

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / غانم السعيد - عميد كلية الإعلام ، جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د / فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة- عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د / محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان، ومدير وحدة الجودة بالكلية

د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتارية التحرير:

د / رامى جمال مهدي - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق اللغة الإنجليزية: د / أحمد عبده - مدرس العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

مدقق اللغة العربية: أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ / محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

- الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

● العدد السادس والخمسون - الجزء الثاني - جمادى الأول ١٤٤٢هـ - يناير ٢٠٢١ م

● رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

● الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

● الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧-١١١٠

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ محمد فياض (العراق)
أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.
١١. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

محتويات العدد

- ٤٩١ ■ دراسات الاتصال السياسي في آسيا وأوروبا: رؤية مقارنة
أ. د. شيماء ذو الفقار
- ٥٢٧ ■ آليات تداول الشباب العربي للمحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي: نموذج مقترح في إطار مدخل التربية الإعلامية الرقمية
أ. م. د. ممدوح مكاوي، أ. م. د. هيثم جوده، أ. م. د. إسلام أحمد
- ٥٨٥ ■ معالجة البرامج الطبية بالفضائيات المصرية لأزمة كورونا (COVID19)
«دراسة تحليلية»
أ. م. د. سميرة متولي عرفات
- ٦٣٥ ■ التدريب الإعلامي للقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية وعلاقته بالمهنية «دراسة ميدانية»
أ. م. د. أمين منصور وافي
- ٦٧٧ ■ اللغة العربية في وسائل الاتصال والإعلام والتحول الرقمي: قراءة تاريخية وملاحظات آنية
أ. م. د. لطفي الزيايدي
- ٧٠٣ ■ إعداد وتأهيل خريجي قسم الإذاعة والتلفزيون في الجامعات الخاصة - دراسة حالة على جامعة ٦ أكتوبر
د. فاطمة الزهراء أبو الفتوح
- ٧٥٥ ■ استراتيجيات التسويق بالمحتوى لمنصات المشاهدة الرقمية العربية عبر مواقع التواصل الاجتماعي «منصة Watch It أنموذجاً»
د. اليمنى محمد عاطف عبد النعيم
- ٨٠٥ ■ فاعلية أنشطة الإعلام التربوي في خفض التنمر المدرسي لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية (دراسة شبه تجريبية)
د. هناء محمد عبد المقصود، د. هبة عبد الرحمن عبد السلام

■ التماس الأطباء وهيئة التمريض للمعلومات حول جائحة فيروس
كورونا المستجد عبر صحافة الموبايل وعلاقته بالتوافق المهني لديهم
٨٥١ د. هاني نادي عبد المقصود محمود

■ معالجة برامج المرأة للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في القنوات
الفضائية المصرية «دراسة تحليلية»
٨٩٧ رنا شاكر محمد طلبة

■ دور البرامج الطبية المقدمة على القنوات الفضائية في إمداد الجمهور
المصري بالمعلومات
٩٣٣ فاطمة الزهراء أشرف محمود نجار

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يونيو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2682- 292X	1110- 9297	7	6.5	جامعة الأهرام	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314- 873X	2314- 8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2636- 9393	2636- 9393	6	5	جامعة الأهرام الكندية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366- 9891	2366- 9891	4	4	Cairo University	مجلة إحدا الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2636- 9237	2636- 9237	3.6	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367- 0407	2367- 0407	6.6	3.6	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366- 9131	2366- 9131	6.6	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366- 914X	2366- 914X	6.6	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366- 9168	2366- 9168	6.6	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 6836	1110- 6836	6.6	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 6844	1110- 6844	6.6	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي ستشتر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس ٢٠٢٠ مطبقا على كل الأبحاث التي ستشتر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات

التدريب الإعلامي للقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية وعلاقته بالمهنية «دراسة ميدانية»

- Journalist training for the communicator in the Media institutions and its relationship to the professionalism
“A Field Study”

أ.م.د. أمين منصور وايفي
أستاذ الإعلام المشارك، ورئيس قسم الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية،
غزة، فلسطين awafi@iugaza.edu.ps
عبد الله سمير محمد زقوت، باحث إعلامي Abeds.pal@gmail.com

ملخص الدراسة

تهدف الدراسة إلى التعرف على طبيعة التدريب الإعلامي الذي يتلقاه القائمون بالاتصال داخل المؤسسات الإعلامية الفلسطينية وعلاقته بالمهنية، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدم فيها المنهج المسحي، وفي إطاره تم توظيف أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، وبنيت الدراسة على أدبيات نظرية القائمون بالاتصال (حارس البوابة)، وتم جمع البيانات بأداة صحيفة الاستقصاء، وأداة المقابلة الشخصية، وتم توزيع الاستبانة على عينة عشوائية قوامها 260 مفردة من القائمين بالاتصال في محافظات غزة - فلسطين، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: عدّ التدريب عنصرًا أساسيًا في تطوير المهنة الإعلامية والارتقاء بالأداء المهني لدى الإعلاميين، وأن 90% من عينة الدراسة تلقوا دورات متنوعة، وأهم الأسباب التي تجعل الإعلاميين يلتحقون بالدورات، مجال الدورة، وبعدها ضغط العمل وعدم التفرغ للتدريب من أهم الأسباب لعدم الالتحاق بالدورات، وأهم الجهات التي تقدم التدريب الإعلامي المؤسسات الأكاديمية المتخصصة، وأثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية عند مستوى دلالة (0.05) بين مستوى حصول الإعلاميين الفلسطينيين على التدريب ومهنتهم، ومن أهم التوصيات: عقد ودعم الدورات التدريبية الإعلامية التي تقدم للقائمين بالاتصال، والاهتمام بمحتواها، خاصة الدورات المتخصصة، وقياس العائد التدريبي سواء على صعيد الاتجاه المعرفي أو الاتجاه السلوكي للإعلاميين.

الكلمات المفتاحية/ التدريب - القائمون بالاتصال - الإعلام - المهنة - المؤسسات الإعلامية.

Abstract

This study aims to identify the reality of media training for the communicator in media institutions and its relationship to professionalism within Palestinian media institutions. This study belongs to descriptive researches in which the survey method was used; within its framework the method of surveying media practice was employed. The researchers also used the theory of the contact person (Gate keeper); data were collected using the survey newspaper tool; the personal interview tool. The questionnaire was distributed to a random sample of 260 individuals of Palestinian contacts in the governorates of Gaza, Palestine. Among its most important results is that training is considered as an essential element in developing the media profession and upgrading the professional performance of media professionals. 90% of the study sample received various courses. One of the most important reasons that make media professionals join the courses is the subject of the course. Work pressure and lack of time for training are the most important reasons for not joining the courses. The most important bodies that provide media training are specialized academic institutions. The study has proven a significant correlation (0.05) between the level of Palestinian media professionals' access to training and their professional performance. Among the most important of its recommendations are holding and supporting media training courses that are provided to communicators and paying attention to their content, especially specialized courses; measuring the training return, whether at the level of cognitive or behavioral direction of media professionals.

Keywords / training - contact person - media - professionalism - media institutions.

يعدّ التدريب الإعلامي للقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية من القضايا الاستراتيجية التي توليها إدارات المؤسسات أهمية كبرى نظرًا للتطورات المتسارعة التي تحدث في الحقول الإعلامية المحلية والدولية؛ حيث تتنافس المؤسسات في إنشاء وتطوير مراكز تدريب خاصة بها، معززةً ذلك بوجود باستقطاب خبراء وممارسين أكفاء للاستفادة من خبراتهم في تطوير قدرات الإعلاميين لديها، بما يحقق لها تميز وجودة عالية في الأداء الإعلامي للقيام بمهامها على أكمل وجهة ويحقق لها الأفضلية التي تسعى إليها، والتدريب الإعلامي عبارة عن عملية تعلم مقصودة لها مبرراتها ونتائجها للوصول لأجيال مؤهلة لخوض غمار التجربة بمهنية؛ فالإعلام مهنة المهارات، فهو لا يتقيد بعلم ولا دراسة، فلا يمكن اقتصره على الدراسة الأكاديمية في مجال الإعلام؛ لذا لا بدّ من التدريب⁽¹⁾؛ فالتدريب يزيد من قدرات الإعلاميين ويعمل على تطوير أدائهم المهني، فأعداد المتدربين المميزين قليل جدًا بالنسبة لحجم سوق العمل والأعداد الكبيرة التي تخرجها الجامعات، والمؤسسات الإعلامية تحاول استيعابهم داخلها سواء بالتدريب العملي أو من خلال الدورات التدريبية، فمهنة الإعلام ليست كأى مهنة أخرى، فالإعلامي يولد ولا يصنع، ويستمد التدريب أهميته من أهمية مستقبل كل إعلامي، إضافة إلى أنه لا بدّ من وجود كوادر مدربة تنقل إعلامنا من التقليدية إلى مرحلة الحداثة والإبداع، ومواكبة التطور والإعلامي الذي يطرأ على الإعلام في العالم وأداء الإعلاميين، لتأخذ بأسس وآليات التدريب الحديثة، والربط بين التجارب المحلية والعالمية.

ويعدّ الأداء المهني مهمًا لتحديد الأولويات وتنظيمها، وتحقيق الأهداف ومراجعتها من أجل الوصول للأداء العالي المتميز، ومن أجل الوصول إلى ذلك يجب أن يتم التركيز على تلك المناطق الحيوية التي تؤدي إلى تحقيق النجاح عن طريق معرفة أداء كل إعلامي وكيفية التعامل مع العمل المنسوب إليه⁽²⁾، فالأداء المهني للإعلاميين الفلسطينيين مرتبط بمدى معرفتهم بأعمالهم وكيفية القيام بها على أكمل وجه.

والعمل الإعلامي يكاد ينفرد بشيء من الخصوصية نظرًا لسماته وخصائصه التي يتصف معها بالتجدد والآنية والتفاعل، وهذا يفرض المواكبة والأخذ بالأسباب التي تتمثل بالأدوات والوسائل، فقد أضحت التدريب ممارسة متخصصة تهتم بها المجتمعات والمؤسسات والأفراد على حد سواء، واحتل أهمية بالغة، وموقعًا متميزًا.

جاءت هذه الدراسة لتسليط الضوء على التدريب الإعلامي للقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية وعلاقته بالمهنية، من أجل الوصول إلى رؤية علمية متطورة حول واقع التدريب والأولويات التي يحتاجها؛ ليطابق معايير الجودة العالمية في التدريب الإعلامي في مجالات نقل المعرفة.

المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة:

أولاً/ أهم الدراسات السابقة:

بعد الاطلاع على التراث الإعلامي الخاص بالتدريب الإعلامي، ودراسات المهنية والقائم بالاتصال، وما توافر في المكتبات والمراكز من أدبيات في مجال التدريب الإعلامي والأداء المهني والقائم بالاتصال، تم حصر هذه الدراسات المنشورة في الجامعات والمجلات والمواقع، ورصد الدراسات الأكثر تقاطعًا في أهداف الدراسة من أجل الاستفادة من أبعديتها، وجاءت على النحو الآتي:

دراسة Martin (2019)⁽³⁾ التي هدفت إلى فهم ما إذا كان التدريب الإعلامي كافيًا لكفاءة الصحفيين، وتم تطبيق نهج نوعي، واستخدام طريقة دراسة الحالة الجوهريّة، وأشارت النتائج إلى أن التدريب الإعلامي في المدارس الكينية غير كافٍ لهذا الغرض، وأن كليات الإعلام تعمل على تقديم خريجين لا يمكنهم الأداء في الصناعة بمجرد توظيفهم، ووفقًا للمشاركين لم يتم تدريب الخريجين الكينيين الجدد بكفاءة.

وهدفت دراسة Rexford (2018)⁽⁴⁾ إلى الإجابة عن سؤال: ما مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي وبرامج التدريب في تطوير المهنيين في قطاع الأمن؟ وفي هذه الدراسة فحص الباحث ثلاث قضايا رئيسية تتعلق بالتدريب، تمثلت في: تسويق البرامج التدريبية، وخبرات المشاركين في محتوى التدريب، وإتقان العمل، وتم اختيار عينة من عشرة مشاركين في برنامج تدريبي للطب الشرعي وإجراء المقابلات الشخصية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن الموضوعات التي تم تطويرها يمكن عدّها أسلوبًا لوسائل التواصل الاجتماعي ووسيلة فعّالة لبرامج التدريب على التسويق، إضافة إلى ذلك، تم التوصل إلى أن غالبية المشاركين لديهم تجارب ونتائج إيجابية من برنامج التدريب التي لها آثار على كفاءة العمل.

أما دراسة سمية قارة (2017)⁽⁵⁾ فهدفت إلى معرفة طبيعة التدريب الذي يتلقاه الإعلاميون في مركز التدريب الإذاعي بأم البواقي، ومعرفة المهارات المكتسبة، وحجم الاستفادة من التدريب في المركز، وتدخل هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي استخدم فيها المنهج المسحي، وتمت عملية جمع البيانات باستخدام أداة المقابلة والملاحظة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: غالبية المتدربين يسعون لتحقيق هدف الاحتراف المهني من التدريب، وأنهم حصلوا على مهارات جديدة تم تطبيقها، وكان أكثرهم متخصصين في المجال السمعي البصري.

ودراسة بشرى أزور (2016)⁽⁶⁾ التي هدفت إلى معرفة دور التدريب في تطوير أداء المهنيين في القنوات التلفزيونية العمومية في المغرب، وتعدّ الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الميداني، وكانت الأداة هي استمارة الاستبيان، وطبقت على عينة من العاملين في القنوات التلفزيونية التابعة للقطب السمعي البصري بالمغرب، تم انتقاؤهم بطريقة عشوائية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن 64% من العاملين حاصلون على مستوى تعليمي (دبلوم جامعي)، وأن نسبة 47% استفادوا من عدد دورات يتراوح بين 1 إلى 3.

وهدفت دراسة معتز أحمد عبدالحميد (2016)⁽⁷⁾ إلى التعرف على تأثير التأهيل والتدريب في المؤسسات الصحفية وعلاقته بالأداء المهني للصحفيين المصريين، وهي من الدراسات الوصفية، واستخدمت الدراسة منهجين هما: منهج المسح الإعلامي، والمنهج المقارن، وتوصلت إلى عدة نتائج أهمها: وجود اهتمام إلى حد ما من قبل المؤسسات الصحفية لتنظيم الدورات التدريبية للمحترفين العاملين بها، وأن أبرز المشكلات التي تواجه الصحفيين في مجال التدريب قلة الموارد والإمكانيات والميزانيات المخصصة للتدريب.

وجاءت دراسة دراسة الشعيبي (2016)⁽⁸⁾ بهدف التعرف على واقع قطاع تدريب الإعلام في فلسطين والتحديات والمعوقات التي تواجهه، وهي دراسة وصفية، استخدم فيها الباحث منهج المسح، واعتمدت الدراسة على عينة متنوعة من العاملين في قطاع الإعلام، وطبقت الدراسة نظرية القائم بالاتصال، ومن أهم نتائجها: لا توجد جهة منظمة أو مسؤولة عن قطاع التدريب في المجال الإعلامي في فلسطين، فلا أحد يستطيع تحديد نوع التدريب الإعلامي ومدى أهميته، وتمتاز البرامج التدريبية الإعلامية بعدد من النقاط الإيجابية؛ لكنها تفتقر إلى عدد من النقاط المهمة.

أما دراسة الطويسي وسليمان (2015)⁽⁹⁾ فهدفت إلى التعرف على واقع التدريب الإعلامي في الأردن، وتقييم جودة التعليم والتدريب في مجالات الإعلام من وجهة نظر الإعلاميين، وانتتمت إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح، وأداة الدراسة صحيفة الاستقصاء، وتوصلت إلى عدة نتائج من أهمها: أن جودة التدريب الإعلامي في الأردن متدنية في بعض الجوانب، ومتوسطة في جوانب أخرى من وجهة نظر الإعلاميين، وأن تطوير جودة التدريب الإعلامي يعيقه ضعف كفاءة المدربين والمتدربين، وتواضع حجم الإنفاق على التدريب، وضعف التنسيق بين الجهات المعنية بالتدريب الإعلامي.

وأوضحت دراسة عبدالغفار (2014)⁽¹⁰⁾، التي هدفت إلى التعرف على حجم تأثير مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير في سلوك المتدربين، انعكاس ذلك على تطور المهارات المهنية للإعلاميين وأدائهم، وهي دراسة وصفية استخدمت منهج المسح، وأداة الدراسة صحيفة الاستقصاء، واعتمدت على نظرية القائم بالاتصال، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: جاء تقييم المتدربين لتأثير دورات المركز في تطوير أدائهم الإعلامي متفاوتاً؛ إذ رأى 50% من المبحوثين أن التطوير كان كبيراً، و90% من المبحوثين رأوا أن التدريب بالمركز أنتج لديهم تطويراً احترافياً أو تعديلاً في سلوكهم إلى الأفضل أثناء عملهم الإعلامي.

وهدفت دراسة باشا (2011)⁽¹¹⁾ إلى التعرف على علاقة تدريب الصحفيين بمستوى أدائهم المهني وتأثيره، ومعرفة إلى أي مدى يمكن للتدريب أن يؤثر في رفع أداء الصحفيين في المؤسسة الوطنية للتلفزيون بالجزائر، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح، وأدوات الدراسة: صحيفة الاستقصاء، والمقابلة، والملاحظة، واعتمدت الدراسة على نظرية التعليم المعرفي، ومن أهم نتائجها: أهمية الدورات المتخصصة بالتدريب والتطوير، حيث إن دور إدارة الموارد البشرية في مجال التدريب والتطوير لا بد أن يكون مكملاً للرسالة أو الصورة التي ترغب المؤسسة في إبرازها للفضاء الداخلي والخارجي، وأن التدريب يشكل الأرضية التي تحقق الأداء وتطوره، وأن تحقيق الأداء العالي منوط بمدى تمكن كل الأفراد في المؤسسة بضرورة التكوين المستمر في كل موقع.

وجاءت دراسة التميمي (2011)⁽¹²⁾ التي هدفت إلى تقديم وصف دقيق لواقع التدريب الإعلامي للقائم بالاتصال في كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية بشبكة جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا، وتحديد مدى أهمية التدريب لمتسبي الكلية، وتقييم تلك البرامج القائمة والأجهزة التدريبية، وتحديد حجم الاستفادة منها، والمعوقات التي

يواجهونها، وفقاً لما تراه العينة المختارة من الطلاب، وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدم فيها الباحث منهج المسح، وكانت أداة الدراسة هي الاستبانة، وتوصلت إلى عدة نتائج من أهمها: أن 80% من المبحوثين يرون أهمية كبيرة للتدريب بالنسبة للخريجين، وأن 57% من المبحوثين يطالبون بوجود مركز تدريبي يتبنى القيام بتدريب الطلاب، وأن نسبة 65% من المبحوثين لم يحصلوا على أي برامج تدريبية في مجالات الإعلام خارج الكلية.

وهدفت دراسة Namasinga (2011)⁽¹³⁾ إلى التعريف بحالة التدريب الصحفي في مختلف الكليات والمدارس والجامعات في أنحاء العالم، والنقاش حول التدريب الصحفي، والانتقادات التي تواجه تدريب الصحفيين بشكل عام، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدم فيها الباحث منهج المسح، وكانت أدوات الدراسة هما: استمارة الاستقصاء، والمقابلة، وعينة الدراسة كانت طلاب الصحافة بجامعة ماكيريري، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن جامعة ماكيريري تناضل من أجل تلبية معايير التدريس الصحفي ليكون المستوى الجامعي موافقاً لما يضعه المجلس العالمي لتعليم الصحافة (WJEC)، وكذلك منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو)، وأن ما يعرقل جهود الجامعة للوصول إلى المستوى المطلوب هو محدودية الموارد المالية اللازمة للتدريب اللائق، وعدم وجود الأمور التقنية اللازمة.

وهدفت دراسة Donsbach (2008)⁽¹⁴⁾ إلى التعرف على المعايير التي وضعتها الدولة لتنظيم برامج الصحافة والتدريب الصحفي بجامعات الولايات المتحدة الأمريكية، وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدم فيها الباحث منهج المسح، وكانت أداة الدراسة هي تحليل المضمون، ومجتمع الدراسة كان عبارة عن مناهج أقسام الصحافة في ثمان جامعات أمريكية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن الدولة وضعت معايير لبرامج الصحافة والتدريب الصحفي بالجامعات، وهو المعيار الأساسي لكل برامج التعليم والتدريب الصحفي في العالم منذ عقود من الزمن؛ حيث إن آلاف من الصحفيين المدربين تدريباً جيداً قد تخرجوا من الجامعة كل سنة وانضموا إلى القوى العاملة وسائل الإعلام والصحافة، وكذلك حاولت الجامعات التكيف مع السوق المتغيرة وشروط الانضمام لكلية الصحافة والاهتمامات العامة للصحافة.

وجاءت دراسة Thomas (2008)⁽¹⁵⁾ فهدفت إلى التعرف على التجربة النيوزلندية في التدريب الصحفي لخريجي الجامعات النيوزلندية، وتعدّ الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدم فيها الباحث منهج المسح، وكانت أداة الدراسة صحيفة الاستقصاء،

ومجتمع الدراسة كان عبارة عن خريجي الصحافة في الجامعات النيوزلندية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن تعليم الصحافة تسيطر عليه منظمة التدريب القديمة، وهو لا يزال كما هو من قبل 20 عاماً، وسيطر عليه الصحفيون القدامى في نيوزيلندا على الرغم من الأعداد المتزايدة من الطلاب الذين يتعلمون الصحافة كجزء من برامج التعليم الجامعي؛ حيث يتم تدريب الطلاب لصناعة الإعلام من خلال التعلم بالممارسة، ويتلقون التعليم الأساسي وبعد ذلك من المتوقع أن تكتمل مهاراتهم من خلال ممارسة الكتابة، وتعلم الأمور الروتينية لصناعة وسائل الإعلام من خلال التنشئة الاجتماعية والعمل والتجربة، وكذلك فشل الطلاب في إظهار مهارات التفكير النقدي والاستقلال اللازمة للصحفي المحترف حتى يتمكن من البحث بدقة، ويعكس بعمق الكتابة الرصينة والمسلية والمفيدة ونقل الأخبار التي تتوافق مع الذوق الرفيع.

وهدف دراسة واي (2006)⁽¹⁶⁾ إلى التعرف على الأداء المهني للمرسلين الإعلاميين، وكشف الضغوط المهنية والإدارية التي يتعرضون لها أثناء عملهم، وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، مستخدمة منهج المسح الإعلامي وفي إطاره استخدم أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، واعتمدت الدراسة على أداة الاستبانة، ونظرية القائم بالاتصال حارس البوابة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن 94 % من المرسلين أكدوا أن الدورات التدريبية أسهمت في تطوير أدائهم المهني خلال أحداث انتفاضة الأقصى، وأن من أبرز العوامل التي واجهت الصحفيين للعمل في مهنة الصحافة هي الأوضاع التي تمر بها المنطقة خاصة قطاع غزة.

موقع الدراسة من الدراسات السابقة:

* استفادات الدراسة من الدراسات السابقة في:

- 1- الاطلاع على التراث العلمي الذي تناول هذا الموضوع.
- 2- الاستفادة منها في صياغة المشكلة والأهداف والتساؤلات ونظرية الممارسة المهنية، والمجتمع والعينة والمنهج والأداة.

3- ربط نتائج الدراسة بنتائج الدراسات السابقة.

ثانياً: مشكلة الدراسة:

يعدّ التدريب الإعلامي استثماراً للمستقبل؛ حيث إنه يصنع أجيالاً قادرة على مواجهة التحديات المهنية، والعمل الإعلامي هو مهنة المهارات، والتدريب الإعلامي عنصر رئيسي في بناء الموارد البشرية القادرة على دعم برامج التنمية والتطوير والتحديث، ويعدّ التدريب الإعلامي أساساً ومدخلاً لأي تغيير تسعى له الدول والمجتمعات التي تسعى

لتحقيق إنجازات حضارية، والتدريب الإعلامي غالبًا ما يهدف إلى التطوير والتجديد والتعزيز للقدرات الإبداعية، وهو من أكثر الاستراتيجيات الفاعلة في تنمية الموارد البشرية.

وتتمثل مشكلة الدراسة في: التعرف على مدى فاعلية برامج التدريب الإعلامي والأهداف التي تسعى إليها، وأهم البرامج التدريبية ومدى الاستفادة منها، ومعرفة جودة تلك البرامج، ومدى ملاءمتها لاحتياجات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية، ومعرفة مدى توظيف التكنولوجيا والأساليب الحديثة في التدريب الإعلامي، ورصد أهم التحديات والمشكلات التي تواجه برامج التدريب الإعلامي في فلسطين، وكيف أثرت هذه التحديات في أساليب الممارسة المهنية والأداء المهني للقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية.

ثالثًا: أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في الآتي:

- 1- تحديد أولويات التدريب الإعلامي والبرامج في المؤسسات الإعلامية.
- 2- تعد الدراسة من الدراسات القليلة والنادرة في فلسطين التي تطرقت لواقع التدريب الإعلامي في فلسطين، وعلاقته بالمهنية لدى القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية.
- 3- ستكون الدراسة مرجعًا للباحثين والعاملين في مجال الإعلام عمومًا، والعاملين في مجال التدريب الإعلامي بشكل خاص، فيما يتعلق بتطوير البرامج التدريبية والعلاقة بينها وبين تطوير المهنية لدى القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية.
- 4- تسهم الدراسة في الجانب العملي التطبيقي للدراسات الإعلامية والعمل الإعلامي، حيث توفر قاعدة بيانات ثرية حول واقع التدريب الإعلامي في محافظات قطاع غزة وحول المؤسسات التدريبية، سواء عن العاملين أو مستويات التدريب أو المهارات المختلفة أو الأعمار أو الأنواع أو اللغات أو تقسيمات التدريب.

رابعًا: أهداف الدراسة:

الهدف الرئيسي للدراسة هو: "التعرف على برامج التدريب الإعلامي التي يتلقاها القائمون بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية"، وتتفرع منه مجموعة من الأهداف الفرعية:

- 1- التعرف على مدى فاعلية برامج التدريب الإعلامي والأهداف التي يسعى القائمون بالاتصال لتحقيقها من خلال الالتحاق بالبرامج التدريبية.

- 2- التعرف على مدى استفادة القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية من البرامج التدريبية، ومعرفة أهم المؤسسات التي تقوم بالتدريب الإعلامي.
- 3- التعرف على أهم البرامج التدريبية، ومدى اهتمام المؤسسات الإعلامية الفلسطينية بإشراك القائمين بالاتصال لديها بهذه البرامج.
- 4- التعرف على مدى توظيف التكنولوجيا والأساليب الحديثة في التدريب الإعلامي للقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية.
- 5- تقييم جودة البرامج التدريبية ومدى ملاءمتها لاحتياجات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية.
- 6- الكشف عن أهم المعوقات التي تواجه التدريب الإعلامي، وأهم المقترحات التي تحقق أهداف عملية التدريب الإعلامي للقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية.

خامساً: تساؤلات الدراسة:

- 1- ما واقع برامج التدريب في محافظات غزة للقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية؟
- 2- هل تسعى المؤسسات الإعلامية الفلسطينية لعقد دورات تدريبية لمنتسبيها؟
- 3- ما أهم الأهداف التي يسعى القائمون بالاتصال في المؤسسات الإعلامية تحقيقها من خلال التدريب؟
- 4- ما مدى استفادة القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية من الدورات التدريبية؟
- 5- ما طبيعة البرامج التدريبية المقدمة للقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية؟
- 6- ما الجهات التي تقدم التدريب للقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية؟
- 7- هل تلبى البرامج التدريبية احتياجات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية؟
- 8- كيف يقيم القائمون بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية جودة التدريب المتلقى من المؤسسات المختصة؟

- 9- كيف تتعكس برامج التدريب على القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية؟
- 10- ما مدى استخدام التكنولوجيا والأساليب التدريبية الحديثة في عملية التدريب الإعلامي؟
- 11- ما أبرز المعوقات التي يواجهها القائمون بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية أثناء التدريب؟
- 12- ما أهم المقترحات للنهوض بالتدريب الإعلامي حسب القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية؟

خامسًا: فروض الدراسة:

- وضع الباحثان مجموعة من الفروض التي تحاول الدراسة اختبارها، هي:
- 1- توجد علاقة ارتباطية بين مستوى حصول القائمين بالاتصال الفلسطينيين على التدريب ومهنتهم.
- 2- توجد علاقة ارتباطية بين عدد الدورات التي حصل عليها القائمون بالاتصال وأدائهم المهني.
- 3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التدريب الإعلامي وفقًا لمستوى خبرة الجهات التي تقدم التدريب.

سادسًا: نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها:

نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها، بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع، أو تحديثه، أو استكمالها، أو تطويره⁽¹⁷⁾، ولا تقف الدراسات الوصفية عند حدود الوصف والتشخيص؛ بل تتجاوز ذلك إلى وصف العلاقات السببية لأغراض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها⁽¹⁸⁾؛ لذا فإن هذه الدراسة ستدرس التدريب الإعلامي للقائمين بالاتصال في الإعلام الإلكتروني وعلاقتة بالمهنية، للوصول لنتائج تفيد في تصحيح وتطوير مجال التدريب.

منهج الدراسة: اعتمد الباحثان في دراستهما على منهج المسح الإعلامي، الذي يعد جهدًا علميًا منظمًا يساعد على وصف الظاهرة من خلال جمع المعلومات والملاحظات عنها⁽¹⁹⁾، واستخدم الباحثان في إطار منهج المسح الإعلامي أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، للتعرف على انعكاس التدريب على مهنية الإعلاميين الفلسطينيين.

أداة الدراسة: استخدمت الدراسة صحيفة الاستقصاء: وهي إحدى الأساليب المستخدمة في جمع بيانات أولية من العينة المختارة عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المعدة سلفاً للتعرف على الدوافع والعوامل المؤثرة فيهم⁽²⁰⁾، وتكونت صحيفة الاستقصاء من (41) فقرة.

سابعاً: مجتمع الدراسة وعينتها: يتكون مجتمع الدراسة من جميع الإعلاميين الفلسطينيين، الذين يعملون مع مؤسسات إعلامية في محافظات غزة، والعدد الإجمالي الذي وصل إليه الباحثان هو (735) إعلامي وإعلامية، واعتمد الباحثان على قائمة جمعت بين الإعلاميين المسجلين في النقابة⁽²¹⁾ والممارسين المسجلين في المكتب الإعلامي الحكومي في غزة، علماً بأن الممارسين هم: إعلاميون يعملون في الصحف والمجلات المحلية والإقليمية والدولية والمواقع الإلكترونية، ووكالات الأنباء المحلية والإقليمية والدولية، والفضائيات المحلية والإقليمية والدولية، ومحطات التلفزة المحلية والإذاعات المحلية، والمكاتب والمراكز الصحفية، والمؤسسات الإعلامية، ودوائر الإعلام المختلفة، ومنهم من يتمتع بصفة صحفي حر، وتختلف طبيعة عملهم الإعلامي ما بين: محرر، ومراسل، ومندوب، ومصور، ومقدم برامج، ومعد برامج، ومنتج، وفني، ومخرج، وغيره.

عينة الدراسة: استناداً إلى المعايير الإحصائية العلمية المتبعة في اختيار العينات، فقد تم اختيار عينة عشوائية بسيطة من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية من محافظات قطاع غزة بنسبة من المجتمع الكلي، وهي تلك التي يتم فيها حصر جميع مفردات مجتمع البحث، وتحديد حجم العينة المطلوبة، ثم سحب وحدات المعاينة بطريقة عشوائية باستخدام جداول الأرقام العشوائية⁽²²⁾، ووفقاً للإعلاميين المعتمدين في محافظات قطاع غزة، حيث وزّع الباحثان 300 صحيفة استقصاء، وتم الحصول على 260 صحيفة صالحة للتحليل الإحصائي، فتكون عينة الدراسة 260 إعلامياً وإعلامية، وقد تعذر على الباحثين جمع عدد أكبر لعدة أسباب، وبذلك يكون حجم العينة الصحيحة (260) مفردة، ويعدّ هذه الحجم مناسباً لإجراء التطبيق الإحصائي واستخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة كالفروق والعلاقات الارتباطية.

ثامناً: الإطار النظري للدراسة: تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري وفي بناء فروضها على "مدخل الممارسة المهنية"، الذي يعد أن المضمون الصحفي يتأثر بدرجة كبيرة باتجاهات الممارسة المهنية للقائمين بالاتصال وخصائصه، وعلى الجانب الآخر تتأثر الممارسة المهنية للقائمين بالاتصال بعدد كبير من العوامل مثل: التنظيم الإداري في المؤسسة والتأهيل العلمي والمهني، ثم اتجاهات العلاقات الوظيفية والاجتماعية بين المستويات

المختلفة وبين الزملاء، وكذلك تأثير قرارات المالك والمديرين على المنتج النهائي، وكذلك تأثير شخصية صانع القرار، والضغط من خارج التنظيم ومن داخله⁽²³⁾.
 السمات العامة للقائمين بالاتصال عينة الدراسة:

جدول (1) التكرار والنسبة المئوية حسب السمات العامة

المتغيرات	التصنيف	التكرار	النسبة المئوية%
النوع	ذكر	192	73.8
	أنثى	68	26.2
العمر	أقل من 30 عاماً	88	33.9
	من 30-أقل من 40 عاماً	133	51.1
	من 40 عاماً فأكثر	39	15.0
مكان السكن	محافظة غزة	84	32.3
	محافظة شمال غزة	55	21.2
	محافظة خان يونس	50	19.2
	محافظة الوسطى	37	14.2
	محافظة رفح	24	13.1
المؤهل العلمي	دبلوم فأكثر	45	17.3
	بكالوريوس	185	71.2
	دراسات عليا	30	11.5
الراتب الشهري	أقل من 2000 شيكل	66	25.4
	من 2000 إلى أقل من 3000 ش	97	37.3
	من 3000 إلى أقل من 4000 ش	57	21.9
	4000 شيكل فأكثر	40	15.4
الخبرات المهنية	أقل من 5 سنوات	43	16.5
	5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	76	29.2
	10 سنوات إلى أقل من 15 سنة	85	32.7
	من 15 سنة فأكثر	56	21.5
المجموع		260	100.0

توزيع أفراد العينة حسب النوع الاجتماعي: تبين من الجدول أن ما نسبته (73.8%) من الإعلاميين الفلسطينيين من الذكور، وما نسبته (26.2%) من الإناث، ويعود الاختلاف في

النسبة إلى بيئة المجتمع الفلسطيني الذي يعتمد على الذكور في تأدية المهام المختلفة، ومنها وظيفة العمل الإعلامي.

أما توزيع أفراد العينة حسب العمر: تبين من الجدول أن ما نسبته (33.9%) من الإعلاميين الفلسطينيين هم الذين أعمارهم أقل من 30 عامًا، وما نسبته (51.1%) هم الذين أعمارهم من 30 إلى أقل من 40 عامًا، وما نسبته (15%) هم الذين أعمارهم من 40 عامًا فأكثر، ويعود التباين في النسبة إلى الاعتماد على تلك المهنة على عنصر الشباب الذي يتمتع بالحيوية والسرعة في العمل وإنجاز التكاليفات.

وبخصوص توزيع أفراد العينة حسب مكان السكن: تبين من الجدول أن ما نسبته (32.9%) من الإعلاميين الفلسطينيين هم من الذين يسكنون في محافظة غزة، وما نسبته (21.2%) هم من الذين يسكنون في محافظة شمال غزة، وما نسبته (19.2%) هم من الذين يسكنون في محافظة خان يونس، وما نسبته (14.2%) هم من الذين يسكنون في محافظة الوسطى، وما نسبته (13.1%) هم من الذين يسكنون في محافظة رفح، وترجع النسبة إلى طبيعة العمل المركزي وتواجده في محافظة غزة؛ مما يجعل الأغلبية من الإعلاميين من محافظة غزة.

وأما توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي: تبين من الجدول أن ما نسبته (17.3%) من الإعلاميين الفلسطينيين هم من حملة درجة الدبلوم فأقل، وما نسبته (71.2%) هم من حملة درجة البكالوريوس، وما نسبته (11.5%) هم من حملة درجة دراسات عليا (دكتوراه أو ماجستير)، وهذا يشير إلى التطور والارتقاء بالمؤهلات التعليمية.

وبخصوص توزيع أفراد العينة حسب الراتب الشهري: تبين من الجدول أن ما نسبته (25.4%) من الإعلاميين الفلسطينيين هم من الذين رواتبهم أقل من 2000 شيكل، وما نسبته (37.3%) هم من الذين رواتبهم من 2000 شيكل إلى أقل 3000 شيكل، وما نسبته (21.9%) هم الذين رواتبهم من 3000 إلى أقل 4000 شيكل، وما نسبته (15.4%) هم الذين رواتبهم 4000 شيكل فأكثر.

وأما توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة: تبين من الجدول أن ما نسبته (16.5%) من الإعلاميين الفلسطينيين هم من الذين سنوات خبرتهم أقل من 5 سنوات، وما نسبته

(29.2%) هم من الذين سنوات خبرتهم من 5 إلى أقل من 10 سنوات، وما نسبته (32.7%) هم الذين سنوات خبرتهم من 10 إلى أقل من 15 سنوات، وما نسبته (21.5%) هم الذين سنوات خبرتهم 15 سنة فأكثر.

تاسعاً: مفاهيم الدراسة:

1. الإعلاميون الفلسطينيون: يعرفه قانون المطبوعات والنشر الفلسطيني لعام 1995م، في مادته الأولى، بأنه: كل من اتخذ الصحافة مهنة أو مورد رزق وفقاً لأحكام هذا القانون⁽²⁴⁾، ولأغراض الدراسة حدد الباحثان الإعلامي الفلسطيني بأنه: الممارس للعمل الإعلامي داخل فلسطين، في مختلف وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية، ولديه عضوية بنقابة الصحفيين الفلسطينيين، أو مسجل في سجلات مكتب الإعلام الحكومي في غزة.
2. التدريب الإعلامي: هو الجهد المنظم والمخطط له لتزويد القوى البشرية في المؤسسات الإعلامية بمعارف معينة، وتحسين وتطوير مهاراتها وقدراتها، وتغيير سلوكها واتجاهاتها بشكل إيجابي بناء⁽²⁵⁾.
3. المادة التدريبية: هي مجموعة الخبرات والمعلومات المتضمنة للمعارف والمفاهيم والأسس والاتجاهات والمهارات والقيم التي يسعى المدرب صقلها للمتدرب بهدف تنمية قدرات في الموضوعات الإعلامية.
4. المهنية: هي العملية التي يقوم بها أفراد مهنة واحدة، وتضمن تحديد مجال الخبرة المهنية، وزيادة الحيوية الجماعية، وصياغة رموز تلائم السلوك المهني داخل المؤسسة الإعلامية⁽²⁶⁾.
5. القائم بالاتصال: هو الشخص العامل ضمن فريق عمل في مؤسسة إعلامية، ويأتي تعريف القائم بالاتصال وفقاً لهذه الدراسة بأنه: الشخص الذي يلتحق بالدورات التدريبية الإعلامية، ويتأثر بها، ويعمل على رفع أدائه المهني وتطويره من خلال هذه الدورات⁽²⁷⁾.

المبحث الثاني: نتائج الدراسة الميدانية واختبار فروضها

المطلب الأول: مناقشة نتائج الدراسة:

المحور الأول: واقع التدريب الإعلامي في محافظات غزة

جدول (1) نسبة الالتحاق بالدورات التدريبية

النسبة المئوية	التكرار	الالتحاق بالدورات
90.0	234	نعم
10.0	26	لا
100.0	260	المجموع

تبين من الجدول أن ما نسبته (90.0%) من الإعلاميين الفلسطينيين قد حصلوا على دورات تدريبية في المجال الإعلامي أو مجالات أخرى، وما نسبته (10.0%) لم يحصلوا على أي نوع من الدورات.

يرى الباحثان: أهمية التدريب الإعلامي على خبرات ومهارات وقدرات الإعلاميين؛ لأن النسبة الأكبر أظهرت تلقيهم التدريبات والدورات الإعلامية، التي أثرت على مستواهم المهني.

جدول (2) نسبة عدد الدورات التدريبية الملتحق بها

النسبة المئوية	التكرار	عدد الدورات
44.9	105	6 إلى 9 دورات
37.2	87	5 دورات فأقل
17.9	42	10 دورات فأكثر
100.0	234	المجموع

تبين من الجدول أن ما نسبته (44.9%) من الإعلاميين الفلسطينيين حصلوا على دورات بعدد من 6 إلى 9 دورات، وما نسبته (37.2%) عدد الدورات التي حصلوا عليها أقل من 5 دورات، وما نسبته (17.9%) فعدد الدورات التي حصلوا عليها 10 فأكثر.

جدول (3) نسبة الالتزام بحضور الدورات الملتحق بها

المؤشرات	كبيرة جدًا	كبيرة	متوسطة	صغيرة	صغيرة جدًا	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	درجة الالتزام
التكرار	65	115	22	17	15			
النسبة المئوية	27.8	49.1	9.4	7.3	6.4	3.84	76.8	كبيرة

تبين من الجدول أن ما نسبته (27.8%) من الإعلاميين الفلسطينيين الذين حضروا الدورات التزامهم بدرجة كبيرة جداً، وما نسبته (49.1%) التزامهم بدرجة كبيرة، وما نسبته (9.4%) التزامهم بدرجة متوسطة، وما نسبته (7.3%) التزامهم بدرجة صغيرة، وما نسبته (6.4%) التزامهم بدرجة صغيرة جداً، وتبين أن المتوسط الحسابي يساوي 3.84، أي بوزن نسبي قدره 76.8%؛ مما يدل على أن مدى الالتزام بحضور الدورات التي تم الالتحاق بها جاء بدرجة كبيرة.

جدول (4) نسبة درجة الاستفادة من الدورات الملتحق بها

المؤشرات	كبيرة جداً	كبيرة	متوسطة	صغيرة	صغيرة جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	درجة الاستفادة
التكرار	80	95	35	15	9	3.95	79.0	كبيرة
النسبة المئوية	34.2	40.6	15.0	6.4	3.8			

تبين من الجدول أن ما نسبته (34.2%) من الإعلاميين الفلسطينيين درجة استفادتهم من الدورات بدرجة كبيرة جداً، وما نسبته (40.6%) استفادتهم بدرجة كبيرة، وما نسبته (15.0%) استفادتهم بدرجة متوسطة، وما نسبته (6.4%) استفادتهم بدرجة صغيرة، وما نسبته (3.8%) استفادتهم بدرجة صغيرة جداً، وتبين أن المتوسط الحسابي يساوي 3.95، أي بوزن نسبي قدره 79%.

ويرى الباحثان: أن تلك النسب تدل على أن درجة الاستفادة من الدورات التي تم الالتحاق بها جاءت بدرجة كبيرة.

جدول (5) نسبة توافر الأجهزة الحديثة والتكنولوجيا بالدورات التي تم الالتحاق بها

المؤشرات	كبيرة جداً	كبيرة	متوسطة	صغيرة	صغيرة جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	درجة التوافر
التكرار	132	67	20	10	5	4.32	86.4	كبيرة
النسبة المئوية	56.4	28.6	8.5	4.3	2.2			

تبين من الجدول أن ما نسبته (56.4%) من الإعلاميين الفلسطينيين يعدون درجة توافر الأجهزة الحديثة والتكنولوجية في الدورات التي تم الالتحاق بها بدرجة كبيرة جداً، وما نسبته (28.6%) يعدون توافرها بدرجة كبيرة، وما نسبته (8.5%) يعدون توافرها بدرجة متوسطة، وما نسبته (4.3%) يعدون توافرها بدرجة صغيرة، وما نسبته (2.2%) يعدون توافرها بدرجة صغيرة جداً، وتبين أن المتوسط الحسابي يساوي 4.32، أي بوزن نسبي

قدره 86.4%؛ مما يدل على أن درجة توافر الأجهزة الحديثة والتكنولوجية في الدورات التي تم الالتحاق بها جاءت بدرجة كبيرة.

جدول (6) أسباب الالتحاق بالدورات التدريبية

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	أسباب الالتحاق بالدورات التدريبية
1	79.9	187	موضوع الدورة
2	65.8	154	توقيت الدورة
3	61.1	143	نوعية المدرب
4	54.7	128	الجهة المنظمة
5	47.4	111	الجهة الراعية
6	40.6	95	حوافز مالية للمشاركة
7	37.2	87	شهادات للمشاركين
8	29.5	69	مكان الدورة
9	24.8	58	أولويات وأجندة الدورة
10	20.9	49	المدة الزمنية
11	6.4	15	أخرى
		1096	المجموع

* الإجابات باختيار متعدد واحتساب النسبة من 234

تبين من الجدول أن ما نسبته (79.9%) من الإعلاميين الفلسطينيين تعود أهم الأسباب الالتحاق إلى موضوع الدورة، وما نسبته (65.8%) لتوقيت الدورة، وما نسبته (61.1%) لنوعية المدرب، وما نسبته (54.7%) للجهة المنظمة، وما نسبته (47.4%) للجهة الراعية، وما نسبته (40.6%) للحوافز المالية للمشاركة، وما نسبته (37.2%) لشهادات المشاركين، وما نسبته (29.5%) لمكان الدورة، وما نسبته (24.8%) للأولويات والأجندة الدورة، وما نسبته (20.9%) للمدة الزمنية، وما نسبته (6.4%) لأسباب أخرى.

جدول (7) مجال الدورات التدريبية التي تم الحصول عليها

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	مجال الدورات التدريبية التي حصلت عليها
1	70.1	164	التحرير الصحفي
2	67.1	157	التصوير والإخراج
3	63.2	148	الإدارة الصحفية
4	57.7	135	النشر الصحفي على منصات التواصل الاجتماعي
5	52.1	122	استخدام الإنترنت
6	41.0	96	المهارات الاتصالية
7	36.3	85	التشريعات الصحفية
8	34.2	80	مهارات اللغة
9	29.9	70	التصميم
10	27.8	65	مهارات الإلقاء والتقديم
11	19.2	45	إدارة الوقت
12	5.1	12	أخرى
	100.0	1179	المجموع

* الإجابات باختيار متعدد واحتساب النسبة من 234

تبين من الجدول أن ما نسبته (70.1%) من الإعلاميين الفلسطينيين حصلوا على دورات في مجال التحرير الصحفي، وما نسبته (67.1%) حصلوا على دورات في التصوير والإخراج، وما نسبته (63.2%) حصلوا على دورات في الإدارة الصحفية، وما نسبته (57.7%) حصلوا على دورات في النشر الصحفي على منصات التواصل الاجتماعي، وما نسبته (52.1%) حصلوا على دورات في استخدام الإنترنت، وما نسبته (41.0%) حصلوا على دورات في المهارات الاتصالية، وما نسبته (36.3%) حصلوا على دورات في التشريعات الصحفية، وما نسبته (34.2%) حصلوا على دورات في مهارات اللغة، وما نسبته (29.9%) حصلوا على دورات في التصميم، وما نسبته (27.8%) حصلوا على دورات في الإلقاء والتقديم، وما نسبته (19.2%) حصلوا على دورات في إدارة الوقت، وما نسبته (5.1%) حصلوا على دورات في مجالات إعلامية أخرى.

جدول (8) أهم أسباب عدم الالتحاق بالدورات التدريبية

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	أسباب عدم الالتحاق بالدورات التدريبية
1	84.6	22	ضغط العمل وعدم التفرغ للتدريب
2	76.9	20	الدورات التي تعقد لا تناسب
3	38.5	10	لا تناسب اختصاصي
4	34.6	9	لا تفيديني في عملي الصحفي
5	15.4	4	أخرى
		65	المجموع

* الإجابات باختيار متعدد واحتساب النسبة من 26

تبين من الجدول أن ما نسبته (84.6%) من الإعلاميين الفلسطينيين سبب عدم التحاقهم بالدورات التدريبية يرجع إلى ضغط العمل وعدم التفرغ للتدريب، وما نسبته (76.9%) بسبب عدم تناسب الدورات التي تعقد معهم، وما نسبته (38.5%) بسبب عدم مناسبتها لتخصصاتهم، وما نسبته (34.6%) بسبب عدم الاستفادة في عملهم، وما نسبته (15.4%) لأسباب أخرى.

جدول (9) درجة الاعتقاد بأن التدريب عنصر أساسي في تطوير المهنة الإعلامية

المؤشرات	كبيرة جداً	كبيرة	متوسطة	صغيرة	صغيرة جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	درجة الاعتقاد
التكرار	50	125	45	30	10	3.67	73.4	كبيرة
النسبة المئوية	19.2	48.1	17.3	11.5	3.9			

تبين من الجدول أن ما نسبته (19.2%) من الإعلاميين الفلسطينيين يعتقدون أن التدريب عنصر أساسي في تطوير المهنة الإعلامية بدرجة كبيرة جداً، وما نسبته (48.1%) يعتقدون ذلك بدرجة كبيرة، وما نسبته (17.3%) يعتقدون بدرجة متوسطة، وما نسبته (11.5%) يعتقدون بدرجة صغيرة، وما نسبته (3.9%) يعتقدون بدرجة صغيرة جداً، وتبين أن المتوسط الحسابي يساوي 3.67، أي بوزن نسبي قدره 73.4%، وجاءت درجة الاعتقاد (كبيرة)؛ مما يدل على أن التدريب عنصر أساسي في تطوير المهنة الإعلامي.

جدول (10) درجة الاعتقاد أن التدريب يعمل على تسكين المتدرب في المكان المناسب

المؤشرات	كبيرة جداً	كبيرة	متوسطة	صغيرة	صغيرة جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	درجة الاعتقاد
التكرار	63	87	69	27	14	3.60	72.0	كبيرة
النسبة المئوية	24.2	33.5	26.5	10.4	5.4			

تبين من الجدول أن ما نسبته (24.2%) من الإعلاميين الفلسطينيين يعتقدون أن التدريب يعمل على تسكين المتدرب في المكان المناسب لقدراته بدرجة كبيرة جداً، وما نسبته (33.5%) يعتقدون بدرجة كبيرة، وما نسبته (26.5%) يعتقدون بدرجة متوسطة، وما نسبته (10.4%) يعتقدون بدرجة صغيرة، وما نسبته (5.4%) يعتقدون بدرجة صغيرة جداً، وتبين أن المتوسط الحسابي يساوي 3.60، أي بوزن نسبي قدره 72.0%؛ مما يدل على أن الاعتقاد أن التدريب يعمل على تسكين المتدرب في المكان المناسب لقدراته جاء بدرجة كبيرة.

جدول (11) درجة اهتمام المؤسسة الإعلامية بعقد الدورات

المؤشرات	كبيرة جداً	كبيرة	متوسطة	صغيرة	صغيرة جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	درجة الاهتمام
التكرار	67	118	32	25	18	3.73	74.6	كبيرة
النسبة المئوية	25.8	45.4	12.3	9.6	6.9			

تبين من الجدول أن ما نسبته (25.8%) من الإعلاميين الفلسطينيين اهتمام مؤسساتهم الإعلامية بعقد البرامج التدريبية بدرجة كبيرة جداً، وما نسبته (45.4%) اهتمامهم بدرجة كبيرة، وما نسبته (12.3%) اهتمامهم بدرجة متوسطة، وما نسبته (9.6%) اهتمامهم بدرجة صغيرة، وما نسبته (6.9%) اهتمامهم بدرجة صغيرة جداً، وتبين أن المتوسط الحسابي يساوي 3.73، أي بوزن نسبي قدره 74.6%؛ مما يدل على أن اهتمام المؤسسة الصحفية بعقد البرامج التدريبية جاء بدرجة كبيرة.

جدول (12): نسبة وجود قسم تدريب في المؤسسة الإعلامية

وجود قسم للتدريب في المؤسسة الإعلامية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	173	66.5
لا	87	33.5
المجموع	260	100.0

تبين من الجدول أن ما نسبته (66.5%) من الإعلاميين الفلسطينيين يوجد في مؤسساتهم الإعلامية أقسام تدريب، وما نسبته (33.5%) لا يوجد لدى مؤسساتهم أقسام تدريب.

ويرى الباحثان: وجود مؤسسات إعلامية بنسبة لا يستهان لها لا يوجد لديها أقسام تدريبية تسعى لتطوير وتنمية قدرات الإعلاميين سواء الجدد أو الممارسين، ويرجع ذلك إما للإمكانيات المالية لدى تلك المؤسسات، أو ضعف اهتمامهم بموضوعات التدريب الإعلامي.

جدول (13): تأثير عدم وجود قسم تدريب على العمل الإعلامي

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	تأثير عدم وجود قسم تدريب على العمل الصحفي
1	74.7	65	تكلفي بمهام لا تتناسب مع طبيعة عملي
2	57.5	50	غياب الاحتكاك بخبرات جديدة ونقل خبراتها
3	49.4	43	تكاليف عالية للالتحاق بدورات خارجية
4	33.3	29	غياب تعزيز القدرات الفردية وتطويرها
5	19.5	17	غياب التطوير الاحترافي وتعديل السلوك
6	17.2	15	عدم الالتحاق بدورات خارجية لضيق وقتي
7	4.6	4	أخرى
	100.0	223	المجموع

* الإجابات باختيار متعدد واحتساب النسبة من 87

تبين من الجدول أن ما نسبته (74.7%) من الإعلاميين الفلسطينيين تأثر عدم وجود قسم تدريب في مؤسساتهم ينتج عنه تكليفهم بمهام لا تتناسب مع طبيعة عملهم، وما نسبته (57.5%) ينتج عن ذلك غياب الاحتكاك بخبرات جديدة ونقل خبراتها، وما نسبته (49.4%) ينتج عنه دفع تكاليف باهظة للالتحاق بدورات خارجية، وما نسبته (33.3%) ينتج عنه غياب تعزيز القدرات الفردية وتطويرها، وما نسبته (19.5%) ينتج عنه غياب التطوير الاحترافي وتعديل السلوك، وما نسبته (17.2%) ينتج عنه عدم الالتحاق بدورات خارجية لضيق الوقت، وما نسبته (4.6%) ينتج عنه تأثيرات أخرى.

جدول (14): أسباب عقد المؤسسة الإعلامية دورات تدريبية لمنتسبيها

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	سبب عقد المؤسسة الإعلامية دورات تدريبية للإعلاميين
1	77.5	134	رفع شأن المؤسسة والنهوض بها
2	70.5	122	تدريب كادرها على استخدام الأجهزة داخل المؤسسة
3	63.0	109	لتطوير كفاءات كادرها
4	56.6	98	تأهيل مدربين أكفاء تابعين للمؤسسة
5	40.5	70	لمواكبة كل جديد في المجال الصحفي وتطبيقه داخل المؤسسة
6	37.6	65	زيادة الرغبة في التعلم لدى المتدربين
7	26.0	45	الحصول على الكسب المادي
8	8.1	14	أخرى
		657	المجموع

* الإجابات باختيار متعدد واحتساب النسبة من 173 *

تبين من الجدول أن ما نسبته (77.5%) من الإعلاميين الفلسطينيين يعتقدون أن عقد الدورات من قبل المؤسسة ينتج عنه رفع شأن المؤسسة والنهوض بها، وما نسبته (70.5%) ينتج عنه تدريب كادرها على استخدام الأجهزة داخل المؤسسة، وما نسبته (63%) ينتج عنه تطوير كفاءات كادرها، وما نسبته (56.6%) ينتج عنه تأهيل مدربين أكفاء تابعين للمؤسسة، وما نسبته (40.5%) ينتج عنه مواكبة كل جديد في المجال الصحفي وتطبيقه داخل المؤسسة، وما نسبته (37.6%) ينتج عنه زيادة الرغبة في التعلم لدى المتدربين، وما نسبته (26%) ينتج عنه الحصول على الكسب المادي، وما نسبته (8.1%) ينتج عنه تأثيرات أخرى.

جدول (15): درجة الاستفادة من التدريب في تخفيف الجهد والتكاليف

المؤشرات	كبيرة جداً	كبيرة	متوسطة	صغيرة	صغيرة جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	درجة الاستفادة
التكرار	57	95	53	37	18	3.52	70.4	كبيرة
النسبة المئوية	21.9	36.6	20.4	14.2	6.9			

تبين من الجدول أن ما نسبته (21.9%) من الإعلاميين الفلسطينيين يعتقدون أن الاستفادة من التدريب في تخفيف الجهد والتكاليف المادية والبشرية نتيجة للاستخدام الأمثل للموارد داخل المؤسسة الصحفية بدرجة كبيرة جداً، وما نسبته (36.6%) بدرجة كبيرة، وما نسبته (20.4%) بدرجة متوسطة، وما نسبته (14.2%) بدرجة صغيرة، وما

نسبته (6.9%) بدرجة صغيرة جدًا، وتبين أن المتوسط الحسابي يساوي 3.52، أي بوزن نسبي قدره 70.4%؛ مما يدل على أن الاستفادة من التدريب في تخفيف الجهد والتكاليف المادية والبشرية نتيجة للاستخدام الأمثل للموارد داخل المؤسسة جاء بدرجة كبيرة.

جدول (16):

درجة وجود تقدير معنوي أو مادي للإعلاميين الذين يطبقون ما تعلموه في الدورات

المؤشرات	كبيرة جدًا	كبيرة	متوسطة	صغيرة	صغيرة جدًا	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	درجة التقدير
التكرار	75	88	68	18	11	3.76	75.2	كبيرة
النسبة المئوية	28.9	33.8	26.2	6.9	4.2			

تبين من الجدول أن ما نسبته (28.9%) من الإعلاميين الفلسطينيين يجدون تقديرًا معنويًا أو ماديًا نتيجة تطبيق ما تعلموه بدرجة كبيرة جدًا، وما نسبته (33.8%) يجدون ذلك بدرجة كبيرة، وما نسبته (26.2%) بدرجة متوسطة، وما نسبته (6.9%) بدرجة صغيرة، وما نسبته (4.2%) بدرجة صغيرة جدًا، وتبين أن المتوسط الحسابي يساوي 3.76، أي بوزن نسبي قدره 75.2%؛ مما يدل على أن وجود تقدير معنوي أو مادي للصحفيين الذين يطبقون ما تعلموه في الدورات التي تعقدها المؤسسة جاء بدرجة كبيرة.

جدول (17): أهم الجهات التي تقدم التدريب الإعلامي

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	أهم الجهات التي تقدم التدريب الصحفي في محافظات غزة
1	72.7	189	مؤسسات أكاديمية متخصصة
2	63.5	165	مؤسسات إعلامية
3	61.2	159	مؤسسات تجارية
4	50.0	130	مؤسسات حزبية خاصة
5	45.0	117	مؤسسات أجنبية
6	32.7	85	مؤسسات رسمية
7	16.2	42	مؤسسات أهلية
		887	المجموع

* الإجابات باختيار متعدد واحتساب النسبة من 260

تبين من الجدول أن ما نسبته (72.7%) من الإعلاميين الفلسطينيين يرون أن أهم الجهات التي تقدم التدريب مؤسسات أكاديمية متخصصة، وما نسبته (63.5%) يرون أنها مؤسسات إعلامية، وما نسبته (61.2%) مؤسسات تجارية، وما نسبته (50.0%)

مؤسسات حزبية خاصة، وما نسبته (45.0%) مؤسسات أجنبية، وما نسبته (32.7%) مؤسسات رسمية، أما المؤسسات الأهلية فجاءت بنسبة (16.2%).

جدول (18): درجة مساهمة العوامل في نجاح الدورات التدريبية

الترتيب	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	العوامل النجاح
1	85.8	4.29	الجهة المنظمة أو الراعية
2	81.8	4.09	مقدم الدورة
3	78.4	3.92	توقيت الدورة
4	74.4	3.72	مدة الدورة
5	70.8	3.54	مكان الدورة

يبين الجدول أن أهم العوامل التي تسهم في نجاح الدورات التدريبية على النحو الآتي: الجهة المنظمة أو الراعية جاءت بوزن نسبي قدره 85.8٪، أي بمساهمة كبيرة، وجاء مقدم الدورة بوزن نسبي قدره 81.8٪، أي بمساهمة كبيرة، وتوقيت الدورة جاء بوزن نسبي 78.4٪، أي بمساهمة كبيرة، ومدة الدورة جاءت بوزن نسبي 74.4٪، أي بمساهمة كبيرة، وأخيراً مكان الدورة بوزن نسبي قدره 70.8٪، أي بمساهمة كبيرة.

جدول (19): أهداف المشاركة في أي دورة تدريبية

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	أهداف المشاركة في أي دورة تدريبية
1	74.2	193	رفع مستوى قدراتك الشخصية
2	71.9	187	تولي مهام ومسئوليات جديدة
3	61.5	160	زيادة مهارات التحرير والإخراج والتصميم
4	58.5	152	زيادة المعرفة بالوسائط المتعددة
5	53.5	139	تعلم فنون التصوير واستخدام الكاميرا
6	46.5	121	زيادة مهارات الإنترنت والإعلام الجديد
7	37.7	98	زيادة الاتصال والتواصل
8	25.8	67	زيادة الوعي القانوني بالمجال الإعلامي
9	21.2	55	تعلم فنون اللغة والإلقاء والتقديم
10	16.5	43	تعلم إدارة الوقت

11	6.5	17	أخرى
		1271	المجموع

* الإجابات باختيار متعدد واحتساب النسبة من 260

يظهر الجدول أن ما نسبته (74.2%) من الإعلاميين الفلسطينيين يرون هدفهم من المشاركة في الدورات التدريبية لرفع مستوى قدراتهم الشخصية، وما نسبته (71.9%) هدفهم تولي مهام ومسئوليات جديدة، وما نسبته (61.5%) بهدف زيادة مهارات التحرير والإخراج والتصميم، وما نسبته (58.5%) بهدف زيادة المعرفة بالوسائط المتعددة، وما نسبته (53.5%) بهدف تعلم فنون التصوير واستخدام الكاميرا، وما نسبته (46.5%) بهدف زيادة مهارات الانترنت والإعلام الجديد، وما نسبته (37.7%) بهدف زيادة الاتصال والتواصل، وما نسبته (25.8%) بهدف زيادة الوعي القانوني بالمجال الصحفي، وما نسبته (21.2%) بهدف تعلم فنون اللغة والإلقاء والتقديم، وما نسبته (16.5%) بهدف تعلم إدارة الوقت، وما نسبته (6.5%) لأهداف أخرى.

جدول (20): أنسب طرق التدريب التي يمكن اتباعها

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	أنسب الطرق وأساليب التدريب التي يمكن اتباعها
1	71.9	187	العصف الذهني (تهييج الأفكار)
2	63.5	165	فرق الحوار
3	59.2	154	تمثيل الأدوار
4	51.5	134	الزيارات الميدانية
5	45.8	119	الواجبات الدراسية
6	36.5	95	دراسات الحالة
7	33.5	87	الأداء والممارسة
8	24.2	63	الإلقاء المباشر
9	9.6	25	أخرى
		1029	المجموع

* الإجابات باختيار متعدد واحتساب النسبة من 260

تبين من الجدول أن ما نسبته (71.9%) من الإعلاميين الفلسطينيين يرون العصف الذهني من أنسب طرق وأساليب التدريب التي يمكن اتباعها، وما نسبته (63.5%) يرون أسلوب فرق الحوار، وما نسبته (59.2%) أسلوب تمثيل الأدوار، وما نسبته (51.5%) أسلوب الزيارات الميدانية، وما نسبته (45.8%) أسلوب الواجبات الدراسية، وما نسبته

(36.5%) أسلوب دراسات الحالة، وما نسبته (33.5%) أسلوب الأداء والممارسة، وما نسبته (24.2%) أسلوب اللقاء المباشر، وما نسبته (9.6%) يرون أساليب وطرق أخرى.

المحور الثالث: التدريب الإعلامي وأثره على المهنة

جدول (21): تأثير التدريب في تعلم مهارات جديدة ورفع الكفاءة المهنية

المؤشرات	كبيرة جداً	كبيرة	متوسطة	صغيرة	صغيرة جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	درجة التأثير
التكرار	115	87	35	14	9	4.10	82.0	كبيرة
النسبة المئوية	44.2	33.5	13.5	5.3	3.5			

تبين من الجدول أن ما نسبته (44.2%) من الإعلاميين الفلسطينيين تأثر التدريب في تعلم مهارات جديدة ورفع الكفاءة المهنية لديهم بدرجة كبيرة جداً، وما نسبته (33.5%) بدرجة كبيرة، وما نسبته (13.5%) بدرجة متوسطة، وما نسبته (5.3%) بدرجة صغيرة، وما نسبته (3.5%) بدرجة صغيرة جداً، وتبين أن المتوسط الحسابي يساوي 4.10، أي بوزن نسبي قدره 82%؛ مما يدل على أن تأثير التدريب في تعلم مهارات جديدة ورفع الكفاءة المهنية جاء بدرجة كبيرة.

جدول (22): تأثير التدريب في رفع القدرات الفردية ومستوى الفهم والإدراك

المؤشرات	كبيرة جداً	كبيرة	متوسطة	صغيرة	صغيرة جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	درجة التأثير
التكرار	89	79	55	21	16	3.78	75.6	كبيرة
النسبة المئوية	34.2	30.4	21.2	8.1	6.1			

تبين من الجدول أن ما نسبته (34.2%) من الإعلاميين الفلسطينيين تأثر التدريب في رفع القدرات الفردية ومستوى الفهم والإدراك في المهنة لديهم بدرجة كبيرة جداً، وما نسبته (30.4%) بدرجة كبيرة، وما نسبته (21.2%) بدرجة متوسطة، وما نسبته (8.1%) بدرجة صغيرة، وما نسبته (6.1%) بدرجة صغيرة جداً، وتبين أن المتوسط الحسابي يساوي 3.78، أي بوزن نسبي قدره 75.6%؛ وهذا يوضح أن تأثير التدريب في رفع القدرات الفردية ومستوى الإدراك في الأداء المهني جاء بدرجة كبيرة.

جدول (23): درجة تأثير التدريب على قراءة الأحداث والوصول للمصادر

المؤشرات	كبيرة جداً	كبيرة	متوسطة	صغيرة	صغيرة جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	درجة التأثير
التكرار	122	87	33	11	7	4.17	83.4	كبيرة
النسبة المئوية	46.9	33.5	12.7	4.2	2.7			

تبين من الجدول أن ما نسبته (46.9%) من الإعلاميين الفلسطينيين تأثروا بالاستفادة من التدريب في القدرة على قراءة الأحداث والوصول للمصادر لديهم بدرجة كبيرة جداً، وما نسبته (33.5%) بدرجة كبيرة، وما نسبته (12.7%) بدرجة متوسطة، وما نسبته (4.2%) بدرجة صغيرة، وما نسبته (2.7%) بدرجة صغيرة جداً، وتبين أن المتوسط الحسابي يساوي 4.17، أي بوزن نسبي قدره 83.4%، ويتبين أن تأثير الاستفادة من التدريب في قراءة الأحداث والوصول للمصادر جاء بدرجة كبيرة.

جدول (24): درجة مساعدة التدريب في الحفاظ على مستوى أداء متميز

المؤشرات	كبيرة جداً	كبيرة	متوسطة	صغيرة	صغيرة جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	درجة المساعدة
التكرار	65	83	65	31	16	3.57	71.4	كبيرة
النسبة المئوية	25.0	31.9	25.0	11.9	6.2			

تبين من الجدول أن ما نسبته (25%) من الإعلاميين الفلسطينيين مساعدة التدريب في المحافظة على مستوى أداء متميز بالعمل الصحفي لديهم بدرجة كبيرة جداً، وما نسبته (31.9%) بدرجة كبيرة، وما نسبته (25%) بدرجة متوسطة، وما نسبته (11.9%) بدرجة صغيرة، وما نسبته (6.2%) بدرجة صغيرة جداً، وتبين أن المتوسط الحسابي يساوي 3.57، أي بوزن نسبي قدره 71.4%، مما يدل على أن مساعدة التدريب في المحافظة على مستوى أداء متميز جاءت بدرجة كبيرة.

جدول (25): درجة تأثير التدريب في استخدام أجهزة حديثة وتكنولوجية أثناء العمل

المؤشرات	كبيرة جداً	كبيرة	متوسطة	صغيرة	صغيرة جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	درجة الانعكاس
التكرار	86	75	59	25	15	3.73	74.6	كبيرة
النسبة المئوية	33.1	28.9	22.7	9.6	5.7			

تبين من الجدول أن ما نسبته (33.1%) من الإعلاميين الفلسطينيين انعكاس التدريب في استخدام الأجهزة الحديثة والتكنولوجية أثناء العمل لديهم بدرجة كبيرة جداً، وما نسبته (28.9%) بدرجة كبيرة، وما نسبته (22.7%) بدرجة متوسطة، وما نسبته (9.6%) بدرجة صغيرة، وما نسبته (5.7%) بدرجة صغيرة جداً، وتبين أن المتوسط الحسابي يساوي 3.73، أي بوزن نسبي قدره 74.6%، مما يدل على أن انعكاس التدريب في استخدام الأجهزة الحديثة والتكنولوجية أثناء العمل جاء بدرجة كبيرة.

جدول (26): درجة وجود تقارير تظهر قوة وضعف التدريب

المؤشرات	كبيرة جدًا	كبيرة	متوسطة	صغيرة	صغيرة جدًا	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	درجة الوجود
التكرار	73	64	55	42	26	3.45	69.0	كبيرة
النسبة المئوية	28.0	24.6	21.2	16.2	10.0			

تبين من الجدول أن ما نسبته (28%) من الإعلاميين الفلسطينيين يرون أن وجود تقارير تظهر قوة وضعف التدريب على أداء الإعلاميين داخل مؤسساتهم بدرجة كبيرة جدًا، وما نسبته (24.6%) بدرجة كبيرة، وما نسبته (21.2%) بدرجة متوسطة، وما نسبته (16.2%) بدرجة صغيرة، وما نسبته (10%) بدرجة صغيرة جدًا، وتبين أن المتوسط الحسابي يساوي 3.45، أي بوزن نسبي قدره 69%؛ مما يدل على أن وجود تقارير تظهر قوة وضعف التدريب على أداء الإعلاميين جاء بدرجة كبيرة.

جدول (27): درجة وجود فرق في الأداء المهني بين الحاصلين على دورات وغير الحاصلين

المؤشرات	كبيرة جدًا	كبيرة	متوسطة	صغيرة	صغيرة جدًا	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	درجة الوجود
التكرار	96	70	45	30	19	3.74	74.8	كبيرة
النسبة المئوية	36.9	26.9	17.3	11.6	7.3			

تبين من الجدول أن ما نسبته (36.9%) من الإعلاميين الفلسطينيين يعتقدون بوجود فرق في المهنية بين الإعلاميين الحاصلين على دورات وغير الحاصلين بدرجة كبيرة جدًا، وما نسبته (26.9%) بدرجة كبيرة، وما نسبته (17.3%) بدرجة متوسطة، وما نسبته (11.6%) بدرجة صغيرة، وما نسبته (7.3%) بدرجة صغيرة جدًا، وتبين أن المتوسط الحسابي يساوي 3.74، أي بوزن نسبي قدره 74.8%؛ مما يدل على أن وجود فرق في مهنية الإعلاميين الحاصلين على دورات وغير الحاصلين جاء بدرجة كبيرة.

جدول (28): وجود دافعية لدى الإعلاميين المتدربين تجاه عملهم

المؤشرات	أوافق بشدة	أوافق	محايدة	أخالف	أخالف بشدة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	درجة الدافعية
التكرار	76	69	50	40	25	3.50	70.0	كبيرة
النسبة المئوية	29.2	26.6	19.2	15.4	9.6			

تبين من الجدول أن ما نسبته (29.2%) من الإعلاميين الفلسطينيين يوافقون بشدة على وجود دافعية عالية تجاه التدريب، وما نسبته (26.6%) يوافقون، وما نسبته (19.2%) محايدون، وما نسبته (15.4%) يخالفون، وما نسبته (9.6%) يخالفون بشدة، وتبين أن

المتوسط الحسابي يساوي 3.50، أي بوزن نسبي قدره 70.0٪، مما يدل على أن وجود دافعية لدى الإعلاميين المتدربين تجاه عملهم جاء بدرجة كبيرة.
جدول (29): درجة التزام الإعلاميين المتدربين وغير المتدربين بأداء عملهم

المؤشرات	أوافق بشدة	أوافق	محايدة	أخالف	أخالف بشدة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	درجة الالتزام
التكرار	87	75	43	28	27	3.64	72.8	كبيرة
النسبة المئوية	33.5	28.8	16.5	10.8	10.4			

تبين من الجدول أن ما نسبته (33.5٪) من الإعلاميين الفلسطينيين يوافقون بشدة على أن الملتحقين بدورات تدريبية أكثر التزاما في أداء عملهم ممن لم يلتحقوا، وما نسبته (28.8٪) يوافقون، وما نسبته (16.5٪) محايدون، وما نسبته (10.8٪) يخالفون، وما نسبته (10.4٪) يخالفون بشدة، وتبين أن المتوسط الحسابي يساوي 3.64، أي بوزن نسبي قدره 72.8٪؛ مما يدل على أن الإعلاميين الذين التحقوا بدورات تدريبية أكثر التزامًا في أداء عملهم ممن لم يلتحقوا جاء بدرجة كبيرة.

جدول (30): درجة اتصاف الإعلامي المتدرب في المؤسسة الإعلامية بالمبادرة

المؤشرات	أوافق بشدة	أوافق	محايدة	أخالف	أخالف بشدة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	درجة المبادرة
التكرار	93	94	48	17	8	3.95	79.0	كبيرة
النسبة المئوية	35.7	36.2	18.5	6.5	3.1			

تبين من الجدول أن ما نسبته (35.7٪) من الإعلاميين الفلسطينيين يوافقون بشدة على أن الإعلامي المتدرب في المؤسسة الإعلامية يتصف بالمبادرة في أداء العمل، وما نسبته (36.2٪) يوافقون، وما نسبته (18.5٪) محايدون، وما نسبته (6.5٪) يخالفون، وما نسبته (3.1٪) يخالفون بشدة، وتبين أن المتوسط الحسابي يساوي 3.95، أي بوزن نسبي قدره 79.0٪؛ مما يدل على أن اتصاف الإعلامي المتدرب في المؤسسة الإعلامية بالمبادرة في أداء العمل جاء بدرجة كبيرة.

جدول (31): درجة وجودة آلية لتقييم مدى تأثير التدريب على المهنية

المؤشرات	أوافق بشدة	أوافق	محايدة	أخالف	أخالف بشدة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	درجة التأثير
التكرار	87	83	50	29	11	3.79	75.8	كبيرة
النسبة المئوية	33.5	31.9	19.2	11.2	4.2			

تبين من الجدول أن ما نسبته (33.5%) من الإعلاميين الفلسطينيين يوافقون بشدة على وجود آلية واضحة لتقييم مدى تأثير التدريب على مهنية الإعلامي داخل المؤسسة، وما نسبته (31.9%) يوافقون، وما نسبته (19.2%) محايدون، وما نسبته (11.2%) يخالفون، وما نسبته (4.2%) يخالفون بشدة، وتبين أن المتوسط الحسابي يساوي 3.79، أي بوزن نسبي قدره 75.8%؛ مما يدل على أن وجود آلية واضحة لتقييم مدى تأثير التدريب على أداء الصحفيين داخل المؤسسة جاء بدرجة كبيرة.

المحور الرابع: معيقات التدريب الإعلامي وسبل النهوض به

جدول (32): معيقات التدريب الإعلامي في محافظات غزة

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	المعيقات الموجودة أمام عملية التدريب الإعلامي في محافظات غزة
1	69.2	180	عدم دراية الإعلاميين بأهمية التدريب
2	63.5	165	عدم إشراك المتدربين في تحديد احتياجاتهم التدريبية
3	58.8	153	اختيار مدربين غير أكفاء
4	54.6	142	عدم وجود علاقة بين الدورة التدريبية وتخصص العمل
5	50.4	131	الاعتماد على الجانب النظري في التدريب
6	44.2	115	عدم وجود تقييم للعملية التدريبية
7	40.0	104	الوقت غير مناسب
8	36.5	95	ضعف التشجيع والحوافز
9	28.8	75	التركيز على أسلوب واحد في التدريب
10	25.0	65	التركيز في الدورات التدريبية على مجالات محددة
11	21.2	55	الخدمات المقدمة غير كافية مع وقت البرنامج التدريبي
12	16.5	43	عدم اهتمام المؤسسة ودعمها للتدريب
13	13.8	36	المكان غير مناسب
14	7.7	20	ميل الصحفيين إلى الراحة
		1379	المجموع

* الإجابات باختيار متعدد واحتساب النسبة من 260

تبين من الجدول أن ما نسبته (69.2%) من الإعلاميين الفلسطينيين يرون من المعوقات التي تواجه التدريب عدم دراية الإعلاميين بأهمية التدريب، وما نسبته (63.5%) عدم إشراك المتدربين في تحديد احتياجاتهم التدريبية، وما نسبته (58.8%) اختيار مدربين

غير أكفاء، وما نسبته (54.6%) عدم وجود علاقة بين الدورة التدريبية وتخصص العمل، وما نسبته (50.4%) الاعتماد على الجانب النظري في التدريب، وما نسبته (44.2%) عدم وجود تقييم للعملية التدريبية، وما نسبته (40.0%) الوقت غير مناسب، وما نسبته (36.5%) ضعف التشجيع والحوافز، وما نسبته (28.8%) التركيز على أسلوب واحد في التدريب، وما نسبته (25.0%) التركيز في الدورات التدريبية على مجالات محددة، وما نسبته (21.2%) الخدمات المقدمة غير كافية مع وقت البرنامج التدريبي، وما نسبته (16.5%) عدم اهتمام المؤسسة ودعمها للتدريب، وما نسبته (13.8%) المكان غير مناسب، وما نسبته (7.7%) ميل الإعلاميين إلى الراحة.

جدول (33): درجة تقييد وتحديد عملية التدريب الإعلامي في محافظات غزة

المؤشرات	أوافق بشدة	أوافق	محايدة	أخالف	أخالف بشدة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	درجة التقييد
التكرار	45	66	75	49	25	3.21	64.2	متوسطة
النسبة المئوية	17.3	25.4	28.8	18.9	9.6			

تبين من الجدول أن ما نسبته (17.3%) من الإعلاميين الفلسطينيين يرون تقييد وتحديد عملية التدريب الصحفي في محافظات غزة بدرجة كبيرة جداً، وما نسبته (25.4%) بدرجة كبيرة، وما نسبته (28.8%) بدرجة متوسطة، وما نسبته (18.9%) صغيرة، وما نسبته (9.6%) صغيرة جداً، وتبين أن المتوسط الحسابي يساوي 3.21، أي بوزن نسبي قدره 64.2%؛ مما يدل أن درجة تقييد وتحديد عملية التدريب الصحفي في محافظات غزة جاء بدرجة متوسطة.

جدول (34): مقترحات تطوير وتحسين أوضاع البرامج التدريبية للإعلاميين في محافظات غزة

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	مقترحات لتطوير وتحسين أوضاع البرامج التدريبية للإعلاميين في محافظات غزة
1	82.7	215	وضع خطة تدريبية محددة وواضحة للدورات التدريبية
2	76.2	198	تحديد الاحتياجات اللازمة للدورات وتجهيزها
3	68.8	179	تحديد أهداف كل برنامج تدريبي
4	61.5	160	اختيار مدربين متمكنين من المواد التدريبية
5	58.1	151	إعداد قائمة بمواد التدريب الضرورية
6	53.8	140	دمج عناصر بصرية كاستخدام الجرافيكس والفيديو وجداول ووسائل بصرية لتعزيز المفاهيم
7	50.8	132	تحديد زمان ومكان مناسبين لكل دورة
8	34.6	90	تقييم فاعلية مواد التدريب من خلال المشاركين
9	22.7	59	دعم البحوث الدراسية في مجال التدريب
10	15.4	40	أخرى
		1364	المجموع

* الإجابات باختيار متعدد واحتساب النسبة من 260

تبين من الجدول أن ما نسبته (82.7%) من الإعلاميين الفلسطينيين يرون أن المقترحات لتطوير وتحسين أوضاع البرامج التدريبية للصحفيين في محافظات غزة من خلال وضع خطة تدريبية محددة وواضحة للدورات التدريبية، وما نسبته (76.2%) تحديد الاحتياجات اللازمة للدورات وتجهيزها، وما نسبته (68.8%) تحديد أهداف كل برنامج تدريبي، وما نسبته (61.5%) اختيار مدربين متمكنين من المواد التدريبية، وما نسبته (58.1%) إعداد قائمة بمواد التدريب الضرورية، وما نسبته (53.8%) دمج عناصر بصرية كاستخدام الجرافيكس والفيديو وجداول ووسائل بصرية لتعزيز المفاهيم، وما نسبته (50.8%) تحديد زمان ومكان مناسبين لكل دورة، وما نسبته (34.6%) تقييم فاعلية مواد التدريب من خلال المشاركين، وما نسبته (22.7%) دعم البحوث الدراسية في مجال التدريب، وما نسبته (15.4%) يرون مقترحات أخرى.

فرضيات الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية بين مستوى حصول الإعلاميين على التدريب ومهنتهم ولاختبار هذا الفرض استخدم الباحثان معامل بيرسون لمعرفة درجة العلاقة الارتباطية بين مستوى حصول القائمين بالاتصال الفلسطينيين على التدريب وأدائهم المهني، فكانت النتائج كالآتي:

جدول (35) يبين العلاقة بين مستوى حصول الإعلاميين على التدريب والمهنية حسب نتائج معامل الارتباط باستخدام بيرسون

المهنية		مستوى الحصول على التدريب
القيمة الاحتمالية (sig)	معامل الارتباط	
0.000	0.756	

تبين من النتائج الموجودة في الجدول أعلاه أن القيمة الاحتمالية (sig) تساوي 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية بين مستوى حصول الإعلاميين الفلسطينيين على التدريب ومهنتهم ودرجة التأهيل، وقد كان معامل الارتباط بيرسون يساوي 0.756؛ مما يدل على أن العلاقة إيجابية، أي أن زيادة مستوى الحصول على التدريب يزيد من المهنية.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين عدد الدورات التي حصل عليها الإعلاميون ومهنتهم

ولاختبار هذا الفرض استخدم الباحثان معامل بيرسون لمعرفة درجة العلاقة الارتباطية بين عدد الدورات التي حصل عليها الصحفيون وأدائهم المهني، فكانت النتائج كما في جدول الآتي:

جدول (36) يبين العلاقة بين عدد الدورات التي حصل عليها الإعلاميون ومهنتهم حسب نتائج معامل الارتباط باستخدام بيرسون

المهنية		عدد الدورات التي تم حصول عليها
القيمة الاحتمالية (sig)	معامل الارتباط	
0.000	0.772	

تبين من النتائج الموجودة في الجدول أعلاه أن القيمة الاحتمالية (sig) تساوي 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05؛ مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية بين عدد الدورات التي حصل عليها الإعلاميون وأدائهم المهني، وقد كان معامل الارتباط بيرسون يساوي 0.772؛ مما يدل على أن العلاقة إيجابية، أي أن زيادة عدد الدورات التي يحصل عليها الإعلاميون يزيد من الأداء المهني.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التدريب الإعلامي تعزى للجهات التي تقدم التدريب الإعلامي ولاختبار هذا الفرض استخدم الباحثان تحليل التباين الأحادي لمعرفة الفروق الإحصائية في مستوى التدريب الصحفي تعزى للجهات التي تقدم التدريب الإعلامي، فكانت النتائج كما في الجدول الآتي:

جدول (37): الفروق الإحصائية بين محاور الدراسة في الجهات التي تقدم التدريب

حسب نتائج تحليل التباين الأحادي للفروق الإحصائية

مصدر الاختلاف	مجموع المربعات	درجة الحرية	معدل المربعات	قيمة الاختبار (f)	القيمة الاحتمالية (sig)
بين المجموعات	30.243	6	5.041	5.076	0.000
داخل المجموعات	251.214	253	0.993		
المجموع الكلي	281.457	259			

* قيمة F الجدولية عند درجتي حرية (6 , 253) ومستوى الدلالة 0.05 تساوي 2.13.

تبين من النتائج الموجودة في الجدول أعلاه أن القيمة الاحتمالية (sig) تساوي 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وقيمة (f) المحسوبة تساوي 5.076، وهي أكبر من القيمة الجدولية التي تساوي 2.13، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التدريب الإعلامي تعزى للجهات التي تقدم التدريب الإعلامي، ولمعرفة الفروق الإحصائية تم استخدام اختبار شفيه للمقارنة البعدية.

جدول (38): الفروق الإحصائية باستخدام اختبار شفيه بين محاور الدراسة للجهة التي تقدم التدريب

الجهات التي تقدم التدريب مؤسسات	صحفية	أهلية	تجارية	حزبية	رسمية	أجنبية
صحفية						
أهلية	0.12434					
تجارية	0.13122	0.85432				
حزبية	0.10123	0.97750	0.87553			
رسمية	0.92453	0.13985	0.13249	0.97853		
أجنبية	0.85472	0.10015	0.12995	0.16422	0.17532	
أكاديمية	0.24321*	0.24321*	0.27541	0.25436*	0.26221*	0.14213

* تدلل على وجود فروق إحصائية

تبين من النتائج الموجودة في الجدول أعلاه وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التدريب والجهات التي تقدم التدريب، وكانت الفروق لصالح المؤسسات الأكاديمية المتخصصة مقارنة بالجهات الأخرى المختلفة، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التدريب بين الجهات الأخرى فيما بينها.

المطلب الثاني: أهم نتائج تساؤلات الدراسة وفرضياتها وتوصياتها:

- (1) بينت الدراسة أن (90%) من الإعلاميين الفلسطينيين قد حصلوا على دورات تدريبية في المجال الصحفي، أو تدريبات في مجالات أخرى.
- (2) أظهرت الدراسة أن عدد الدورات (من 6 إلى 9 دورات) التي حصل عليها الإعلاميون الفلسطينيون جاء بنسبة (44.9%)، وما نسبته (37.2%) كان لعدد الدورات (أقل من 5 دورات)، وما نسبته (17.9%) لعدد (10 دورات فأكثر).
- (3) كان التزام الإعلاميين الفلسطينيين بدرجة كبيرة جداً في حضور الدورات بنسبة (27.8%)، وما نسبته (49.1%) التزامهم بدرجة كبيرة، وما نسبته (9.4%) التزامهم بدرجة متوسطة.
- (4) بينت الدراسة أن (34.2%) درجة استفادتهم من الدورات بدرجة كبيرة جداً من الإعلاميين الفلسطينيين.
- (5) أظهرت الدراسة أن الإعلاميين الفلسطينيين يرون توافر الأجهزة الحديثة والتكنولوجية في الدورات التي تم الالتحاق بها بدرجة كبيرة جداً، بنسبة (56.4%).
- (6) أوضحت الدراسة أن من أهم الأسباب الالتحاق بالدورات يرجع إلى موضوع الدورة وبنسبة (79.9%) من الإعلاميين الفلسطينيين، وما نسبته (65.8%) لتوقيت الدورة، وما نسبته (61.1%) لنوعية المدرب، وما نسبته (54.7%) للجهة المنظمة، وما نسبته (47.4%) للجهة الراعية، وما نسبته (40.6%) للحوافز المالية للمشاركة.
- (7) أكدت الدراسة أن (70.1%) من الإعلاميين الفلسطينيين حصلوا على دورات في مجال التحرير الصحفي، وما نسبته (67.1%) حصلوا على دورات في التصوير والإخراج.
- (8) أظهرت الدراسة أن سبب عدم الالتحاق بالدورات التدريبية يرجع إلى ضغط العمل وعدم التفرغ للتدريب، بنسبة (84.6%) من الإعلاميين الفلسطينيين، وما

- نسبته (76.9%) بسبب عدم تناسب الدورات التي تعقد معهم، وما نسبته (38.5%) بسبب عدم مناسبتها لتخصصاتهم.
- (9) أكدت الدراسة أن (19.2%) من الإعلاميين الفلسطينيين يعتقدون أن التدريب عنصر أساسي في تطوير المهنة الإعلامية بدرجة كبيرة جدًا، وما نسبته (48.1%) يعتقدون بدرجة كبيرة.
- (10) أوضحت الدراسة أن (24.2%) من الإعلاميين الفلسطينيين يعتقدون أن التدريب يعمل على تسكين المتدرب في المكان المناسب لقدراته بدرجة كبيرة جدًا، وما نسبته (33.5%) يعتقدون بدرجة كبيرة.
- (11) بينت الدراسة أن (25.8%) من الإعلاميين الفلسطينيين كان اهتمام مؤسساتهم الإعلامية بعقد البرامج التدريب بدرجة كبيرة جدًا، وما نسبته (45.4%) اهتمامهم بدرجة كبيرة.
- (12) أوضحت الدراسة أن (66.5%) من الإعلاميين يوجد في مؤسساتهم الصحفية أقسام خاصة بالتدريب، وما نسبته (33.5%) لا يوجد لدى مؤسساتهم أقسام تدريب خاصة.
- (13) أظهرت الدراسة أن (74.7%) من الإعلاميين تأثروا بعدم وجود قسم خاص للتدريب في مؤسساتهم، ونتج عنه تكليفهم بمهام لا تتناسب مع طبيعة عملهم.
- (14) بينت الدراسة أن (77.5%) من الإعلاميين يعتقدون أن عقد الدورات من قبل المؤسسة ينتج عنه رفعة شأن المؤسسة والنهوض بها، وما نسبته (70.5%) ينتج عنه تدريب كادرها على استخدام الأجهزة داخل المؤسسة.
- (15) أوضحت الدراسة أن ما نسبته (21.9%) من الإعلاميين يعتقدون بدرجة كبيرة جدًا أن الاستفادة من التدريب في تخفيف الجهد والتكاليف المادية والبشرية نتيجة للاستخدام الأمثل للموارد داخل المؤسسة الإعلامية، وما نسبته (36.6%) بدرجة كبيرة.
- (16) بينت الدراسة أن (28.9%) وبدرجة كبيرة جدًا من الإعلاميين يلقون تقدير معنويًا أو ماديًا نتيجة تطبيق ما تعلموه، وما نسبته (33.8%) بدرجة كبيرة.
- (17) أوضحت الدراسة أن أهم الجهات التي تقدم التدريب هي المؤسسات الأكاديمية المتخصصة، وبنسبة (72.7%).
- (18) أكدت الدراسة أن أهم العوامل التي تسهم في نجاح الدورات التدريبية حسب الوزن النسبي جاءت على النحو الآتي:

- الجهة المنظمة أو الراعية، وقد جاءت بوزن نسبي قدره 85.8%، أي بمساهمة كبيرة.
 - مقدم الدورة، وقد جاء بوزن نسبي قدره 81.8%، أي بمساهمة كبيرة.
 - توقيت الدورة، وقد جاء بوزن نسبي 78.4%، أي بمساهمة كبيرة.
 - مدة الدورة، وقد جاءت بوزن نسبي 74.4%، أي بمساهمة كبيرة.
 - وأخيرًا مكان الدورة، وقد جاء بوزن نسبي قدره 70.8%، أي بمساهمة كبيرة.
- (19) أظهرت الدراسة أن الإعلاميين يرون هدفهم من المشاركة في الدورات التدريبية لرفع مستوى قدراتهم الشخصية بنسبة (74.2%)، وما نسبته (71.9%) بهدف تولى مهام ومسئوليات جديدة.
- (20) أوضحت الدراسة أن الإعلاميين يرون أن أنسب طرق وأساليب التدريب التي يمكن اتباعها هي العصف الذهني وبنسبة (71.9%)، وما نسبته (63.5%) أسلوب فرق الحوار.
- (21) أظهرت الدراسة أن تأثير التدريب في تعلم مهارات جديدة ورفع الكفاءة المهنية لديهم جاء بنسبة (44.2%) بدرجة كبيرة جدًا من الإعلاميين، وما نسبته (33.5%) بدرجة كبيرة.
- (22) أكدت الدراسة أن تأثير التدريب في رفع القدرات الفردية ومستوى الفهم والإدراك في الجانب المهني لديهم جاء بنسبة (34.2%) بدرجة كبيرة جدًا من الإعلاميين، وما نسبته (30.4%) بدرجة كبيرة.
- (23) أظهرت الدراسة أن تأثير الاستفادة من التدريب يتمثل في القدرة على قراءة الأحداث والوصول للمصادر جاء بنسبة (46.9%) بدرجة كبيرة جدًا من الإعلاميين، وما نسبته (33.5%) بدرجة كبيرة.
- (24) بينت الدراسة أن مساعدة التدريب في المحافظة على مستوى أداء متميز بالعمل الصحفي لديهم جاء بنسبة (25.0%) وبدرجة كبيرة جدًا من الإعلاميين، وما نسبته (31.9%) بدرجة كبيرة.
- (25) أكدت الدراسة أن التدريب يؤثر في استخدام الأجهزة الحديثة والتكنولوجيا أثناء العمل لديهم بدرجة كبيرة جدًا وبنسبة (33.1%) من الإعلاميين، وما نسبته (28.9%) بدرجة كبيرة.

26) أظهرت نتائج الدراسة أن وجود تقارير تبين مدى قوة وضعف التدريب على أداء الإعلاميين داخل مؤسساتهم جاء بنسبة (28.0%) وبدرجة كبيرة جدًا من الإعلاميين.

27) أوضحت الدراسة أن (36.9%) يعتقدون بوجود فرق في المهنية بين الإعلاميين الحاصلين على دورات وغير الحاصلين بدرجة كبيرة جدًا.

28) بينت نتائج الدراسة أن ما نسبته (29.2%) يوافقون بشدة على وجود دافعية عالية تجاه التدريب والمدرسين.

29) أوضحت نتائج الدراسة أن (33.5%) يوافقون بشدة على أن الملتحقين بدورات تدريبية أكثر التزامًا في أداء عملهم ممن لم يلتحقوا.

30) أكدت نتائج الدراسة أن (35.7%) يوافقون بشدة على أن الإعلامي المتدرب في المؤسسة الإعلامية يتصف بالمبادرة في أداء العمل.

31) أظهرت نتائج الدراسة أن (33.5%) من الإعلاميين يوافقون بشدة على وجود آلية واضحة لتقييم مدى تأثير التدريب على أداء الإعلاميين داخل المؤسسة.

32) بينت نتائج الدراسة أن (69.2%) من الإعلاميين يرون أن أهم المعوقات التي تواجه التدريب هي عدم دراية الإعلامي بأهمية التدريب، وما نسبته (63.5%) عدم إشراك المتدربين في تحديد احتياجاتهم التدريبية، وما نسبته (58.8%) اختيار مدربين غير أكفاء، وما نسبته (54.6%) عدم وجود علاقة بين الدورة التدريبية وتخصص العمل، وما نسبته (50.4%) الاعتماد على الجانب النظري في التدريب، وما نسبته (44.2%) عدم وجود تقييم للعملية التدريبية.

33) أوضحت الدراسة أن (82.7%) من الإعلاميين يرون أن أهم المقترحات لتطوير وتحسين أوضاع البرامج التدريبية للإعلاميين يتم من خلال وضع خطة تدريبية محددة وواضحة للدورات التدريبية، وما نسبته (76.2%) تحديد الاحتياجات اللازمة للدورات.

نتائج اختبار فروض الدراسة:

1- وجود علاقة ارتباطية بين مستوى حصول الإعلاميين الفلسطينيين على التدريب ومهنتهم، فقد كانت القيمة الاحتمالية (sig) تساوي 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وقد كان معامل الارتباط بيرسون يساوي 0.756؛ مما يدل على أن العلاقة بينهما إيجابية؛ أي أن زيادة مستوى الحصول على التدريب يزيد من المهنية.

- 2- وجود علاقة ارتباطية بين عدد الدورات التي حصل عليها الإعلاميون ومهنتهم، وقد كان معامل الارتباط بيرسون يساوي 0.772، مما يدل على أن العلاقة بينهما إيجابية؛ أي أن زيادة عدد الدورات التي يحصل عليها الصحفيون يزيد من المهنية، وقد كانت القيمة الاحتمالية (sig) تساوي 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05.
- 3- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التدريب الإعلامي تعزى للجهات التي تقدم التدريب الإعلامي، وقد كانت القيمة الاحتمالية (sig) تساوي 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وقيمة (f) المحسوبة تساوي 5.076، وهي أكبر من القيمة الجدولية التي تساوي 2.13، ولمعرفة الفروق الإحصائية للمقارنة البعدية، كانت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التدريب والجهات التي تقدم التدريب؛ وكانت الفروق لصالح المؤسسات الأكاديمية المتخصصة مقارنة بالجهات الأخرى المختلفة، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التدريب بين الجهات الأخرى فيما بينها.

4- ثانيًا: التوصيات:

- من خلال استعراض الباحثين لأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة يمكن الخروج بعدد من التوصيات، منها:
- 1- العمل على عقد ودعم الدورات التدريبية الإعلامية التي تهدف إلى تطوير قدرات الإعلاميين والاهتمام بهم، وعقد الدورات المتخصصة، التي تزيد من خبرتهم وثقافتهم في مجال تخصصهم.
- 2- العمل على قياس العائد التدريبي سواء على المستوى المعرفي أو الاتجائي أو السلوكي للإعلاميين، وذلك للتعرف على الفائدة المتحققة من التدريب ومتابعة آثاره.
- 3- إنشاء مراكز تدريبية داخل المؤسسات الإعلامية تساعد في الالتحاق بالدورات.
- 4- عقد دورات تتناسب مع تخصصات الإعلاميين حتى يستطيعوا الاستفادة من الدورة في تطوير أدائهم وتحسين مستواهم، مما يعود عليهم بالنفع في عملهم.
- 5- توفير الأجهزة الحديثة والتكنولوجية في الدورات التي تعقد للإعلاميين تساعدهم في التدريب.
- 6- الدمج بين التدريب العملي والتدريب النظري، والتركيز والاهتمام بالجانب العملي للتدريب.

المقترح: وقّرت هذه الدراسة قاعدة بيانات ثرية حول واقع التدريب الإعلامي في محافظات قطاع غزة، وحول المؤسسات التدريبية، سواء عن العاملين، أو مستويات التدريب، أو المهارات المختلفة، أو الأعمار، أو الأنواع، أو اللغات، أو تقسيمات التدريب. لذا، قد يكون من المفيد نشر هذه البيانات أو توفيرها للمؤسسات الإعلامية؛ إذ يمكن توظيف هذه البيانات والنتائج المختلفة التي توصلت إليها هذه الدراسة لأغراض مختلفة.

المراجع والمصادر:

- (1) محمود، حسن (2013). مراكز التدريب الإعلامي: دراسة مقارنة بين المركز العربي للتدريب ومركز الجزيرة الإعلامي. (رسالة دكتوراه)، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
- (2) باشا، جمال (2011). التدريب وعلاقته بأداء الصحفيين في المؤسسة الوطنية للتلفزيون: دراسة وصفية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الجزائر، الجزائر.
- (3) Martin Githinji, *Media Training and Journalism Competence in Kenya: Perspectives from Standard Group Media Senior Managers*.(2019).
- (4) Rexford Okyireh, *Experience of Social Media, Training and Development on Work Proficiency: A Qualitative Study with Security Personne*. (2018).
- (5) قارة، سمية، (2017). دور التدريب الإعلامي في تحسين الأداء المهني للإعلاميين في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة العربي بن مهيدي – أم البواقي.
- (6) أبو زور، بشرى، (2016). دور التدريب في تطوير أداء المهنيين في القنوات التلفزيونية العمومية في المغرب، رسالة ماجستير، جامعة محمد الخامس، الرباط.
- (7) عبد الحميد، محمد، (2013). تأثير التأهيل والتدريب في المؤسسات الصحفية وعلاقته بالأداء المهني للصحفيين المصريين، أطروحة ماجستير، جامعة بني سويف، كلية الآداب.
- (8) الشعبي، محمد، (2016). تنظيم قطاع التدريب الإعلامي في فلسطين، وحدة الأبحاث والسياسات بمركز تطوير الإعلام، جامعة بيرزيت، فلسطين.
- (9) الطويسى، نسيم وسلميان، راند (2015). جودة التدريب الإعلامي في الأردن. الأردن: المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية.
- (10) عبد الغفار، محمود (2014). تأثير التدريب على تطوير الأداء الإعلامي: دراسة حالة على مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير، دراسة وصفية، (رسالة ماجستير غير منشورة). الأكاديمية العربية، كوبنهاغن.
- (11) باشا، جمال (2011). التدريب وعلاقته بأداء الصحفيين في المؤسسة الوطنية للتلفزيون: دراسة وصفية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الجزائر، الجزائر.
- (12) التميمي، عبدالله (2011). اتجاهات طلاب كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية بشبكة جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا حول التدريب الإعلامي بالكلية، مجلة شئون اجتماعية، جامعة عجمان، الأردن.

- (13) Namasinga, F. Journalism Education Against All Odds (2011).
- (14) Donsbach, W. Journalism School Curriculum Enrichment (2008).**
- (15) Thomas, R. The Making of a Journalist: The New Zealand Way (2008).**
- (16) وافي، أمين (2013). الرضا الوظيفي لدى العاملين في مؤسسات الإعلام الفلسطينية وأثره على الأداء المهني، دراسة ميدانية مقدمة للمؤتمر العلمي الأول، جامعة الأزهر، مصر.
- (17) عمر، السيد (2002). البحث الإعلامي: مفهومه، وإجراءاته، القاهرة: مكتبة الفلاح.
- (18) عبد الحميد، محمد (2000). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب. القاهرة.
- (19) حسين، سمير (2006). بحوث الإعلام . ط2. القاهرة: عالم الكتب.
- (20) حسين، سمير (2006). بحوث الإعلام . ط2. القاهرة: عالم الكتب.
- (21) الأسطل، تحسين، نائب نقيب الصحفيين الفلسطينيين، موقع نقابة الصحفيين الفلسطينيين، <http://www.pjs.ps>.
- (22) حسين، سمير (2006). بحوث الإعلام . ط2. القاهرة: عالم الكتب.
- (23) عبد الحميد، محمد (2000). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب. القاهرة.**
- (24) المجلس التشريعي الفلسطيني، قانون المطبوعات والنشر لعام 1995م (موقع إلكتروني).
- (25) الخليفات، سحبان (1999). المعاني الوطنية.
- (26) وافي، أمين (2006). الإعلام الفلسطيني والأداء المهني في انتفاضة الأقصى، رسالة دكتوراه: علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر. الجزائر.
- (27) الفوال، نجوى (1995). " قراءة في دراسات القائم بالاتصال"، المجلد الثاني والثلاثون، العدد الثالث، المجلة الاجتماعية القومية، المركز القومي للبحوث الاجتماعية. مصر.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof.Ghanem Alsaaed

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editor-in-chief:Prof. Reda Abdelwaged Amin

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof.Fahd Al-Askar

- Vice-President of Imam Muhammad bin Saud University for Graduate Studies and Scientific Research (Kingdom of Saudi Arabia)

Prof.Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Dean of the Faculty of Mass Communication, Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Dr.Mohamed Fouad El Dahrawy

Lecturer at Public Relations and Advertising Department, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ramy Gamal: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

English language Editor : Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editor : Omar Ghonem: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Designed by: Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

Correspondences

● Issue 56 January 2021 - part 2

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.