



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي -

كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

دور التدريب الإعلامي في تحسين الأداء المهني للإعلاميين في
الجزائر

دراسة ميدانية بمركز التدريب الإذاعي بمدينة أم البواقي

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال تخصص اتصال و علاقات
عامة

إشراف الأستاذة:

نجد زعيم

إعداد الطالبة:

سمية قارة

السنة الجامعية 2016 \ 2017

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ
وَالَّذِي جَعَلَ الْمَوْتَ
وَالْحَيَاةَ وَالَّذِي
يُعِيدُ النَّاسَ
وَالَّذِي يُعَلِّمُ
بِالْقُرْآنِ وَالَّذِي
يُعَلِّمُ بِالْقُرْآنِ
وَالَّذِي يُعَلِّمُ
بِالْقُرْآنِ

شكر و عرفان

لابد لنا و أن نحط خطواتنا الأخيرة في الحياة الجامعية
من وقفة نعود إلي أعوام قضيناها في رحاب الجامعة
مع أساتذتنا الكرام. الذين قدموا لنا الكثير باذلين بذلك
جهودا كبيرة لبناء جيل الغد لتبعث الأمة من جديد
" كن عالما فان لا تستطيع فكن متعلما فان لم تستطيع
فأحب العلماء فان لم تستطيع فلا تبغضهم"
واخص بالتقدير و الشكر الأساتذة "نجد زعيم"

وكذلك نشكر كل من ساعد علي تمام هذا البحث وقدم لنا يد
العون و مد لنا يد المساعدة وزودنا بالمعلومات
اللازمة لإتمام هذا البحث . ونأمل كل ما هو سديد في
حياتنا العلمية.

نعم المولي..... و نعم البصير



إلي الذين أناروا لي درب النجاح
إلي أمي التي زودتني بالحنان و المحبة
إلي أبي الذي لم يبخل علي يوما بشئ
إلي إخوتي و أخواتي و أبناءهم و أسرتي جميعا
إلي كل من أضاء بعلمه عقل غيره أو هدى بالجواب الصحيح حيرة
سائله
إلي جميع أساتذتي
إلي كل الصديقات و زملائي و زميلاتي
إلي أهلي و عشرتي
إلي كل من علمني حرفا أصبح برقه يضيئ الطريق أمامي
أهدى هذا العمل المتواضع راجيا من المولي عز و جل أن يجد
القبول و النجاح

*** قارة سمية ***

مقدمة

مقدمة :

يحتل التدريب الإعلامي مكانة هامة في المؤسسات الإعلامية , إذا يشكل وسيلة لتطوير الأداء المهني للإعلاميين من خلال مواكبة المستجدات , وتطوير المهارات فالتقنيات الحديثة و التطوير المتجدد للإعلام أثر بشكل كبير في الأداء المهني مما أدى من التدريب عملية مهمة تساهم بفاعلية في تنمية العاملين في المؤسسة من خلال تنمية المعارف و المهارات و الاتجاهات .

حيث يهدف هذا الفصل إلي رصد واقع و دور التدريب الإعلامي , و الأهمية التي يكتسها في تطوير الأداء المهني بالقطاع الإعلامي , باعتباره أمرا واقعا و ممارسة مهنية لمواكبة التغيرات التي يشهدها المجال الإعلامي وذلك بالوقوف علي بعض العناصر المتعلقة بمدى مساهمة التدريب الإعلامي في تطوير الكفاءات المهنية للإعلاميين من خلال مبحثين تناول المبحث الأول :التدريب الإعلامي , و المبحث الثاني تضمن الأداء الإعلامي .

إلي أن التدريب أصبح اليوم ضرورة يجب علي المؤسسات الإعلامية توفيرها الاعلاميين , من أجل تحسن و رفع كفاءة الأداء الإعلامي و تدعيمهم لتقديم الأفضل و هذا ما يؤدي بالمؤسسة إلي تحقيق التميز في المجال و الوظائف التي تؤديها .

وهذا بسبب اهتمامها و معرفتها لمدي ضرورة التدريب في تحسين الأداء المهني و بالتالي تستطيع مواجهة التحديات و التطورات التي يواكبها المجتمع في جميع المجالات.

الفصل الأول

الإطار المنهجي

للدراسة

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة

1-الإشكالية :

يعد الإعلام عملية اجتماعية هامة تتطور بشكل ملحوظ في العصر الحديث , كما يعتبر جزء لا يتجزأ من حياة الناس لما يتمتع به من حيوية و الحركة المستمرة في جميع المجالات , وتطور نظم المعلومات و الاتصالات في جميع الاتجاهات كل هذه التغيرات تنعكس علي المؤسسات التي ليس أمامها سوى أن تتكيف مع هذه الديناميكيات سريعة الحركة , حيث يمثل التدريب أهمية كبيرة خاصة في ظل التغيرات التكنولوجية و الاقتصادية و الاجتماعية و الحكومية ... و التي قد تؤثر بدرجة كبيرة علي استراتيجيات المؤسسة, فضلا علي ذلك أن المهنة الإعلامية تتجدد و تحتاج دائما إلي المزيد من المهارات و الخبرات لتحقيق الاحتراف مما يجعل من التدريب الإعلامي حاجة ملحة في ظل التطور الهائل في المجال الإعلامي , حيث يحتل مكانة هامة ضمن استراتيجيات المؤسسة الإعلامية إذا يشكل وسيلة لتحسين الأداء المهني و ذلك بتقديم معارف و معلومات جديدة . كما يعمل علي تعديل و تغيير السلوك و الطرق و الأساليب و هو بذلك ينمي الذات للفرد فيرفع مستوى طموحه و يحسن من أدائه المهني , و أيضا فان التغيرات و التوسعات في الإعلام تزيد من حاجة الفرد لتحديث مهاراته و اكتساب معلومات و خبرات جديدة , لذا يسعى الإعلاميون إلى الخضوع للتدريب لتمكينهم من أداء جيد وفعال , حيث يعتبر الأداء الإعلامي أحد الركائز التي تعمل المؤسسة الإعلامية علي تحسينه و الاهتمام به , إذا أن تحسين الأداء يتم بتكوين الإعلاميين وفق اختصاصهم داخل المؤسسة فإذا كان الإعلامي غير متمكن من المجال و غير مواكب للتطور الحاصل فهذا يعني أن الأداء المقدم للمؤسسة , لا يمكن أن يحقق المطلوب وسط عصر السرعة و



التقدم و لهذا كان جديرا بأي مؤسسة إعلامية العناية و الحرص و الاهتمام علي ترقية الأداء الاعلامى الذي هو في الحقيقة يعتبر الوجه الآخر للمؤسسة لذا تعمل أي مؤسسة علي الرفع من أدائها الإعلامي و ذلك بإقامة دورات تكوينية بمركز التدريب الإذاعي من أجل التدريب , بكل الطرق فيهو اتخاذ كافة الأساليب المتاحة لديها لمواكبة التطور ضمن جميع الأصعدة , وتحقيق الاحترافية في مجال الإعلام , وتلبية حاجات المجتمعات و كذا العمل علي توفير الوسائل الكفيلة للتحقق من مساهمة التدريب في التطور المطلوب عبر آليات تقييم مدى أهمية ونجاح عملية التدريب بالمركز و التعاون بين المدرب و المتدربين للوصول إلي الأهداف المرجوة من التدريب , و المساهمة بالضرورة في التطور المهني الإعلامي , كما يعمل مركز التدريب الإذاعي علي تحسين العملية التدريبية و ذلك بإدخال أساليب جديدة وتوفير فرص تكوينية أكثر للإعلاميين بتكثيف الدورات التكوينية فيه وإتاحة المجال لكل التخصصات الإعلامية .

وينطبق هذا الامر على مركز التدريب الإذاعي بأم البواقي الذي يعتبر ثاني مركز تدريب اعلامي في الجزائر وأول مركز تدريب على مستوى الشرق الجزائري و للبحث في هذا الموضوع التدريب الإعلامي و دوره في تحسين الأداء المهني للإعلاميين في الجزائر ,ارتائنا إلي إجراء دراسة ميدانية عينة من مديين بمركز التدريب الإذاعي بأم البواقي و عليه تدرج دراستنا علي طرح التساؤل التالي :

ما هو دور التدريب الإعلامي في تحسين الأداء المهني للإعلاميين في الجزائر؟

ما هو دور مركز التدريب الإذاعي لأم البواقي في تحسين الأداء المهني للإعلاميين في الجزائر؟

2- تساؤلات الدراسة :

- 1- ما هي طبيعة التدريب الذي يتلقاه الإعلاميون في مركز التدريب الإذاعي بأم البواقي ؟
- 2- ماهي المهارات المكتسبة وماحجم الاستفادة من التدريب بمركز التدريب الإذاعي بأم البواقي ؟
- 3- ما هي المعوقات التي يواجهها التدريب في مركز التدريب الإذاعي و سبل الارتقاء به ؟

3- أسباب اختيار الموضوع :

أ- الأسباب الذاتية:

- الرغبة في الاحتكاك أكثر بالجانب الميداني للإعلام من خلال دراسة موضوع " دور التدريب الإعلامي في تحسين أداء الإعلاميين
- محاولة التعرف عن أهمية التدريب في تحسين الأداء المهني للإعلاميين.

ب - الأسباب الموضوعية :

- اختبار المعارف المنجية السابقة .
- التطور الهائل في وسائل الإعلام هذا مآدى إلي تزايد الاهتمام بالتدريب الإعلامي في تحسن الأداء المهني للإعلاميين.

4- أهداف الدراسة :

- 1- معرفة طبيعة التدريب الذي يتلقاه الإعلاميون في مركز التدريب الإذاعي بأم البواقي .
- 2- معرفة المهارات المكتسبة وحجم الاستفادة من التدريب بمركز التدريب الإذاعي بأم البواقي.
- 3- معرفة المعوقات التي يواجهها التدريب في مركز التدريب الإذاعي و سبل الارتقاء به.

5- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في المساهمة في زيادة الاهتمام بدور التدريب الإعلامي باعتباره عنصرا مهما في نجاح المؤسسة الإعلامية, كما تكمن الأهمية أيضا في حاجة الإعلاميين للتدريب في الميدان الإعلامي و تعليمهم و تأهيلهم, و تطويرهم , بما يساعد في تكوين مهارات أقدر في الاندماج السريع في العمل و مسايرة متطلبات أداء العمل بالمؤسسة التي تريد مسايرة نسق التطور التكنولوجي, و تطوير طرق و أساليب الأداء.

6- تحديدا لمفاهيم و المصطلحات:

1- تعريف الدور:

أ- لغة : جمع أدوار -مص-دار-عود الشيء إلي ما كان عليه - مرة- حركة - طبقة من الشئ المدار بعضه فوق بعضه الآخر¹

(دارا) يدور (دورًا) بسكون الواو و (دورانًا) بفتحها و (أداره) غيره و(دور)به. و (تدوير) الشئ جعله مُدَوِّرًا.و(المداورة) كالمعالجة و (الدواري) الدهر يدور بالإنسان أحوالاً²

ب- اصطلاحاً: هو سلوك متوقع يرتبط بوضع اجتماعي معين, و للدور معني استاتيكي و آخر معياري

المعني الاستاتيكي : يقصد به المعني الذي يرتبط به , مثال ذلك أن يرتبط دور معين بجنس معين باعتباره إن ذلك أمرٌ بديهي أو شائع داخل المجتمع .

أما المعني المعياري : فهو الذي يتوقع الدور , و الدور المقابل و يتم تحديد هذا المعنى طبقاً لما يعتقد أنه هو الوضع الصحيح الذي يجب أن يتبع³

• أي أنه عبارة عن سلوك متوقع , يتعلق بوضع اجتماعي , و مرتبط بمكانة معينة يحتوي علي مواقف و قيم و سلوكيات محددة .

*عندما يشغل الناس مواقع اجتماعية, يكون سلوكهم محدداً بشكل رئيسي من قبل ماذا يتم توقعه من هذه المواقع أكثر من توقعات صادرة عن صفات الفرد الشخصية و الذاتية الأدوار هي ربط اجتماعي يحدد توقعات و التزامات تقترن مع المواقع الاجتماعية , و يعتبر الدور

1 جبران مسعود ,الرائد "معجم ألقبائي في اللغة و الأعلام", ط3, دار العلم للملايين , 2005, ص 412 .

2 مصطفى ديب البغا , معجم مختار الصحاح , ط4, دار الهدى للطباعة و النشر , 1990,ص144

3صالح محمد حميد , دور الإذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية' ط1, دار غيداء للنشر و التوزيع ,عمان

, 2011, ص54 .

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة

مهم جدًا بسبب توجيهه للأفراد كيفية تصرفهم و انجاز أنشطتهم فهو يمثل طابعا اجتماعيا وهكذا فإنه يتبع أنماطا منتظمة¹

نلاحظ علي هذا التعريف أن الدور مهم و هو بمثابة عملية تزويد الأدوار علي الأفراد للقيام بأعمالهم و كيفية انجاز أنشطتهم ,كما يركز أيضا علي الموقع و الوضع الاجتماعي.

إجرائيا:

هو ما يتوقع أن يقوم به ويؤديه التدريب الإعلامي من أجل تحسين أداء الإعلاميين المتدربين بمركز التدريب الإذاعي بأم البواقي ,وذلك حسب ظروفهم المادية والاجتماعية وإمكانيتهم الشخصية.

2- التدريب الإعلامي :

أ-التدريب :

لغة: تدرّبًا (درب) علي الشئ ا وفيه أو به : تعوده و مرن عليه²

جمع تدريبات تزويد بالدراسات العلمية و العملية التي تؤدي إلي رفع درجة المهارة في أداء واجبات الوظيفة: < تدريب إعلامي> , <تدريب رياضي> ... مدة تعلم صفة : التعليم يتطلب تدريبيًا طويلا تأهيل المعنيين الجدد للقيام بوظائفهم < دوره تدريب> فترة تعرض فيها دروس عملية علي المترشحين لبعض الوظائف العامة.³

اصطلاحا:

هناك العديد من الاتجاهات لمعنى التدريب هو تلك الجهود التي تهدف إلي تزويد الموظف بالمعلومات التي تكسبه المهارة في أداء العمل , أو تنمية و تطوير ما لديه من مهارات و معارف و خبرات⁴

بمعنى أن التدريب عبارة عن عملية تهدف إلي تزويد الموظفين بالمعلومات و الأفكار اللازمة التي تكسبهم مهارات و كفاءات إضافية في أداء العمل.

¹ معن خليل العمر , معجم علم الاجتماع المعاصر , ط1, دار الشروق للنشر و التوزيع , عمان – الأردن , 2006 , ص36

² جبران مسعود, رائد الطلاب " معجم لغوي عصر للطلاب" , ط1 , دار العلم للملايين, 2005, ص215

³ أنطون نعمة , المنجد في اللغة العربية المعاصرة , ط1 , دار المشرق للنشر و التوزيع , بيروت- لبنان , 2000 , ص 452

⁴ فايز خاطر , إستراتيجية التدريب الفعال , ط 1 , دار أسامة للنشر و التوزيع , الأردن , 2010 , ص 11

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة

عملية مستمرة محورها الفرد في مجمله تهدف إلى إحداث سلوكية ذهنية محددة بمقابلة احتياجات حالية أو مستقبلية يتطلبها الفرد , و العمل الذي يؤدي إلى رفع كفاءة الفرد و المنظمة التي يعمل بها¹ ويقصد به أن التدريب يحدث علي مستوى الفرد المتدرب , كما أن هذا التعريف يشير الي زيادة كفاءة الفرد و المنظمة على حد سواء بسبب التدريب.

هو ذلك النشاط الإنساني المخطط له و الهادف إلى اكتساب المتدربين القناعات و المهارات و المعارف اللازمة , بغرض إحداث تغيير في أنشطة الأفراد و المنظمة بما يحقق أهداف مقصودة²

نلاحظ من خلال التعريف أن التدريب يهدف إلى إكساب المتدربين المهارات و المعارف كما أضف القناعات من أجل إحداث تغيير بالنسبة للفرد و المنظمة معاً

ب- الإعلام:

لغة: جاء من مادة علم, و العلم نقيض الجهل و جاء من باب علم علمًا , و عالم هو نفسه رجل عالم, وعليه من قوم علماء , قال سيبويه نقول : علماء من لا يقول إلا علمًا , كما يقال تعلم في وضع أعلم ففي حديث الرجال " تعلموا إن كذا بمعنى أعلموا " و كذلك الحديث النبوي > تعلموا أن ليس يرى أحد منكم ربه حتى يموت< كل هذا بمعنى أعلموا³

هو التبليغ و الإبلاغ أي الإيصال : يقال بلغت القوم بلاغًا أي أوصلتهم الشيء المطلوب و البلاغ ما بلغك أي وصلك , وأيضا: فليبلغ الشاهد الغائب :أي فليعلم الشاهد , الغائب ويقال " أمر الله بلغ أي بالغ , وذلك من قوله تعالي "إن الله بليغ أمره" أي نافذ يبلغ أين أريد به⁴

¹ محمد عبد الفتاح الصيرفي, التدريب الإداري "المدرّبون و المتدربون و أساليب التدريب , ط1, دار المناهج للنشر و التوزيع عمان-الأردن, 2009, ص17

² هاشم حمدي رضا, التدريب الإداري "المفاهيم و الأساليب " , ط1, دار الراجحة للنشر و التوزيع, عمان. 2012, ص21
³ بسام عبد الرحمن المشاقفة , معجم مصطلحات "العلاقات العامة " , ط1 , دار أسامة للنشر و التوزيع, الأردن- عمان 2014, ص41

⁴ عبدا لرزاق الدليمي, مدخل إلى وسائل الإعلام و الاتصال , ط1, دار الثقافة للنشر و التوزيع , عمان, 2011, ص17

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة-

اصطلاحاً: هو فن استقصاء الأنباء و معالجتها , ونشرها علي أوسع الجماهير و بالسرعة التي تتيحها وسائل الإعلام الحديثة¹

أي أن الإعلام عبارة عن عملية جمع المعلومات ثم يتم بتقديمها إلي الجمهور وذلك عن طريق وسيلة من وسائل الإعلام المختلفة.

هو تزويد الناس بالأخبار الموضوعية و المعلومات الدقيقة و الحقائق ,كل ذلك بهدف تكوين رأي حول واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشاكل, وهذا الرأي يكون معبراً تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير و اتجاهاتهم و ميولهم, فالإعلام يهدف إلي الإقناع عن طريق بث المعلومات و الحقائق مع دعمها بالأرقام و الإحصائيات²

ومن هنا يتضح إن الإعلام هو كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف اقناع الجمهور وذلك بتزويدهم بكافة المعلومات عن القضايا و المشكلات بطريقة موضوعية مما يخلق درجة كبيرة من المعرفة و الوعي,و الإحاطة الشاملة للجمهور مما يساهم في تنوير الرأي العام.

❖ تعريف التدريب الإعلامي:

هو عملية منظمة تهدف إلي حصول العاملين في مهنة الصحافة و الإعلام علي مهارات و معلومات واتجاهات معينة, لتمكينهم من الاستفادة في عملهم, وبما ينعكس إيجاباً في قدراتهم و أداء مهامهم و واجباتهم و مؤسساتهم الإعلامية³

نلاحظ من خلال هذا التعريف أن التدريب الإعلامي عملية تركز علي حصول العاملين في مهنة الإعلام علي مهارات, كما يشير إلي أن ذلك ينعكس إيجابياً علي أداء الاعلاميين و المؤسسة الإعلامية في نفس الوقت

1لؤي خليل, الإعلام الصحفي, ط1, دار أسامة للنشر و التوزيع .عمان- الأردن, 2010, ص 295

2 محمد الصيرفي , الإعلام , ط1, دار الفكر الجامعي, الإسكندرية, 2009,ص 15

3محمد حمود حسن, مراكز التدريب الإعلامي, ط1, دار النفائس للنشر و التوزيع, عمان, 2013,ص45

إجرائيا:

التدريب الإعلامي هو عبارة عن عملية يتم من خلالها حصول الإعلاميين المتدربين بمركز التدريب الإذاعي بأبواب البوادي علي مهارات و قدرات من أجل تحسين أداء عملهم .

3- الأداء الإعلامي :

أ-الأداء :

لغة: إيصال الشيء و إتمامه و قضاؤه, إخراج الحروف من مخرجها " هو حسن الأداء"¹

طريقة العمل أو أسلوبه²

اصطلاحا:

هو النتيجة النهائية لنشاط منظمة ما, لذلك فهو يعبر عن قدرة المنظمة علي استخدام مواردها المالية و البشرية و التكنولوجية و المعرفية بالصورة التي تجعلها قادرة علي تحقيق أهدافها بطريقة كفؤة و فاعلة و تحقيق توقعات و تطلعات المجتمع بأكمله³

أي أن الأداء هو عبارة عن محصلة لنشاط المنظمة , كما يشير هذا التعريف الي قدرة المنظمة علي استغلال مواردها بشكل جيد و ركز علي ذلك من أجل تحقيق أهداف المجتمع ككل.

هي الدرجة التي يصل إليها النشاط الإنمائي , أو الشريك الإنمائي في العمل وفقا لمعايير أو مواصفات أو مبادئ توجيهية معينة, أو لتحقيق النتائج وفق الأهداف أو الخطط المعلنة⁴

نلاحظ علي هذا التعريف أنه يشترك مع التعريف السابق علي أن الأداء هو نتيجة لنشاط ما, كما أضف علي أنه شريك في إنماء العمل, كما يشترك أيضا في تحقيق الأهداف.

ب- الإعلام :تم التطرق إليه في الصفحة 12,13

¹ جبران مسعود, الرائد "الملاحم اللغوي الأحدث و الأسهل, ط8, دار العلم للملايين, 2001, ص52

² محمد فريد, محمود عزت, قاموس المصطلحات الإعلامية, ط1, دار الشروق للنشر والتوزيع, ص193

وصفي عبد الكريم الكياسة, تحسين فاعلية الأداء المؤسسي "من خلال تكنولوجيا المعلومات", ط1, دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع, الأردن-

³ عمان, 2011, ص 41

⁴ بسام عبد الرحمن المشاقبة, مرجع سبق ذكره , ص 41

❖ الأداء المهني الإعلامي:

هو مجموعة الوظائف و المهام و النشاط المرئية و المسموعة و المكتوبة ,التي تقوم بها وسائل الإعلام في إطار منظومة الأنظمة و القوانين و الدستور بما يخدم مصلحة الدولة و طنا و مواطنًا و تتمثل فاعلية الأداء بضرورة اتسام هذه الوظائف و المهام و النشاطات بالموضوعية و المصداقية و التحليل العلمي, و تمثيل هموم المواطن و توفير ساحة حرة و مستقلة للتعبير عن الرأي و خدمة مصالح المجتمع¹

يشير هذا التعريف إلي أن الأداء المهني الإعلامي عبارة عن مجموعة الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام, كما أشار إلي ضرورة الالتزام بالقوانين و الدستور من أجل خدمة المصلحة العامة, إضافة إلي ضرورة تحلي هذه الوظائف بالموضوعية و التحليل العلمي, كما ركز علي المواطن بصفة خاصة وخدمة مصالح المجتمع.

إجرائيا:

الأداء المهني الإعلامي عبارة عن مجموعة نشاطات و مهام متنوعة يقوم بها الإعلاميين ,وذلك ضمن حدود قانونية تخدم الصالح العام, كما يجب أن يتحلي الأداء بالاحتراف و المهارة في التقديم لذا يقومون الإعلاميين بالخضوع للتدريب بمركز التدريب الإذاعي بأم البواقي.

1 عبد المجيد العزام, هاديا خزنة كابتي , اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي ,مجلة جامعة دمشق ,العدد الثالث+

7- الدراسات السابقة :

الدراسة الأولى: بعنوان " دور التدريب في تطوير أداء المهنيين بالقنوات التلفزيونية العمومية في المغرب

للباحثة : بشرى أزور , جامعة محمد الخامس , الرباط ,سنة 2016

وقد انطلقت هذه الدراسة من إشكالية مفادها : رصد واقع التدريب بالقنوات التلفزيونية العمومية المغربية, و الأهمية التي يكتسبها في تطوير أداء المهنيين بالقطاع .

وذلك بطرح فرضيات تتمثل في:

- التدريب يشكل وسيلة ضرورية لتطوير الأداء المهني للمؤسسة الإعلامية التلفزيونية
- المهنيين ينخرطون بشكل أفضل في أداء مهامهم بعد الاستفادة من دورات تدريبه متخصصة
- و أيضا كونه فرصة بالنسبة إلي المهنيين للانفتاح علي تجارب جديدة و تعزيز التعاون بينهم

وقسمت الدراسة إلي فصلين هما:

الفصل الأول: القنوات التلفزيونية العمومية بالمغرب...تجربة تُظهر الحاجة المتزايدة الي التدريب المهني

الفصل الثاني: التدريب المهني ...خطوة نحو تعزيز الكفاءات وكسب رهان المنافسة

المنهج المستخدم :هومنهج المسح الميداني ,الذي يمكن من استقناء آراء مهني الإعلام التلفزيوني

و تم اختيار عينة : شملت العاملين في القنوات التلفزيونية التابعة للقطب السمعي البصري بالمغرب , تم انتقاؤها بطريقة عشوائية.

أما أدوات جمع البيانات :فقد اعتمدت الدراسة علي استمارة استبيان فقط , تم توزيعها علي العاملين في القطب السمعي البصري.

و بنسبة لأهم النتائج المتوصل إليها هي :

- 64% منهم حاصلين علي دبلوم جامعي بالنسبة للمستوي التعليمي
- وحسب المنبر الإعلامي 29% القناة الثانية (دوزيم) تتوفر علي طاقم إعلامي متنوع .

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة

- و بالنسبة للتخصص الوظيفي نجد نسبة 45% صحفي محرر
- نسبة 47% استقادت من عدت دورات يتراوح عددها ما بين 1 و3 دورات
- رأت النسبة الغالبة من المتدربين 42% أن التدريب مكنهم من تطوير أدائهم المهني .

تتشابه هذه الدراسة كثيرا مع **دراستنا** لأنها تشترك في بيان دور التدريب في تطوير الأداء المهني الإعلامي إلا أنها تختلف في مجال الدراسة .

ولقد اعتمدنا **عليها** كدراسة سابقة ومرجعية في الجانب النظري .

الدراسة الثانية: بعنوان " تأثير التدريب علي تطوير الأداء الإعلامي " دراسة حالة علي مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب و التطوير , للباحث : محمود محمد عبد الغفار , كلية الآداب و التربية في الأكاديمية العربية في الدانمارك وهي جزء من متطلبات درجة الماجستير في الإعلام و الاتصال , سنة 1435هـ - 2014م

وقد انطلق الباحث في هذه الدراسة من إشكالية مفادها: أن مراكز التدريب الإعلامي تشهد إقبالا متزايدا خاصة بعد تنامي عدد الفضائيات والمواقع الالكترونية, ومدى مساهمة التدريب في التطوير الإعلامي .

وذلك بطرح التساؤلات التالية :

- ما حجم التغيير الذي طرأ على سلوك المتدربين وحدث تحسنا في أدائهم الإعلامي ؟
- ما هو التأثير الذي حققه مركز الجزيرة للتدريب علي المتدربين ؟
- ما هو مقدار التعديل في سلوك المتدربين بعد التدريب؟

و قسم الباحث دراسته ألي خمسة فصول

تناول في الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة والفصل الثاني: التطوير المهني في مجال الإعلام

وتحدث في الفصل الثالث: عن التدريب لتحقيق التطوير , ويحتوي علي مبحثين

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة

المبحث الأول: محطات التدريب.المبحث الثاني : تدريب الصحفيين

أما الفصل الرابع : تناول مركز الجزيرة للتدريب و آليات التطور والفصل الخامس و الأخير: قام بدراسة ميدانية , و ذلك بعرض النتائج و تفسيرها و تقديم التوصيات

نوع الدراسة: فهي تدخل في إطار البحوث الوصفية

المنهج المستخدم : هو المنهج المسحي و هو أهم منهج تعتمد عليه البحوث الوصفية.

و اختيار عينة : شملت العاملين في المجال الإعلامي بحسب البيانات المسجلة في مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب و التطوير و هي : الصحفي , المراسل . المذيع . و المنتج الأخبار.و معد البرامج و المصور,و المونتير, و مصمم البرامج . والوسائط المتعددة , وبلغ عددها 219 مفردة

أما أدوات جمع البيانات :

فقد اعتمد الباحث علي الاستبيان : الذي احتوي علي مجموعة من الأسئلة موجهة إلي عينة من الأفراد حول الموضوع.

كما قام أيضا بالاعتماد علي المقابلة :و ذلك بإقامة عدة لقاءات مع المسؤولين في مركز الجزيرة للتدريب.

كما اعتمد علي الملاحظة بالمشاركة : حيث تسني للباحث أن يكون متدرِّبًا, و مدرِّبًا في مركز الجزيرة وهو ما أتاح له فرصة الملاحظة.

أهم النتائج المتوصل إليها هي :

- نسبة كبيرة من المتدربين تتخرط في دورات المركز بهدف تطوير الذات واكتساب مهارات جديدة
- تقييم متدربي الجزيرة للتدريب كان ايجابيًا إذا رأى 48% أن الدورات به مفيدة جدا في حين نسبة 4%أروها قليلة الفائدة

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة

- جاء تقييم المتدربين عن تطوير أدائهم الإعلامي عبر دورات المركز متفاوتا إذا رأى النصف 50% أن التطور كان بشكل كبير, في حين رأى قرابة النصف 40% أن التطوير تم بشكل متوسط, أما التطوير بشكل محدود بنسبة قليلة و هي 10%
 - رأت النسبة الغالبة من المتدربين 90% أن التدريب بالمركز أفادتهم في العمل داخل مؤسساتهم في حين انه لم يفد بنسبة 8% و جاء 2% بلاراي
- تتقاطع هذه الدراسة كثيرا مع دراستنا من حيث التركيز علي العلاقة بين التدريب و أداء الإعلاميين . غير أن مجال الدراسة المكاني و الزماني مختلف , وقد استفدنا من هذه الدراسة في بناء الإشكالية و كيفية صياغة التساؤلات و كذا الحصول علي بعض المراجع العلمية في الجانب النظري.

الدراسة الثالثة: بعنوان " مراكز التدريب الإعلامي " دراسة مقارنة بين المركز العربي للتدريب الإذاعي و التلفزيوني و مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب و التطوير " , للباحث : محمد حمود حسن , قسم الصحافة بكلية الإعلام , جامعة : بغداد , نال بها درجة دكتوراه , سنة 1434هـ - 2013م

وقد ركز الباحث في الدراسة علي : مدى حاجة الإعلام و عملياته إلي التدريب و مراكزه و مؤسساته , و ما علاقة التدريب مع غيره من العناصر , و ما طبيعة هذا التدريب .

واستنادا لذلك بلور الباحث إشكالية البحث في التساؤلات التالية:

- ما مدى حاجة الإعلام و عملياته إلي التدريب و مراكزه و مؤسساته ؟
- ما علاقات التدريب الإعلامي مع غيره من العناصر و حدود ذلك , و ما طبيعة هذا التدريب أي مكنونه أو ماهيته ؟
- ما العملية التدريبية, مكوناتها و فعاليتها , التي تتبناها هذه المراكز , و خصوصا البرامج التدريبية التي تعتمدها في ممارستها للنشاط التدريبي , و نتائج ممارستها ؟ و مدى التمايز هذه المراكز ؟

وقسم الباحث دراسته إلي سبعة فصول وهي كالتالي :

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة

الفصل الأول : منهجية البحث و إجراءاته و أدواته والفصل الثاني : علاقات التدريب الإعلامي

الفصل الثالث : طبيعة التدريب الإعلامي و الفصل الرابع : العملية التدريبية الإعلامية (المكونات و الفعاليات) والفصل الخامس و السادس و السابع : قام بتحليل نتائج مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب و التطوير و المركز العربي للتدريب الإذاعي و التلفزيوني ، و في الأخير توصل إلي النتائج و قام بالمقارنة .

أما بالنسبة لنوع الدراسة : فهي تدخل في إطار البحوث الوصفية .

المنهج المستخدم هو : المنهج المسحي الذي يرتبط بمحتوي الظاهرة التي يتم دراستها.

مجتمع البحث : قام الباحث باختيار المتدربين في مراكز التدريب الإعلامي العربية كمجتمع للدراسة و نظرًا لسعة هذا المجتمع و صعوبة الوصول إليه: تم اختيار عينة ممثلة من المجتمع المستهدف بلغت 44 مبحوثًا و هم المتدربون المشاركون في دورات مركزي الجزيرة الإعلامي للتدريب و التطوير في قطر و المركز العربي للتدريب الإذاعي و التلفزيوني في دمشق ، و ذلك بطريقة عشوائية منتظمة بناء علي المعلومات التي توفرت لديه من المسؤولين في المركزين عن خصائص العينة .

أما فيما يخص أدوات جمع البيانات :

فقد اعتمدا الباحث علي **المقابلة المباشرة و غير المباشرة** لمعرفة بعض الأفكار حول العملية التدريبية الإعلامية

كما قام أيضا باعتماد **الملاحظة بالمشاركة** حيث يشترك فيها مع المبحوثين و يتفاعل معهم.

كذا **استمارة الاستبيان** وهي أهم أداة اعتمدا عليها الباحث لجمع البيانات حيث تضمنت هذه الأخيرة خمسة محاور :

المحور الأول : بيانات و معلومات عامة و المحور الثاني : المركز التدريبي

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة

المحور الثالث : النشاط التدريبي والمحور الرابع : المدربون والمحور الخامس : أسئلة عامة

أما أهم النتائج المتوصل إليها :

- نسبة الذكور من المتدربين المشاركين في مركز الجزيرة 59% أكثر من الإناث بنسبة 40.9% , بينما كانت النسب متساوية 50% بين الجنسين في المركز العربي
- أظهرت نتائج التحليل أن الأكثرية ممن لديهم انطباع عن مؤسسات و مراكز التدريب الإعلامي هم من المركز العربي و نسبتهم 72.7%
- تبين من نتائج الدراسة, أن الذين مارسوا العمل الإعلامي من مبحوثي المركز العربي بنسبة 81.8% هم أكثر من الذين ينتمون إلي مركز الجزيرة و نسبتهم 45.4%
- بينت الدراسة أن معظم المبحوثين في كلا المركزين قيم كفاءة المدرب , و قدراته التدريبية عن طريق الدورات التي شاركوا فيها

هذه الدراسة شبيهة بدراستنا لأنها تناولت متغير التدريب الإعلامي , في تختلف في مكان إجراء الدراسة حيث قام الباحث بالمقارنة بين مركز الجزيرة , و المركز العربي بينما الدراسة الحالية تم إجرائها بمركز التدريب الإذاعي بمدينة أم البواقي

و اعتمدنا علي هذه الدراسة بشكل كبير في الجانب النظري لدراستنا خاصة الفصل الذي تناول فيه التدريب الإعلامي , أيضا منهجيا اشتركنا في العديد من النقاط أهمها المنهج المستخدم , وأدوات جمع البيانات .

8- الخلفية النظرية للدراسة :

المدخل الوظيفي :

ترى النظرية الوظيفية البنائية أن الإعلام يشكل نسقا اجتماعيا تكمن وظيفته الأساسية في ربط أجزاء المجتمع و ضمان استقراره , و ترى أن المؤسسة الإعلامية هي إحدى المؤسسات التي تعمل في ضوء حاجة المجتمع , و تكمن الوظيفة الأساسية للإعلام في التعبير الموضوعي عن الواقع الاجتماعي , وترى أن الهدف المركزي للإعلام هو الحفاظ علي النظام القائم و ضمان استمرار الوضع الراهن¹

و من مسلمات هذه النظرية أنها تنظر إلي المجتمع علي أنه :

- نظام يتكون من عناصر مترابطة و تنظيم لنشاط هذه العناصر بشكل متكامل
- يتجه في حركته نحو التوازن و مجموع عناصر تضمن استمرار ذلك , بحيث لو وجد أي خلل في هذا النظام فان القوى الاجتماعية سوف تنشط لاستعادة هذا التوازن
- كل عناصر النظام و الأنشطة , المتكررة في المجتمع تعتبر ضرورة لاستمرار وجوده , وهذا الاستمرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع , و الأنشطة المتكررة تلبية لحاجاته
- كل عناصر النظام و الأنشطة المتكررة في المجتمع تقوم بدورها في المحافظة علي استقرار النظام²

علي العموم نجد أن النظرية الوظيفية قد اهتمت بالوظيفة أكثر من اهتمامها بالبنية الظاهرة أو غير الظاهرة , وهذا ما جعلها واقعية بحد كبير , و بعبارة أخرى أن الاتجاهات الوظيفية تستخدم لتفسير الدور و الوظيفة الذين تقوم بهما ظاهرة معينة أو نظام معين في البناء أو النسق فكل نظام اجتماعي يرتبط مع بقية النظم الأخرى³

¹ أديب محمد فضور , علم الاجتماع الإعلامي, ط1, دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة , عمان, 2015, ص 111

² مي عبد الله , نظريات الاتصال, ط1, درا النهضة العربية , لبنان, 2006, ص 175

³ ياسين خضير البياتي , النظرية الاجتماعية (جذورها و روادها) , ط1, الجامعة المفتوحة , طرابلس, 2002, ص 64

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة

9- نوع الدراسة و منهجها :

تدخل الدراسة في إطار البحوث الوصفية : وتهدف الدراسة الوصفية إلى " أنها الطرف التي يتمكن الباحث من خلالها وصف الظواهر العلمية و الظروف المحيطة بها في بيئتها , و المجال العلمي الذي تنتمي إليه, وتصور العلاقة بينها و بين الظواهر الأخرى المؤثرة و المتأثرة فيها, كما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها باستخدام أساليب و أدوات البحث العلمي التي تلائم الأهداف التي يسعى الباحث إلى تحقيقها من وراء استخدام هذه البحوث.

تبرز أهمية الدراسات الوصفية في بحوث الإعلام في كونها تمثل الأسلوب الأكثر قابلية للاستخدام لدراسة بعض المشكلات و الظواهر التي تتصل بالجماهير و مواقفهم و آرائهم ووجهات نظرهم في علاقتهم بالإعلام ووسائله , حيث يصعب استخدام المنهج التجريبي أو المنهج التاريخي في دراستها¹

حيث تسعى الدراسة بعد أن وضحت إشكالية البحث و أهميته, والإطار النظري , ودراسات سابقة للدراسة , و التعرف علي عناصر ومكونات الدراسة عن طريق جمع المعلومات و البيانات و تفسيرها مما يتيح لنا تقديم صورة واضحة عن متغيرات الدراسة و بعض المتغيرات التي ترتبط بها.

و ذلك من خلال المنهج المسحي : وهو أهم منهج تعتمد عليه البحوث الوصفية , اذ هو " يتمثل في جمع بيانات و معلومات عن متغيرات قليلة لعدد كبير من الأفراد " ²

¹ منال هلال مزاهرة , بحوث الإعلام - الأسس والمبادئ- , ط1, دار كنوز المعرفة , عمان, 2010, ص 105
أحمد عارف العساف , محمود الوادي , منهجية البحث في العلوم الاجتماعية و الإدارية , ط1, دار صفاء للنشر و توزيع , عمان, 2010, ص 136

9- نوع الدراسة و منهجها :

تدخل الدراسة في إطار البحوث الوصفية : وتهدف الدراسة الوصفية إلي " أنها الطرف التي يتمكن الباحث من خلالها وصف الظواهر العلمية و الظروف المحيطة بها في بيئتها , و المجال العلمي الذي تنتمي إليه, وتصور العلاقة بينها و بين الظواهر الأخرى المؤثرة و المتأثرة فيها, كما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها باستخدام أساليب و أدوات البحث العلمي التي تلائم الأهداف التي يسعى الباحث إلي تحقيقها من وراء استخدام هذه البحوث.

تبرز أهمية الدراسات الوصفية في بحوث الإعلام في كونها تمثل الأسلوب الأكثر قابلية للاستخدام لدراسة بعض المشكلات و الظواهر التي تتصل بالجمهور و مواقفهم و آرائهم ووجهات نظرهم في علاقتهم بالإعلام ووسائله , حيث يصعب استخدام المنهج التجريبي أو المنهج التاريخي في دراستها¹

حيث تسعى الدراسة بعد أن وضحت إشكالية البحث و أهميته, والإطار النظري , ودراسات سابقة للدراسة , و التعرف علي عناصر ومكونات الدراسة عن طريق جمع المعلومات و البيانات و تفسيرها مما يتيح لنا تقديم صورة واضحة عن متغيرات الدراسة و بعض المتغيرات التي ترتبط بها.

و ذلك من خلال المنهج المسحي : وهو أهم منهج تعتمد عليه البحوث الوصفية , إذ هو " يتمثل في جمع بيانات و معلومات عن متغيرات قليلة لعدد كبير من الأفراد " ²

¹ منال هلال مزاهرة , بحوث الإعلام - الأسس و المبادئ- , ط1, دار كنوز المعرفة , عمان, 2010, ص 105
أحمد عارف العساف , محمود الوادي , منهجية البحث في العلوم الاجتماعية و الإدارية , ط1, دار صفاء للنشر و توزيع ,

² عمان, 2010, ص 136

10- مجتمع البحث و عينة الدراسة :

تعريف المجتمع : هو الهدف الأساسي من الدراسة , حيث إن الباحث سوف يعمم في النهاية النتائج عليه , ولذلك فإن الخطوة الأولى في اختيار العينة هي تعريف المجتمع , و يتضمن تعريف مجتمع البحث خاصية واحدة علي الأقل تميزه عن غيره من المجتمعات , و الغرض من تحديد المجتمع هو تحديد الوسيلة التي سوف تتم دراستها مثل (الصحف , المجلات , الإذاعات , القنوات التلفزيونية , القنوات الفضائية , المواقع الالكترونية , الدوريات) أو جمهور وسائل الإعلام (أطفال , نساء , شباب , أبناء , أمهات , كبار السن)¹ وقد قمنا باختيار الإعلاميين الذين تلقوا تدريباً في مركز التدريب الإذاعي بأم البواقي , من أجل التعرف علي دور التدريب في دراستنا هذه و كيفية مساهمته في تحسين الأداء المهني للإعلاميين.

وبعد أن حدد مجتمع البحث , تم اختيار عينة البحث التي ينبغي أن تكون كافية وممثلة للمجتمع وتعبر عن موضوع الدراسة وفي ضوء ذلك اخترنا العينة القصدية : لأنها هي الأكثر ملائمة لدراسة هذا الموضوع " حيث يقوم الباحث فيها باختيار عدد من الوحدات أو المفردات الممثلة للمجتمع الكلي , و التي هم علي علاقة مباشرة بموضوع البحث , من أجل تزويده بما يحتاجه من بيانات تعرفه بحقيقة هذا الموضوع"²

11- أدوات جمع البيانات :

يمكن الإشارة إلي أن البحوث الميدانية هي التي تنفذ عن طريق جمع المعلومات من مواقع المؤسسات أو مفردات بشرية المعنية بالدراسة , ويكون جمع المعلومات عن طريق الاستبيان أو المقابلة و المواجهة والملاحظة المباشرة³

¹ منال هلال المزاهرة , مناهج البحث الإعلامي , ط1, دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة , عمان , 2014, ص 90
صالح بن نوار , مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية و الإنسانية , د.ط, دار الفائز للطباعة , قسنطينة - الجزائر , 2012, ص 196

عامر قنديلجي , البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية و الالكترونية , د.ط, دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع , عمان-الأردن , 2007, ص 52

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

1- المقابلة : تعد المقابلة استبانة شفوية يقوم من خلالها الباحث بجمع معلومات بطريقة شفوية مباشرة من المبحوث , و الفرق بين المقابلة و الاستبيان يكمن في أن المبحوث هو الذي يكتب الإجابة علي الأسئلة بينما يكتب الباحث بنفسه إجابات المبحوث في المقابلة .

و المقابلة عبارة عن حوار يدور بين الباحث (القابل) و الشخص الذي يتم مقابله (المستجيب)¹

وقد اعتمدت الدراسة علي المقابلة غير المقننة المباشرة " وفيها لا تكون الأسئلة موضوعة مسبقا بل يطرح الباحث سؤالاً عاماً حول مشكلة البحث , ومن خلال إجابة المبحوث يتسلسل في طرح الأسئلة الأخرى. و يستخدم هذا النوع من المقابلة الاستطلاعية , وعندما يكون الباحث غير ملم بالمشكلة أو الظاهرة و ليس لديه خلفية كاملة حولها " ²

وذلك لمعرفة بعض المعلومات و الأفكار حول التدريب الإعلامي الذي يقوم به مركز التدريب الإذاعي و نشاطات التي يقوم بها , حيث تعد القابلة أداة مهمة في جمع المعلومات , وقد تمت القابلة مع : مدير إذاعة أم البواقي حيث أنه هو المسؤول عن المركز و المشرف علي الدورات التي يقوم بها .

2- الملاحظة : وقد اعتمدا علي الملاحظة " والتي تحتوي علي المتابعة الواعية بالسمع و النظر فإذا استمع الباحث بانتباه لحديث المبحوث فانه يستطيع تتبع نبات تفكيره ويستوعب مقاصده , إذا ما نظر الباحث بانتباه يستطيع أن يلاحظ سلوكياته من خلال الحركة ³

واعتمدنا علي الملاحظة من أجل الإحاطة أكثر بالعملية التدريبية, واكتساب أو الحصول علي بعض المعلومات المفيدة للدراسة , ومعرفة بعض الممارسات و كيفية القيام بالعملية التدريبية التي يقوم بها مركز التدريب الإذاعي بأم البواقي

¹ ربحي مصطفى عليان , عثمان محمد عنيق , أساليب البحث العلمي , ط2, دار صفاء , عمان , 2008, ص 109

² جودت عزت عطوي , أساليب البحث العلمي , ط1, دار الثقافة للنشر و التوزيع , عمان - الأردن , 2007, ص 112
مروان عبد المجيد إبراهيم , أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية, د.ط, دار الوراق للنشر و التوزيع و الطباعة ,

³ جدة , المملكة السعودية , 1983, ص 24

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

3- استمارة الاستبيان : قد يرغب باحث في إجراء دراسة تتصل بعدد كبير من الأفراد يتواجدون في مكان واحد أو أمكنة متباعدة , و من أفضل الوسائل المتبعة في دراسة حالات من هذا النوع :

"الاستبيان و يضم الاستبيان عادة تعليمات يسترشد ها من يجيب علي الاستبيان بمجموعة من الأسئلة , هذا و قد تكون أسئلة الاستبيان مفتوحة أي تفسح المجال أمام المرء يجيب بأسلوبه عما يشعر به و قد تكون مقيدة أي تقيد المرء بان يختار الجواب من عدة إجابات تلي السؤال"¹

و لهذا استعانت الدراسة بالاستبيان بين فئة من المتدربين لدى مركز التدريب الإذاعي بأب البواقي , من أجل التعرف علي دور التدريب الإعلامي في تحسين الأداء المهني لدى المتدربين

وأيضا للإجابة علي تساؤلات الدراسة ,تم الاعتماد علي المحاور الثلاثة التالية :

المحور الأول : ما طبيعة التدريب الذي يتلقاه الإعلاميون بمركز التدريب الإذاعي بأب البواقي ؟

المحور الثاني : معرفة المهارات المكتسبة و مدى الاستفادة من التدريب الإذاعي بأب البواقي ؟

المحور الثالث : المعوقات التي يواجهها التدريب في مركز التدريب الإذاعي وسبل الارتقاء به ؟

ونشير إلي أن معظم أسئلة الاستبيان الخاصة بالدراسة كانت من نوع الأسئلة المغلقة , من أجل الحصول علي معلومات دقيقة من طرف المتدربين .

كما تم تحكيم استمارة الاستبيان قبل أن يتم توزيعها من قبل أساتذة في الاختصاص كل من :

الأساتذة : جعفري نبيلة

الأساتذة : قطاف سارة

ومن خلا التحكيم تم تعديل الاستبيان بإضافة بعض الأسئلة ,قبل النزول به إلي الميدان .

حلمي محمد فوزي , المرشد في كتابة الأبحاث , ط4, دار الشروق للنشر و التوزيع و الطباعة , جدة - المملكة العربية

السعودية , 1983, ص 24

الفصل الثاني

التدريب الإعلامي

و الأداء الإعلامي

الفصل الثانيالتدريب الإعلامي و الأداء الإعلامي

تمهيد :

يحتل التدريب الإعلامي مكانة هامة في المؤسسات الإعلامية , إذا يشكل وسيلة لتطوير الأداء المهني للإعلاميين من خلال مواكبة المستجدات , وتطوير المهارات فالتقنيات الحديثة و التطوير المتجدد للإعلام أثر بشكل كبير في الأداء المهني مما أدى من التدريب عملية مهمة تساهم بفاعلية في تنمية العاملين في المؤسسة من خلال تنمية المعارف و المهارات و الاتجاهات .

حيث يهدف هذا الفصل إلي رصد واقع و دور التدريب الإعلامي , و الأهمية التي يكتسها في تطوير الأداء المهني بالقطاع الإعلامي , باعتباره أمرا واقعا و ممارسة مهنية لمواكبة التغيرات التي يشهدها المجال الإعلامي وذلك بالوقوف علي بعض العناصر المتعلقة بمدى مساهمة التدريب الإعلامي في تطوير الكفاءات المهنية للإعلاميين من خلال مبحثين تناول المبحث الأول :التدريب الإعلامي , و المبحث الثاني تضمن الأداء الإعلامي .

1- تعريف المدرب :

يمكن تحديد تعريف للمدرب : أنه ذلك الشخص الذي يتمتع بالصفات و المهارات التي تمكنه من إيصال الأفكار و المعلومات للمتدربين بصورة سليمة يطور من خلال قدرات و مهارات الآخرين في موضوع المعرفة مدار البحث و بطريقة مميزة متواصلة تتم عن قدرات و خبرات يتمتع بها¹

و هو الشخص المسؤول عن إعداد و اختيار المادة العلمية المناسبة لتلبية أهداف التدريب , و لذلك فانه من المهم إن يتم اختيار المدرب المناسب القادر علي استخدام وسائل التدريب و أساليبه المتنوعة بما يتفق مع طبيعة المتدرب و أهدافه و مستوى التدريب²

2- أهمية التدريب و التأهيل الإعلامي في وسائل الإعلام :

يعتبر التدريب نوعا من أنواع تنمية المهارات , إدارية كانت أم فنية , و إسهاما فعالا في تنمية القوى البشرية وعنصرا مؤثرا في زيادة فعالية عطاء و أداء المتدرب , و أسلوبا من أساليب رفع إنتاجية العمل .

ومن هنا يصبح التدريب بشقيه النظري, و العملي أحد البرامج التي تعد الهياكل الفنية اعدادا سليما يمكنها من المساهمة في القيام بمسؤولياتها , وأداء واجباتها منطلقا في ذلك من قاعدة سليمة تنمي القدرات و تعمل علي زيادة العطاء . و الإنسان بما يملكه من طاقة عمل هو أحد عناصر الإنتاج بل هو أهمها علي الإطلاق , فقد أدركت وسائل الإعلام أهمية التدريب في حياة الإنسان العامل فيها باعتباره أهم عناصر الإنتاج لوسائل الإعلام.³

¹ بلال خلف السكارنة , طرق إبداعية في التدريب, ط1, دار المسيرة للنشر والتوزيع , عمان , 2011, ص 86

² رداح الخطيب , أحمد الخطيب , التدريب الفعال , ط1, جدار للكتاب العالمي للنشر و التوزيع , عمان , 2006, ص 318

³ طارق الشاري , الإعلام الإذاعي , ط1, دار أسامة للنشر و التوزيع , عمان , 2010, ص 168

المبحث الأول.....التدريب الإعلامي

وتتأني أهمية التدريب و التأهيل المهني لكادر العمل في وسائل الإعلام , من الحاجات الملحة لهذه الأظر البشرية المؤهلة فنيا و تقنيا لإدارة المؤسسات الإعلامية و التعامل مع معطيات الحياة المعاصرة بكفاءة و إتقان . لهذه الأسباب فان التدريب الإعلامي للعاملين في المجالين السمعي و البصري يعد حجر الزاوية و الأساس الذي تقوم عليه البني الاقناعية للإعلام المعاصر , الذي ينفذ السياسات الإعلامية بالدقة المطلوبة .

و هناك أهمية أخرى للتدريب الإعلامي تنبع من حاجة المجتمعات إلي هذه الأظر البشرية الفنية المؤهلة خاصة و إن الحاجة إلي التدريب تزداد و تكون أكثر أهمية كلما تطورت تقنيات الإعلام , لان أي تطور في تقنيات يفرض الحاجة إلي تطوير أساليب الممارسة و تطوير المضامين و التعمق فيها , وابتكار أساليب جديدة لاستيعاب التطورات الحديثة في الميدان الإعلامي¹

3- أهداف التدريب الاعلامي :

يهدف التدريب إلي الارتقاء بأداء الموظف و رفع كفاءته في النهوض بأعباء الوظيفة العامة , و تحقيقا لهذا الهدف الهام فان النشاط التدريبي يركز علي أهداف جزئية أو تفصيلية يمكننا جعلها بصفة عامة فيما يلي :

التدريب مدخل للمهارة : تعد المهارة الوظيفة الأساسية للتدريب و يتجسد تحقيق هذا الهدف من خلال تعزيز المهارات المتوفرة و المطلوب توكيدها و صقلها لتتناسب و متطلبات الفعالية الإدارية و تعديل بعض المهارات للتوافق مع التطورات التقنية الحديثة و تطوير القدرات الذاتية للعاملين بصقل مهاراتهم و المساهمة في ابتكار الأساليب و الوسائل المساندة لمنظومة المهارات و تطويرها²

تتمية المهارات و تطويرها

تتمية الموارد البشرية في قطاع الإعلام

تطوير الأداء الإعلامي ليقوم علي المهنية والتميز و الإبداع و الحرية المسولة

مواكبة التطورات السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية المعاصرة³

مصطفى حميد كاظم الظائي , الفنون الإذاعية و التلفزيونية " وفلسفة الإقناع " , ط1, دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر , الإسكندرية

¹, 2008, ص 126

² هيثم حمود الشبلي , إدارة المنشآت المعاصرة , ط1, دار صفاء للنشر, عمان, 2009, ص 188

³ هاني محمود الكايد , إدارة و هيكله الهيئات و المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي , ط1, دار الراية للنشر , عمان , 2008, ص 175

مساعدة العاملين علي أداء الأعمال و الوظائف الحالية بأحسن مستوى ممكن

تقديم المعرفة

تزويد الفرد و إكساب معارف أو مهارات لازمة لممارسة العمل أو أداء المهام التي يوكل بها ¹

4- أسس ومبادئ التدريب الإعلامي:

أ-أسس التدريب الإعلامي :

يقوم التدريب الإعلامي علي مجموعة من الأسس وهي كالآتي :

الأساس المهني أو الفني : والذي يتطلب من المدرب أو القائم علي الإعلام أن يتعرف علي طبيعة الأفراد , للعمل علي النواحي المطلوبة لتنمية أداء الأفراد و تضمين البرنامج التدريبي للمهارات و المعارف المطلوبة.

الأساس النفسي : وهو مكمل للأساس المهني بحيث يجب علي المدرب أن يأخذ في الاعتبار ضرورة القيام بتضمن البرنامج التدريبي للاحتياجات التدريبية و النفسية للمتدربين و القيام بتطويع البرنامج التدريبي و تشكيله بما يتناسب مع الاتجاهات و القيم الاجتماعية و الاقتصادية ²

أن يؤسس التدريب علي إطار أو نموذج نظري يستمد مبادئه من الحقائق التدريبية

أن يلبي التدريب حاجات تدريبية حقيقية

الاستناد إلي معايير لقياس أداء التدريب

أن يمكن التدريب المتدربين من تحقيق ذاتهم , و يحفزهم للتعليم

أن يحقق التدريب و برامجه التطابق أو التوافق ما بين الأفكار النظرية و الممارسات العلمية

أن تتوفر المرونة و تتعدد الاختيارات في البرنامج التدريبي ³

¹ رفعت عارف الضبع , الإذاعة النوعية , ط1, دار الفجر للنشر , القاهرة - مصر , 2011,ص 233

² محمد أبو سمرة , الإعلام المهني , ط1, دار الراية للنشر و التوزيع , عمان - الأردن , 2009,ص 162

³ محمد حمود حسن , مرجع سبق ذكره , ص 118

المبحث الأول.....التدريب الإعلامي

ب- مبادئ التدريب الإعلامي :

تتمثل أهم مبادئ التدريب الإعلامي في الآتي :

- 1- الهادفة : وهذا يعني أن للتدريب هدفا محددا قابلا للتطبيق و موضوعيا
- 2- الاستمرارية : فالتدريب يبدأ مع بداية الحياة الوظيفية للفرد, ويستمر خطوة بعد أخرى لتطويره و تتميته
- 3- الشمول : بمعنى أن التدريب الإعلامي يوجه إلي الإعلاميين في مختلف المستويات في المؤسسة الإعلامية
- 4- التدرج : أي أن تنفيذ التدريب يبدأ بمعالجة الموضوعات السهلة , ثم يتدرج اليم اهو أصعب و هكذا حتى يصل إلي معالجة المشكلات الأكثر صعوبة .
- 5- النظام المفتوح : النظام هو مركب متكامل يتكون من عدد من العناصر الفرعية تتفاعل و تنظم معا بشكل متناسق
- 6- مواكبة التطور: بمعنى إن يأتي التدريب لإشباع الاحتياجات التدريبية المستقبلية للإعلاميين¹
- 7- الشرعية : يجب أن يتم التدريب وفقا للقوانين و الأنظمة و اللوائح المعمول بها داخل المؤسسة الإعلامية
- 8- المنطقية : يجب أن يتم التدريب الإعلامي بناء علي فهم منطقي وواقعي , ودقيق وواضح للاحتياجات التدريبية
- 9- المرونة : يجب أن يتطور نظام التدريب الإعلامي و عملياته لمواكبة التطور و التزود بالوسائل و الأدوات و الأساليب اللازمة لإشباع الاحتياجات التدريبية للإعلاميين بما يتناسب مع مستوياتهم²

¹ نادر أحمد أبو شيحة , إدارة الموارد البشرية , ط1, دار صفاء للنشر و التوزيع , عمان , 2010, ص 390

² بلال خلف السكارنة , الحقائق التدريبية , ط1, دار المسيرة للنشر و التوزيع , عمان , 2011, ص 30

المبحث الأول.....التدريب الإعلامي

5- أنواع التدريب الإعلامي : ينقسم إلي نوعين رئيسيين :

1- برامج التطوير : تستهدف تغيير وجهة نظر و التفكير , و العمل علي تنمية المهارات والمعارف و مواكبة الانجازات المتقدمة .

2- برامج التكتيك : تستخدم في تنمية مهارات فنية متخصصة , تنقسم برامج التكتيك حسب الهدف منها :

أ- التدريب التأهيلي : يتم بعد التخرج مباشرة و قبل التعيين و يستهدف تعريف المتدرب بكافة المتغيرات التي سيعمل في ظلها , و كذلك بمجموعة من المعارف التي يحتاجها لمزاولة العمل

ب- التدريب التنشيطي أو التجديدي : يستهدف إنعاش و بلورة المهارات التي يحتمل أن تكون قد نسيت في غمار العمل , و تعريف المتدرب الجديد و المستحدث منها و تهيئة قدرات العاملين الأساسية للتماشي مع التطورات الفنية و التكنولوجية¹

ج- التدريب التبادلي : يتم عن طريق مزج التدريب بالعمل مما يتيح للمتدرب أن يكشف نفسه و قدراته و عيوبه عن طريق المقارنة الفعلية بين ما تدرّب عليه و ما يقوم بأدائه فعلا .

د- تدريب التطوير و التنمية : يستهدف تعميق المعلومات التخصصية أو زيادة المهارات الخاصة بعملية أو مهمة محددة ضمن إطار عمل التدريب.

هـ- إعادة التدريب : يستهدف إكساب المتدرب معارف و مهارات لازمة لأداء عمل يختلف عن العمل الأصلي القائم به و الذي سبق له التدريب عليه

و- التدريب الإضافي : يستهدف إكساب المتدرب معارف إضافية , تمكنه من التحرك بين أعمال واختصاصات متنوعة ترفع من كفاءته في العمل.

ز- التدريب المتقدم: يستهدف إعداد المتدربين لتولى وظائف أو اختصاصات أو مراكز أكبر مسؤولية.²

¹ علي عبد الفتاح كنعان , إدارة المؤسسات الإعلامية و الصحفية , ط. العربية , دار الأيام للنشر و التوزيع , عمان , 2014, ص 80

² علي كنعان , تخطيط و تنظيم البرامج الإعلامية , ط. العربية , دار الأيام للنشر و التوزيع , عمان , 2015, ص ص 35, 36

المبحث الأول.....التدريب الإعلامي

ويمكن تقسيم التدريب الإعلامي إجمالاً من حيث مضمونه إلى عدة أنواع من أهمها :

أ- التدريب التخصصي : هذا النوع من التدريب الإعلامي هدفه تعويض القصور في المعارف و المهارات لدى الإعلاميين المتعلقة بطبيعة أعمالهم , ورفع كفاءة الإعلاميين في أدائهم لتلك الأعمال .

ب- التدريب المهني : يقوم بهذا النوع من التدريب عادة مراكز متخصصة في المجال , حيث تقوم هذه المراكز علي مهن محددة حسب الحاجة , و في نهاية البرنامج التدريبي توزع الشهادات علي المتدربين الذين اشتركوا واجتازوا البرنامج ¹.

6- أساليب التدريب الإعلامي :

تشمل إستراتيجية التدريب الإعلامي و التنمية علي مجموعة كبيرة من الأساليب يمكن تصنيفها في مجموعات , مع الإشارة إلي أن الأسلوب الواحد يمكن تصنيفه في أكثر من مجموعة : و فيما يلي هذا التصنيف :

1- مجموعة الأساليب التطبيقية : وهي التي تركز علي الجانب العملي في عملية التعلم

2- مجموعة أساليب تطوير و تحسين الأداء : وهي التي تركز علي رفع مستوى المهارة و المعرفة لدى المتدرب .

3- مجموعة الأساليب السلوكية : وهي التي تركز علي إكساب أو تعليم المتدربين أنماطاً سلوكية جديدة أو تعديل السلوكيات الحالية .

4- مجموعة الأساليب الفردية : و فيها يتم عملية التعلم بشكل إفرادي , فالأول هو المدرب و الثاني هو المتدرب²

¹ محفوظ أحمد جودة , إدارة الموارد البشرية , ط1, دار وائل للنشر و التوزيع , عمان , 2010, ص 184
² عمر وصفي عقيلي , إدارة الموارد البشرية المعاصرة , ط1, دار وائل للنشر و التوزيع , 2005, ص 463

المبحث الأول.....التدريب الإعلامي

5- التركيز علي التدريب الجماعي وبناء فرق العمل الفعالة الابتكارية المتماسكة

6- الاهتمام بالتغيير الشامل لا الجزئي من خلال التشخيص لربط علاقة المتغيرات القومية بالإنتاجية و

النتائج¹

تتنوع أساليب و طرائق التدريب الإعلامي , و لكن المهم فيها إن يتم الاختيار علي أساس نوع التدريب و نوع المتدربين و الهدف المستهدف من التدريب²

7- التدريب الإعلامي في العالم العربي:

أ- مؤسسات التدريب الإعلامي :

تعني مراكز التدريب في الدول العربية مثل المركز العربي للتدريب سلطنة عمان , المركز العربي للاستشارات و التدريب بالقاهرة , مركز أفاق المستقبل للتدريب الإذاعي و التلفزيوني بدبي , كما يعد مركز التدريب الإعلامي أحد منجزات هيئة الإذاعة و التلفزيون في المملكة العربية السعودية للتدريب و التطوير المستمر للعاملين في الإذاعة و التلفزيون , حيث نظم مجموعة من الدورات المتخصصة مثل : مهارات تقديم البرامج الحوارية . وكذلك يعد مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب في قطر , من أبرز مراكز التدريب الإعلامي المهنية , الاحترافية و الخدمات الاستشارية ومن الدورات التي قدمها : مهارات المراسل التلفزيوني و تدريب المدربين , مهارات تركيز الصوت و الإلقاء.... أما مركز ملتقي الخبرات للتدريب بالرياض : فهو مؤسسة تدريبه سعودية خاصة تتمتع بخبرة في سوق التدريب العربي , حيث أقام دورات تدريبية تجاوزت 500 دورة من خلال فروعها الرئيسية في الرياض و مسقط و 16 مكتب تمثيل حول العالم³

¹ فريد النجار , الإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية , د.ط, دار الجامعية , الإسكندرية , 2007, ص 315

² خالد عبد الرحيم الهيبي , إدارة الموارد البشرية , ط2, دار وائل للنشر , الأردن - عمان , 2005, ص 230

³ مساعد بن عبد الله المحيا , التدريب المهني في الإذاعة و التلفزيون , مجلة الإبداعات العربية , العدد الرابع , 2016, ص 32

المبحث الأول.....التدريب الإعلامي

وهذه أهم برامج التدريب التي قدمها جهاز إذاعة و تلفزيون الخليج لمجلس التعاون لدول الخليج العربية بهدف تطوير و تنمية مهارات العاملين في مجالي الإذاعة و التلفزيون :¹

عدد المتدربين	مكان الدورة	تاريخها	عنوان الدورة
18	مملكة البحرين	2005	إعداد البرامج الحوارية التلفزيونية
15	مسقط- سلطنة عمان	2005	إخراج البرامج الرياضية التلفزيونية
14	الإمارات العربية المتحدة الشارقة	2006	برامج Fusion
18	دولة الكويت	2007	إخراج برامج الأطفال الإذاعية
11	مملكة البحرين	2007	الأساليب الحديثة في إعداد الفواصل الترويجية التلفزيونية
18	المملكة العربية السعودية	2007	إعداد برامج المنوعات الإذاعية
10	دولة قطر	2009	إعداد برامج المنوعات التلفزيونية
15	دولة الكويت	2009	هندسة الصوت في الإذاعة
19	سلطنة عمان - صلالة	2009	فن الإلقاء الإذاعي
16	مملكة البحرين	2011	الأساليب الحديثة في تحرير الأخبار الإذاعية

تطور مؤسسات التدريب في مجال الإذاعة و التلفزيون بالعالم العربي أنظر الملحق رقم 2

¹مساعد عبد الله المحيا , مرجع سبق ذكره , ص 33

المبحث الأول.....التدريب الإعلامي

ب - دور اتحاد إذاعات الدول العربية في خدمة التدريب الإذاعي :

يسعى اتحاد إذاعات الدول العربية إلي توفير فرص التدريب للعاملين في هيئات الإذاعات العربية علي أساس أن التدريب المستمر , علي تباين مستوياته هو حجر الزاوية في دعم العمل الإذاعي العربي لأنه ينمي الثروة البشرية و لذلك يدعم الاتحاد مراكز و معاهد التدريب المحلية في الوطن العربي و أنشأ المركز العربي للتدريب الإذاعي في دمشق , و المركز العربي لبحوث المستمعين و المشاهدين في بغداد¹

وكذلك توجد هناك مراكز التدريب الإعلامي على مستوى الجزائر مثل :

1- مركز التدريب الإذاعي تيبازة :

ويعتبر أول مركز للتدريب الإذاعي في الجزائر , الكائن مقره بإذاعة تيبازة الجهوية , وهو لبنة أساسية لمؤسسة الإذاعة الجزائرية التي تدعمت بهذا الصرح من أجل مواكبة كل ما هو جديد في قطاع الإعلام من خلال تأهيل عمال الإذاعة الوطنية على اختلاف مشاربها من وطنية إلي جوارية .

وعن طريق الاحتكاك ما بين مؤسسة الإذاعة الجزائرية و مؤسسات إعلامية أجنبية , وضرورة أفرزتها التحديات المستقبلية من أجل التحلي بالمهنية²

¹ عدلي رضا , عاطف العبد , إدارة المؤسسات الإعلامية , د.ط, دار الفكر العربي , مدينة نصر , 2002, ص 177

²[http // www . radiolgerie.dz/news/ ar/ reportage/ 1 7437. html](http://www.radiolgerie.dz/news/ar/reportage/1_7437.html)

2- مركز التدريب الإذاعي بأم البواقي:

تم اقتراح هذا المركز سنة 2014 كمركز ثاني في الجزائر لتكوين الإعلاميين , حيث تمت الموافقة عليه من قبل المديرية العامة ليقدم رسميا للوزارة كمركز تدريب إعلامي تحت إشراف وزير الاتصال : **حميد قرين** الذي أعطي الضوء الأخضر للانطلاق **منذ أفريل 2016**.

كان أول تربص به خاص بفئة الصحفيين احتضن 4 أفواج يحتوي كل فوج علي 16-18 متربص تحت إشراف أساتذة و دكاترة في الاختصاص .

وتربص الثاني خاص بفئة تقنيين تحتوي علي 5 أفواج كل فوج يحتوي علي 14-15 متربص

وهو مركز مستقل عن الإذاعة الجهوية , حيث يمول من طرف الإذاعة الوطنية : بوسائل تقنية متمثلة في حواسيب مبرمجة بنظام **media** وهو معمول به حاليا, و جهاز عرض البيانات من أجل عرض

الدروس النظرية للمتربصين , كما يحتوي علي قاعة خاصة للتربص ومكتبة وقاعة للمأطرين , وقاعة للعمليات التطبيقية.¹

¹ فوصيلي عبد العزيز , رئيس قسم الإدارة و مالية , 15-2-2017, 14:00

المبحث الثاني.....الأداء الإعلامي

- 1- تعريف الإعلامي
- 2- مبادئ الأداء الإعلامي
- 3- مميزات الأداء الإعلامي
- 4- العوامل المؤثرة في الأداء الإعلامي
- 5- مهارات أداء الإعلاميين
- 6- المقومات الأخلاقية للإعلاميين
- 7- أهمية تقييم أداء الإعلاميين

1- تعريف الإعلامي (رجل الإعلام)

تعددت أسامي كل عامل في ميدان الصحافة خاصة , أو في الإعلام عامة وقيل عن كل إنسان يعمل في هذين الميدانيين : أي ميداني الصفحات المكتوبة أو الكتب المؤلفة كتابة أو قولاً أو مشاهدة أي كلاماً مكتوباً " الجريدة " أو قولاً مسموعاً للإذاعة أو حديثاً شفهيّاً, سواء كان من خلف ستار المكتب أو المذيع أو واجهة التلفزيون .

يطلق علي هذا الإنسان الألقاب الآتية :

الصحافي = رجل الصحافة

الإعلامي = رجل الإعلام

فهو الكاتب و المحرر و الموظف و المصور : كل من يسهم في القيام بالعمل , مهما كان نوع عمله الوظيفي¹

نقصد به كل من يقوم علي إعداد أو كتابة أو نشر أو بث المواد الإعلامية في الصحف و المجلات و كذلك كل من يعد البرامج للإذاعة و التلفزيون و عبر الانترنت و يضم هذا كلا من المحررين , و الكتاب , و المراسلين و المعدين و المخرجين و مقدمي البرامج الخ²

2- مبادئ الأداء الإعلامي :

يمكن تحديد بعض المبادئ التي يجب أن يلتزم بها الإعلامي في العملية الإعلامية كما يلي³:

1- الجانب الإنساني و ضرورة الاهتمام بالإنسان : فالمادة الإعلامية توجه إلي الإنسان و لهذا يجب التقيد في مجالات الإعلام بالجانب الإنساني و تحقيق رفاهية الفرد .

2- مناسبة الرسالة الإعلامية لمستوي عقلية الجماهير

¹ سمير كبريت , اللغة العربية " و إعداد رجال الإعلام " , ط1, دار النهضة العربية , بيروت - لبنان , 2010, ص 46

² سمير محمود , الإعلام العلمي , ط1, دار الفجر للنشر و التوزيع , النهضة الجديدة - القاهرة , 2008, ص 88

³ نجلاء محمد صالح , مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية , ط1, دار الثقافة للنشر و التوزيع , عمان - الأردن , 2010, ص 78

المبحث الثاني.....الأداء الإعلامي

- 3- اختيار أسلوب مناسب للتخاطب مع الجماهير لضمان التأثير عليهم .
- 4- مراعاة عامل الوقت باعتباره من الضمانات التي تساعد علي تحقيق أهداف البرامج الإعلامية .
- 5- وضوح المادة الإعلامية حني تصل إلي عقول الجماهير و قلوبهم .
- 6- التأكد و مراجعة المادة الإعلامية قبل نشرها علي الجماهير
- 7- ملائمة وواقعية المادة الإعلامية للجمهور
- 8- التوفيق بين الوسائل المستخدمة و ضمان عدم وجود تعارض أو تنافر في المادة الإعلامية المقدمة للجمهور¹

3- مميزات الأداء الإعلامي:

- يري بعض الباحثين أن الإعلامي يجب أن يتصف بالمميزات التالية , أهمها ما يلي :
- يقظ :** و المقصود به : السلوك الواعي اليقظ و المتنبه للأمور , و المتميز بقوة الملاحظة الدقيقة الهادفة و المثابرة في التعامل مع الآخرين , أي أن اليقظ هو حاضر الذهن غير المشتت
- مبتكر :** و يقصد به السلوك الابتكارية المتميز بالقدرة علي الإنتاج إنتاجا يتميز بأكبر قدر ممكن من الطلاقة الفكرية و المرونة التلقائية , ويتجسد ذلك باستجابته لمشكلة أو موقف مثير
- واسع الأفق :** و يعني به السلوك النامي و المتحرر للإعلامي المتميز بسعة الأفق , وذلك بالمحافظة علي دوام التجديد و استمراره , ومواصلة البحث و الاستفادة من كل علم و فن
- هادئ و مستقر :** هدوء السلوك بالمحافظة علي قدر مناسب من الاستقرار و الثبات الهدوء ,الصبر , و التحكم بالعاطفة
- ديمقراطي :** وهو أن يتحلي بالسلوك الديمقراطي المتمسم بالقيادة الطوعية و الاقناعية القائمة علي أساس العدل و المساواة , و التحرر من كل أشكال الضغط و التسلط ...²

¹نجلاء محمد صالح , مرجع سبق ذكره , ص 78

² عبد الجبار دولة , التربية الإعلامية في المجتمع العربي المعاصر , رسالة ماجستير في الإعلام , جامعة سانت كليمنتوس , 2005, ص 36

4- العوامل المؤثرة في الأداء الإعلامي :

يعبر عن النتائج التي يحققها الإعلامي , و تتأثر هذه النتائج بعدد من العوامل المساهمة في الأداء بعض هذه العوامل تخضع لسيطرة الإعلامي نفسه , و البعض الآخر يخرج عن سيطرته هذه العوامل هي :

الإعلامي : بما يمتلكه من معرفة و مهارات واهتمامات و قيم واتجاهات و دوافع .

الوظيفة : بما تتصف به من متطلبات و تحديات في العمل

الموقف : بما تتصف به البيئة التنظيمية , و التي تتضمن مناخ العمل و الإشراف ووفرة الموارد و الأنظمة

ويحتاج تحسين الأداء إلي دراسة هذه العوامل بحثا عن الطرق و الأساليب المناسبة لتحسينها , فقد يؤدي التغيير في إحداها إلي تغيير مفاجئ و مثير في الأداء¹

وفي دراستنا هذه نحاول البحث في العوامل التي تخضع لسيطرة الإعلامي نفسه من خلال التركيز علي المهارات التي يكتسبها من خلال التدريب الإعلامي , وكيف يمكن أن تساهم في تحسين الأداء الإعلامي

5- مهارات أداء الإعلاميين :

إن أشكال المختلفة والتي يقصد بها الكفايات , هي التي تمثل الحد الأدنى الذي يلزم لتحقيق هدف ما أما كيف يتحقق الهدف بفاعلية فان ذلك يتم حين يشارك الأداء المهارة , ومن بين مهارات الأداء ما يأتي:

1- مهارات برامج الإعداد :

أ- مهارات خاصة بالألفاظ البرنامج المعد : تعد الألفاظ و الكلمات التي يوظفها الإعلامي في إعداد البرنامج اللبنة الأولى في عملية التعبير عن أفكار البرنامج , و المعد للبرنامج لا يستخدم الألفاظ فرادى أو لذاتها بل انه يربط الألفاظ و يستعيض بها عن الأشياء ذاتها , و تختلف الكلمات من معد إلي معد آخر حيث لكل شخص مهمته في الكتابة بطريقته الخاصة تبعا لحصيلته اللغوية , و قدرته علي انتقاء الكلمة المناسبة لتعبير عن الفكرة المرادة²

محمد قدرى حسن , إدارة الأداء المتميز " قياس الأداء - تقويم الأداء - تحسين الأداء مؤسسيا و فرديا , د.ط, دار الجامعة الجديدة , الإسكندرية , 2015, ص 429

² كامل الطراونة , مهارات المذيع المتميز في عمليات الاتصال , ط1, دار أسامة للنشر و التوزيع , الأردن - عمان , 2014, ص 174

المبحث الثاني.....الأداء الإعلامي

ب- مهارات خاصة بتراكيب البرنامج المعد: تعد الجملة الخطوة الأولى التي يوظفها الإعلامي في إعداده للبرامج في عملية التركيب الإنشائي للتعبير عن أفكاره , و لا نعني هنا بالجملة النحوية فقط بل الجملة المؤثرة التي تعبر عن فكرة كاملة

2- إستراتيجية تفعيل الوقت :

تزداد قدرة الإعلامي في عرضه للموضوعات ضمن البرامج , حينما يتحكم بالوقت أي في حدود الوقت المخصص لعرض كل برنامج بحسب ما يحتاج من الوقت¹

3- إستراتيجية اللغة و الكتابة و التحرير :

ويقصد بها قدرة الإعلامي علي توظيف لغته بشكل علمي صحيح و قويم و ممارسته لعملية الكتابة الهادفة التي تتوفر فيها عناصر البساطة و الوضوح و القوة معا من أجل تقديم مضمون جيد بعيدا عن التشويش

4- مهارة العلاقات العامة :

ويقصد بها حسن التعامل و التصرف مع الجماهير علي اختلاف شرائحها و ممارسة فن الاستماع الفعال باهتمام و تقدير , و القدرة علي الوصول إلي عقل و قلب الجمهور المستهدف إضافة إلي إيجاد قنوات الاتصال المستديمة مع وسائل الإعلام و مع الجمهور من خلال وسائل الإعلام و الاتصال

5- مهارات فنية و تقنية :

وتتنوع المهارات الفنية و التقنية ما بين القدرة علي التصميم و إصدار المطبوعات بأشكال مختلفة تتناسب و طبيعة الرسالة و الجمهور و الوسيلة الإعلامية (فن الإخراج الصحفي) إلي القدرة علي التعامل مع وسائل الاتصال و المعلومات²

¹ كامل الطراونة , مرجع سبق ذكره , ص 174

² محسن الإفرنجي , إستراتيجية لتطوير الأداء الإعلامي في المنظمات الأهلية , Strategic-media-for- ngos 1 mode de compatibilité,

المبحث الثاني.....الأداء الإعلامي

وهناك مهارات أخرى مطلوبة نذكر منها :

مهارات الانتباه , و التركيز , والتنسيق , السيطرة الشخصية , السيطرة علي المفاجآت الحماسة , المهارات الصوتية¹

6- المقومات الأخلاقية للإعلاميين :

الإعلامي هو أحد أركان العملية الإعلامية و لا يمكن أن يكون الإعلام إلا بوجوده , مثلما لا يمكن أن تقوم الدعوة الإسلامية الابالدعاة , و لن تتحقق المسؤولية الأخلاقية لوسائل الإعلام و الدعوة بصورة شاملة يتمتع القائمون يهما بشخصية خلقية ملتزمة , وهذا ما دفع المنظرون في الإعلام العام يولوا هذا الجانب اهتماما متزايدا ومن أهم مقومات الشخصية للإعلامي , وتعد أصولا و أعمدة يرتكز عليها الإعلامي ليتكامل عمله و لتصبح رسالته مؤثرة ما يأتي²

1- الصدق : هو الدافع لأدبيات التعامل مع (المادة) الإعلامية , فالحقيقة هي المحور المحرك للإعلامي و الوصول إليها ليس عن الطرق الملتوية ولا القصيرة بما يخدش دقتها وواقعيتها , بل يمكن الوصول إليها عن طريق صعبة و لكن سليمة, لأن الحقائق ليست دوما في متناول من يريدونها فلا بدمن الوصول إلي مصدرها بشتى الطرق

2- احترام الكرامة الإنسانية : مما يقتضي عرض الأخبار بما لا يمس هذه الكرامة جماعية كانت (فئة أو ثقافة أو دين) إن هذا يقتضي استعمال وسائل قانونية سليمة للحصول علي المعلومات بحيث لايجوز استعمال أساليب الخداع أو التوريط أو الابتزاز أو التلاعب بالأشخاص (مثل التسجيل أو التصوير غير قانوني)³

¹ وليد حسن الحديثي , فن الإلقاء و التقديم و الكتابة " للإذاعة و التلفزيون " , ط1, دار الكتب للنشر و التوزيع , القاهرة , 2006, ص 48

² طه أحمد الزيدي , المسؤولية الأخلاقية في الإعلام الإسلامي , ط1, دار النفائس للنشر و التوزيع , الأردن , 2013, ص 94

³ ماهر عودة الشمائلة و آخرون , أخلاقيات المهنة الإعلامية , ط1, دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع , عمان - الأردن, 2015, ص 31

المبحث الثاني.....الأداء الإعلامي

كما أن السرية مطلوبة و لكن الأهم في أخلاقيات الإعلامي , الذي يقتضي بالخضوع و الالتزام بقواعد المهنة و مصلحة المؤسسة إلا إذا كانت المعلومات ضد المصلحة العامة و مصلحة الوطن , أي أن الإعلامي يجب عليه أن يلتزم بالمصلحة العامة , كما لا ينسى أخلاقيات الإعلام و الالتزام بقواعد المهنة أولاً و أخيراً¹

7- أهمية تقييم أداء الإعلاميين :

باستطاعتنا تفهم أهمية تقييم الإعلاميين من خلال التعرف علي مدى الفائدة التي تعود المؤسسة الإعلامية بشكل عام و علي الإعلاميين بشكل خاص كالتالي :

تمكين المؤسسة من تقييم المشرفين و المدراء ومدى فاعليتهم في تنمية و تطوير الإعلاميين الذين يعملون تحت إشرافهم

تمكين الإعلاميين من معرفة نقاط ضعفهم و قوتهم في أعمالهم و العمل علي تفادي و التخلص من جوانب القصور و الضعف

يشكل فرصة للإعلاميين لتدارك أخطائهم و العمل علي تجنبها و تنمية مهاراتهم و تحقيق ما يصبون إليه

يفيد في رفع الروح المعنوية للعاملين و توطيد الصلات و العلاقات بين المدرب و الإعلاميين

يساهم في تعديل معايير الأداء و زيادة أداء الإعلاميين و المؤسسة بشكل عام

يساهم في رسم خطة القوى العاملة للمؤسسة و ما تتطلبه من تنمية و تدريب و توفير المكافآت و الحوافز للإعلاميين²

¹ بسام عبد الرحمن المشاقبة , أخلاقيات العمل الإعلامي , ط1, دار أسامة للنشر و التوزيع , الأردن - عمان , 2015, ص 170

² حنا نصر الله , إدارة الموارد البشرية , ط1, دار زهران للنشر و التوزيع , عمان , 2013, ص 170

خلاصة :

ومما سبق نخلص إلي أن التدريب أصبح اليوم ضرورة يجب علي المؤسسات الإعلامية توفيرها الاعلامين , من أجل تحسن و رفع كفاءة الأداء الإعلامي و تدعيمهم لتقديم الأفضل و هذا ما يؤدي بالمؤسسة إلي تحقيق التميز في المجال و الوظائف التي تؤديها .

وهذا بسبب اهتمامها و معرفتها لمدي ضرورة التدريب في تحسين الأداء المهني و بالتالي تستطيع مواجهة التحديات و التطورات التي يواكبها المجتمع في جميع المجالات.

الفصل الثالث

الإطار التطبيقي

للدراسة

الفصل الثالث.....الإطار التطبيقي للدراسة

تحليل نتائج الاستبيان و تفسيرها :

بعد تطبيق أدوات البحث و جمع البيانات المتعلقة بالدراسة و تقدير درجات المتغيرات و تبويبها يأتي دور الإحصاء في تحليل هذه البيانات , وتعد الأساليب الإحصائية في الأساس طرقا للتصرف بالبيانات الكمية في صورة مبسطة ذات معني بحيث يمكن فهمها بسهولة , و تتميز الأساليب الإحصائية بميزتين أساسيتين :

أولا : تساعد في تنظيم و تلخيص و توصيف بيانات العينة (الإحصاء الوصفي)

ثانيا: تساعدنا في تحديد مدى ثبات النتائج التي تم الحصول عليها من مجموعة محددة من الأفراد العينة" إلي المجتمع الأكبر الذي تم اختيار العينة منه.ويحتاج كل باحث إلي بعض المعلومات الأساسية في الأساليب الإحصائية .

وذلك لتحليل و تفسير بيانات استمارة الاستبيان ثم مناقشة نتائجها¹

¹ عبد القادر , أساليب البحث العلمي و كتابة التقارير , ط1, دار الكتاب الحديث , القاهرة , 2012, ص 217

1- تحليل صفات العينة:

جدول (2) يبين أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
58%	29	ذكر
42%	21	أنثى
100%	50	المجموع

يوضح لنا الجدول (2) توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس حيث أظهرت النتائج أن عدد الذكور هو (29) وبنسبة (58%) وهي أعلى نسبة من الإناث الذي بلغ عددهن (21) و بنسبة (42%) من مجموع أفراد العينة البالغ عددهم (50) فردا

وتعطي هذه التكرارات و النسب , مؤشرا علي أن عدد الذكور في المشاركة بالدورات التدريبية بالمركز التدريب الإذاعي أكبر من عدد الإناث . ومع ذلك فان الفرق ليس كبيرا بينهما حيث أن الإناث لم تتسني لهم فرصة المشاركة فقط , وفي هذا الصدد نجد " أن المؤرخين قاموا بالمساواة بين الجنسين في العديد من الأمم , و كان ذلك في أوائل السبعينات علي سبيل المثال من الناحية المحلية وجدنا تحدي للمساواة بين الجنسين . أما الجانب الأخر من التاريخ فان هناك تحرير للمساواة بين الجنسين و ذلك بناء علي وثيقة الهند التي تطور حركات المرأة حول العالم و ذلك إشارة بأن النساء من كل الثقافات و الطبقات الاجتماعية كانوا يسعون إلي إيجاد التقدم الذي يساوي بين الجنسين سواء في الحقوق أو الواجبات ومن هنا قام العلماء الإعلاميون " بإعلان المساواة كدور مركزي و ضروري , كما اكتشفوا الترابط الشديد بين أجهزة الإعلام وحركات المساواة بين الجنسين¹

¹ أحمد عبد الوهاب , المرأة و الإعلام , ط1, الدار الأكاديمية للعلوم , 2010, ص 7,8

جدول (3) يبين أفراد العينة حسب متغير السن :

الفئات العمرية	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 25	11	22%
من 25-40	33	66%
فوق 40 سنة	6	12%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول (3) توزيع أفراد العينة حسب متغير السن , إذا أجاب جميع المبحوثين وأظهرت النتائج

أن أعلى نسبة للمتدربين المشاركين في التدريب تمثله الفئة العمرية (من 25 - 40) و عددهم (33) وبنسبة (66%) ثم تأتي فئة (أقل من 25) و عددهم (11) وبنسبة (22%) و في الأخير تأتي فئة (فوق 40 سنة) و عددهم (6) وبنسبة (12%)

و تظهر هذه التكرارات و النسب , أن المشاركين الذين توزعت أعمارهم ضمن الفئة العمرية (25-40) احتلوا النسبة الأعلى من الفئات الأخرى , وهي الفئة العمرية التي تدل علي الوقت الملائم للتدريب حيث تمثل منتصف العمل , أما فئة أقل من 25 تحتل النسبة الثانية في مشاركتهم في التدريب كونها تشير إلي بدايات العمل الإعلامي , و هو ما يعني بالتدريب الذي قد يحصل قبل بداية العمل أو أثناءه , وفي الأخير تأتي فئة (فوق 40 سنة) بنسبة (12%) وهي نسبة قليلة و يدل ذلك على أن الإعلامي في هذا العمر يكون متمكن من الممارسة المهنة نتيجة لخبراته الواسعة في المجال الإعلامي حيث لا يحتاج إلي التدريب بشكل كبير .

جدول رقم (4) يبين أفراد العينة حسب التخصص العلمي :

التخصص العلمي	التكرارات	النسبة المئوية
اتصال و علاقات عامة	7	14%
سمعي بصري	20	40%
صحافة مكتوبة	3	16%
علوم سياسية وعلاقات دولية	3	6%

الفصل الثالث..... الإطار التطبيقي للدراسة

مهندس الكتروني	3	6%
علوم اقتصادية	2	4%
علم الاجتماع التربوي	2	4%
حقوق	2	4%
إدارة أعمال	2	4%
الإعلام الآلي	1	2%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول (4) التخصصات العلمية لأفراد العينة , و أظهرت النتائج أن (20) منهم و بنسبة (40%) و (8) منهم و بنسبة (16%) صحافة وإعلام الكتروني و (7) منهم و بنسبة (14%) اتصال و علاقات عامة , ونلاحظ من خلال هذه النسب أن أكثر المتدربين متخصصين في مجال الإعلام و الاتصال , ونجد التخصصات الأخرى كل من علوم سياسية و علاقات دولية . ومهندس الكتروني بنسبة متساوية (6%) , أما التخصصات الأخرى : علوم اقتصادية , و علم الاجتماع التربوي , و الحقوق , وإدارة أعمال بنسبة متساوية قدرت ب (4%) و (1) منهم و بنسبة (2%) متخصص في الإعلام الآلي وتظهر هذه التكرارات و النسب : أن أكثر المتدربين في دورات التدريبية بمركز التدريب الإذاعي هم من أصحاب التخصص في المجال الإعلامي . ثم تأتي التخصصات الأخرى كل من العلوم السياسية و علاقات دولية , و هندسة الكترونية بنسبة (6%) و بعدها تأتي التخصصات الأخرى المشار إليها في الجدول الاعلي .

وفي الأخير يمكن أن نستنتج أن التخصصات الأخرى من غير الإعلامية الشاغلة في مجال الإعلام يدل أو يشير إلي أن الإعلام اليوم مس جميع التخصصات , أي أنه يعتبر ملتقي العلوم حيث أنه يستعين بجميع التخصصات التي من شأنها تساهم في إنتاج و نجاح العملية الإعلامية

جدول (5) يبين أفراد العينة حسب المستوى التعليمي :

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
72%	36	جامعي (التدرج)
28%	14	جامعي (ما بعد التدرج)
100%	50	المجموع

يبين الجدول (5) المستوى التعليمي للمتدربين بمركز التدريب الإذاعي و من خلال التكرارات و النسب المتحصل عليها نجد أن (36) منهم و بنسبة (72%) هم ذو مستوى التدرج و (14) منهم وبنسبة (28%) مستوى ما بعد التدرج .

و تظهر لنا هذه النسب أن أغلبية المتدربين في مستوى التدرج و بنسبة عالية

جدول (6) يبين أفراد العينة حسب متغير الوظيفة الإعلامية

الوظيفة الإعلامية	التكرار	النسبة المئوية
صحفي	15	30%
مراسل	4	8%
مذيع	8	16%
منتج أخبار	7	14%
معد البرامج	4	8%
معد الإشهار	0	0%
منسق إداري	3	6%
تقني	9	18%
المجموع	50	100%

يبين الجدول (6) الوظيفة الإعلامية للمتدربين بمركز التدريب الإذاعي ، حيث نجد هناك اختلاف في الوظيفة من متدرب لآخر ، و أن أعلى نسبة منهم صحفيين (30%) ، و (18%) تقني ، و(16%) مذيع ، ثم منتج الأخبار (14%) ، ثم يأتي كل من مراسل و معد البرامج بنسبة متساوية قدرت ب (8%) و في الأخير منسق إداري بنسبة (6%)

و من خلال هذه النسب ، أظهرت النتائج أن الدورات التدريبية في مركز التدريب الإذاعي شملت جميع الوظائف الإعلامية ، إلا أن نسبة الصحفيين قدرت بنسبة عالية من الوظائف الأخرى ربما راجع ذلك لأهمية المهام التي يقوم بها الصحفي لأنه اليوم أصبح التعليق علي كل كلمة بل كل حرف يقول الصحفيين ¹ ، حيث تحرص مختلف المؤسسات الإعلامية على تزويد صحفيها بدليل العمل لديها و يتم إعطاء الصحفيين دورات حتى لو كانوا محترفين لضمان التناغم مع أسلوب تقديم الرسالة الإعلامية

¹ خليل صابات ، الصحافة مهنة و رسالة ، ط1، دار المعارف ، القاهرة ، د.س ، ص 25

جدول (7) يبين أفراد العينة حسب متغير سنوات الخبرة :

سنوات الخبرة	التكرار	النسبة المئوية
سنة-5سنوات	43	86%
5سنوات - 10سنوات	4	8%
10سنوات - 15سنة	3	6%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول (7) يتضح لنا أن أكبر نسبة للفئة التي تتراوح ما بين سنة إلى 5 سنوات و التي تقدر ب (86%) , ثم تليها الفئة من 5سنوات إلي 10سنوات بنسبة (8%) وفي الأخير فئة 10سنوات إلي 15 سنة بنسبة (6%) , ومن خلال هذه النسب يظهر لنا الفئة التي قدرت بنسبة أكبر تتلاءم مع أكبر نسبة في فئة العمر المتطرق إليها في الجدول (3) حيث تعتبر الفئة الشابة التي تهتم بها المؤسسة الإعلامية بحكم عملها يحتاج إلي السرعة و الحيوية , غير أن ذلك لا يهمل مبدأ الأقدمية الذي تعتبره المؤسسة أساس الاحترافية

جدول (8) يبين أفراد العينة حسب متغير عدد الدورات التي قام بها في المركز

عدد الدورات التي قمت بها في مركز التدريب الإذاعي	التكرار	النسبة المئوية
دورة	22	44%
دورتين	19	38%
3 دورات فأكثر	9	18%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول (8) عدد الدورات التي قم بها المتدربين (أفراد العينة) في المركز الإذاعي و تبين أن أعلي نسبة هي (44%) قاموا بدورة واحدة , ثم تليها نسبة (38%) الذين قاموا بدورتين و في الأخير

الفصل الثالث.....الإطار التطبيقي للدراسة

تأتي نسبة (18%) للذين قاموا ب 3 دورات فأكثر , ومن خلال هذه النسب يظهر لنا أن أكبر نسبة للذين قاموا بدورة واحدة و هو النظام المعمول به في المركز حيث لكل الاعلامين حق في دورة واحدة في مجال التخصص , أما بنسبة للذين قاموا بدورتين و 3 دورات فأكثر فهم شاركوا في دورات خاصة بتخصصات أخرى من أجل الإحاطة بجميع المجالات لأن العمل الإعلامي متكامل و متناسق

جدول (9) يبين أفراد العينة حسب متغير المدة التي تستغرقها الدورات في المركز

النسبة المئوية	التكرار	المدة التي تستغرقها الدورات في المركز التدريب الإذاعي
30%	15	أقل من أسبوع
58%	29	أسبوعين
10%	5	شهر
2%	1	أكثر من شهر
100%	50	المجموع

يبين الجدول (9) المدة التي تستغرقها الدورات في المركز , حيث توصلت إلي أن أعلى نسبة هي

(58%) مدة أسبوعين , ثم تليها نسبة (30%) أقل من أسبوع , و (5%) مدة شهر و(2%) أكثر من

شهر . ومن خلال النسب يتضح لنا أنه قد تم تقسيم الدورات إلي قصيرة و متوسطة و طويلة , و

المقصود بهذا التقسيم هو ترك المجال للمتدربين للقيام بالتدريب حسب امكانياتهم و قدراتهم و حاجاتهم

للتدريب, وأن يشركوا في الدورة التي تتوافق و تتلاءم مع مطالبتهم و مستواهم

الفصل الثالث الإطار التطبيقي للدراسة

جدول (10) يبين أفراد العينة حسب متغير هل مدة الدورة كافية للتدريب

هل تري مدة أن مدة الدورة كافية للتدريب	التكرار	النسبة المئوية
نعم	30	60%
لا	20	40%
المجموع	50	100%

يبين الجدول (10) آراء المتدربين حول مدة الدورة التدريبية كافية للتدريب أم لا , وأظهرت النتائج أن أعلى نسبة هي للذين وجدوها كافية وعددهم (30) وبنسبة (60%) , ثم يأتي الذين وجدوها غير كافية وعددهم (20) وبنسبة (40%)

ومن خلال هذه التكرارات والنسب , نجد أن الذين وجدوا أن الدورة كافية هم الأغلبية وبنسبة عالية و هذا دليل علي أن مدة الدورة ملائمة ومناسبة وكافية للتدريب ,بينما الذين وجدوها غير كافية ربما ذلك راجع إلي عدم تمكنهم من اكتساب معلومات لازمة خلال تلك الفترة

جدول (11) يبين مدى كفاية مدة الدورة التدريبية وعلاقتها بفئة الجنس

الإجابة		نعم		لا	
المتغير	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	
ذكر	19	63.33%	10	50%	
أنثي	11	36.66%	10	50%	
المجموع	30	100%	20	100%	

يوضح الجدول (11) أن هناك اختلاف بين الجنسين من حيث آرائهم في مدى كفاية مدة الدورة التدريبية , حيث نلاحظ أن أغلبية الذكور وبنسبة 63.33% يرو بأن المدة كافية وبشكل جيد في حين يرى وبنسبة متساوية كل من الذكور والإناث و بنسبة 50% بأن المدة غير كافية للتدريب و هذا ما يسجل نوع من التساوي بين آراء أفراد العينة في مدى كفاية مدة الدورة بينما نسبة قليلة من الإناث يرون بأن المدة مناسبة و كفاية للتدريب .

جدول (12) يبين أفراد العينة حسب متغير نوع الدورات

النسبة المئوية	التكرار	نوع الدورات التي قاموا بها المتدربين
14%	7	إدارة إعلامية
20%	10	دورة تقنية
18%	9	دورة خاصة بتقديم الحصص و البرامج
44%	22	دورة خاصة بتحرير الصحفي
2%	1	التعليق الرياضي
2%	1	الإعلام الجديد
100	50	المجموع

يبين الجدول (12) نوع الدورات الذي اشترك فيها أفراد العينة , و أظهرت النتائج أن أعلى نسبة خاصة بدورة خاصة بتحرير الصحفي (44%) , ثم تليها دورات تقنية (20%) , ثم دورات خاصة بتقديم الحصص و البرامج , وإدارة إعلامية ب (14%) في حين قدرت نسبة كل من دورة التعليق الرياضي و الإعلام الجديد ب (2%) , ومن خلال هذه النسب نلاحظ بأن المركز يقوم بدورات متنوعة لكي يتح الفرصة لجميع التخصصات بالاستفادة من التدريب, الآن نلاحظ دورات خاصة بتحرير الصحفي بنسبة عالية و هذا ما نستدل به من خلال الجدول السابق (6)

الفصل الثالث الإطار التطبيقي للدراسة

جدول (13) يبين أفراد العينة حسب متغير كفاءة المدربين وقدراتهم التدريبية في الدورات

النسبة المئوية	التكرار	ماتقديرك لكفاءة المدربين و قدراتهم التدريبية في الدورات المشارك فيها بمركز التدريب الإذاعي
42%	21	جيد جيدا
58%	29	جيد
0%	0	ضعيف
100%	50	المجموع

يبين الجدول (13) مدى كفاءة المدربين و قدراتهم التدريبية في الدورات لدي المتدربين , و أظهرت النتائج أن أعلى نسبة بتقدير جيد وعددهم (29) وبنسبة (58%) ثم يأتي تقدير جيد جدا وعددهم (21) وبنسبة (42%) , في حين لم يقدرها أحد بتقدير ضعيف.

و تظهر هذه النسب , أن أغلبية المتدربين قيموا كفاءة المدربين وقدراتهم التدريبية بتقدير " جيد " ثم يلها "جيد جيدا " وذلك دليل علي كفاءة المدربين وامتلكهم قدرات تدريبيه في مستوى عال تمكنهم من التدريب بشكل جيد , وكذلك أيضا تدل هذه النتائج علي جودة وحرص مركز التدريب الإذاعي علي اختيار مدربين محترفين في المجال الإعلامي ووفق تخصص كل دورة تدريبية .

جدول (14) يبين مميزات المدربين في مركز التدريب الإذاعي بأم البواقي

النسبة المئوية	التكرار	يتميز المدربون في المركز الإذاعي ب
62%	31	التخصص في مجال الدورة
32%	16	الانضباط والجدية في العمل
6%	3	التبسيط وتنوع في العرض
0%	0	أخرى تذكر
100%	50	المجموع

الفصل الثالث الإطار التطبيقي للدراسة

يبين الجدول (14) مميزات المدربين في المركز الإذاعي , حيث من خلال النتائج المتوصل إليها نجد أن أعلى نسبة للدين يتميزون بالتخصص في مجال الدورة وبنسبة (62%) , ثم يليها الذين يتميزون بالانضباط و الجدية في العمل بنسبة (32%) , أما الذين يتميزون بالتبسيط و التنوع في العرض بنسبة (6%) وتظهر هذه النسب أن الذين يتميزون بالتخصص في مجال الدورة هم الأغلبية , وذلك يدل علي أن مركز التدريب الإذاعي يخصص لكل دورة مدرب متخصص في مجال تلك الدورة من أجل تقديم المعلومات اللازمة و المفيدة للمتدربين , وكذلك الانضباط و الجدية في العمل دليل علي تحلي المدربين بأخلاقيات العمل والصرامة والالتزام بمواعيد العمل, أما فيما يخص التبسيط و التنوع في العرض فهذا يدل علي وجود جهود مبذولة من طرف المدرب وذلك في محاولة تبسيط و تسهيل المعلومات من أجل توصيل المادة التدريبية في الوقت المناسب و بشكل جيد للمتدربين .

جدول (15) يبين ملائمة الوسائل و المعدات لنوع الدورة المقدمة

هل الوسائل و المعدات ملائمة لنوع الدورة المقدمة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	19	38%
نوعا ما	31	62%
لا	0	0%
المجموع	50	100%

يبين الجدول (15) ملائمة الوسائل و المعدات لنوع الدورة و أظهرت النتائج أن الوسائل و المعدات ملائمة لنوع الدورة " نوعا ما " و بنسبة 62% , ثم تليها "نعم" بنسبة 38%

ومن خلال النسب المتوصل إليها نلاحظ أن ملائمة الوسائل و المعدات "نوعا ما" وذلك دليل علي توفير الوسائل و المعدات اللازمة للتدريب إلا أن الدورات تحتاج إلي تجهيزات أكثر تطورا , لمواكبة المستجدات خاصة في ظل الإعلام الجديد

الفصل الثالث..... الإطار التطبيقي للدراسة

جدول (16) يبين مدى ملائمة الوسائل و المعدات لنوع الدورة حسب متغير الجنس

لا		نوعا ما		نعم		الإجابة التغير
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة	التكرار	
0%	0	54.83%	17	63.15%	12	ذكر
0%	0	45.16%	14	36.84%	7	أنثى
0%	0	100%	31	100%	19	المجموع

تشير النتائج أن أعلى نسبة من الذكور (54.83%) أجابوا بأن ملائمة الوسائل و المعدات لنوع الدورة "نوعا ما" مقابل (45.16%) من الإناث , ثم تليها نسبة (63.15%) من الذكور أجابوا "بنعم" ملائمة الوسائل و المعدات لنوع الدورة , مقابل (36.84%) من الإناث , وأخيرا لم يجب أحد بلا ومن خلال هذه النسب نلاحظ أن كلا الجنسين وجدوا الوسائل و المعدات ملائمة (نوعا ما) ثم (بنعم) في حين كلا الجنسين لم يجيبوا (بلا) , ومن هنا نستنتج أنه لا يوجد فرق بين الذكور و الإناث في تقييم مدى ملائمة الوسائل و المعدات لنوع الدورة المقدمة.

جدول (17) يبين كيفية الإبلاغ عن الدورات في مركز التدريب الإذاعي بأم البواقي

النسبة المئوية	التكرار	يتم إبلاغك عن الدورات في مركز التدريب الإذاعي بأم البواقي من خلال
44%	22	مؤسستك الإعلامية
12%	6	أحد الزملاء الإعلاميين
44%	22	مركز التدريب يقوم بإعلان عن الدورة
0%	0	وسيلة إعلامية أخرى تذكر
100%	50	المجموع

يبين الجدول (17) كيفية الإبلاغ أو تعرف المتدربين عن الدورات التدريبية في مركز التدريب الإذاعي و من خلال النسب المتوصل إليها أظهرت النتائج أن أعلى نسبة هي (44%) لكل من الذين تعرفوا من

الفصل الثالث.....الإطار التطبيقي للدراسة

خلال مركز التدريب هو الذي يقوم بإعلان عن الدورة و الذين تعرفوا عليها من خلال مؤسستهم الإعلامية بينما الذين تعرفوا عليها من خلال أحد الزملاء الإعلاميين بنسبة (12%) و عددهم (6) , حيث لم يتم ذكر أي وسيلة إعلامية أخرى تم الإبلاغ من خلالها

وتبين هذه النسب , على اعتماد المركز على الإعلان عن الدورة وذلك لكي يتم إبلاغ الجميع حتى يتسنى لهم فرصة المشاركة في الدورات , كما تبين أيضا حرص المؤسسات الإعلامية على تدريب الإعلاميين من أجل تحسين الأداء المهني لمواكبة التطور الحاصل في مجال الإعلام , و نستدل علي ذلك من خلال النسب المؤية في الجدول أعلاه.

جدول (18) يبين أسباب الخضوع للتدريب

أسباب الخضوع للتدريب	التكرار	النسبة المئوية
تطوير المهارات	16	32%
اكتساب مهارات جديدة	10	20%
السعي للاعتراف المهني	24	48%
أخرى تذكر	0	0%
المجموع	50	100%

يبين الجدول (18) أسباب خضوع المتدربين للدورة التدريبية , وأظهرت النتائج أن النسبة الأعلى هي للذين يسعون للاعتراف المهني و عددهم (24) وبنسبة (48%) , ثم يأتي الذين تم خضوعهم للتدريب لتطوير المهارات و عددهم (16) و بنسبة (32%) , بينما الذين تم خضوعهم من أجل اكتساب مهارات جديدة عددهم (10) و بنسبة (20%)

ومن خلال هذه النسب , يظهر لنا أن أسباب الخضوع للدورة التدريبية كان الأكثرية منهم بسبب السعي للاعتراف المهني وهو مبتغي كل من يعمل في مجال الإعلام لأنه مسؤول عن عملية توصيل أو تبليغ المعلومات و الحقائق بشكل مبسط وواضح للجميع و هذا ما يحتاج الاحترافية في ذلك . وفيما يخص تطوير المهارات وذلك من أجل أن يصبحوا اقدر علي مواجهة التغيرات الحاصلة و التطوير الحاصل بشكل متواصل في مجال الإعلام .وفي الأخير يأتي سبب من أجل اكتساب مهارات جديدة , حيث أنه

الفصل الثالث الإطار التطبيقي للدراسة

بسبب التغير و التطوير الحاصل في مجال الإعلام تم إدخال تقنيات و أنظمة و أساليب جديدة يسعى الإعلاميون اكتساب مهارات حول ذلك .

جدول (19) يبين هل تحصلوا على مهارات جديدة وتم تطبيقها

هل تحصلت على مهارات جديدة و طبقتها	التكرار	النسبة المئوية
نعم	49	%98
لا	1	%2
المجموع	50	%100

يوضح الجدول (19) هل تحصل المتدربين (أفراد العينة) على مهارات جديدة و تم تطبيقها , حيث أجاب (49) منهم "نعم" و بنسبة (98%) , في حين واحد منهم أجاب بلا وبنسبة (2%) وهي نسبة جيد منخفضة أي تقريبا معدومة , ومن خلال هذه النسب المتوصل إليها نستنتج أهمية التدريب و فعاليته في تزويد وإكساب مهارات جديدة للمتدربين , كما تم تطبيقها عمليا بسهولة حيث تم التمرن عليها خلال فترة التدريب , كما نستدل أيضا من خلال هذه النتائج على نجاح عملية التدريب بمركز التدريب الإذاعي بأب البواقي .

جدول (20) يبين المهارات التي تحصل علي المتدربين (أفراد العينة)

المهارات المتحصل عليها	التكرار	النسبة المئوية
مهارات صوتية	9	%18.36
مهارات تقنية و فنية	13	%26.53
مهارات اللغة و الكتابة و التحرير	23	%46.93
استعمال الوسائل الحديثة عالم الميديا	1	%2.04
مهارات التقديم و التنشيط	1	%2.04
مهارات التحرير الإداري	2	%4.08
المجموع	49	%100

الفصل الثالث الإطار التطبيقي للدراسة

يوضح الجدول (20) المهارات التي تم اكتسابها , وارتبط هذا السؤال بالإجابة عن السؤال السابق إذا كانت الإجابة " بنعم" و رأت نسبة كبيرة من المتدربين (أفراد العينة) أن الاستفادة من التدريب انعكست في عملهم عبر مهارات اللغة و الكتابة و التحرير بنسبة 46.93% , بينما رأى نسبة قدرها 26.53% أنه هذه الاستفادة تجلت في مهارات فنييه و تقنية ,ومهارات صوتية بنسبة 18.36% كما أن هناك مهارات أخرى تم ذكرها

و من خلال هذه النسب المتوصل إليها نستدل علي فائدة التدريب في تحقيق التغير في المعارف و القدرات الفنية لدى المتدربين (أفراد العينة) و إكساب مهارات جديدة

جدول (21) يبين مدى اكتساب معلومات جديدة مفيدة في العمل

النسبة المئوية	التكرار	خلال الممارسة هل تسني لك و أن اكتسبت معلومات جديدة تفيدك في العمل
96%	48	نعم
4%	2	لا
100%	50	المجموع

يوضح الجدول (21) مدى اكتساب افراد العينة معلومات جديدة مفيدة في العمل حيث اظهرت النتائج ان اعلى نسبة من المتدربين اكتسبوا معلومات بنسبة 96% ، ومن خلال هذه النسبة نستدل على فائدة التدريب في تحسين الاداء المهني ومساهمته في تنمية المهارات وذلك بتقديم معلومات جديدة وحديثة وفق التطور الذي يشهده المجال الاعلامي ،مما يؤدي الى الاحترافية في العمل .

جدول (22) جدول يبين مدى الفائدة المحققة من التدريب بمركز التدريب الإذاعي في تحسين الأداء الإعلامي

النسبة المئوية	التكرار	هل استفدت من التدريب بمركز التدريب الإذاعي في تحسين الأداء الإعلامي
%100	50	نعم
%0	0	لا
%100	50	المجموع

يبين الجدول (22) مدى الفائدة المحققة من التدريب بمركز التدريب الإذاعي , حيث أظهرت النتائج بأن أعلى نسبة من المبحوثين أي نسبة 100% استفادوا من التدريب , و من خلال هذه النسبة نستنتج جدوى وفعالية التدريب و أهميته القصوى في تنمية مهارات الإعلاميين وقدراتهم وتزويدهم بالمعارف اللازمة وتطوير اتجاهاتهم نحو الأداء الأفضل , و دليل أيضا على كفاءة و احترافية المدربين في مركز التدريب الإذاعي

جدول (23) يبين كيفية الاستفادة من الدورات

النسبة المئوية	التكرار	كيفية الاستفادة من الدورات التدريبية
16%	8	من خلال تقنيات جديدة تدخل في إطار الإعلام الحديث
10%	5	من خلال تبادل المعلومات بين الزملاء من مختلف الإذاعات
14%	7	من خلال الوقوف علي نقاط القوة و الضعف و تطوير الخبرة
22%	11	تطوير من الأداء المهني
14%	7	اكتساب تقنيات و فنيات التحرير الإذاعي
12%	6	من خلال المعلومات الجديدة المقدمة
6%	3	تمكن من تقنيات جديدة
6%	3	فنا و تحرير و اتقانا في العمل
100	50	المجموع

يوضح الجدول (23) المهارات التي تم اكتسابها من خلال الدورات التدريبية , و من النتائج المتوصل إليها نلاحظ أن نسبة 22% من المتدربين (أفراد العينة) يرو أن الاستفادة من التدريب انعكست في عملهم عبر التطوير في الأداء المهني ثم تليها نسبة 16% للذين يرون إن الاستفادة تتجلى في تعلم تقنيات جديدة تدخل في إطار الإعلام الحديث ،نلاحظ من خلال الجدول أن جميع المتدربين أفراد العينة اكتسبوا مهارات وهذا ما يتوافق مع الجدول السابق(22).

الفصل الثالث الإطار التطبيقي للدراسة

جدول (24) يبين من المستفيد الأكبر من التدريب بمركز التدريب الإذاعي بأم البواقي

النسبة%	التكرار	حسب رأيك من المستفيد الأكبر من التدريب في مركز التدريب الإذاعي
46%	23	أنت
6%	3	المؤسسة التي تعمل فيها
48%	24	لاثنين معا
0%	0	لا أحد
100%	50	المجموع

يبين الجدول (24) المستفيد الأكبر من مشاركة الإعلاميين (أفراد العينة) في الدورات التدريبية بمركز التدريب الإذاعي ، حيث أظهرت النتائج أن النسبة العالية هي للذين حددوا "الاثنتين معا" أي هم والمؤسسة التي يعملون فيها وقدرت ب(48%) ، ومن خلال هذه النسبة نستنتج أن التدريب يزيد من كفاءة الفرد والمؤسسة على حد سواء ويتقاسم فوائده كل من المؤسسة والعاملين معا ، ثم يأتي الذين حددوا أنهم المستفيد الأكبر من التدريب(6%) أي أنه عندما يستفيد الفرد من التدريب بضرورة يتم استفادة المؤسسة منه .حيث لم يحدد أحد أنه لم يستفيد من التدريب و هذا ما يدل علي فائدة وأهمية التدريب .

جدول (25) يبين المشكلات التي تعيق عملية التدريب في مركز التدريب الإذاعي

النسبة المئوية	التكرار	هل هناك مشكلات تعيق عملية التدريب
46%	23	نعم
54%	27	لا
100%	50	المجموع

يبين الجدول (25) المشكلات التي تعيق عملية التدريب في مركز التدريب الإذاعي و من خلال النسب المتحصل عليها نلاحظ أن هناك بعض المشاكل التي تعيق عملية التدريب وبنسبة (46%) ، في حين نسبة (54%) أجابوا بأنه لم توجد أي مشكلات تواجه وتعيق عملية التدريب و هي النسبة الأكبر وهذا دليل علي حرص مركز التدريب الإذاعي بتسيير و تقديم الدورات في أحسن الأوضاع والعمل علي التقليل

الفصل الثالث الإطار التطبيقي للدراسة

من المشاكل و العراقيل أكبر قدر ممكن .

جدول (26) يبين المشاكل التي تواجه المتدربين

النسبة المئوية	التكرار	المشاكل التي تواجه المتدربين
%0	0	نقص المعلومات
%73.91	17	نقص الإمكانيات المادية
%26.08	6	عدم تناسب مفاهيم وسلوك المتدرب مع متطلبات التدريب
%0	0	نقص مهارات المدرب وقدراته لتأدية عملية التدريب
%100	23	المجموع

يوضح الجدول (26) المشاكل التي تواجه المتدربين و من خلال النسب المتوصل إليها نلاحظ أن اعلي نسبة تتمثل في نقص الإمكانيات المادية و التي تقدر ب %73.91 وهذا راجع إلى إن المركز حديث النشأة هذا ما أدى إلى نقص الإمكانيات اللازمة ، بينما نجد نسبة %26.08 تمثل عدم تناسب مفاهيم وسلوك المتدرب مع متطلبات التدريب ويرجع هذا إلى اختلاف المستوى بين المدرب والمتدربين.

جدول (27) يبين إذا هناك صعوبة في أسلوب و طريقة المدرب خلال التدريب بالمركز

الإذاعي

النسبة %	التكرار	هل هناك صعوبة في أسلوب وطريقة المدرب خلال عملية التدريب
%0	0	دائما
%48	24	أحيانا
%52	26	أبدا
%100	50	المجموع

الفصل الثالث.....الإطار التطبيقي للدراسة

يوضح الجدول (27) إذا يوجد هناك صعوبة في أسلوب و طريقة المدرب خلال التدريب , وأظهرت النتائج أن أعلى نسبة للذين أجابوا ب" أبدا" وعددهم (26) و بنسبة (52%) , ثم يأتي الذين أجابوا ب "أحيانا" وعددهم (24) وبنسبة (48%) , في حين لم يجب أحد ب "دائما"

ومن خلال هذه النسب نستنتج أن الأغلبية لم يجد صعوبة في أسلوب و طريقة المدرب , وذلك دليل علي كفاءة المدرب وخبراته وقدراته علي تقديم المعلومات و المعرفة بطرق مبتكرة و مبدعة تصل إلي المتدربين بما يساعد علي اكتسابها وتطبيقها عمليا , حيث يقول المدرب الأمريكي روجر جافك " إن على المدرب التعرف على كيفية وأساليب التعليم , فالناس ليتعلمون بطريقة واحدة إضافة إلي ضرورة تركيزه على حل المشكلات للمتدربين بطرق عملية , للوصول إلى تلبية احتياجاتهم التدريبية¹

جدول (28) يبين آراء المتدربين متى يفضلون أن يكون التدريب

متى يفضل المتدربين أن يكون التدريب	التكرار	النسبة المئوية
قبل التوظيف	12	24%
أثناء التوظيف	9	18%
الاثنين معا	29	58%
المجموع	50	100%

يبين الجدول (28) متى يفضل المتدربين (أفراد العينة) أن يكون التدريب , وأظهرت النتائج أن أعلى نسبة هي للذين يفضلون الاثنين معا أي قبل التوظيف و أثناءه و عددهم (29) و بنسبة (58%) في حين يأتي الذين يفضلونه قبل التوظيف وعددهم (12) و بنسبة (24%) , ثم يأتي من يفضله أثناء التوظيف وعددهم (9) وبنسبة قدرت ب (18%)

ومن خلال هذه النسب , يظهر لنا أن الذين يفضلون أن يكون التدريب قبل التوظيف و أثناءه هم الأغلبية دلالة على الحاجة المتواصلة للتدريب و أهميته حيث لم يتم الاكتفاء بالتدريب قبل التوظيف فقط فهو عملية مستمرة , ثم يأتي التدريب قبل التوظيف مما يعكس تحديدا مسبقا لتهيئة الإعلامي لجو العمل و الاندماج السريع فيه و اكتساب بعض أساسيات العمل , ويأتي في الأخير من يرغب أو يفضل أن يكون

محمود محمد عبد الغفار , تأثير التدريب على تطوير الأداء الإعلامي , رسالة ماجستير في الإعلام و الاتصال, كلية

¹الآداب و التربية في الأكاديمية , الدانمارك , 2014, ص 57

الفصل الثالث الإطار التطبيقي للدراسة

التدريب أثناء التوظيف من أجل التعرف أكثر على حيثيات العمل و تمكن من المهنة و التحسين في الأداء

جدول (29) يبين هل من الأفضل مشاركة المتدربين (أفراد العينة) المدرب في تحديد طريقة و أسلوب التدريب

هل من الأفضل مشاركة المدرب في تحديد طريقة و أسلوب التدريب	التكرار	النسبة
نعم	39	%78
لا	11	%22
المجموع	50	%100

يبين الجدول (29) هل من الأفضل مشاركة المدرب في تحديد طريقة و أسلوب التدريب , و أظهرت النتائج أن (39) منهم وبنسبة (78%) يفضلون المشاركة و (11) منهم وبنسبة (22%) لم يفضلوا المشاركة , ومن خلال هذه النسب يظهر لنا أن الأغلبية من المتدربين يفضلون المشاركة¹: حيث أن من الأمور التي يتفق عليها الخبراء في مجال التدريب , ضرورة أن يقوم المدرب بالتركيز على التدريب العملي و مشاركة المتدربين وأن يأخذ ذلك الجزء الأكبر من الدورة , ويستدل البعض على ذلك بما أسماه قانون "كونفوشيوس" « قل لي و سوف أنسى , أرني و لعلني أتذكر , أشركني و سوف أفهم»¹

لهذا يجب على المدربين في مركز التدريب الإذاعي فتح المجال أمام المتدربين للمشاركة , وذلك من أجل استوعب و فهم المادة التدريبية المقدمة لهم , في حين هناك من يفضل ترك الخيار للمدرب في تحديد الطريقة بعندهم هو لأدرى بحكم الخبرة و التخصص

¹ محمود محمد عبد الغفار , مرجع سبق ذكره , ص60

الفصل الثالث.....الإطار التطبيقي للدراسة

جدول (30) يبين آراء المتدربين هل يرو عملية تحديد الاحتياجات التدريبية تعتبر الأداة الأساسية التي تقوم بتطوير و تنمية أداء الإعلاميين

هل عملية تحديد الاحتياجات التدريبية تعتبر الأداة الأساسية التي تقوم بتطوير و تنمية أداء الإعلاميين و ذلك من خلال تحديد:		
النسبة المئوية	التكرار	
38%	19	مشاكل الأداء التي تكتشف من خلال المراقبة و المشاهدة
60%	30	تزويد المؤسسة بالمعلومات التي تساعد علي تحديد احتياجات الإعلاميين
2%	1	تساعد علي تحديد احتياجات الإعلاميين الحقيقة من أجل تطوير مهاراتهم
100%	50	المجموع

يوضح الجدول (30) آراء المتدربين (أفراد العينة) على أن عملية تحديد الاحتياجات التدريبية تعتبر الأداة الأساسية التي تقوم بتطوير أداء الإعلاميين , و أظهرت النتائج أن أعلى نسبة هي الذين رأوها تقوم بتزويد المؤسسة بالمعلومات التي تساعد علي تحديد احتياجات الإعلاميين و عددهم (30) و بنسبة (60%) , بينما الذين رأوها تحدد مشاكل الأداء التي تكتشف من خلال المراقبة و المشاهدة عددهم (19) و بنسبة (38%) , وفي حين واحد منهم يرى بأنها تساعد علي تحديد احتياجات الإعلاميين الحقيقة من أجل تطوير مهاراتهم و بنسبة (2%) , ومن خلال هذه النسب المتوصل إليها نجد أن النسبة العالية هي للذين يرو ها أنها تقوم بتزويد المؤسسة بالمعلومات التي تساعد تحديد احتياجات الإعلاميين و ذلك من أجل تسهيل على المؤسسة النظر في تلك الاحتياجات و توفيرها في الوقت المناسب و تلبية المتطلبات المرتبطة أو المتعلقة بالإعلاميين , والعمل على تغير أو تعديل الاتجاهات وفق الاحتياجات , أما فيما يخص تحديد مشاكل الأداء من خلال المراقبة و المشاهدة فهذا يعني تشخيص مهني لبعض النقائص

الفصل الثالث.....الإطار التطبيقي للدراسة

والفجوات في أداء الإعلاميين من أجل معالجتها لرفع من الكفاءة و تحسين الأداء لتحقيق التطور و الاحتراف في مجال العمل

جدول (31) يبين بعض اقتراحات المتدربين (أفراد العينة) من أجل تحسين العملية التدريبية في المركز التدريب الإذاعي بأم البواقي

النسبة المئوية	التكرار	بعض الاقتراحات من أجل تحسين العملية التدريبية في مركز التدريب الإذاعي
10%	5	التركيز على مواكبة المستجدات في العمليات التدريبية
16%	8	الاستعانة بالخبراء والمحترفين في مجال الاختصاص
12%	6	تدعيم المركز بتجهيزات أخرى أكثر تطوراً
12%	6	الإكثار من الدورات التدريبية
16%	8	تبادل خبرات بين مراكز التدريب الأخرى
34%	17	الزيادة في مدة التكوين و الإبقاء على الدورات مستمرة و دائمة
100%	50	المجموع

يبين (31) مقترحات أفراد العينة من أجل تحسين العملية التدريبية في مركز التدريب الإذاعي , و أظهرت النسب أن أكثر المتدربين (أفراد العينة) اقترحوا الزيادة في مدة التدريب و الإبقاء على الدورات التدريبية مستمرة و قدرت نسبتهم ب (34%) , و لهذا يجب النظر في مدة التكوين مع الاستمرارية الدائمة في التدريب , حتى يتسنى للإعلاميين تطبيق كل ما جاء في الدورات التدريبية و بالتالي اكتساب المزيد من الخبرة المهنة التي من شأنها تطوير العمل الإعلامي الذي يؤدي بالضرورة إلي الاحتراف.

في حين كانت النسب متقاربة بين الاقتراحات التالية " الإكثار من الدورات " (12%) " و تبادل الخبرات " (16%) " و مواكبة المستجدات " (10%) , ومن خلال هذه النسب تظهر ضرورة الإكثار من الدورات

الفصل الثالث.....الإطار التطبيقي للدراسة

التدريبية في مركز التدريب الإذاعي بأم البواقي حتى تمس كافة التخصصات , و كذلك تزويد المركز بوسائل تقنية حديثة تواكب التطورات , و أيضا تبادل الخبرات بين مركز التدريب الإذاعي بأم البواقي و مراكز وطنية أخرى مثل "تيازة " و "وهران" ...و كذلك مراكز التدريب الدولية .

❖ نتائج الدراسة:

1- النتائج العامة :

توصلت الدراسة المعنونة ب" دور التدريب الإعلامي في تحسين أداء الإعلاميين الجزائريين " بعد إجراء الدراسة الميدانية و تفرغ البيانات و تحليلها إلي النتائج التالية :

- معظم أفراد العينة ذكور
- أغلبية المتدربين (أفراد العينة) تتراوح أعمارهم ما بين 25-40
- أما بنسبة للتخصصات العلمية نجد أن أكثر المتدربين (أفراد العينة) متخصصين في مجال السمعي البصري
- أغلبية المتدربين في مستوى التدرج
- بنسبة للوظيفة الإعلامية أعلي نسبة منهم صحفيين
- أن أغلبية المتدربين (أفراد العينة) قاموا بدورة واحدة في مركز التدريب الإذاعي
- أن أكبر مدة تستغرقها الدورات في المركز أسبوعين
- معظم المتدربين (أفراد العينة) يرو أن مدة الدورة كافية للتدريب
- أن كل من الذكور و الإناث يري بأن مدة الدورة كافية للتدريب
- أغلبية المتدربين (أفراد العينة) قاموا بدورة خاصة بتحرير الصحفي
- كان تقييم النسبة الغالبة من المتدربين (أفراد العينة) بأن كفاءة المدربين و قدراتهم التدريبية في الدورات جيدة
- يتميز المدربون في المركز الإذاعي بالتخصص في مجال الدورة
- توصلت الدراسة إلي أن أغلبية أفراد العينة يرون بأن ملائمة الوسائل و المعدات لنوع الدورة ب " نوعا ما"

الفصل الثالث.....الإطار التطبيقي للدراسة

- كشفت الدراسة أن كلا الجنسين يرون بأن ملائمة الوسائل و المعدات لنوع الدورة ب" نوعا ما"
- كما أن أغلبية المتدربين (أفراد العينة) تم إبلاغهم عن الدورات عن طريق مركز التدريب الإذاعي من خلال قيامه بإعلانات عن الدورات
- تبين أن أسباب الخضوع للتدريب هي السعي للاحتراف المهني
- توصلت الدراسة إلي أن أغلبية المتدربين (أفراد العينة) تحصلوا علي مهارات جديدة و تم تطبيقها
- أن أكثر المهارات التي تحصلوا عليها هي مهارات اللغة و الكتابة و التحرير في المقابل هناك مهارات أخرى
- أن أغلبية المتدربين (أفراد العينة) اكتسبوا معلومات جديدة مفيدة في العمل
- أقرت نسبة كبيرة من المتدربين (أفراد العينة) بأن التدريب ساهم في تحسين الأداء الإعلامي
- أن الفائدة المحققة هي تطوير الأداء المهني و اكتساب تقنيات جديدة تدخل في إطار الإعلام الحديث.....
- توصلت إلي أن المستفيد الأكبر من التدريب يتمثل في المؤسسة و الإعلامي معا
- أقرت نسبة كبيرة أنه لتوجد هناك مشكلات تعيق عملية التدريب
- أما من رأى أن هناك مشاكل هم بنسبة قليلة وتتمثل تلك المشاكل في قصر مدة التدريب
- رأت نسبة غالبية أنه من الأفضل مشاركة المدرب في تحديد طريقة و أسلوب التدريب في حين رفض ذلك نسبة قليلة
- تبين أن أغلبية آراء المتدربين (أفراد العينة) أن عملية تحديد الاحتياجات التدريبية تعتبر الأداة الأساسية التي تقوم بتطوير و تنمية أداء الإعلاميين و ذلك من خلال تزويد المؤسسة بالمعلومات التي تساعد علي تحديد احتياجات الإعلامية
- أن معظم اقتراحات المتدربين (أفراد العينة) من أجل تحسين العملية التدريبية في المركز
- التدريب الإذاعي هي الزيادة في مدة التكوين و الإبقاء علي الدورات التكوينية مستمرة و دائمة

2- النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة :

التساؤل الأول : يهدف هذا التساؤل إلي معرفة طبيعة التدريب الذي يتلقاه الإعلاميون بمركز التدريب الإذاعي بأم البواقي :

من خلال النتائج المتحصل عليها تبين لنا أن المتدربين (أفراد العينة) حصلوا علي تدريب كاف و بشكل جيد

التساؤل الثاني : مفاده معرفة المهارات المكتسبة و مدى الاستفادة من التدريب الإذاعي بمركز التدريب بأم البواقي :

حيث كشفت النتائج المتوصل إليها إلي أنه تم اكتساب مهارات جديدة مفيدة في العمل , و الاستفادة من التدريب في تطوير المهارات و تنمية القدرات .

التساؤل الثالث : محاولة معرفة المعوقات التي يواجهها التدريب في مركز التدريب الإذاعي و سبل الارتقاء به :

تبين المعلومات المتحصل عليها أن هناك بعض المشكلات تواجه التدريب و المتمثلة في نقص الإمكانيات المادية , وعدم تناسب مفاهيم وسلوك المتدرب مع متطلبات التدريب, كما تم اقتراح بعض الحلول من أجل تحسين العملية التدريبية بالمركز تدعيم المركز بتجهيزات أكثر تطورا , و الاستعانة بالخبراء و المحترفين في مجال الاختصاص .

خاتمة

خاتمة

ومما لا شك فيه أن التدريب بصفة عامة , و التدريب الإعلامي بصفة خاصة أهمية كبيرة في تطوير المؤسسات الإعلامية , حيث أن التدريب الإعلامي ليؤدي إلي تحسين الأداء فقط بل يعد أهم عامل لرفع الكفاءة الإنتاجية , وتغير السلوك و تطوير أساليب الإنتاج القديمة و التأهيل العملي كما يساعد علي تحسين الأداء المهني للإعلاميين , وذلك يعود علي المؤسسة بالتنمية و التطوير في العمل .

وبالتالي حتى يتم نجاح التدريب بشكل جيد لابد من توفير المعلومات والإمكانيات , من أجل تمكن الإعلاميين من تحسين أدائهم الإعلامي , فكفاءة المؤسسة الإعلامية يتوقف علي كفاءة إعلاميها .

ولهذا فعلي مركز التدريب الإذاعي , الاهتمام بتفعيل عملية التدريب من أجل تطوير الأداء في المؤسسات الإعلامية و الارتقاء به لا بد من تطوير المهارات المتوفرة لديهم , و إكسابهم مهارات أخرى ضرورية لأداء أعمالهم الإعلامية.

وفي الأخير يمكن القول بأن عملية التدريب الإعلامي يحظى بمكانة هامة داخل مركز التدريب الإذاعي بأم البواقي نظرا لدوره الفعال في عملية تحسين الأداء المهني .

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلي التعرف علي دور التدريب الإعلامي في تحسين الأداء المهني للإعلاميين في الجزائر .

حيث يعتبر التدريب من العمليات المهمة في تحسين الأداء المهني , لذا تستعين به المؤسسات الإعلامية من أجل تطوير المهارات و السعي للاحتراف , ومن هنا تبرز أهمية و دور مراكز التدريب الإذاعي في تحقيق ذلك , وهذا ما نطبق علي مركز التدريب الإذاعي بأم البواقي في تحقيق ذلك .

ومن هنا يأتي طرح التساؤل الرئيس التالي : ما هو دور مركز التدريب الإذاعي لأم البواقي في تحسين الأداء المهني للإعلاميين في الجزائر ؟

وهذه الدراسة تنتمي إلي الدراسات الوصفية ,و ذلك لوصف العلاقة القائمة بين التدريب الإعلامي و الأداء المهني للإعلاميين . كما اعتمدت علي منهج المسح باعتباره المنهج الملائم لهذه الدراسة فهو يقوم علي جمع المعلومات و البيانات التي تساعد علي كشف كل الجوانب الخاصة بالدراسة , وذلك من خلال أدوات جمع المعلومات المتمثلة في " المقابلة " و "الملاحظة " و "استمارة استبيان " مقسمة إلي ثلاثة محاور , وزعت علي عينة اخترت بشكل قصدي ليكون عدد مفردتها 50 متدرب بمركز التدريب الإذاعي.

أما بالنسبة للجانب النظري لهذه الدراسة فهو مقسم إلي فصل معنون " بالتدريب الإعلامي و الأداء الإعلامي " و هو يحتوي علي مبحثين : المبحث الأول : التدريب الإعلامي , أما المبحث الثاني الأداء الإعلامي .

أما الجانب التطبيقي : فهو يتضمن تفرغ و تحليل بيانات الجداول .

وبعد ذلك تم التوصل إلي مجموعة من النتائج من بينها :

- أن المتدربين (أفراد العينة) تحصلوا علي تدريب كاف و بشكل جيد
- أن أغلبية المتدربين تحصلوا علي مهارات جديدة مفيدة في العمل , والاستفادة من التدريب في تطوير الأداء المهني و تنمية القدرات
- أنه هناك بعض المشكلات تواجه التدريب في المركز و المتمثلة في نقص الإمكانيات المادية كما تم اقتراح بعض الحلول من أجل تحسين التدريب مثل تدعيم المركز بتجهيزات أكثر تطورا

قائمة

المصادر

و

المراجع

قائمة المصادر المراجع

❖ القواميس و المعاجم:

- 1- أنطون نعمة ، المنجد في اللغة العربية المعاصرة ، ط1, دار المشرق للنشر و التوزيع
بيروت - لبنان , 2000
- 2- بسام عبد الرحمان المشاقبة , معجم مصطلحات " العلاقات العامة " , ط1, دار أسامة
للنشر و التوزيع , الأردن - عمان , 2014
- 3- جبران مسعود , الرائد " معجم ألفبائي في اللغة و الأعلام " , ط3, دار العلم للملايين ,
2005
- 4- جبران مسعود , الرائد " معجم اللغوي الأحدث و الأسهل " , ط8, دار العلم للملايين , 2001
- 5- جبران مسعود , رائد الطلاب " معجم لغوي عصري للطلاب " , ط1, دار العلم للملايين
- 6- محمد فريد , محمود عزة , قاموس المصطلحات الإعلامية , ط1, دار الشروق للنشر و
التوزيع , 1977
- 7- مصطفى ديب البغي, مختار الصحاح , ط4, دار الهدى , 1990
- 8- معن خليل العمر , معجم علم الاجتماع المعاصر , ط1, دار الشروق للنشر و التوزيع ,
عمان - الأردن , 200

❖ الكتب :

- 9- أحمد عبد الوهاب , المرأة و الإعلام , ط1, الدار الأكاديمية للعلوم , 2010
- 10- أحمد عارف , العساف محمود الوادي, منهجية البحث في العلوم الاجتماعية و الإدارية ,
ط1, دار صفاء للنشر و التوزيع , عمان , 2010

قائمة المصادر و المراجع

- 11- أديب محمد منظور , علم الاجتماع الإعلامي , ط1, دار المسيرة للنشر و التوزيع , عمان ,
2015
- 12- بسام عبد الرحمان المشاقبة , أخلاقيات العمل الإعلامي , ط1, دار أسامة للنشر و
التوزيع
الأردن - عمان , 2015
- 13- بلال خلف السكارنة , حقائب التدريبية , ط1, دار المسيرة للنشر و التوزيع , عمان ,
2011
- 14- بلال خلف السكارنة , طرق إبداعية في التدريب , ط1, دار أسامة للنشر و التوزيع , عمان ,
2010 ,
- 15- جودة عزة عطوي , أساليب البحث العلمي "مفاهيمه أدواته طرقه الإحصائية" , ط1, دار
الثقافة للنشر و التوزيع , عمان- الأردن , 2007
- 16- حلمي محمد فورة , المرشد في كتابة الأبحاث , دار الشروق للنشر و التوزيع و الطباعة ,
جدة - المملكة العربية السعودية , 1983
- 17- حنا نصر الله , إدارة الموارد البشرية , ط1, دار زهران , عمان , 2013
- 18- خالد عبد الرحيم الهياتي , إدارة الموارد البشرية , ط1, دار وائل للنشر و التوزيع , الأردن
عمان , 2005
- 19- خليل صابات , الصحافة مهنة و رسالة , دار المعارف , القاهرة , د. س
- 20- رداج الخطيب, أحمد الخطيب , التدريب الفعال , ط1, جدار للكتاب العالمي للنشر و
التوزيع , عمان , 2006

- 21- رفعت عارف الضبع , الإذاعة النوعية " و إنتاج البرامج الإذاعية " , ط1, دار الفجر للنشر و التوزيع , القاهرة - مصر , 2016
- 22- رابحي مصطفى عليان , عثمان محمد عنيق , أساليب البحث العلمي , ط2, دار الصفاء , عمان , 2008
- 23- سمير كبريت , اللغة العربية " و إعداد رجال الإعلام , ط1, دار النهضة العربية , بيروت لبنان , 2010
- 24- سمير محمود , الإعلام العلمي , ط1, دار الفجر للنشر و التوزيع , النزهة الجديدة القاهرة , 2008 ,
- 25- صالح بن نوار , مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية و الإنسانية , د.ط, دار الفائز للطباعة , الجزائر - قسنطينة , 2012
- 26- صالح محمد حميد , دور الإذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية , ط1 دار غيداء للنشر و التوزيع , عمان , 2011
- 27- طارق الشاري , الإعلام الإذاعي , ط1, دار أسامة للنشر و التوزيع , عمان , 2011
- 28- طه أحمد الزيايدي , المسؤولية الأخلاقية في الإعلام الإسلامي , ط1, دار النفائس للنشر و التوزيع , الأردن , 2013
- 29- عبد الرزاق الديلمي , مدخل إلي وسائل الإعلام و الاتصال , ط1, دار الثقافة للنشر و التوزيع , عمان , 2011
- 30- عبد القادر عباس , أساليب البحث العلمي و كتابة التقارير , ط1, دار الكتاب الحديث القاهرة , 2012

- 31- عدلي رضا , عاطف العبد , إدارة المؤسسات الإعلامية , د.ط, دار الفكر العربي , مدينة
النصر , 2002
- 32- علي عبد الفتاح كنعان , إدارة المؤسسات الإعلامية و الصحافية , ط . العربية , دار
الأيام للنشر و التوزيع , عمان , 2015
- 33- علي عبد الفتاح كنعان , تخطيط و تنظيم البرامج الإعلامية , ط.العربية , دار الأيام
للنشر و التوزيع , عمان , 2015
- 34- عمر وصفي عقيلي , إدارة الموارد البشرية المعاصرة , ط1, دار وائل للنشر و التوزيع ,
عمان , 2005
- 35- فريد النجار , الادرة لاستراتيجية للموارد البشرية , د.ط, دار الجامعية , الإسكندرية ,
2007
- 36- فايز خاطر , إستراتيجية التدريب الفعال , ط1, دار أسامة للنشر و التوزيع , الأردن
عمان , 2010
- 37- كامل الطراونة , مهارات المذيع المتميز في عمليات الاتصال , ط1, دار أسامة للنشر و
التوزيع , الأردن - عمان , 2014
- 38- لؤي خليل , الإعلام الصحافي , ط1, دار أسامة للنشر و التوزيع , عمان - الأردن ,
2010
- 39- مروان عبد المجيد إبراهيم , أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية , د.ط, دار
الوراق للنشر و التوزيع , عمان , 2011
- 40- محمد أبو سمرة , الإعلام المهني , ط1, دار الرية للنشر و التوزيع , عمان - الأردن ,
2009

قائمة المصادر و المراجع

- 41- محفوظ أحمد أبو شيخه , إدارة الموارد البشرية , ط1, دار وائل للنشر و التوزيع , عمان
- 42- محمد حمود حسن , مراكز التدريب الإعلامي , ط1, دار النفائس للنشر و التوزيع , عمان ,
2012
- 43- محمد عبد الفتاح الصيرفي , التدريب الإداري " المدربين , المتدربون , و أساليب التدريب
د.ط , دار المناهج للنشر و التوزيع , عمان-الأردن , 2009
- 44- محمد الصيرفي , الإعلام , ط1, دار الفكر الجامعي , الإسكندرية , 2009
- 45- ماهر عودة , الشمالية و آخرون , أخلاقيات المهنة الإعلامية , ط1, دار بيروت - لبنان
2010
- 46- محمد قذري حسن , إدارة الأداء المتميز قياس الأداء , تقييم الأداء , تحسين الأداء ,
مؤسسيا وفرديا , د.ط , دار الجامعة الجديدة , الإسكندرية , 2015
- 47- منال هلال المزاهرة , بحوث الإعلام " الأسس و المبادئ " , ط1, دار كنوز المعرفة ,
عمان , 2010
- 48- منال هلال المزاهرة , مناهج البحث الإعلامي , ط1, دار المسيرة للنشر و التوزيع و
الطباعة , عمان , 2014
- 49- مي عبد الله , نظريات الاتصال , ط1, دار النهضة العربية , لبنان , 2006
- 50- نجلاء محمد صالح , مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية , ط1, دار الثقافة للنشر و
التوزيع , عمان - الأردن , 2012
- 51- نادر أحمد أبو شيخه , إدارة الموارد البشرية , ط1, دار صفاء للنشر و التوزيع , عمان ,
2010

قائمة المصادر و المراجع

- 52- هاشم حمدي رضا , التدريب الإداري " المفاهيم و الأساليب " , ط1, دار الراية للنشر و التوزيع , عمان , 2012
- 53- هاني محمود الكايد , إدارة وهيكله الهيئات و المؤسسات الإعلامية "في الوطن العربي و آليات العمل فيها" , ط1, دار الراية للنشر و التوزيع , عمان , 2008
- 54- هيثم حمود الشبلي , مروان محمد النسود , إدارة المنشآت المعاصرة , ط1, دار صفاء للنشر و التوزيع , عمان , 2009
- 55- وصفي عبد الكريم الكسائي , تحسين فعليه أداء المؤسسي من " خلال تكنولوجيا المعلومات " , ط1, دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع , الأردن - عمان , 2011
- 56- وليد حسن الحديثي , فن الإلقاء و التقديم و الكتابة " للإذاعة و التلفزيون " , ط1, دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع , القاهرة , 2006
- 57- ياسين خضير البياتي , نظرية الاجتماعية " جذورها و رورها " , ط1, جامعة مفتوح , طرابلس , 2002

❖ المذكرات و الرسائل الجامعية:

- 58- عبد الجبار دولة , التربية الإعلامية في المجتمع العربي المعاصر , رسالة ماجستير في الإعلام , كلية الصحافة و الإعلام , 2005
- 59- محمود محمد عبد الغفار , تأثير التدريب علي تطوير الأداء الإعلامي , رسالة ماجستير في الإعلام و الاتصال , كلية الآداب و التربية في الأكاديمية في الدانمارك , 2014

❖ المجلات و الدوريات:

- 60- عبد المجيد العزام , هدايا خزنة كابتني , اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي , مجلة جامعة دمشق , العدد الثالث+ الرابع , 2010

61- مساعد بن عبد الله , التدريب المهني في الإذاعة و التلفزيون , مجلة الإبداعات العربية ,
العدد الرابع , 2016

62- محسن الافريجي , الإستراتيجية للتطوير الأداء الإعلامي في المنظمات الأهلية
Strategic – media- for – ngos – 1[mode de compatiblite]

❖ المقابلات :

63- فوزلي عبد العزيز , 15-02-2017 , 14:00

❖ المواقع الالكترونية :

64- [http/ / www. radiolgerie. Dz/ news / ar/ reportage/17437. html](http://www.radiolgerie.Dz/news/ar/reportage/17437.html)

الملك الحق

صفات العينة :

- 1- الجنس ذكر أنثى
- 2- السن أقل من 25 سنة من 25-40 فوق 40 سنة
- 3- التخصص العلمي
- 4- المستوى التعليمي : جامعي (التدرج) ما بعد التدرج
- 5- الوظيفة الإعلامية : صحافي مراسل مذيع منتج أخبار
- معد البرامج معد الإشهار منسق إداري تقني
- 6- سنوات الخبرة

المحور الأول : معرفة طبيعة التدريب الذي يتلقاه الإعلاميون بمركز التدريب الإذاعي ؟

- 7- كم عدد الدورات التي قمت بها في المركز الإذاعي :
- دورة دورتين 3 دورات فأكثر
- 8- ما هي المدة التي تستغرقها الدورات في المركز :
- أقل من أسبوع أسبوعين
- شهر أكثر من شهر
- 9- هل تري أن مدة الدورة كافية للتدريب :
- نعم لا
- 10- ما هي نوع الدورات التي قمت بها :
- إدارة إعلامية دور تقنية
- دور خاصة بتقريب الصل في دورة خاصة بتقديم الصص و البرامج
- أخري تذكر

11- ما تقديرك لكفاءة المدربين وقدراتهم التدريبية في الدورات المشارك فيها بمركز التدريب الإذاعي :

- جيد جيدا جيد ضعيف

12- يتميز المدربون في المركز الإذاعي ب :

- التخصص في مجال الدورة انضباط و الجدية في العمل

التبسيط والتنوع في العرض

أخرى تذكر

13- هل الوسائل و المعدات ملائمة لنوع الدورة المقدمة :

نعم نوعا ما

14- يتم ابلاغك عن الدورات في مركز التدريب الإذاعي بأم البواقي من خلال :

مؤسستك الإعلامية د الزملاء الإعلاميين

مركز التدريب يقوم بإعلان عن الدورة

وسيلة إعلامية أخرى تذكر

المحور الثاني : معرفة المهارات المكتسبة و مدى الاستفادة من التدريب الإذاعي

15- ما هي أسباب الخضوع للتدريب :

تطوير المهارات اكتساب مهارات جديدة

السعي تراف المهني

أخرى تذكر

16- هل تـصلت على مهارات جديدة و طبقتها :

نعم

إذا كانت الإجابة بنعم فما هي هذه المهارات :

مهارات صوتية مهارات فنية و تقنية

مهارات اللغة و الكتابة والتـحرير

أخرى تذكر

17- خلال الممارسة هل تسنى لك و أن اكتسبت معلومات جديدة تفيدك في العمل :

نعم

18- هل أفادك التدريب بمركز التدريب الإذاعي في تيسين الأداء الإعلامي :

نعم

إذا كانت الإجابة " بنعم " كيف ذلك

إذا كانت الإجابة "بلا " لماذا.....

19- من المستفيد الأكبر من التدريب بالمركز الإذاعي :

أنت المؤسسة التي تعمل فيها

اثنين معا أحد

المحور الثالث : المعوقات التي يواجهها التدريب في مركز التدريب الإذاعي وسبل الارتقاء به ؟

20- هل هناك مشكلات تعيق عملية التدريب :

نعم

إذا كانت الإجابة ب "نعم " فما هي هذه المشاكل :

نقص المعلومات نقص الإمكانيات المادية للتدريب

عدم تناسب مفاهيم وسلوك المتدرب مع متطلبات التدريب

نقص مهارات المدرب و قدراته لتأدية عملية التدريب

أخرى تذكر

21- هل هناك صعوبة في أسلوب وطريقة المدرب خلال عملية التدريب بالمركز الإذاعي :

دائما أبدا يانا

22- سب رأيك متى تفضل أن يكون التدريب :

قبل التوظيف أثناء التوظيف ثنين معا

23- هل تعتقد أنه من الأفضل مشاركة المدرب في تديد طريقة و أسلوب التدريب

نعم

24- في رأيك هل ترى أن عملية تديد تديد تياجات التدريبية تعتبر الأداة الأساسية التي تقوم

بتطوير و التنمية أداء الإعلاميين وذلك من خلال تديد تديد:

- مشاكل الأداء التي تكتشف من خلال المراقبة و المشاهدة
- تزويد المؤسسة بالمعلومات التي تساعد على تديد تديد تياجات الإعلاميين
- أخرى تذكر.....

25- ماذا تقترح من أجل تديد تديد العملية التدريبية في مركز التدريب الإذاعي

.....

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة أم البواقي

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

الشعبة : إعلام و اتصال

التخصص : علاقات عامة

استمارة استبيان بعنوان

دور التدريب الإعلامي في تحسين الأداء المهني للإعلاميين في الجزائر
دراسة ميدانية علي عينة من متدربين مركز التدريب الإذاعي بأم البواقي

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الإعلام و الاتصال

تحت إشراف الأستاذة :

نجد زعيم

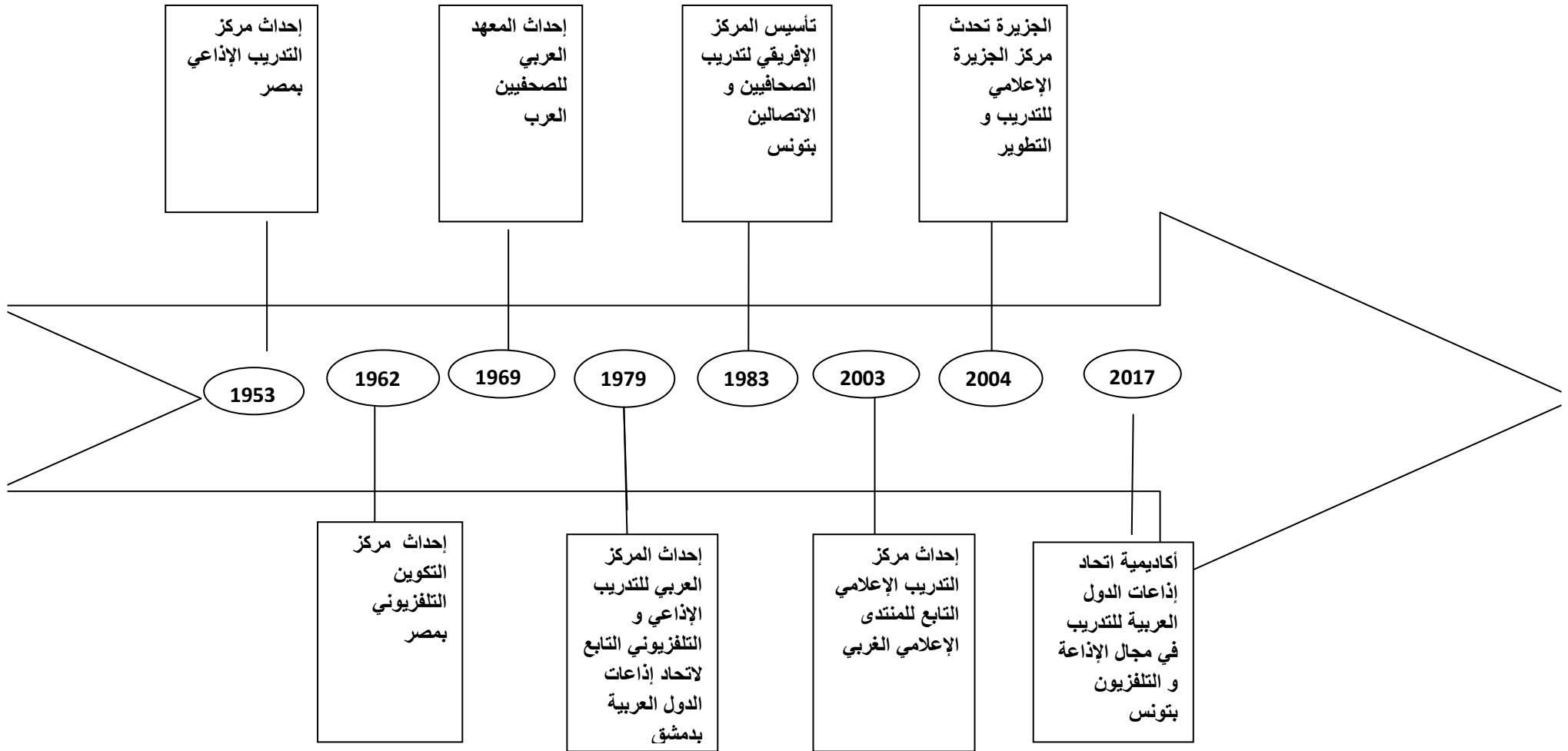
مقدمة من طرف الطالبة :

سمية قارة

ملاحظة : بيانات هذه الاستمارة لا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي لذا نرجو منكم الإجابة علي الأسئلة

الواردة بشكل دقيق و صادق و شكرا

السنة الجامعية 2017/2016



الملحق رقم 2 : تطور مؤسسات التدريب في مجال الإذاعة و التلفزيون بالعالم العربي

قائمة الجداول

37	يبين أهم برامج التدريب التي قدمها جهاز إذاعة و تلفزيون الخليج لمجلس التعاون لدول الخليج	1
	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	2
	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	3
	توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي	4
	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	5
	توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة الإعلامية	6
	توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة	7
	عدد الدورات التي قاموا بها في المركز	8
	يبين المدة التي تستغرقها الدورات في مركز التدريب الإذاعي	9
	يوضح هل مدة الدورة كافية للتدريب	10
	توزيع أفراد العينة حسب مدة الدورة وعلاقتها بالجنس	11
	يبين نوع الدورات التي قاموا بها في المركز	12
	يبين كفاءة المدربين و قدراتهم التدريبية في الدورات المشارك فيها بمركز التدريب الإذاعي	13
	يبين مميزات المدربين في المركز الإذاعي	14
	يوضح ملائمة الوسائل و المعدات لنوع المقدمة	15
	توزيع أفراد العينة حسب ملائمة الوسائل و المعدات لنوع الدورة وعلاقتها بالجنس	16
	كيفية الإبلاغ عن الدورات التي يقوم بها مركز التدريب	17

	الإذاعي	
18	يبين أسباب الخضوع للتدريب	
19	يبين هل حصلوا علي مهارات جديدة و تم تطبيقها	

الصفحة	العنوان	الرقم
	يبين المهارات التي تحصل عليها المتدربين	20
	يبين هل تم اكتساب معلومات جديدة مفيدة في العمل	21
	يبين ما مدى الفائدة المحققة من التدريب بمركز التدريب الإذاعي في تحسين الأداء الإعلامي	22
	كيفية الاستفادة من الدورات	23
	يبين من المستفيد الأكبر من التدريب في مركز التدريب الإذاعي	24
	يبين المشكلات التي تعيق عملية التدريب	25
	المشاكل التي تواجه المتدربين	26
	يوضح هل من الأفضل مشاركة المدرب في تحديد طريقة وأسلوب التدريب	27
	يبين متى يفضل المتدربين أن يكون التدريب	28
	يوضح ماذا هناك صعوبة في أسلوب و طريقة المدرب خلال التدريب	29
	يبين هل أن عملية تحديد الاحتياجات التدريبية تعتبر الأداة الأساسية التي تقوم بتطوير و تنمية أداء الاعلامين	30
	بعض اقتراحات المتدربين (أفراد العينة) من أجل تحسين العملية التدريبية في مركز التدريب الإذاعي	31

فهرس المحتويات.....

شكر وعران

إهداء

مقدمة

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

- 1- الإشكالية.....7
- 2- تساؤلات الدراسة.....9
- 3- أسباب اختيار الموضوع9
- 4- أهداف الدراسة9
- 5- أهمية الدراسة9
- 6- تحديد المفاهيم و المصطلحات10-15
- 7- الدراسات السابقة16-21
- 8- الخلفية النظرية للدراسة22
- 9- نوع الدراسة و منجھها23
- 10- مجتمع البحث و عينة الدراسة24
- 11- أدوات جمع البيانات24-26

..... فهرس المحتويات

الفصل الثاني : التدريب الإعلامي و الأداء الإعلامي

تمهيد 28

المبحث الأول : التدريب الاعلامي

1- تعريف المدرب 30

2- أهمية التدريب و التأهيل الإعلامي في وسائل الإعلام 30

3- أهداف التدريب الإعلامي..... 31

4- أسس و مبادئ التدريب الإعلامي 32-33

5- أنواع التدريب الإعلامي..... 34

6- أساليب التدريب الإعلامي 35

7- التدريب الإعلامي في العالم العربي 36-39

المبحث الثاني : الأداء الإعلامي

1- تعريف الإعلامي 41

2- مبادئ الأداء الإعلامي 41

42.....	3- مميزات الأداء الإعلامي
43	4- العوامل المؤثرة في الأداء الإعلامي
45-43.....	5- مهارات الأداء الإعلامي
45.....	6- المقومات الأخلاقية لإعلاميين
<hr/>	
فهرس المحتويات	

46.....	7- أهمية تقييم الأداء الإعلامي
47.....	خلاصة الفصل

الفصل الثالث : الإطار التطبيقي للدراسة

72-49.....	1- تحليل نتائج الاستبيان و تفسيرها
73.....	2- النتائج العامة
74.....	3- النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة
76.....	خاتمة

ملخص الدراسة

86-80.....	قائمة المصادر المراجع
------------	-----------------------

الملاحق

فهرس الجداول

