسبة ١٠٪ جاءت قناة العربية.

واحتلت أيضاً قناة اكسترا نيوز المرتبة الأولى بنسبة ٨٠٪ فيما يختص بالافتقار الواضح إلى ثقافة التدريب من قبل العاملين أنفسهم، تلاها قناة العربية بنسبة ٧٠٪ في المرتبة الثانية، وفي المرتبة الثالثة قناة النيل للأخبار بنسبة ٥٠٪، وأخيراً في المرتبة الرابعة القناة الإخبارية بنسبة ٤٦,٩٪.

وفيما يختص بعدم وجود آلية لمتابعة من تم تدريبهم لمعرفة جدوى العملية التدريبية ومعرفة تأثير الدورات التدريبية على أداء العاملين، فقد احتلت قناة العربية المرتبة الأولى بنسبة ٩٠٪، ثم جاءت قناة اكسترا نيوز في المرتبة الثانية بنسبة ٧٠٪، وفي المرتبة الثالثة جاءت قناة النيل للأخبار بنسبة ٤٨٪، وأخيراً في المرتبة الرابعة القناة الإخبارية بنسبة ٣٤,٤٪.

واحتلت القناة الإخبارية السعودية المرتبة الأولى بنسبة ٥٠٪ في اعتماد الدورات التدريبية في كثير من الأحيان على الجانب النظري والافتقار إلى الجانب

العملي بشكل أساسي، بينما جاءت كلاً من قناة النيل للأخبار وقناة اكسترا نيوز في المرتبة الثانية بنسبة ٣٦٪، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة جاءت قناة العربية بنسبة ٣٠٪.

وفيما يختص بافتقار العديد من الدورات التدريبية إلى تناغم مستوى المتدربين في الدورة الواحدة فقد احتلت قناة العربية المرتبة الأولى بنسبة ٩٠٪، يليها القناة الإخبارية بنسبة ٥٠٪ في المرتبة الثانية، ثم في المرتبة الثالثة بنسبة ٣٠٪ قناة النيل للأخبار، وأخيراً في المرتبة الرابعة بنسبة ٨٪ قناة اكسترا نيوز. أما معوق اشتراك المتدرب في برنامج ليس له علاقة مباشرة بالوظيفة التي يشغلها، فقد احتلت القناة الإخبارية المرتبة الأولى بنسبة ٣٤,٤٪، وفي المرتبة الثانية جاءت قناة النيل للأخبار بنسبة ٢٠٪، وفي المرتبة الثالثة جاءت قناة اكسترا نيوز بنسبة ١٢٪، في حين جاءت قناة العربية في المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة ١٠٪.

وبالنسبة لمعوق عدم قيام المشرف المباشر بمتابعة سير المتدربين في برنامجهم والتعرف على مراحل تقدمهم فقد جاءت القناة الإخبارية في المركز الأول بنسبة ٢١,٩٪، ثم في المركز الثاني بنسبة ١٨٪ جاءت قناة اكسترا نيوز، وأخيراً في المركز الثالث قناة النيل للأخبار بنسبة ١٢٪، وفي المركز الرابع والأخير جاءت قناة العربية بنسبة ١٠٪.

أما فيما يتعلق بقلّة عدد المدربين في مختلف مستويات البرامج التدريبية فقد جاءت قناة العربية في المرتبة الأولى بنسبة ٧٠٪، في حين جاءت قناة اكسترا نيوز في المرتبة الثانية بنسبة ١٦٪، وفي المرتبة الثالثة جاءت قناة الإخبارية السعودية بنسبة ١٥,٦٪، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة جاءت قناة النيل للأخبار بنسبة ٦٪.

واحتلت القناة الإخبارية السعودية المرتبة الأولى بنسبة ٢١,٩٪ من حيث تكرار ترشيح نفس الموظف لنفس البرامج أو برامج مشابهة، ثم جاءت قناة النيل للأخبار في المرتبة الثانية بنسبة ١٢٪، وأخيراً قناة اكسترا نيوز في المرتبة الثالثة بنسبة ٨٪.

وبالنسبة لمعوق ظهور هواة حضور البرامج التدريبية فقد جاءت قناة الإخبارية في المرتبة الأولى بنسبة ١٨,٨٪ من عينة القناة، وفي المرتبة الثانية كانت قناتي العربية والنيل للأخبار بنسبة ١٠٪، وأخيراً قناة اكسترا نيوز في المرتبة الثالثة بنسبة ٦٪.

وعن كثرة عدد المتدربين في البرنامج التدريبي جاءت القناة الإخبارية في المرتبة الأولى بنسبة ٦,٣٪، تليها قناة اكسترا نيوز في المرتبة الثانية بنسبة ٦٪، وفي المرتبة الثالثة قناة النيل للأخبار بنسبة ٤٪، أما في المرتبة الرابعة والأخيرة فقد جاءت قناة العربية بنسبة ١٠٪.

جدول رقم (٧) يوضح مقترحات القائمين بالاتصال لتحسين العملية التدريبية بالقناة وتحسين المنتج الإعلامي المقدم بها. (\*)

القنوات				
قناة العربية	قناة الإخبارية	قناة اكسترا نيوز	قناة النيل للأخبار	ما مقترحات القائمين بالاتصال لتحسين العملية التدريبية بالقناة وتحسين المنتج الإعلامي المقدم بها
✓	✓		✓	عمل ميزانية مناسبة للتدريب
✓		✓		اختيار المدربين المناسبين
		✓		نشر ثقافة التدريب
✓		✓	✓	عمل دورات تدريبية بشكل دوري
✓		✓	✓	إلزام العاملين للحصول على دورات تدريبية
		✓		إنشاء مركز تدريبي في القناة
✓		✓		عقد اتفاقيات مع مراكز تدريب مختلفة
✓	✓			استقصاء الاحتياجات التدريبية للإعلاميين
	✓			معالجة معوقات التدريب في القنوات
	✓			وضع خطة تدريب سنوية للقائمين بالاتصال
✓				ربط التدريب بالترقي في الوظائف داخل القناة.
✓				قياس تأثير التدريب على الإعلاميين وما يقدمونه.
✓				تفعيل دور مراكز التدريب في الوطن العربي.

ومن خلال استقصاء القائمين بالاتصال في القنوات موضع الدراسة لمقترحاتهم لتحسين العملية التدريبية بالقناة وبالتبعية تحسين المنتج الإعلامي المقدم بها ، قامت الباحثة بإجمال المقترحات الآتي:

(\*) يلاحظ أن هذا الجدول لسؤال مفتوح وقد رأت الباحثة وضع إجابات المبحوثين في جدول بعد فحصهم وتحديد مقترحات عينة الدراسة لتحسين العملية التدريبية بالقنوات التي يعملون بها.

- ١ - وضع ميزانية مناسبة للتدريب .
  - ٢ - اختيار المدربين المناسبين لتأهيل القائمين بالاتصال في هذه القنوات .
  - ٣ - نشر ثقافة التدريب .
  - ٤ - إلزام القائمين بالاتصال في القنوات الحصول على دورات تدريبية .
  - ٥ - إنشاء مركز تدريبي بالقناة ( الهيئة )، لصعوبة إنشاء مركز تدريبي في كل قناة .
  - ٦ - عقد اتفاقيات مع مراكز تدريبية خارجية/ دولية لتدريب القائمين بالاتصال.
  - ٧ - استقصاء الاحتياجات التدريبية للقائمين بالاتصال بالقنوات .
  - ٨ - وضع خطة تدريب سنوية للقائمين بالاتصال .
  - ٩ - معالجة معوقات التدريب في القنوات .
  - ١٠ - ربط التدريب بالترقي في الوظائف داخل القناة.
  - ١١ - ضرورة قياس تأثير الدورات التدريبية التي حصل عليها القائمون بالاتصال داخل القناة على المنتج الإعلامي الذي يقدمونه.
  - ١٢ - تفعيل دور المراكز التدريبية في الوطن العربي حيث توجد مراكز تدريبية بالاسم فقط دون ميزانية حقيقية ودون دور تدريبي مهني حقيقي.
- نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بالمدرسين
- يتناول الباحثة النتائج العامة للدراسة الميدانية الخاصة بالمدرسين، والتي تتكون من مجموع التكرارات والنسب المئوية لكل سؤال من أسئلة صحيفة الاستقصاء المطبقة على المدرسين .
- جدول رقم (٨) 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 (٩) يوضح العمل داخل القناة التي يتم التدريب بها

هل تعمل داخل القناة التي تدرب 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 (١٠) 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 .

ترجع الباحثة ذلك بحكم عملهم كمدربين.

جدول رقم (١١) يوضح مكان عمل عينة الدراسة (\*)

الوظيفة	مكان العمل
- مدير تصوير	الهيئة الوطنية للإعلام
- مستشار إعلامي	الهيئة الوطنية للإعلام
- مخرج	التلفزيون المصري (القناة الثانية)

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

معوقات التدريب الإعلامي في الفضائيات العربية الإخبارية

الهيئة الوطنية للإعلام	- مدير إدارة
معهد الإذاعة والتلفزيون	- مشرف تدريب
معهد لغات	- مدرب لغة
الإذاعة المصرية	- مذيع بالإذاعة
القناة الأولى بالتلفزيون المصري	- مذيع
الإذاعة المصرية	- معد ومذيع
القناة الثانية بالتلفزيون المصري	- معد ومقدم برامج

يتضح من نتائج الجدول السابق أماكن عمل عينة الدراسة (المدرسين) ، ووظائفهم وهي كالاتي مدير تصوير بالهيئة الوطنية للإعلام ، مستشار إعلامي 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 للغات، بالإضافة إلى معد ومقدم برامج بالقناة الثانية بالتلفزيون المصري.

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

جدول رقم (١٢) يوضح المشكلات والمعوقات التي تواجه التدريب داخل القنوات الفضائية الإخبارية

ك	%	ما المشكلات والمعوقات التي تواجه التدريب داخل القنوات الفضائية الإخبارية؟
٧	٧٠%	- الافتقار الواضح إلى ثقافة التدريب من قبل القيادات .
٧	٧٠%	- الافتقار الواضح إلى ثقافة التدريب من قبل العاملين أنفسهم .
٧	٧٠%	- عدم دعم الرؤساء المباشرين للعملية التدريبية .
٧	٧٠%	- معاناة القنوات الفضائية الإخبارية لنقص كبير في الميزانية المخصصة للتدريب .
٧	٧٠%	- افتقار العديد من الدورات التدريبية إلى تناغم معنوي للمدرسين في الدورة الواحدة .
صفر	صفر	- اشتراك المتدرب في برنامج ليس له علاقة مباشرة بالوظيفة التي يشغلها .
١	١٠%	- تكرار ترشيح نفس الموظف لنفس البرنامج أو برامج



مشابهة .		
صفر	صفر	- ظهور هواة حضور البرامج التدريبية .
٤٠٪	٤	- كثرة عدد المتدربين في البرنامج التدريبي .
١٠٪	١	- عدم قيام المشرف المباشر بمتابعة سير المتدربين في برنامجهم والتعرف على مراحل تقدمهم .
٤٠٪	٤	- اعتماد الدورات التدريبية في كثير من الأحيان على الجانب النظري والافتقار إلى الجانب العملي بشكل أساسي .
٥٠٪	٥	- قلة عدد المدربين في مختلف مستويات البرامج التدريبية .
٥٠٪	٥	- عدم وجود آلية لمتابعة من تم تدريبهم لمعرفة جدوى العملية التدريبية ومعرفة تأثير الدورات التدريبية على أداء العاملين .

توضح نتائج الجدول السابق إلى تصدر المشكلات الآتية قائمة المعوقات التي تواجه التدريب داخل القنوات الفضائية الإخبارية من وجهة نظر المدربين وذلك بنسبة ٧٠٪ .

- الافتقار الواضح إلى ثقافة التدريب من قبل القيادات .
- الافتقار الواضح إلى ثقافة التدريب من قبل العاملين أنفسهم .
- عدم دعم الرؤساء المباشرين للعملية التدريبية .
- معاناة القنوات الفضائية الإخبارية لنقص كبير في الميزانية المخصصة للتدريب .

يوجد اتفاق بين رأي المدربين ورأي القائمين بالاتصال في تصدر هذه المشكلات قائمة المعوقات التي تواجه التدريب داخل القنوات الإخبارية . جاء في المرتبة الثانية بنسبة ٥٠٪ كلاً من عدم وجود آلية لمتابعة من تم تدريبهم لمعرفة جدوى العملية التدريبية ومعرفة تأثير الدورات التدريبية على أداء العاملين، وكذلك قلة عدد المدربين في مختلف مستويات البرامج التدريبية . وفي المرتبة الثالثة جاء بنسبة ٤٠٪ كلاً من كثرة عدد المتدربين في البرنامج التدريبي، واعتماد الدورات التدريبية في كثير من الأحيان على الجانب النظري والافتقار إلى الجانب العملي بشكل أساسي . وفي المرتبة الرابعة والأخيرة جاء كلاً من تكرار ترشيح نفس الموظف لنفس البرنامج أو برامج مشابهة بنسبة ١٠٪، وكذلك عدم قيام المشرف المباشر بمتابعة سير المتدربين في برنامجهم والتعرف على مراحل تقدمهم .

جدول رقم ( ١٣ ) المقترحات لحل مشكلات ومعوقات التدريب المهني في الفضائيات الإخبارية العربية : (\*)

ما مقترحاتك لحل المشكلات ومعوقات التدريب بالمهني في الفضائيات الإخبارية العربية من وجهة نظرك ؟
- التدريب المستمر لجميع العاملين على أحدث التقنيات الإعلامية .
- متابعة العملية التدريبية .
- اهتمام القيادات بالعملية التدريبية .
- الاستمرارية في التدريب بدون الارتباط بمرحلة عمرية معينة لأن مهنة الإعلام إبداع لا يتوقف .
- اختيار مدربين ذو خبرة في مجالهم .
- عمل شراكات بين مراكز التدريب وبعضها البعض .
- تحديد الاحتياجات التدريبية للقائمين بالاتصال بشكل جدي .
- زيادة ميزانية التدريب .
- إنشاء المزيد من المركز التدريبية .
- تحفيز القائمين بالاتصال على أخذ دورات تدريبية .
- إنشاء إدارة للتدريب داخل القنوات لمتابعة عملية التدريب .
- ربط التدريب بالتدرج الوظيفي .
- متابعة أثر التدريب على القائمين بالاتصال وما يقدمونه .

بعد استقصاء مقترحات المدربين ( عينة الدراسة ) لحل مشكلات ومعوقات التدريب في القنوات الفضائية الإخبارية العربية يمكن للباحثة إجمال المقترحات في الآتي :-

- ١ - تدريب جميع القائمين بالاتصال داخل القنوات على التقنيات الحديثة في مجال عملهم .
- ٢ - متابعة العملية التدريبية .
- ٣ - زيادة اهتمام القيادات بالعملية التدريبية .
- ٤ - الاستمرارية في التدريب دون التقيد بمرحلة عمرية محددة .
- ٥ - حسن اختيار المدربين للدورات التدريبية .
- ٦ - عمل شراكات بين مراكز التدريب وبعضها البعض وبين القنوات الفضائية الإخبارية .

(\*) يلاحظ أن هذا الجدول لسؤال مفتوح وقد رأت الباحثة وضع إجابات المبحوثين في جدول بعد فحصهم وتحديد مقترحات المدربين عينة الدراسة لحل مشكلات ومعوقات التدريب المهني في الفضائيات الإخبارية العربية.

- ٧ - التحديد الأمثل للاحتياجات التدريبية للقائمين بالاتصال للتمكن من وضع خطط تدريبية تناسب هذه الاحتياجات .
- ٨ - زيادة ميزانية التدريب .
- ٩ - إنشاء المزيد من المراكز التدريبية .
- ١٠ - تحفيز القائمين بالاتصال على أخذ دورات تدريبية .
- ١١ - إنشاء إدارة للتدريب داخل القنوات لمتابعة عملية التدريب .
- ١٢ - ربط التدريب بالتدرج الوظيفي .
- ١٣ - متابعة أثر التدريب على القائمين بالاتصال وما يقدمونه .
- تتوافق مقترحات المدربين مع مقترحات القائمين بالاتصال داخل القنوات الفضائية الإخبارية ( موضع الدراسة ) .
- نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بالنخبة الأكاديمية
- تتناول الباحثة مجموع التكرارات والنسب الخاصة بأسئلة صحيفة الاستبيان الخاصة بالخبراء الأكاديميين عينة الدراسة .
- جدول رقم (١٤) يوضح المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة من النخبة الأكاديمية

النسبة	التكرار	خصائص جمهور عينة الدراسة	
٤٦٪	٢٣	ذكر	النوع
٥٤٪	٢٧	أنثى	
٢٨٪	١٤	مدرس	الدرجة العلمية
٢٨٪	١٤	أستاذ مساعد	
٤٤٪	٢٢	أستاذ	
٢٤٪	١٢	من ١٠ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة	سنوات الخبرة
٢٢٪	١١	من ١٥ سنة إلى أقل من ٢٠ سنة	
٥٤٪	٢٧	من ٢٠ سنة فأكثر	
١٠٠٪	٥٠		الإجمالي

يتضح من نتائج الجدول السابق المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة من الخبراء الأكاديميين، حيث أظهرت النتائج السابقة أن ٥٤٪ من عينة الدراسة كانت من الإناث، في حين أن ٤٦٪ من العينة كانوا ذكور.

أوضحت النتائج السابقة أن ٤٤٪ من عينة الدراسة كانوا أساتذة في تخصص الإعلام، في حين أن ٢٨٪ من عينة النخبة كانوا أساتذة مساعدين في الإعلام، كذلك كان ١٤٪ من العينة مدرسين للإعلام بكليات وأقسام الإعلام بمصر.

معوقات التدريب الإعلامي في الفضائيات العربية الإخبارية

أشارت نتائج الجدول السابق إلى أن ٢٧٪ من عينة الخبراء الأكاديميين تخطت سنوات خبرتهم في المجال الإعلامي ٢٠ عاماً، في حين أن ٢٤٪ من مفردات العينة تراوحت سنوات خبرتهم ما بين ١٠ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة، بينما كانت ٢٢٪ من العينة تتراوح سنوات خبرتهم ما بين ١٥ سنة إلى أقل من ٢٠ سنة.

جدول رقم (١٥) يوضح معوقات التدريب الإعلامي في القنوات الفضائية الإخبارية

في الوطن العربي من وجهة نظر الخبراء الأكاديميين

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أوافق	محايد	أوافق	المعوق
٣	٠,٤٥٢	٢,٨٠	١	٨	٤١	ك
			%٢	%١٦	%٨٢	%
- ازدياد أعداد خريجي كليات وأقسام الإعلام في سوق العمل وافتقارهم إلى الجرعات المناسبة للتدريب العملي						
٥	٠,٥٧٣	٢,٧٢	٣	٨	٣٩	ك
			%٦	%١٦	%٧٨	%
- عدم اهتمام وسائل الإعلام المختلفة بقصر القبول في وظائفها على خريجي الإعلام وفتح أبواب العمل بها لتخصصات غير إعلامية						
٢	٠,٤٢٢	٢,٨٤	١	٦	٤٣	ك
			%٢	%١٢	%٨٦	%
- عدم اعتماد القنوات على المعايير المهنية الصحيحة عند اختيار العاملين الجدد.						
٧	٠,٦٠٢	٢,٣٨	٣	٢٥	٢٢	ك
			%٦	%٥٠	%٤٤	%
- عدم تلقي العاملين الجدد بالقنوات دورات تدريبية تؤهلهم للعمل وإنما يبدأون العمل مباشرة.						
١	٠,٣٤٠	٢,٩٢	١	٢	٤٧	ك
			%٢	%٤	%٩٤	%
- تفشي ظاهرة الاستعانة بمشاهير						

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أوافق	محايد	أوافق	المعوق
						غير مؤهلين إعلامياً لتقديم تليفزيونية وبدون أي تدريب
٤	٠,٤٤٣	٢,٧٤	٠	١٣	٣٧	ك - عدم وجود بيانات تفصيلية لدى القنوات الفضائية الإخبارية عن نمو أو نقص المهارات والاحتياجات التدريبية لكل فرد فيها مما يشكل صعوبة لدى واضعي الخطط التدريبية في تحديد الاحتياجات التدريبية للعاملين.
٦	٠,٥٦٣	٢,٦٤	٢	١٤	٣٤	ك - قلة عدد المدربين في مختلف مستويات البرامج التدريبية نتيجة لعدم الاهتمام بإعداد المدربين ورفع مستوى كفاءتهم.
٤	٠,٤٨٧	٢,٧٤	١	١١	٣٨	ك - عدم وجود آلية لمتابعة من تم تدريبهم لمعرفة جدوى العملية التدريبية ومعرفة تأثير الدورات التدريبية في أداء العاملين.
	٠,٢٦٥	٢,٧٢				- المتوسط الموزون والانحراف المعياري للسؤال

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- تصدرت فئة (أوافق) مقدمة الفئات المرتبطة بمعوقات التدريب الإعلامي في القنوات الفضائية الإخبارية في الوطن العربي فيما يتعلق بـ (تفشي ظاهرة الاستعانة بمشاهير غير مؤهلين إعلامياً لتقديم برامج تليفزيونية وبدون تدريب) بنسبة ٩٤٪، بينما جاءت فئة (محايد) في المرتبة الثانية بنسبة ٤٪، في حين جاءت فئة (لا أوافق) في المرتبة الثالثة بنسبة ٢٪، وذلك عند متوسط حسابي بلغ ٢,٩٢، بينما بلغ الانحراف المعياري ٠,٣٤٠.

- جاءت فئة (أوافق) في مقدمة الفئات المرتبطة بمعوقات التدريب الإعلامي في القنوات الفضائية الإخبارية في الوطن العربي فيما يتعلق بـ (عدم اعتماد القنوات على المعايير المهنية الصحيحة عند اختيار العاملين الجدد) بنسبة بلغت ٨٦٪، بينما جاءت فئة (محايد) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٢٪، في حين جاءت فئة (لا أوافق) في المرتبة الثالثة بنسبة ٢٪، وذلك عند متوسط حسابي بلغ ٢,٨٤، بينما بلغ الانحراف المعياري ٠,٤٢٢.

- تصدرت فئة (أوافق) في مقدمة الفئات المرتبطة بمعوقات التدريب الإعلامي في القنوات الفضائية الإخبارية في الوطن العربي فيما يتعلق بـ (ازدياد أعداد خريجي كليات وأقسام الإعلام في سوق العمل وافتقارهم إلى الجرعات المناسبة للتدريب العملي) بنسبة ٨٢٪، بينما جاءت فئة (محايد) في المرتبة الثانية بنسبة ١٦٪، في حين جاءت فئة (لا أوافق) في المرتبة الثالثة بنسبة ٢٪، وذلك عند متوسط حسابي بلغ ٢,٨٠، بينما بلغ الانحراف المعياري ٠,٤٥٢.

- جاءت فئة (أوافق) في مقدمة الفئات المرتبطة بمعوقات التدريب الإعلامي في القنوات الفضائية الإخبارية في الوطن العربي فيما يتعلق بـ (عدم وجود آلية لمتابعة من تم تدريبهم لمعرفة جدوى العملية التدريبية ومعرفة تأثير الدورات التدريبية في أداء العاملين) بنسبة ٧٦٪، بينما جاءت فئة (محايد) في المرتبة الثانية بنسبة ٢٢٪، في حين جاءت فئة (لا أوافق) في المرتبة الثالثة بنسبة ٢٪، وذلك عند متوسط حسابي بلغ ٢,٧٤، بينما بلغ الانحراف المعياري ٠,٤٨٧.

- تصدرت فئة (أوافق) في مقدمة الفئات المرتبطة بمعوقات التدريب الإعلامي في القنوات الفضائية الإخبارية في الوطن العربي فيما يتعلق بـ (عدم وجود بيانات تفصيلية لدى القنوات الفضائية الإخبارية عن نمو أو نقص المهارات والاحتياجات التدريبية لكل فرد فيها مما يشكل صعوبة لدى واضعي الخطط التدريبية في تحديد الاحتياجات التدريبية للعاملين) بنسبة بلغت ٧٤٪، بينما جاءت فئة (محايد) في المرتبة الثانية بنسبة

بلغت ٢٦٪، وذلك عند متوسط حسابي بلغ ٢,٧٤، بينما بلغ الانحراف المعياري ٠,٤٤٣.

- جاءت فئة (أوافق) في مقدمة الفئات المرتبطة بمعوقات التدريب الإعلامي في القنوات الفضائية الإخبارية في الوطن العربي فيما يتعلق بـ (عدم اهتمام وسائل الإعلام المختلفة بقصر القبول في وظائفها على خريجي الإعلام وفتح أبواب العمل بها لتخصصات غير إعلامية) بنسبة بلغت ٧٨٪، بينما جاءت فئة (محايد) في المرتبة الثانية بنسبة ١٦٪، في حين جاءت فئة (لا أوافق) في المرتبة الثالثة بنسبة ٦٪، وذلك عند متوسط حسابي بلغ ٢,٧٢، بينما بلغ الانحراف المعياري ٠,٥٧٣.

- تصدرت فئة (أوافق) في مقدمة الفئات المرتبطة بمعوقات التدريب الإعلامي في القنوات الفضائية الإخبارية في الوطن العربي فيما يتعلق بـ (قلة عدد المدربين في مختلف مستويات البرامج التدريبية نتيجة لعدم الاهتمام بإعداد المدربين ورفع مستوى كفاءتهم) بنسبة بلغت ٦٨٪، في حين جاءت فئة (محايد) في المرتبة الثانية بنسبة ٢٨٪، بينما جاءت فئة (لا أوافق) في المرتبة الثالثة بنسبة ٤٪، وذلك عند متوسط حسابي بلغ ٢,٦٤، بينما بلغ الانحراف المعياري ٠,٥٦٣.

كما يتضح من الجدول السابق أن المتوسط المرجح للأوزان لسؤال معوقات التدريب الإعلامي في القنوات الفضائية الإخبارية في الوطن العربي بلغ قيمته ٢,٧٢ بانحراف معياري ٠,٢٦٥، وهو ما يقابل الموافقة ويعني أن درجة موافقة المبحوثين على المعوقات مرتفعة.

وتعكس النتائج السابقة معوقات التدريب الإعلامي في القنوات الفضائية الإخبارية في الوطن العربي كالآتي:

أولاً: تفتشي ظاهرة الاستعانة بمشاهير غير مؤهلين إعلامياً لتقديم برامج تليفزيونية وبدون أي تدريب.

ثانياً: عدم اعتماد القنوات على المعايير المهنية الصحيحة عند اختيار العاملين الجدد.

ثالثاً: ازدياد أعداد خريجي كليات وأقسام الإعلام في سوق العمل وافتقارهم إلى الجرعات المناسبة للتدريب الإعلامي.

رابعاً: - عدم وجود آلية لمتابعة من تم تدريبهم لمعرفة جدوى العملية التدريبية في أداء العاملين.

- عدم وجود بيانات تفصيلية لدى القنوات الفضائية الإخبارية عن نمو أو

نقص المهارات والاحتياجات التدريبية لكل فرد فيها مما يشكل صعوبة

لدى واضعي الخطط التدريبية في تحديد الاحتياجات التدريبية للعاملين.

خامساً: عدم اهتمام وسائل الإعلام المختلفة بقصر القبول في وظائفها على خريجي الإعلام وفتح أبواب العمل بها لتخصصات غير إعلامية.  
سادساً: قلة عدد المدربين في مختلف مستويات البرامج التدريبية نتيجة لعدم الاهتمام بإعداد المدربين ورفع مستوى كفاءتهم.  
سابعاً: عدم تلقي العاملين الجدد بالقنوات دورات تدريبية تؤهلهم للعمل وإنما يبدأون العمل مباشرة.

النتائج العامة للدراسة:

١- خلصت الدراسة إلى تحديد بعض من المعوقات للعملية التدريبية داخل القنوات الفضائية الإخبارية العربية وهي كالآتي:

- الافتقار الواضح إلى ثقافة التدريب من قبل القيادات.
- معاناة القنوات الفضائية الإخبارية العربية لنقص كبير في الميزانية المخصصة للتدريب.
- عدم دعم الرؤساء المباشرين للعملية التدريبية، وهو ما يعمل على عدم اهتمام القائمين بالاتصال بالتدريب بالتبعية.
- الافتقار الواضح إلى ثقافة التدريب من قبل القائمين بالاتصال أنفسهم.
- عدم وجود آلية لمتابعة من تم تدريبهم لمعرفة جدوى العملية التدريبية ومعرفة تأثير الدورات التدريبية على أداء العاملين.
- اعتماد الدورات التدريبية في كثير من الأحيان على الجانب النظري والافتقار إلى الجانب العملي بشكل أساسي.
- افتقار العديد من الدورات التدريبية إلى تناغم مستوى المتدربين في الدورة الواحدة.
- اشتراك المتدرب في برنامج ليس له علاقة مباشرة بالوظيفة التي يشغلها.
- عدم قيام المشرف المباشر بمتابعة سير المتدربين في برنامجهم والتعرف على مراحل تقدمهم.
- قلة عدد المدربين في مختلف مستويات البرامج التدريبية.
- تكرار ترشيح نفس الموظف لنفس البرنامج التدريبي أو لبرنامج مشابهة.
- ظهور هواة حضور البرامج التدريبية.
- كثرة عدد المتدربين في البرنامج التدريبي.



- ٢- خلصت الدراسة بعد تحليل مقترحات القائمين بالاتصال في القنوات الإخبارية الأربع إلى مجموعة من المقترحات لتحسين العملية التدريبية بهذه القنوات كالآتي:
- وضع ميزانية مناسبة للتدريب، بحيث تضمن تلبية احتياجات القائمين بالاتصال، كذلك تضمن استمرارية العملية التدريبية داخل القنوات.
  - اختيار المدربين المناسبين لتأهيل القائمين بالاتصال في هذه القنوات.
  - نشر ثقافة التدريب، ومعالجة معوقات التدريب في القنوات الفضائية الإخبارية العربية.
  - إلزام القائمين بالاتصال في القنوات الإخبارية الحصول على دورات تدريبية.
  - إنشاء مركز تدريبي بالهيئة أو القطاع، إلى جانب إنشاء إدارة للتدريب لمتابعة عملية التدريب داخل القناة.
  - عقد اتفاقيات مع مراكز تدريبية خارجية/ دولية لتدريب القائمين بالاتصال.
  - استقصاء الاحتياجات التدريبية للقائمين بالاتصال بالقنوات الإخبارية.
  - وضع خطة تدريب سنوية للقائمين بالاتصال حتى يتميز التدريب بالاستمرارية.
  - ربط التدريب بالترقي في الوظائف داخل القناة.
  - ضرورة قياس تأثير الدورات التدريبية التي حصل عليها القائمون بالاتصال داخل القناة على المنتج الإعلامي الذي يقدمونه.
  - تفعيل دور المراكز التدريبية في الوطن العربي حيث توجد مراكز تدريبية بالاسم فقط دون ميزانية حقيقية، ودون دور تدريبي حقيقي.
- ٣- تصدر الافتقار الواضح إلى ثقافة التدريب من قبل القيادات وكذلك من قبل العاملين أنفسهم، مع عدم دعم الرؤساء المباشرين للعملية التدريبية، ومعاناة القنوات الفضائية الإخبارية لنقص كبير في الميزانية المخصصة للتدريب، وافتقاد العديد من الدورات التدريبية إلى تناغم مستوى المتدربين في الدورة الواحدة المرتبة الأولى من معوقات التدريب داخل القنوات الفضائية العربية الإخبارية، وجاء في المرتبة الثانية قلة عدد المدربين في مختلف مستويات البرامج التدريبية، وعدم وجود آلية لمتابعة من تم تدريبهم لمعرفة جدوى العملية التدريبية ومعرفة تأثير الدورات التدريبية على أداء العاملين، وفي المرتبة الثالثة جاء كثرة عدد المتدربين في البرنامج التدريبي، وكذلك اعتماد الدورات التدريبية في كثير من الأحيان على الجانب النظري والافتقار إلى الجانب العملي بشكل أساسي، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة جاء تكرار ترشيح نفس الموظف لنفس البرنامج أو لبرامج مشابهة،

بالإضافة إلى عدم قيام المشرف المباشر بمتابعة سير المتدربين في برنامجهم والتعرف على مراحل تقدمهم، وهو ما توافق مع رأى القائمين بالاتصال.

٤- خلصت الدراسة إلى مجموعة من المقترحات لحل مشكلات ومعوقات العملية التدريبية في القنوات الفضائية العربية الإخبارية من وجهة نظر المدربين والتي قد توافقت مع مقترحات القائمين بالاتصال في القنوات موضع الدراسة وكانت كالآتي:

\* تدريب جميع القائمين بالاتصال داخل القنوات على التقنيات الحديثة في مجال عملهم.

\* متابعة العملية التدريبية.

\* زيادة اهتمام القيادات بالعملية التدريبية.

\* الاستمرارية في التدريب.

\* حسن اختيار المدربين للدورات التدريبية.

\* عمل شراكات بين مراكز التدريب وبعضها البعض وبين القنوات الفضائية الإخبارية.

\* التحديد الأمثل للاحتياجات التدريبية للقائمين بالاتصال، للتمكن من وضع خطط تدريبية تناسب هذه الاحتياجات.

\* زيادة ميزانية التدريب.

\* إنشاء المزيد من المراكز التدريبية.

\* تحفيز القائمين بالاتصال على أخذ دورات تدريبية.

٥- خلصت الدراسة إلى مجموعة من معوقات التدريب الإعلامي في القنوات الفضائية الإخبارية في الوطن العربي من وجهة نظر الخبراء الأكاديمين وكانت كالآتي:

\* تفشي ظاهرة الاستعانة بمشاهير غير مؤهلين إعلامياً لتقديم برامج تليفزيونية وبدون أي تدريب.

\* عدم اعتماد القنوات على المعايير المهنية الصحيحة عند اختيار العاملين الجدد.

\* ازدياد أعداد خريجي كليات وأقسام الإعلام في سوق العمل وافتقارهم إلى الجرعات المناسبة للتدريب الإعلامي.

\* عدم وجود آلية لمتابعة من تم تدريبهم لمعرفة جدوى العملية التدريبية ومعرفة تأثير الدورات التدريبية في أداء العاملين.

\* عدم وجود بيانات تفصيلية لدى القنوات الفضائية الإخبارية عن نمو أو نقص المهارات والاحتياجات التدريبية لكل فرد فيها مما يشكل صعوبة لدى واضعي الخطط التدريبية في تحديد الاحتياجات التدريبية للعاملين.

- \* عدم اهتمام وسائل الإعلام المختلفة بقصر القبول في وظائفها على خريجي الإعلام وفتح أبواب العمل بها لتخصصات غير إعلامية.
- \* قلة عدد المدربين في مختلف مستويات البرامج التدريبية نتيجة لعدم الاهتمام بإعداد المدربين ورفع مستوى كفاءتهم.
- \* عدم تلقي العاملين الجدد بالقنوات دورات تدريبية تؤهلهم للعمل وإنما يبدأون العمل مباشرة.
- ٦- خرجت الدراسة بمجموعة من المقترحات من وجهة نظر الخبراء الأكاديميين لتطوير التدريب الإعلامي في القنوات الفضائية الإخبارية في الوطن العربي وهي كالآتي:
- \* إنشاء مراكز تدريبية متخصصة داخل القنوات وجعل التدريب إلزامياً.
- \* تحديد الاحتياجات التدريبية للإعلاميين وتقييم الدورات التدريبية بانتظام.
- \* التعاون مع مراكز تدريبية ذات السمعة الطيبة والخبراء الأجانب لتحسين جودة التدريب.
- \* توفير تدريب شامل لخريجي الإعلام ودمج مهارات الإعلام الرقمي.
- \* إنشاء أكاديمية وطنية للتدريب الإعلامي في كافة المجالات.
- \* تخصيص ميزانية منفصلة لأغراض التدريب.
- \* تنمية مهارات الكتابة للرواية التلفزيونية.
- \* تقديم برامج تدريبية للصحفيين لمواكبة التطورات في هذا المجال.

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

١.	حسين شفيق . (٢٠١١). <i>التدريب الإعلامي في الصحافة المطبوعة والإلكترونية</i> . دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.
٢.	سعيد مراح ، و منماني مباركة . (٢٠٢٠). <i>دور التدريب الإعلامي في تحسين الأداء المهني للإعلاميين: دراسة ميدانية على إذاعة سوق أهراس</i> . مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة. ١ . ١.
٣.	سمير محمد حسين . (٢٠٠٦). <i>دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام</i> . القاهرة: عالم الكتب.
٤.	شيماء ذو الفقار زغيب . (٢٠٠٩). <i>مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية</i> . القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
٥.	عادل نور الدين، (٢٠١٠). <i>تدريب اللغة العربية في المؤسسات الإعلامية المسموعة والمرئية: الواقع والطموحات</i> . في مجلة مجمع اللغة العربية، القاهرة: مصر. (١١٩).
٦.	عاطف عدلي العبد . <i>التخطيط الإعلامي: الأسس النظرية والنماذج</i>

	التطبيقية. مرجع سابق.
٧.	معنز أحمد عبدالفتاح . (٢٠١٦). التأهيل والتدريب في المؤسسات الصحفية وعلاقته بالأداء المهني للصحفيين المصريين. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة بني سويف: كلية الآداب، قسم الصحافة.
٨.	نسيم محمد الطويسي وآخرون. (٢٠١٥). جودة التدريب الإعلامي في الأردن. المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية. ٢ (٨).
٩.	هاشم عبد الله الخاتم . (٢٠١٥). توظيف الوسائط المتعددة في إنتاج الرسالة الإعلامية: دراسة حالة على عينة من المؤسسات الإعلامية. مجلة العلوم الإنسانية. ٣.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

10.	Kirchhoff, <a href="#">Susanne</a> . (2022). Journalism Education's Response to the Challenges of Digital Transformation: A Dispositive Analysis of Journalism Training and Education Programs. <a href="#">Journalism Studies</a> Volume 23, 2022 - <a href="#">Issue 1</a>
11.	Moreno-Gil, V., Chaparro Domínguez, M.-Á. & Pérez-Pereiro, M. (2023). Future journalists' fight against disinformation: analysis of university training offers and challenges in the Spanish context. <i>Communication &amp; Society</i> , 36(2), 171-18
12.	<a href="#">Peter Van Aelst</a> . (2021). Does a Crisis Change News Habits? A Comparative Study of the Effects of COVID-19 on News Media Use in 17 European Countries. <a href="#">Digital Journalism</a> . Volume 9, 2021 - <a href="#">Issue 9</a>