

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

## الدورات التدريبية وتطوير المهارات الإعلامية لدى الإعلاميين الجزائريين

دراسة مسحية على عينة من الإعلاميين الجزائريين

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الاتصال والعلاقات العامة

إعداد الطالبتين:

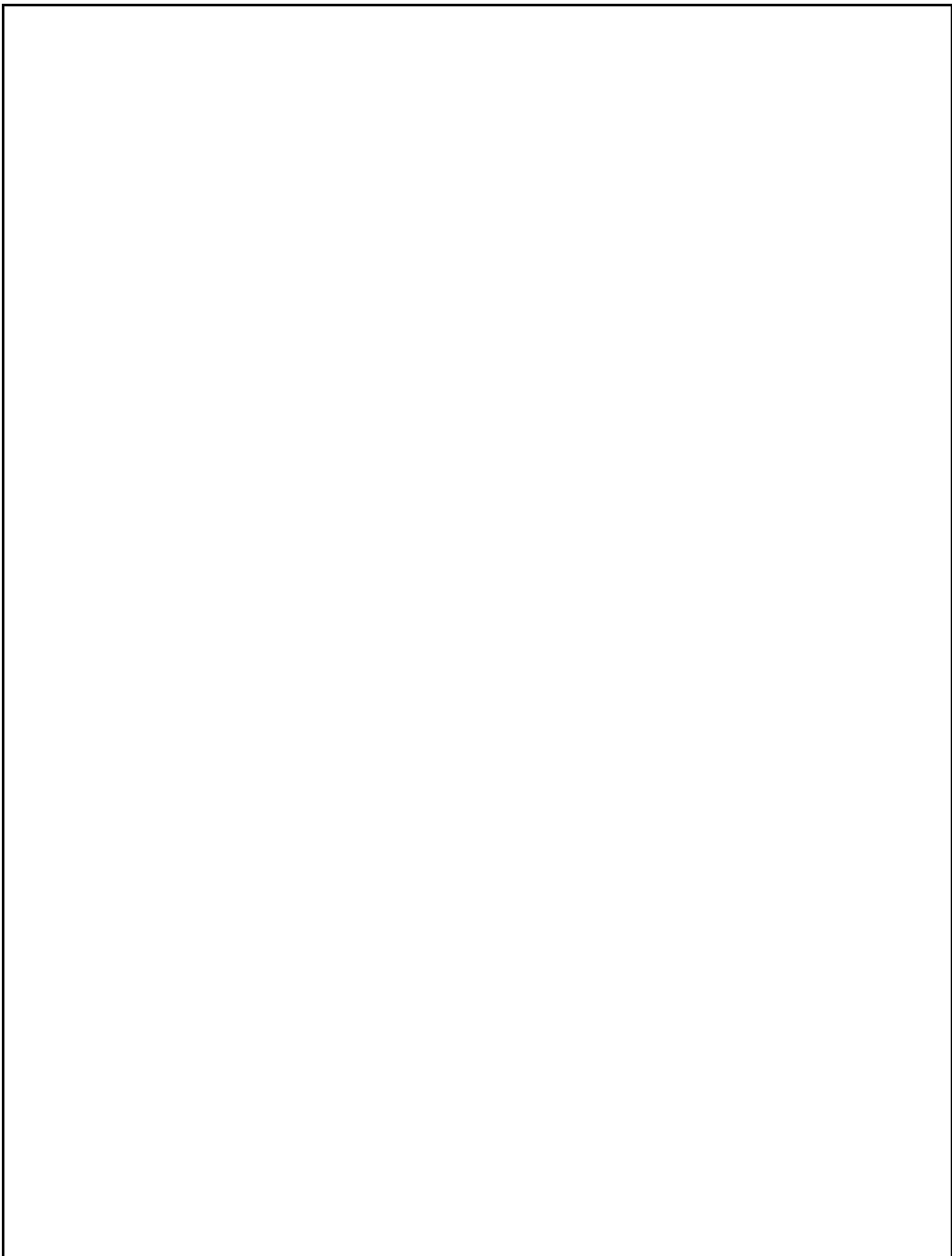
- بن حود حليلة

- شامخة خيرة

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
فريجات نسبية	جامعة غرداية	مشرفة
كانون جمال	جامعة غرداية	رئيس اللجنة
شرايطي فوزي	جامعة غرداية	مناقش

الموسم الجامعي:

1440-1441هـ/2019-2020م



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

الدورات التدريبية وتطوير المهارات الإعلامية لدى الإعلاميين الجزائريين

دراسة مسحية على عينة من الإعلاميين الجزائريين

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الاتصال والعلاقات العامة

إشراف الأستاذة:

فريجات نسبية

إعداد الطالبتين:

- بن حود حليلة

- شامخة خيرة

الموسم الجامعي:

1440-1441هـ/2019-2020م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# الإهداء

بعد الصلاة والسلام على خير الأمم وجامعهم على هداه عليه أفضل الصلاة

والسلام

أهدي ثمرة عملي إلى أول من ساعدني مرافق دربي على مدى الحياة والممات إلى الله عز وجل

وإلى حبيبه المصطفى عليه أفضل الصلاة والسلام

إلى من علمني حروف الحياة.....إلى أبي الغالي

إلى من علمتني الصبر والمثابرة.... إلى أمي الحنونة

إلى من خطوات معهم خطوات الحياة إخوتي .... عائشة وأمينة ومحمود

إلى نبض قلبي وقرّة عيني.....إبني حبيبي عبد الوهاب

إلى من شاركوني الضحكات صديقاتي: أحلام بن مسعود, حليلة بن عروبة, حلليم بدرو, يمينة بلجودي

وكل الصديقات بالإقامة الجامعية 1000 سرير – اناث غرداية

إلى من شاركتني هذا العمل خيرة شامخة إلى كل قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة غرداية

حليلة بن حود

# الإهداء

اهدي هذا العمل:

إلى من علمني أن الحياة: إيمان وصبر.... إلى رمز الشموخ أبي حفظه الله لي

إلى من نفخت في روحي القوة والعزة الأنفة.... والدتي قرة عيني إلى أخواتي حفظهم الله لي

إلى أصدقائي

والى كل الدين يحبونني وأحبهم في الله واحتفظ بذكراهم في قلبي

إلى كل من يقدر العلم ويسعي في طلبه

إلى من ذكرهم قلبي ونسيهم قلبي

إلى كل هؤلاء أهدي عملي هذا

خيرة شامخة

# الشكر والتقدير

بعد أن من الله علينا بإنجاز هذا العمل ، فإننا نتوجه إليه سبحانه وتعالى أولاً وآخراً بجميع ألوان الحمد والشكر على فضله وكرمه الذي غمرنا به فوقفنا إلى ما نحن فيه راجين منه دوام نعمه وكرمه ، وانطلاقاً من قوله ﷺ : "من لا يشكر الناس لا يشكر الله" ، فإننا نتقدم بالشكر والتقدير والعرفان إلى الأستاذة المشرفة " فريجات نسيبة" ، على إشرافها على هذه المذكرة وعلى الجهد الكبير الذي بذلته معنا ، وعلى نصائحها القيمة التي مهدت لنا الطريق لإتمام هذه الدراسة، فلها منا فائق التقدير والاحترام ، كما نتوجه في هذا المقام بالشكر الخاص لأساتذتنا الذين رافقونا طيلة المشوار الدراسي ولم ييخلوا في تقديم يد العون لنا

وندين بالشكر أيضاً إلى كل من ساهم في انجاز هذا العمل وخص بذكر الإعلاميين الجزائريين الذين ساعدونا من خلال تقديم جميع التسهيلات ومختلف التوضيحات المقدمة من طرفهم لإنجاز هذا البحث.

وفي الختام نشكر كل من ساعدنا وساهم في هذا العمل سواء من قريب أو بعيد حتى ولو بكلمة طيبة أو ابتسامة عطرة.

## المخلص

تهدف هذه الدراسة لمعرفة طبيعة الدورات الإعلامية ومدى الاستفادة منها من خلال المهارات التي يكتسبونها ويطورونها، وانطلقت دراستنا من تساؤل محوري مفاده : \*كيف تساهم الدورات التدريبية في تطوير المهارات الإعلامية لدى الإعلاميين الجزائريين؟ وتندرج ضمن الدراسات الوصفية وتم الاعتماد على منهج المسح الاجتماعي، مستخدمين كل من أداة الملاحظة والاستبيان، وقد طبقت هذه الدراسة على عينة مكونة من 98 اعلامي، موزعين عبر مختلف المؤسسات الإعلامية، تم اختيارهم بأسلوب عمدي عن طريق عينة كرة الثلج. وتوصلت دراستنا الى عدة نتائج أهمها:

\* أكدت دراستنا هذه أن طبيعة الدورات الإعلامية التي تلقاها الإعلاميون أفراد العينة كانت في مجال الاعداد والتقديم وكذا مجال التحرير الصحفي من خلال دورة أو دورتين اعلاميتين لمدة لم تتجاوز الأسبوع ، وهي مدة كافية حسبهم .

\* وجود فرق في الجانب المهاري لأفراد العينة قبل وبعد قيامهم بالدورات الإعلامية ، إذ أنها ساهمت في تنمية المهارات القديمة وتطويرها وتقديم أخرى جديدة ومكتسبة وأهم تلك المهارات حسبهم المهارات الفنية والتحريرية وكذا مهارة اللغة والصوت ، ويعمل أفراد العينة على توظيفها في عملهم الميداني مؤكدين على أنها ساهمت في تحسين اداءهم المهني من اجل السعي للاحتراف والتميز.

\* أهم الصعوبات والتحديات التي واجهت أفراد العينة في ظل غياب التدريب تمثلت في الخوف والرغبة من التقديم والإلقاء وكذلك صعوبة وعسر في الجانب التحريري وقد مكنتهم الدورات التدريبية من إزالة ذلك كله وفرض مكانتهم المهنية في مؤسسة العمل و انتاج مضامين اعلامية ذات جودة ونوعية .

**الكلمات الدالة:** التدريب الإعلامي، المهارات الإعلامية، الإعلاميين الجزائريين



## SUMMARY

This study dealt with the subject of training courses and the development of media skills among Algerian media professionals, and it aims to know the nature of these media courses provided and the extent to which they can be used through the skills they acquire. How do the training courses contribute to developing the media skills of the Algerian media.?

This study is part of descriptive studies, and it relied on the social survey method, using both the observation and questionnaire tool. This study was applied to a sample of 100 media professionals, distributed among various media institutions, who were deliberately chosen by means of a snowball sample.

Our study reached several results, the most important of which are:

- 1- Our study confirmed that the nature of the media courses that members of the sample received were in the field of preparation and presentation, as well as in the field of press editing through one or two media sessions for a period not exceeding one week, which is a sufficient period according to them.
- 2- The study also confirmed the existence of teams in the skills side of the sample members before and after they conducted the media courses as it contributed to developing old skills and developing them and introducing new and important of which are considered by them technical and editorial skills, as well as language and voice skills, and the sample members works to employ them in their field work, stressing the importance of it contributed to improving their professional performance in order to strive for professionalism and excellence.
- 3- Difficulties and challenges faced by the sample members in the absence of many media session that limited their distinction, the most important of which were fear and dread in presenting and giving, as well as difficulty and difficulty in the editorial side, which enabled them to produce quality media content.

-key word: media training. Media skills . Algerian media.

## فهرس المحتويات

رقم الصفحة	قائمة المحتويات
	الاهداء
	الشكر
	ملخص الدراسة
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
1	المقدمة
<b>الإطار المنهجي</b>	
2	إشكالية الدراسة
3	التساؤلات الفرعية
3	أهداف الدراسة أهمية الدراسة
4	أسباب اختيار الموضوع

4	حدود الدراسة
5	نوع الدراسة والمنهج
23	أدوات الدراسة
25	مجتمع البحث
25	عينة الدراسة
25	الدراسات السابقة
29	مفاهيم الدراسة
<b>الإطار النظري</b>	
34	تمهيد
35	<b>الفصل الأول: التدريب الإعلامي</b>
35	I.1. تعريف التدريب الإعلامي
36	I.2. أهداف التدريب الإعلامي
37	I.3. أسس التدريب الإعلامي
38	I.4. أهمية التدريب الإعلامي
39	I.5. أنواع التدريب الإعلامي
40	I.6. أساليب التدريب الإعلامي

42	خلاصة
27	الفصل الثاني: المهارات الإعلامية
27	تمهيد
45	I.7. تعريف المهارات الإعلامية
45	I.8. أهمية المهارات الإعلامية
46	I.9. مهارة التدريب في التلفزيون
48	I.10. مهارة التدريب في الإذاعة
50	I.11. مهارة التدريب في الصحافة المكتوبة
52	I.12. مهارة التدريب في الإعلام الجديد
55	I.13. تأثير المهارات الإعلامية على الأداء المهني
40	خلاصة
<b>الفصل الميداني</b>	
43	تمهيد
43	عرض وتحليل محور البيانات الشخصية
59	عرض وتحليل طبيعة التدريب الذي يتلقاه الإعلاميون في مركز التدريب الإعلامي
72	مهارات مكتسبة وما مدى الاستفادة من الدورات التدريبية

77	صعوبات التي تواجه الإعلاميون في ظل غياب الدورات التدريبية
82	النتائج في ضوء محاور الدراسة
85	النتائج العامة
86	خاتمة
88	قائمة المراجع والمصادر
91	الملاحق

## فهرس الجداول

الصفحة	الجدول	رقم الجدول
59	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	01
60	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب السن	02
62	يوضح توزيع عينة الدراسة حسبالمستوى التعليمي	03
63	يوضح توزيع عينة الدراسة حسبالوظيفة الإعلامية	04
64	يوضح توزيع عينة الدراسة حسبالخبرة المهنية.	05
65	نوع المؤسسة المشتغل بها.	06
66	يبين علاقة الوظيفة الإعلامية والمؤسسة.	07
67	يبين السبق بتلقي تدريب إعلامي.	08
68	استخدام المتدربون في مراكز التدريب وسائل التكنولوجيا الحديثة وعلاقتها بإفادة التدريب في تحسين الأداء الإعلامي	09
68	عدد الدورات التدريبية المشارك فيها وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي	10

69	يبين سبب اللجوء إلى التدريب.	11
70	الإشراف على الدورات وعلاقته بالمدة المقضاة في مركز التدريب	22
72	إفادة التدريب في تحسين المهارة الإعلامية.	12
72	يبين وجهة نظر أفراد العينة في الوقت المناسب للتدريب وعلاقته بسبب اللجوء للتدريب.	13
73	يبين وضع أفراد العينة قبل قيامهم بالدورات وعلاقتهم بإفادة التدريب في تحسين المهارة الإعلامية	14
74	يبين تمكين الدورات التدريبية وعلاقتهم بإفادة التدريب في تحسين المهارة الإعلامية.	15
75	يوضح المهارات الموظفة وعلاقتها بسبب اللجوء للتدريب.	23
76	يوضح أين توظف هذه المهارات	16
76	يوضح أين توظف هذه المهارات	17
77	يوضح وجهة نظر أفراد العينة في الوقت المناسب للدورات.	18
78	يوضح الشعور بوجود فرق في المهارات الإعلامية قبل وبعد الدورات	19
78	يوضح وضع أفراد العينة قبل قيامهم بالدورات التدريبية.	20
79	يوضح تمكين الدورات التدريبية.	21

## فهرس الأشكال

الصفحة	العبارة	رقم الشكل
60	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
61	يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن	02
63	يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	03
64	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة الإعلامية	04
65	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية	05



# مقدمة

## مقدمة

يعتبر موضوع العنصر البشري في المؤسسة أهم الموضوعات التي إستحوذت على إهتمام الكثيرين من الباحثين والدارسين ، نظرا لكونه أهم عناصر الإنتاج للمؤسسة و أساس عملها، خاصة في ظل التطور الهائل و التحولات الجذرية التي يعيشها العالم التي أسهمت بشكل أو اخر في تغيير أساليب العمل الفنية والتكنولوجية، ومن هذا المنطلق يعد التدريب في الوقت الحاضر من أهم العوامل التي يعتمد عليها نجاح أي مؤسسة مهما كان مجال عملها و هو المحرك الذي يجعل منها تعمل بكفاءة نحو تحقيق الأهداف التي تصبو إليها.

و من بين المجالات التي شهدت تغيرات عديدة ومختلفة في الجانب التقني والتكنولوجي والذي انعكس على ممارسات الأفراد المهنية نجد الجانب الإعلامي، حيث أصبحت المؤسسات الإعلامية العصرية تحتاج أكثر إلى فرد مؤهل و متخصص و أكثر كفاءة و مهارة و تحكما في التكنولوجيا الحديثة، لذلك أصبح من الضروري تدريب القوى العاملة في المؤسسات الإعلامية في جميع المستويات و التخصصات قصد تطوير المهارات و تجديد المعارف والاتجاهات المتعلقة بالممارسة المهنية، لذا يحتل التدريب الإعلامي اليوم مكانة هامة في المؤسسات الإعلامية ويشكل وسيلة لتطوير أداء الإعلاميين وتحسينه من خلال مواكبة المستجدات، وتطوير المهارات الإعلامية وتنميتها ، مما جعل منه عملية مهمة تساهم بفاعلية في تنمية الأداء الإعلامي للإعلاميين في المؤسسة وذلك من خلال تنمية المعارف والمهارات والاتجاهات ويزيد من فعالية تلك المهارات بشكل يخدم الإعلاميين والمؤسسة الإعلامية ويطور العلاقة بينهما ويرفع كفاءتها .

لذلك فتعمل المؤسسات الإعلامية اليوم جاهدة لاقامات دورات تدريبية تساعد على تخصيص عقول المتدربين و توسيع آفاقهم و مداركهم بما يساعد على تعميق الفكر و يكسبهم الإدراك المستنير و الكشف عن الظروف و الآثار المترتبة عن تصرفاتهم، كما أن التدريب الإعلامي عامل مهم في تنمية الحس الإعلامي لدى الصحفيين و توجيه اهتمامهم إلى المسائل الكبرى و العميقة في مجال الإعلام، و غض النظر عن الأخطاء الطفيفة التي يتعرض لها الصحفيين العاديين عند ممارسة العمل الإعلامي.ناهيك عن تنمية مختلف المهارات القديمة وتقديم أخرى جديدة تمكنهم للاحاق نحو التميز

وبناء على ما سبق جاءت هذه الدراسة كمحاولة لتسليط الضوء على علاق التدريب الإعلامي بالمهارات الموجودة لدى الإعلاميين ومدى الاستفادة منها ميدانيا، لذلك قسمنا دراستنا إلى:

**الإطار المنهجي للدراسة:** يحدد إشكالية الدراسة التي تمحورت حول موضوع البحث، وكذلك تحديد أهمية الدراسة ودافع اختيار الموضوع وكذلك أهداف الدراسة ومنهج البحث وأدوات جمع البيانات.

**أما الإطار النظري** فقسمناه إلى عنصرين العنصر الأول كان بعنوان التدريب الإعلامي ويتضمن تعريف التدريب الإعلامي والأنواع وأهدافه والأسس والأساليب والأهمية أما العنصر الثاني كان تحت عنوان المهارات الإعلامية يتضمن التعريف للمهارات الإعلامية أهميتها وتأثير المهارات على الأداء المهني للإعلاميين وأنواع المهارات الإعلامية.

ثم الجانب الميداني والذي شمل تحليل معطيات الجداول والخروج بنتائج عامة للدراسة ومن ثم خاتمة ختمنا بها عملنا.

## الإطار المنهجي

إشكالية الدراسة

تساؤلات الفرعية

أهداف الدراسة

أهمية الدراسة

أسباب اختيار الموضوع

حدود الدراسة

نوع الدراسة

منهج الدراسة وأدوات الدراسة

مجتمع البحث

عينة الدراسة

الدراسات السابقة

مفاهيم الدراسة

## الإشكالية:

يعتبر الإعلام عملية هامة تتطور بشكل دائم ومستمر مع تطور وسائل الإعلام لأنه يساهم في تطوير نظم المعلومات والاتصالات ما يحتاج دائما إلى المزيد من المهارات والخبرات لتحقيق الاحتراف ما يجعل من التدريب الإعلامي وسيلة لتحسين الأداء المهني وتطوير المهارات الإعلامية وذلك من خلال مواكبة التحديات.

فالتدريب الإعلامي والأهمية التي يكتسبها يعتبر أحد الركائز التي تعمل المؤسسة الإعلامية على تفعيله أو الاهتمام به من خلال تنشيط دورات إعلامية لتطوير الفعلي للإعلاميين ما يكسبهم تحسين وتطوير لمواجهة كل تلك الصعوبات أو النقائص التي كانت تواجههم

فمن خلال تلك المهارات التي يتلقاها الإعلاميون في الدورات التدريبية تساعدهم في بدل العطاء المهني وتحسين الإنتاج الإعلامي في الجزائر سواء في المؤسسات العمومية أو الخاصة، لأنه يرجع بالفضل الكبير على المؤسسات وذلك لتحقيق التميز في المجال والوظائف التي تؤديها فضلا على ذلك أن المهنة الإعلامية تتجدد وتحتاج دائما إلى المزيد من المهارات والخبرات لتحقيق الاحتراف ما يجعل من التدريب حاجة ملحة في ظل التطور الهائل في مجال الإعلامي

وهنا برزت أهمية التدريب الإعلامي بالنسبة للإعلاميين الجزائريين لإضفاء إلى رصيدهم المهني الأمر الذي يطرح عدة تساؤلات حول مضامين هذه الدورات الإعلامية ومن هم الإعلاميين الأكثر ولوجا إلى هذه الدورات ومن هي المؤسسات التي تقوم بدورات تدريبية وأمام هذا الطرح تمحورت مشكلة دراستنا في التعرف على الدورات التدريبية وتطوير المهارات الإعلامية لدى الإعلاميين الجزائريين متخذين في ذلك عينة من الإعلاميين الجزائريين:

**\*كيف تساهم الدورات التدريبية في تطوير المهارات الإعلامية لدى الإعلاميين الجزائريين؟**

### التساؤلات الفرعية:

- ما طبيعة الدورات التدريبية التي يتلقاها الإعلاميون الجزائريون؟
- ما المهارات التي يكتسبها الإعلاميون الجزائريون من الدورات التدريبية؟
- ماهي أهم الصعوبات التي تواجه الإعلاميون الجزائريون في ظل غياب الدورات التدريبية؟

## أهمية الدراسة:

تتبع أهمية أي بحث من أهمية موضوع الظاهرة المدروسة ومن قيمتها العلمية والنتائج المنتظر تحقيقها منها والتي من خلالها يمكننا إثبات حقيقة ظاهرة ما أو جعلها منطلق للبحوث الأخرى، وتكمن أهمية دراستنا هذه في كونها تسلط الضوء على موضوع التدريب الإعلامي الذي أصبحت المؤسسات الإعلامية تولي له أهمية كبيرة لتطوير و تنمية المهارات واكتساب خبرات جديدة هذا نظرا لتطور وسائل الإعلام وحاجة الإعلاميين الى مواكبة هذا التطور من جهة ورغبة القائمين على هذه المؤسسات في تكوين طاقمها البشري لي يساهم بدوره في تقدم ونجاح المؤسسة الإعلامية ومنافسة مختلف المؤسسات الأخرى.

## أهداف الدراسة:

- تكمن أهداف هذه الدراسة في إبراز أهمية الدورات التدريبية الإعلامية في للمؤسسات الإعلامية، ودورها المميز في تفعيل العمل الإعلامي من خلال تطوير بعض المهارات الإعلامية خصوصا في ظل التطور التكنولوجي الذي يشهده العصر.
- التعرف على مضامين الدورات التدريبية الإعلامية وطبيعتها.
- التعرف على التحديات التي يواجهها الإعلاميين في ظل غياب الدورات التدريبية الإعلامية.
- التعرف على مختلف المهارات المكتسبة من الدورات التدريبية الإعلامية.

## أسباب اختيار الموضوع:

### ذاتية:

- الرغبة في الاحتكاك أكثر بالإعلاميين الجزائريين.
- الميل لمثل هذا النوع من المواضيع الإعلامية

## موضوعية:

- تعزيز المجال العلمي بتناول مثل هذه المواضيع التي أصبحت موضة المؤسسات الإعلامية (الدورات التدريبية)
- تغاضي بعض المؤسسات الإعلامية عن الدورات التدريبية كعامل مهم ومساهم في نجاحها.
- أهمية الدورات التدريبية في تطوير أداء الإعلاميين
- قلة البحوث المتعلقة بموضوع التدريب مما دفعنا لإثراء المكتبة الجامعية بمثل ذا النوع من الدراسات الإعلامية

## ب- حدود الدراسة:

- ❖ المجال المكاني: يمثل المجال المكاني لدراستنا مختلف المؤسسات الإعلامية بالجزائر.
- ❖ المجال البشري: يمثل المجال البشري لدراستنا هم الإعلاميون الجزائريون.
- ❖ المجال الزمني: بدأنا دراستنا في 29 أكتوبر 2019 الى غاية سبتمبر 2020 انطلاقا من الجانب النظري، ثم بدأنا بالجانب التطبيقي حيث أعدنا استمارة وعرضناها على الأستاذة المشرفة والأستاذة المحكمين لضبط الاستمارة ليتم توزيعها على عينة الدراسة (الإعلاميين الجزائريين).

## نوع الدراسة والمنهج:

تعتبر دراستنا من الدراسات الوصفية التي تبحث وتتعرف على الوضع الحالي لظاهرة والهدف منها جمع البيانات والمعلومات من أجل الحصول على نتائج صحيحة. أما عن المنهج المستخدم فقد اعتمدنا على منهج المسح الاجتماعي: (هو منهج قائم على تصوير الظاهرة وتحليلها وتفسيرها في إطار وضعها الراهن، وضمن ظروفها الطبيعية، فهو يعتبر أحد المناهج الأساسية للدراسات الوصفية)<sup>1</sup>

<sup>1</sup>. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط3، الجزائر، 2007،

هذا ولأنه هو الأجدر باستخدامه لدراسة في مثل هذه البحوث (الدورات التدريبية وتطوير المهارات الإعلامية لدى الإعلاميين الجزائريين)، إذ نقوم بمسح على عينة من الإعلاميين الجزائريين العاملين في وسائل الإعلام الجزائرية.

### أدوات جمع البيانات:

تعد أدوات البحث العلمي: تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر<sup>1</sup>، ونظرا لطبيعة بحثنا وانطلاقا من المنهج ونوع الدراسة اعتمدنا على الأدوات التالية:

### الملاحظة:

تعرف بأنها الوسيلة التي نحاول بها التحقق من السلوك الظاهري للأشخاص وعن طريقها يتمكن الباحث من دراسة الظروف المحيطة بالمبحوثين وملاحظة سلوكياتهم وتفاعلاتهم وأنماط معيشتهم وأساليبها<sup>2</sup>، وقد كان توظيفنا لهذه الأداة، "الملاحظة دون مشاركة" من خلال ملاحظتنا لإقبال الكثير من الإعلاميين على هذه الدورات وكذا للمهارات الجديدة المكتسبة منها وتوظيفها في حياتهم العملية.

الاستبيان: يعرف على أنه: أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي يطلب من المفحوص الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث، حسب أغراض البحث<sup>3</sup>

<sup>1</sup> ربحي مصطفى عليان وعثمان مُجد غنيم: مناهج وأساليب البحث العلمي (النظرية والتطبيق)، دار صفاء لنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2000، ص112

<sup>2</sup> منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2014، ص167

<sup>3</sup> جودت عزت عطوي: أساليب البحث العلمي (مفاهيمه، أدواته، طرقها الاحصائية)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط4، عمان، 2011، ص99



فبالإضافة الى الملاحظة فقد استخدمنا أيضا استمارة الاستبيان والتي اشتملت على 20 سؤالاً، مقسمة على محاور 4 وهي:

**المحور الأول:** البيانات الشخصية للمبحوثين.

**المحور الثاني:** طبيعة التدريب الذي يتلقاه الإعلاميين في مراكز التدريب

**المحور الثالث:** المهارات المكتسبة ومدي الاستفادة من الدورات التدريبية.

**المحور الرابع:** الصعوبات التي تواجه الإعلاميين الجزائريين في ظل غياب الدورات التدريبية.

هذا وتم توزيع 100 استمارة على الإعلاميين ولكن تم استرجاع 98 استمارة فقط.

#### • صدق المحكمين:

وهو اختبار قدرة الاستبيان على قياس ما هو مطلوب قياسه بحيث يتضمن عدم تسرب أو التحيز أو الخطأ، في أي مرحلة من المراحل التي قد تؤثر على صلاحية الأدوات المنهجية المستخدمة للدراسة، وبالتالي ارتفاع مستوى الثقة فيها، ولقد اعتمدنا على الأسئلة المغلقة والمفتوحة والأسئلة المغلقة التي تتضمن عدة اقتراحات، وقد تعرض هذه الاستمارة على عدد من الأساتذة بقسم علوم الإعلام والاتصال<sup>1</sup>، بحيث وضع مجموعة من الملاحظات والاقتراحات من طرف المحكمين من اجل أخذها بعين الاعتبار، وذلك من خلال إعادة بعض الأسئلة أو تصحيح الغموض فيها، وفي الأخير بعد التشاور مع الأساتذة المشرفة تم إعداد الاستمارة النهائية التي وزعت على المبحوثين.

#### مجتمع الدراسة:

---

<sup>1</sup>الاساتذة المحكمين: فوزي شرايطي، استاذ في جامعة غرداية، لطفي دكاني، استاذ في جامعة غرداية، فريجات نسبية، استاذة في جامعة غرداية، مهيري دليلة دكتورة بجامعة غرداية.

يعتبر مجتمع الدراسة هو كل الأفراد والوحدات الممثلة للمجتمع الأصلي وفي دراستنا هذه تتمثل في كل الإعلاميين الجزائريين الذين يخضعون لدورات تدريبية في مختلف المؤسسات الإعلامية الجزائرية منها: المكتوبة والالكترونية والسمعية، والسمعية البصرية.

### عينة الدراسة:

تعرف بأنها "عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة مناسبة ,وإجراء الدراسة عليها ومن تم استخدام تلك النتائج ,وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي".<sup>1</sup>

ونظرا لطبيعة دراستنا اعتمدنا على الأسلوب العمدي واخترنا عينة كرة الثلج لأنها هي الأكثر ملائمة لدراسة هذا الموضوع" وهي التي يقوم الباحث فيها باختيار عدد من الوحدات او المفردات الممثلة لمجتمع الكلي، والتي هم على علاقة مباشرة بموضوع البحث، من اجل تزويده بما يحتاجه من بيانات تعرفه بحقيقة هذا الموضوع<sup>2</sup>، وتمثل حجم العينة في 98 مفردة وموزعين عبر الولايات المختلفة للوطن ويعملون في مؤسسات إعلامية متعددة.

### الدارسات السابقة:

#### الدراسة الأولى:

بعنوان "مراكز التدريب الإعلامي دراسة مقارنة بين المركز العربي للتدريب الإذاعي والتلفزيوني والجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير" للباحث "محمد حمود حسن" جامعة بغداد سنة 1434هـ-2013م

<sup>1</sup> منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2014، ص 112

<sup>2</sup> صالح بن نوار، مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والإنسانية، دار الفائز لطباعة، ط1، قسنطينة، الجزائر، 2012، ص 196

وقد استندا الى بعض التساؤلات التي تبلور مشكلة بحثه\* ما مدي حاجة الإعلام وعملياته الى التدريب ومراكزه ومؤسساته؟ ما علاقات التدريب الإعلامي مع غيره من العناصر وحدود ذلك وطبيعة هذا التدريب أي مكنونه او ماهيته؟، واندرجت هذه الدراسة في إطار البحوث الوصفية ,واستخدم المنهج المسحي الذي يرتبط بمحتوى الظاهرة التي يتم دراستها, وقام الباحث باختيار المتدربين في مراكز التدريب الإعلامي العربية كمجتمع للدراسة ونظرا لسعة هذا المجتمع وصعوبة الوصول إليه، تم اختيار عينة ممثلة من المجتمع المستهدف بلغت 44مبحوث وهم المتدربون المشاركون في الدورات مركزي الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير في قطر والمركز العربي لتدريب الإذاعي والتلفزيوني في دمشق وذلك بطريقة عشوائية منظمة بناء على المعلومات التي توفرت لديه من المسؤولين في المركزين عن خصائص العينة ،

-وأظهرت نتائج التحليل في هذه لدراسة أن الأكثرية ممن لديهم انطباع عن مؤسسات ومراكز التدريب هم من المركز العربي

-تبين من نتائج الدراسة، ان الذين مارسوا العمل الإعلامي من مبحوثي المركز العربي أكثر من الذين ينتمون الى مراكز الجزيرة

-بينت الدراسة ان معظم المبحوثين في كلا المركزين قيم كفاءة المدرب، وقدراته التدريبية عن طريق الدورات التي شاركوا فيها

**التعليق:** نظرا للتشابه الكبير بين موضوع دراستنا وهذا الموضوع لأنها تناولت متغير التدريب الإعلامي فقد اعتمدنا عليها في الجانب النظري خاصة الفصل الأول الذي احتوى على التدريب الإعلامي (التعريف والأهداف والأساليب).

**الدراسة الثانية:**

دور التدريب الإعلامي في تحسين الأداء المهني للإعلاميين في الجزائر دراسة ميدانية بمراكز التدريب الإذاعي بمدينة أم البواقي، للباحثة سميرة قارة، سنة 2017/2016

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور التدريب الإعلامي في تحسين الأداء المهني للإعلاميين في الجزائر وتناولت الإشكالية التالية ما هو دور التدريب الإذاعي لأم البواقي في تحسين الأداء المهني للإعلاميين في الجزائر؟

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وذلك لوصف العلاقة بين التدريب الإعلامي والأداء المهني للإعلاميين واعتمدت على المنهج المسحي باعتباره المنهج المناسب لهذه الدراسة أما في اختيارها للعينة فقد اختارت القصدية ليكون بذلك عدد مفرداتها 50 متدرب بمركز التدريب الإذاعي، وتما الاعتماد في هذه الدراسة على الملاحظة والمقابلة واستمارة الاستبيان كأدوات لتحليل نتائجها

#### نتائج الدراسة:

- أن المتدربين (أفراد العينة) تحصلوا على تدريب كاف وبشكل جيد
- أن أغلبية المتدربين تحصلوا على مهارات جديدة ومفيدة في العمل، والاستفادة من التدريب في تطوير الأداء المهني وتنمية القدرات.
- أنه هناك بعض المشكلات تواجه التدريب في المراكز والمتمثلة في نقص الإمكانيات المادية كما تم اقتراح بعض الحلول من أجل تحسين التدريب مثل تدعيم المركز بتجهيزات أكثر تطورا

#### التعليق:

تتداخل هذه الدراسة كثيرا مع دراستنا محل الدراسة خاصة من ناحية المتغيرات التي تتناولها لأنها تعالج التدريب الإعلامي وأداء الإعلاميين الجزائريين ودراستنا تتناول الارتباط بين الدورات التدريبية الإعلامية وتطوير المهارات الإعلامية الذي يتجلى توظيفها في الأداء المهني للإعلاميين.

#### الدراسة الثالثة:

دور التدريب الإعلامي في تنمية أداء الصحفيين، مركز التدريب الإذاعي والتلفزيوني بتيبازة نموذجاً، دراسة مسحية لعينة من الصحفيين المتدربين لزينب ملحاني وكلثوم مازوني سنة 2013.

**الإشكالية:** هل التدريب بمركز التدريب الإذاعي والتلفزيوني بتيبازة

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية

يتمثل مجتمع البحث في الصحفيين المتدربين بمركز التدريب الإذاعي والتلفزيوني بتيبازة، أما العينة فقد تمثلت في مفردات التي ستخضع للدراسة ويتم اختيار الوحدات وتحديد حجمها من خلال إطار العينة والذي يشمل على كافة الوثائق التي تضم المفردات التي تناولت المحتوى المستهدف للدراسة، واستخدم المنهج الوصفي والملاحظة والمقابلة والاستقصاء كأدوات لدراسة.

**نتائج الدراسة:**

إن مركز التدريب الإذاعي والتلفزيوني يقدم فقط تدريب الإذاعي أي لصحفيين المتخصصين في المجال الإذاعي.

يتضح أيضاً أن المركز هي المعنية بتحديد فترة التدريب وكذا بإعداد البرنامج التدريبي.

لاحظنا أن الصحفيين الشباب هم الذين كانت لهم الذين كانت لديهم فرص أوفر للتدريب حيث بلغت نسبة الصحفيين الذين تتراوح أعمارهم من 25 إلى 30 بلغت 45%

المركز يستقبل متدربين من مختلف الدول إلا أننا أثناء إجراءنا لدراسة الميدانية صادفنا فقط متدربين جزائريين.

**التعليق:**

تشابه هذه الدراسة مع دراستنا إلا أنها تناولت متغير التدريب الإعلامي، وتختلف في مكان إجراء التدريب حيث قام الباحث بإجراء الدراسة على مركز تدريب الإذاعي بتيبازة، بينما الدراسة الحالية كانت على الإعلاميين الجزائريين، واعتمدنا أيضاً على هذه الدراسة في الجانب النظري في ما يخص

## مفاهيم الدراسة:

### 1-الإعلام لغة واصطلاحا

**لغة:** جاء في لسان العرب: علم وفقه، وتعلمه للجميع أي علموه، يقال استعلم لي خبر فلان وأعلمني إياه وقوله عز وجل " وما يعلمان من احد في يقولان انما نحن فتننة فلا تكفر" البقرة(102)، أي أن الملكين بعد إعلام الناس بتحريم السحر يؤمران باجتنابه بعد الإعلام وذكر ابن الأعرابي إنه قال: تعلم بمعنى اعلم... فهذا معني يعلمان ، ولا يكون تعليم السحر إذا كان إعلاما كفاد... ويجوز أن نقول علمت بمعنى عرفت وخبرته.<sup>1</sup>

**اصطلاحا:** وقد عرف الخبراء الإعلامي أنه تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعد على تكوين الرأي عام تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم.

ولذلك فإن أهم ما يميز وظيفة الإعلام هو الصدق حيث يستهدف الإعلام تقديم الحقائق المجردة وشرحها وتفسيرها بطريقة موضوعية، ويعتمد الإقناع فيها على تقديم الحقائق والعرض الموضوعي لها.<sup>2</sup>

**الإعلامي:** ويطلق عليه عدة ألقاب: الصحفي، رجل الصحافة، الإعلامي، رجل الإعلام فهو الكاتب والمحرر والموظف والمصور، كل من يسهم في القيام بالعمل مهما كان نوع عمله الوظيفي.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> ابن منظور، أبو الفضل محمد بن مكرم، لسان العرب، دار العلم، ط2، بيروت، 1984، ص841

<sup>2</sup> منال طلعت محمود، مدخل الى علم الاتصال، جامعة الإسكندرية، 2002، 2001، ص91

<sup>3</sup> سمير كبريث، للغة العربية واعداد رجل الإعلام، دار النهضة العربية، ط1، بيروت، 2010، ص46

\* ويقصد به كل من يقوم على إعداد وكتابة أو نشر أو بث المواد الإعلامية في الصحف والمجلات وكذلك كل من يعد البرامج الإذاعية والتلفزيونية عبر الانترنت ويضم هذا كلا من المحررين والكتاب والمراسلين والمعددين والمخرجين ومقدمي البرامج.

إجرائيا: نقصد به العامل في المجال الإعلامي سواء في مؤسسة عمومية أو خاصة أو في مؤسسة مكتوبة او سمعية او سمعية بصرية او الكترونية والذي يساهم في القيام بالعمل الصحفي (تحرير، تقديم، تنشيط، إخراج، الخ)

## 2-التدريب:

لغة: تدربا (درب) على الشيء وفيه أوبه تعودة ومرن عليه<sup>1</sup>

اصطلاحا: يعرف التدريب على انه نشاط مخطط يهدف إلي تزويد الأفراد بمجموعة من المعلومات والمهارات التي تؤدي الى زيادة معدلات أداء الأفراد في عملهم<sup>2</sup>

إجرائيا: هو عملية أو نشاط يهدف إلى تزويد الأفراد بأفكار ومعلومات التي تكسبهم معارف ومهارات اللازمة لأداء عملهم.

## 3-التدريب الإعلامي:

اصطلاحا: هو عملية منظمة تهدف الى حصول العاملين في مهنة الصحافة والإعلام على مهارات ومعلومات واتجاهات معينة لتمكنهم من الاستفادة في عملهم وبما ينعكس ايجابيا في قدراتهم وأداء مهامهم واتجاهاتهم ومؤسساتهم الإعلامية<sup>1</sup>

<sup>1</sup> جبران مسعود ورائد الطلاب: معجم لغوي عصر الطلاب، دار العلم للملايين، ط1، 2005، ص2015

<sup>2</sup> زينب ملحاني، كلثوم مازوني، دور التدريب الإعلامي في تنمية أداء الصحفيين، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص وسائل

الإعلام والتنمية المستدامة، جامعة خميس مليانة، 2013/2014، ص21

إجرائياً: مجموعة الأنشطة التي يحصل من خلالها الإعلاميون المتدربون بمراكز التدريب على معلومات وقدرات تمكنهم من استخدامها في عملهم الإعلامي وتطويره.

## 5-المهارات:

لغة: المهارة في اللغة العربية تعني الحذق في الشيء "الماهر" الحاذق بكل عمل والجمع "مهرة" ويقال مهر الشيء ومهر فيه وبه أي أحكمه وصار به حاذق فهو ماهر وفي الحديث النبوي الشريف (مثل الماهر بالقران مثل السفرة) الماهر هنا الحاذق بالقراءة<sup>2</sup>.

اصطلاحاً: وهي اختيار واع للمعرفة وثيقة الصلة بالمسؤوليات المهنية المطلوبة من الممارس العام والقدرة على إدماج تلك المعرفة مع قيم الخدمة الاجتماعية وبلورتها ثم التعبير عنها بنشاط مهني مناسب تبعاً لطبيعة الموقف<sup>3, 4</sup>.

إجرائياً: فالمهارة هي مجموعة التقنيات التي يكتسبها الفرد إما عن طريق الخبرة في العمل أو اكتسابها من دورات تكوينية.

6-المهارات الإعلامية: هي مختلف المعارف والتقنيات والسلوكيات التي يكتسبها الإعلامي من خلال الدورات التدريبية التي قام بها

## 4-تطوير:

---

<sup>1</sup>مُجَّد حمود حسن: مراكز التدريب الإعلامي دراسة مقارنة بين المركز العربي للتدريب الاذاعي والتلفزيوني والجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013، ص45

<sup>2</sup>جمال أبو الفضل مُجَّد بن مكرم ابن منظور. لسانالعرب، دار صادر، المجلد6، بيروت، 1997، ص104

<sup>3</sup>مُجَّد سيد فهمي. مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار الوفاء الدنيا لطباعة النشر والتوزيع، مصر، 2008، ص168



لغة: يطور، يتطورا، جدد، حسن.<sup>1</sup>

**اصطلاحا:** هو العملية المستمرة التي يتلقاها الإنسان من خلال المساندة والدعم اللازمين لنمو مهاراته وقدراته بشكل متواصل، ويتم ذلك من خلال عمليات التعليم المخططة او غير مخططة ولكنها في كل الأحوال تكون ضرورية من اجل نجاح الإنسان في استثماره لموارده بصورة تتناسب مع الظروف الزمانية والمكانية التي يعيش فيها.<sup>2</sup>

**إجرائيا:** نقصد به تنمية المهارات والقدرات والمعارف الموجودة لدى الإعلاميين.

---

<sup>1</sup>Boudon Raymond: **Dictionnaire de Sociologie**, éd Duissier, panis, 2005, p26

<sup>2</sup>بوريب طارق، الرقابة الإدارية وعلاقتها بالتطوير التنظيمي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، تخصص التنظيم والعمل، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014، ص7، ص8

## I. التدريب الإعلامي

### تمهيد

1. تعريف التدريب الإعلامي
2. أنواع التدريب الإعلامي
3. أساليب التدريب الإعلامي
4. أسس التدريب الإعلامي
5. أهداف التدريب الإعلامي
6. أهمية التدريب الإعلامي

### خلاصة

تمهيد:

يحتل التدريب الإعلامي مكانة هامة في المؤسسات الإعلامية إذ يشكل وسيلة لتطوير الأداء المهني للإعلاميين من خلال مواكبة المستجدات، وتطوير المهارات فالتقنيات الحديثة والتطوير المتجدد للإعلام أثر بشكل كبير مما جعل التدريب عملية مهمة تساهم بفاعلية في تنمية الإعلاميين في المؤسسة الإعلامية من خلال تنمية المعارف والمهارات والاتجاهات. كما بعد التدريب الإعلامي استثمار للمستقبل حيث أنه يصنع أجيالاً مؤهلة لخوض غمار التجربة بمهنية، والصحافة مهنة المهارات فهي لا تتقيد بعلم ولا دراسة ولا تكفي الدراسة الأكاديمية، بل لا بد من التدريب.

وفي هذا الفصل سنحاول أن نتعرف على ماهية التدريب الإعلامي من خلال مفهومه وأساليبه وأنواعه.

## 1- تعريف التدريب الإعلامي

### -تعريف التدريب:

التدريب اصطلاحاً: عبارة عن نشاط منظم يركز على الفرد لتحقيق تغيير في معارفه ومهاراته وقدراته لمقابلة احتياجات محددة في الوضع الحاضر أو المستقبل في ضوء متطلبات العمل الذي يقوم به المرء، وفي ضوء تطلعاته المستقبلية للوظيفة التي يقوم بها في المجتمع. أو هو مجموعة من البرامج المهمة بالتعليم وتحسين المهارة الفنية ليؤدي المدرب انجازاً أفضل. فالتدريب هو عملية تعلم وارتقاء دائم، وانتقال من طور إلى طور وهو مواكبة ومقاربة لما يمتلكه المهرة<sup>1</sup>.

### تعريف التدريب الإعلامي:

هو عملية مستمرة مرتبطة بالتغيرات الحاصلة في مجال المعرفة الحديث المتعلق بعلوم الإعلام والاتصال وكل ما يقدم إضافة نوعية لرجل الإعلام بهدف صقل المهارات النظرية المكتسبة والقدرات المخزونة، نحو تطوير السلوك الوظيفي من خلال تحسين الأداء وتطويره واكتساب مهارات جديدة، ويأخذ التدريب الإعلامي ثلاثة أوجه:

- نقل مهارات فنية وعملية من شخص إلى آخر "مرافقة" أو مجموعة أشخاص "دروس ومحاضرات وتطبيقات عملية" كحوصلة لتجربة متميزة.
- ممارسة معارف في جوانبها التطبيقية، كالتعامل مع النصوص وإعادة البناء الفني وفق المتطلبات العملية. والنزول الميداني والتعاطي مع الحدث.

<sup>1</sup>محمد حمود حسن، مراكز التدريب الإعلامي دراسة مقارنة بين المركز العربي للتدريب الاذاعي والتلفزيوني والجزيرة الإعلامية

للتدريب والتطوير، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ط1، ص94، 93

- تطبيق عملي في التعامل مع الوسيلة أو الآلة بما يمكن من القيام بالمطلوب.<sup>1</sup>

## 2- أهداف التدريب الإعلامي:

يمكن القول أن هناك أهداف عامة تتعلق بالارتقاء بالعمل الإعلامي في المؤسسات ووسائل الإعلام وهناك عدة أهداف تذكر منها ما يلي:

- تنمية قدرات وكفاءات وخبرات الإعلاميين وزيادة مهاراتهم، واكتسابهم مهارات سلوكية معينة تزيد من قدراتهم على تطوير العمل الإعلامي.

- إعداد إعلاميين قادرين على تأدية الرسالة الإعلامية في الوظائف المناسب على جميع مستويات العمل داخل المؤسسة الإعلامية.

- تحقيق الأهداف العامة للمؤسسة الإعلامية، والتي تتمثل أساسا في فرض نفسها في الساحة الإعلامية، وكسب أكبر عدد من القراء والمستمعين، وبتالي الارتقاء بالعمل الإعلامي الى مستويات عالية تواكب التطورات التكنولوجية والتقنية الحاصلة في هذا المجال.

- مواكبة التطورات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية المعاصرة.

- تنمية الموارد البشرية في قطاع الإعلام.

- تطوير الأداء الإعلامي ليقوم على المهنية والتميز والإبداع والحرية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ساعد ساعد، مرجع سبق ذكره، ص 12

<sup>2</sup> زينب ملحاني، كلثوم مازوني، دور التدريب الإعلامي في تنمية أداء الصحفيين، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص وسائل الإعلام والتنمية المستدامة، جامعة خميس مليانة، 2013/2014، ص 33، ص 34

### 3- أسس التدريب الإعلامي

يقوم التدريب الإعلامي على مجموعة من الأسس وهي كالآتي:

-الأساس المهني أو الفني: والذي يتطلب من المدرب أو القائم على الإعلام أن يتعرف على طبيعة الأفراد، للعمل على النواحي المطلوبة لتنمية أداء الأفراد وتضمن البرنامج التدريبي للمهارات والمعارف المطلوبة.

-الأساس النفسي: وهو مكمل للأساس المهني بحيث يجب على المدرب أن يأخذ في الاعتبار ضرورة القيام بتضمن البرنامج التدريبي للاحتياجات التدريبية والنفسية للمدرسين والقيام بتطويع البرنامج التدريبي وتشكيله بما يتناسب مع الاتجاهات والقيم الاجتماعية والاقتصادية

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

- أن يلي التدريب حاجات تدريبية حقيقية

-الاستناد إلى معايير لقياس أداء التدريب

- أن يمكن التدريب المدرسين من تحقيق ذاتهم، ويحفزهم للتعليم

- أن يحقق التدريب وبرامجه التطابق أو التوافق ما بين الأفكار النظرية والممارسات العلمية

- أن تتوفر المرونة وتتعدد الاختيارات في البرنامج التدريبي<sup>1</sup>

<sup>1</sup>سمية قارة، دور التدريب الإعلامي في تحسين الأداء المهني للإعلاميين في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام

والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي-أم البواقي-، 2016/2017، ص32 و30

#### 4- أهمية التدريب الإعلامي:

يعتبر التدريب الإعلامي نوعا من أنواع تنمية المهارات، إدارية ام فنية كانت، وإسهاما فعلا في تنمية القوى البشرية وعنصرا مؤثرا في زيادة فعالية عطاء وأداء المدرب، وأسلوب من أساليب<sup>1</sup>.

-لتدريب في المؤسسة الإعلامية أهمية خاصة والمتمثلة أساسا فيما يلي:

-التدريب الإعلامي يوجه لتنمية قدرات الصحفيين المبتدئين في المجال الإعلامي، وإكسابهم المهارات الأساسية في العمل الإعلامي

-التدريب يستعمل التكنولوجيا الحديثة بشكل كبير ومكثف، ونظرا للتطورات التكنولوجية الهائلة الحاصلة في هذا المجال

-هو تدريب يستفيد منه كل من المدرب والمؤسسة الإعلامية، حيث يزيد من قدرة المدرب ومهارته وبتالي تحسين صورة ومكانة المؤسسة الإعلامية.

-إمكانية تبادل الخبرات والمعارف بين المتدربين وكذلك بين المدربين لاسيما إذا تم استخدام الأساليب التدريبية التي تعتمد على تبادل المعارف والأفكار

-هو نشاط متجدد باستمرار، وذلك لطبيعة العمل الإعلامي الذي يتطلب الخبرة والآنية<sup>2</sup>.

#### 5- أنواع التدريب الإعلامي

<sup>2</sup>زينب ملحاني، كلثوم مازوني، دور التدريب الإعلامي في تنمية أداء الصحفيين، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص وسائل الإعلام والتنمية المستدامة، جامعة خميس مليانة، 2013/2014، ص34

تنقسم الي نوعين رئيسين:

1. **برامج التطوير:** تستهدف تغيير وجهة نظر والتفكير، والعمل على تنمية المهارات والمعارف ومواكبة الإنجازات المتقدمة.
2. **برامج التكتيك:** تستخدم في تنمية مهارات فنية متخصصة، تنقسم برامج التكتيك حسب الهدف منها:

-**التدريب التأهيلي:** يتم بعد التخرج مباشرة وقبل التعيين ويستهدف تعريف المدرب بكافة المتغيرات التي سيعمل في ظلها، وكذلك بمجموعة من المعارف التي يحتاجها لمزاولة العمل.

-**التدريب التشغيلي أو التجديدي:** يستهدف إنعاش وبلورة المهارات التي يحتمل ان تكون قد نسيت في غمار العمل، وتعريف المتدرب الجديد والمستحدث منها وتهيئة قدرات العاملين الأساسية للتماشي مع التطورات الفنية والتكنولوجية

-**التدريب التبادلي:** يتم عن طريق مزج التدريب بالعمل مما يتيح لمتدرب ان يكشف نفسه وقدراته وعيوبه عن طريق المقارنة الفعلية بين ما تدرّب عليه وما يقوم بأدائه فعلا

-**تدريب التطوير وتنميته:** تستهدف تعميق المعلومات التخصصية اوزيادة المهارات الخاصة بعملية او مهمة محدد ضمن إطار عمل التدريب

-**إعادة التدريب:** تستهدف إكساب التدرّب معارف ومهارات لازمة الأداء عمل يختلف عن العمل الأصلي القائم به والذي سبق له التدريب عليه

-**التدريب الإضافي:** يستهدف إكساب المتدرب معارف إضافية، تمكنه من التحرك بين اعمال واختصاصات متنوعة ترفع من كفاءته في العمل.



-التدريب المتقدم: يستهدف إعداد المدربين لتولي وظائف او اختصاصات او مراكز أكبر مسؤولية<sup>1</sup> وينقسم التدريب الإعلامي إجمالاً من حيث مضمونه الى عدة أنواع:

- **التدريب التخصصي:** هذي النوع من التدريب لذي الإعلاميين المتعلقة بطقية أعمالهم، ورفع كفاءة الإعلاميين في أدائهم لتلك الأعمال.
- **التدريب المهني:** تقوم بهذا النوع من التدريب عادة مراكز متخصصة في مجال، حيث تقوم هذه المراكز على مهن محددة حسب الحاجة، وفي نهاية البرنامج التدريبي توزع الشهادات على المتخرجين الذين اشتركوا واجتازوا البرنامج.

### 6- أساليب التدريب الإعلامي:

يشمل إستراتيجية التدريب الإعلامي والتنمية على مجموعة كبيرة من الأساليب يمكن تصنيفها في

مجموعات، مع الإشارة الى الأسلوب الواحد يمكن تصنيفه في أكثر من مجموعة وفي ما يلي هذا التصنيف:

- مجموعة الأساليب التطبيقية وهي التي تركز على الجانب العملي في عملية التعليم.
- مجموعة الأساليب تطوير وتحسين الأداء وهي التي تركز على رفع مستوى المهارة والمعرفة لدي التدرّب.
- مجموعة الأساليب السلوكية وهي التي تركز على إكساب او تعليم المتدربين أنماطاً سلوكية جديدة او تعديل السلوكيات الحالية.

<sup>1</sup>سمية قارة، مرجع سبق ذكره، ص34

- مجموعة الأساليب الفردية وفيها يتم عملية التعلم بشكل إفرادي، فالأول هو المدرب والثاني هو المتدرب.
  - التركيز على التدريب الجماعي وبناء فرق العمل الفعال الابتكارية المتماسكة.
  - الاهتمام بالتغيير الشامل لا الجزئي من خلال التشخيص لربط علاقة المتغيرات القومية بالإنتاجية والنتائج.
- تنوع أساليب وطرائق التدريب الإعلامي، ولكن المهم فيها ان يتم الاختيار على أساس نوع التدريب ونوع المتدربين والهدف من التدريب.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>سمية قارة، مرجع سبق ذكره، ص35، ص36.

خلاصة:

من خلال ما سبق يمكن القول ان التدريب الإعلامي مهما اختلف نوعه وأسلوبه يبقى مهما في الحياة الإعلامية للاعلاميين باعتباره ينمي قدراتهم ويكسبهم مهارات جديدة ويرفع كفاءة الأداء الإعلامي لهم ويعمل على تدعيمهم لتقديم الأفضل وهذا ما يؤدي بالمؤسسة الى تحقيق التميز ومنافسة غيرها من المؤسسات الإعلامية الأخرى.

## II. المهارات الإعلامية

### تمهيد

1. تعريف المهارات الإعلامية
2. أهمية المهارات الإعلامية
3. مهارة التدريب في التلفزيون
4. مهارة التدريب في الإذاعة
5. مهارة التدريب في الصحافة المكتوبة
6. مهارة التدريب في الإعلام الجديد
7. تأثير المهارات الإعلامية على الأداء المهني

خلاصة

تمهيد:

تعد المهارات الإعلامية الركيزة الأساسية للإعلاميين لما لها من تأثير مباشر على الأداء الإعلامي، وتجعل من الإعلامي يتعرف على كل ما هو جديد في مجال الإعلام من خلال تنميتها وتطويرها وذلك من خلال الانخراط في الدورات التدريبية التي تخدم مجال عمله، مما يساهم في سعيه لما هو أفضل وأحسن في أداء مهامه وتقديم الأفضل لمؤسسة.

وفي هذا الفصل سنحاول أن نقدم تعريفا للمهارات الإعلامية أنواعها والتأثير هذه المهارات على الأداء الإعلامي.

## I. المهارات الإعلامية.

## 1. تعريف المهارات الإعلامية

## تعريف المهارات الإعلامية:

المهارات هي السلوكات والمهارات الشخصية والاجتماعية اللازمة للأفراد للتعامل بثقة واقتدار مع أنفسهم ومع الآخرين ومع المجتمع وبذلك باتخاذ القرارات المناسبة الصحيحة وتحمل المسؤوليات الشخصية والاجتماعية، وفهم النفس والغير وتكوين علاقات إيجابية مع الآخرين وتفادي حدوث الأزمات والقدرة على التفكير والابتكار.

## المهارات الإعلامية:

هي مزيج ما يتلقاه الإعلاميين الجزائريين في التدريب الإعلامي من معلومات ومهارات وتقنيات جديدة وما يوجهه في الميدان من خلال عمله في المؤسسة الإعلامية.<sup>1</sup>

## 2. أهمية المهارات الإعلامية :

تعتبر المهارات الإعلامية دالة لعديد من المتغيرات والعناصر التي قد تؤثر في الأداء المهني للإعلاميين سواء كان سلبا او إيجابا وعموما يمكن حصر أهم العوامل التي تؤثر في الأداء الإعلامي في الجوانب التالية:

-الجانب الذاتي وأخلاقيات المهنة: وينقسم الى قسمين

-استقلال الصحفي في أداء عمله:

يعد استقلال المهني دعامة أساسية من دعومات ممارسة المهنة الرثة، فالمهني شخص مؤهل علميا وفنيا وعلى درجة عالية من التخصص، وتوجب أن يكون هو الحكم الوحيد في كل ما يقوم به من إهمال

<sup>1</sup>سابي فتحي وكروشي رشيدة، دور الاذاعة المحلية في تنمية المهارات الإعلامية، (دراسة ميدانية على عينة طلبة علوم الإعلام

والاتصال -مستغانم-)، جامعة عبد الحميد بن باديس -مستغانم-، 2013/2017، ص31، ص32

مهنته، فالممارسة المهنية للإعلاميين لا تعرف مبدأ التبعية الرئاسية الذي يعد قاعدة في الوظيفة الإدارية ويجب بمقتضاها على المرؤوسين من الخضوع فنيا لرئيسه وإطاعة أوامره، وتنفيذ تعليماته، فالعمل المهني الإعلامي ينتهي على قاعدة أجره مؤداها استغلال المهني في مباشرة الأعمال مهنته وتحمله مسؤولية هذه الأعمال.

### -الجوانب المتعلقة بالكفاءة المهنية:

ويتضمن هذا الجانب العديد الموضوعات الموضوعية التي تعبر عن الكفاءة المهنية بما يتطلب العمل الإعلامي والمتعلقة أساسا بمستوي التحرير لدي الإعلاميين وكيفية تعامله مع المادة الخام للمعلومات وبآي كفاءة يمكنه إيصالها للقارئ أهمها:

\***الدقة:** فالدقة تعني أن كل عبارة في القصة الخبرية أو التقرير الخبري وكذا كل اسم أو تاريخ لا بد ان تكون صحيحة فضلا عن تقديم عبارات الخبر عن طريقه واضحة لا لبس فيها والدقة لا تعني فقط صحة التفاصيل ولكن صحة الانطباع العام كذلك إلى يتحقق بوضع التفاصيل كلها معا

\***الاكتمال أو الإلمام:** ويمكن ان نطلق على هذا المعيار الإلمام بخلفيات الأحداث والمقصود بها تفاصيل مختلفة التي ترتبط بالخبر والإعلامي يجب ان يكون ماما يمثل هذه التفاصيل، وان يوردها في الخبر الذي ينقله للقارئ لكي يقدم لهم أوضح صورة ممكنة للخبر وتتضمن الخافية عادة ما يرتبط بالحدث من حقائق او ما يلزمه من شرح وايضاح.<sup>1</sup>

### 2. مهارة التدريب التلفزيوني.

\***التحرير:**

يعتمد المحرر الإخباري التلفزيوني في صياغته لأخبار على مصادره الشخصية من مسؤولين ومتخصصين وقواعد البيانات إضافة إلى محاولة استشراف آراء زملائه في هيئة التحرير ومعدلا لتقديم أخبار نوعية متميزة فالعمل في مناخ جماعي وسيادة روح الفريق يسهم في انجاز أخبار جيدة كما أن هذه الأجواء في

<sup>1</sup> حسان خديري، مهارات الاتصال لدى الصحفيين الجزائريين ودورها في تحسين الأداء الإعلامي، مذكرة لنيل شهادة الماستر علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال في التنظيمات، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2016/2015، ص56، ص59.

غرف تحرير تساعد المحررين المستخدمين على اكتساب الخبرة ومعرفة الإطار العام للسياسة التحريرية للقناة التي يعمل بها من خلال احتكاكه بزملائه الأقدم كذلك تعتمد أغلب القنوات إلى عقد اجتماعات يومية لهيئة تحرير الأخبار يتم فيه مناقشته كل ما يتعلق بتقديم كم ونوع من الأخبار الجيدة التي تغطي مساحة مهمة من اهتمامات مشاهدي القناة وجذب غيرهم إلى جمهورها<sup>1</sup>.

### ● التقديم:

ليس هناك سر إلى تطوير تقديم فعال، تأسيس أهدافك يخطط وينظم مادتك ويستعمل أدوات بصرية ملائمة المكونات الضرورية الوصفية للعروض الفعالة تدعو إلى كل ثلاثة مكونات، وأنت يجب أن تستعملهم في الطلب في أي هم مقدمون هنا. بتأسيس أهدافك أولاً، أنت يمكن أن تهيئ مادة التي تدعم كل هدف، استعمال الأدوات البصرية سيحركك ابعده على طول نحو أهدافك بتصوير وتأكيد أفكارك عملياً أكثر من الكلمات لوحدها دعنا نبدأ، ثم، في البداية. كما تبدأ تصميم تقديمك، أنت يجب أن تسأل نفسك "ماذا أريد الانجاز يجعل هذا التقديم؟"<sup>2</sup>

### ● الإخراج:

في العموم هو قيادة العمل الفني، مما يجعل من المخرج المسؤول الأول والأخير عن ظهور العمل الإعلامي في شكله النهائي، حيث يعد الإخراج عاملاً رئيسياً في تكوين شخصية الإعلاميين ورسم ملامح العمل الإعلامي المحترف والمتمكن، إلا أنه يعتبر المهندس الذي يصمم العمل الإعلامي سواء كان في شكل صحيفة أو تقرير أو برنامج ويشرف على تنفيذه، وتحرص وسائل الإعلام على الإخراج والجوانب المتعلقة بالشكل والتصميم لأهميتهما وارتباطهما الوثيق بالمضمون وقوة تأثيرها على القارئ أو المشاهد ولهذا

<sup>1</sup>عب الرزاق مُجّد الدليمي، فن التحرير الإعلامي المعاصر، دار الجرير للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010، ص190

<sup>2</sup>علاء مُجّد القاضي، بكر عمر حمدان، مهارات الاتصال، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، ط، 2010، ص110



يحرص المدربون في فترة التدريب على الإلمام بجميع جوانب العمل الإعلامي والتركيز على الإخراج لأنه هو الذي يساهم في ظهور الصورة النهائية للعمل الإعلامي في الشكل المراد إيصاله للمشاهد أو القارئ<sup>1</sup>

3. مهارات التدريب الإذاعي.

### مهارة التقديم الإذاعي:

في لغتنا وردت الإشارة الى كلمة مذيع مرتبطة بالفعل أي العمل الذي يؤديه والوظيفة التي يقوم بها، فكلمة مذيع هي اسم الفاعل من "أذاع" وهي تعني "المذيع" الانتشار أو نشر أو الانتشار والإعلان ما كان خفياً أو غير معروف.

فالمذيع هو أن يشيع الأمر.. وأذعت بالأمر إذا أفشيت وأظهرته.. وأذاع الخبر أي فشا أو أنتشر أو أفشنا وظهر.

### مفهوم الحوار:

يقصد به تفاعل يتم بين شخصين أحدهما المذيع والآخر ضيف البرنامج حول موضوع أو قضية أو شخصية تهم المستمعين بغرض تسليط الضوء على الجوانب المختلفة للموضوع أو القضية أو شخصية التي يطرحها البرنامج وتبصير الرأي العام.

أهمية الحوار: يعد الحوار من أقدم الأشكال الفنية التي عرفت الإذاعة المسموعة والمرئية بوجه عام وتعد من أقدم الأشكال أهمية نظراً لاحتلالها مساحة كبيرة على خريطة الإرسال الإذاعي إضافة إلى أن الحوار يكون في العديد من الأشكال الإذاعية مثل برامج التحقيقات والمجلات بأنواعها، برامج المنوعات، وغيرها من الأشكال والقوالب المختلفة.<sup>2</sup>

### قواعد الكتابة الإذاعية:

<sup>1</sup> فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، الرياض، ط1، 1431، هـ، 2010، ص220

<sup>2</sup> سايي فتحي وكروشي رشيدة، دور الإذاعة المحلية في تنمية المهارات الإعلامية، (دراسة ميدانية على عينة طلبة علوم الإعلام والاتصال -مستغانم-)، جامعة عبد الحميد بن باديس -مستغانم-، 2013/2017، ص58، ص59، ص60

قبل أن يبدأ المحرر في عملية تحرير الأخبار، لابد أن يعرف أولاً الوقت المحدد لإذاعة كل خبر من أخبار النشرة، وهذه مسؤولية رئيس التحرير الذي يقوم بتحديد الوقت الذي يستغرقه كل خبر، أو كل مجموعة متناسقة من الأخبار داخل كل من النشرات، فالمحرر يضع أمامه كل ما وصل إليه من المصادر المختلفة للأخبار، ويعيد صياغتها بما يناسب سياسة المؤسسة الإذاعية، كما على المحرر أن يلتزم بعدة قواعد في كتابته للأخبار الإذاعية<sup>1</sup>، وتتضمن هذه الصيغ الأساسية في كتابة النص الإذاعي ما يلي :

1. تطبع كل الإرشادات الخاصة بالكاميرا وموقع التصوير ووصف المشهد على طول الصفة وعرضها.
2. يطبع الحوار ضمن عمود يبلغ عرضه تقريبا ثلاثة انشات ويمتد الى منتصف الصفحة، ويطبع اسم الشخصية فوق سطر الحوار العائد له مباشرة، تطبع الملاحظات الخاصة بكيفية لفظ السطور بين أقواس تحت اسم الشخصية والى يسارها بعض الشيء.
3. يكتب الحوار وتوجيهات الكاميرا والموقع وأوصاف المشاهد سطرا فوق سطر دون ترك فراغ بينها.
4. يترك سطر فراغ بين حوار شخصية ما وأخرى أو بين حوار شخصية ما وتوجيهها الكاميرا أو بين لقطة ما وأخرى.
5. عندما تكون هناك إشارة الى طريقة من طرق انتقال المشاهد (كالتبهيث مثلا)، فإنها تفصل عن كلا المشهدين بترك سطر فارغ.
6. تطبع عناصر كتابة النصوص التالية دائما بأحرف كبيرة:
  - \*لقطات الكاميرا وتوجيهات الكاميرا
  - \*الرموز التي تشير الى التصوير الداخلي والخارجي
  - \*الاشارة الى الموقع (في بداية كل مشهد)
  - \*الاشارة الى الوقت ان كان ليلا أو نهارا (في بداية كل مشهد)
  - \*طريقة انتقال المشاهد (عندما تحدد)

<sup>1</sup> نبيل بوعيشة وهشام بنقبلي، التغطية الاخبارية ودورها في تكريس مفهوم الإعلام الجوّاري اذاعة الشلف -أمّودجا، جامعة عبد

الحميد بن باديس -مستغانم-، 2013/2014، ص418، 40

\*أسماء جميع الشخصيات (عندما يذكر الاسم فوق الحوار الخاص بهم او عند ظهورهم لأول مرة في الفقرات التي تصفهم).<sup>1</sup>

ويجب أن تضمن أيضا:

أن تكون لغة بسيطة وواضحة ودقيقة، ولا يتم ذلك الا من خلال استخدام الكلمات القصيرة المألوفة، والابتعاد عن الجمل والعبارات غير المفهومة والطويلة التي تجهد المذيع وتجهد المتلقي وتتطلب من المستمع قدرا كبيرا من التركيز حتى يواصل متابعته وفهمه لمضمون الخبر.

ويستخدم المحرر الكلمات المحددة المعنى ويستبعد الكلمات التي تحمل أي لبس أو تحمل أكثر من معنى واحد فذلك يضطر المستمع أن يتوقف ويفكر في أي معنى تقصده الكلمة بينما المذيع مستمر في اذاعة الخبر لا ينتظر المستمع حتى ينتهي من تفكيره أو استنتاجه، كما يتعد المذيع عن الجمل الاعتراضية، حتى لا يشك المستمع ويخلط بين المعنى الأصلي والمعنى الفرعي.<sup>2</sup>

### 4. مهارات التدريب في الصحافة المكتوبة.

#### الإخراج الصحفي:

تتكون عملية الإخراج الصحفي من تصميم صفحات الجريدة وتبويبها وتوزيع المادة عليها وذلك حسب أسس تجريبية وجمالية يعرفها المختصون ويمكن القول ان للإخراج الصحفي أربعة أهداف

- 1- تسهيل قراءة الصحيفة
- 2- عرض الأنباء والموضوعات مقومة حسب أهميتها
- 3- العمل على أن تبدو الصفحة جذابة في نظر القارئ
- 4- عقد صلة تعارف وآلفة بين القارئ وصحيفته بحيث يسعى القارئ يوميا إلى صحيفته ويميزها عن غيرها في سير

Robert L Hilliard<sup>1</sup>, ترجمة: مؤيد حسن فوزي,مراجعة، أحمدنوري,الكتابة للتلفزيون والاذاعة ووسائل الإعلام الحديثة,دار

الكتاب الجامعي,الامارات العربية المتحدة, ط1, 2014, ص77وص78

<sup>2</sup> نبيل بوعيشة وهشام بن قبلية، مرجع سابق ذكره، ص25

ولا شك في أن حسن الاستشهاد بهذه الأهداف الأربعة يؤدي إلى تحقيق أهم هدف لأي مطبوع يسعى إلى النجاح وهو ارتفاع التوزيع ومن الطبيعي ألا يقوم شخص واحد بهذا العمل (الإخراج) في دور الصحف والمطبوعات. بل يتم ذلك عن طريق مجموعة متكاملة يتولاها القسم الفني<sup>1</sup>

### مهارة كتابة الخبر الصحفي:

كتابة الخبر أو تحريره مرحلة هامة جدا في حياة الخبر، فهي التي تقوده مباشرة الى خطوة النشر وكلما جاءت هذه الخطوة متقنة كلما ازدادت فرص نشر الخبر، ولذلك يجب أن يكون المحرر الصحفي والمندوب متمكنا من فن الصياغة الصحفية، أي أن يكون قادرا على التعبير عن الواقعة أو الحدث بأقل الكلمات وفي نفس الوقت دون ان يهمل أي عنصر من عناصر الخبر.

وكلما أتقن المندوب الصحفي ذلك كانت أخباره سهلة المراجعة فالكثير من الأخبار قد يتأخر نشره بسبب ضعف امكانيات المندوب التحريرية ولغته العربية الركيكة.

ولذلك ينبغي أن يتعلم الصحفي المبتدئ قواعد كتابة الأخبار وأن يتدرب عليها باستمرار.<sup>2</sup>

### مهارة الحديث الصحفي:

الحديث الصحفي من يقوم على الحوار بين الصحفي وشخصية من الشخصيات وهو حوار قد يستهدف الحصول على أخبار ومعلومات جديدة أو شرح وجهة نظر معينة أو تصوير جوانب غريبة أو طريقة في حياة هذه الشخصية

والحديث الصحفي قد يجري مع شخص واحد وهو الشكل الغالب على الأحاديث الصحفية ولكنه قد يجري مع عدة أشخاص كما هو الأمر في الاستفتاء الصحفي والحديث قد يجريه محرر واحد وهو الأمر

<sup>1</sup> نبيل حداد، في الكتابة الصحفية (السمات-المهارات-الأشكال-القضايا) دار الكندي، الأردن، 2002، ص81

<sup>2</sup> اسماعيل ابراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، ط1، ص42

الغالب في الأحاديث الصحفية أيضا ولكن قد يجريه عدة محررين كما هو الشأن في المؤتمر الصحفي<sup>1</sup>. حديث الصحفي في هذا النقاش يكاد يكون مرادفا ل طرح الأسئلة وبهذه الرؤية يزداد انتشاره في عالم الصحافة. ومن الممكن تجنب الكثير من الصعاب اذا ادركنا أن بعض أشكال الحديث الصحفي -مثل البرامج التلفزيونية التي تقدم حوارا في ساعة متأخرة من ليل, أو زيارة هادئة لشخصية كانت تشغل مركزا مرموقا في الدولة لنشر قصة خاصة عنها في جريدة معينة أو ردود فعل رجل الشارع لحدث اخباري معين - كل هذه تختلف اختلافا واضحا عن معظم الأحاديث الصحفية التي ينهملك فيها تماما المراسلون الصحفيون ومصادر اخبارهم.<sup>2</sup>

### 5. مهارة التدريب في الإعلام الجديد

لذلك قمنا بجمع عدد من المهارات التي ننصح أن تكون متوفرة في أي مدير للإعلام الجديد في المنظمات الخيرية، ومحاولة تدريبه ليصقل في نفسه هذه المهارات. وهي كالتالي:

#### 1- التفكير الإبداعي

يقوم مسؤول الإعلام الجديد في المنظمات بإدارة الحملات التسويقية والاستثمارية التابعة للمنظمة في شبكات الإعلام الجديد، كما يقوم بنقل أخبار المنظمة ونتائجها عبر هذه الشبكات، وكل ذلك وأكثر يتطلب من هذا المسؤول أن يمتاز بالتفكير الإبداعي، فالطرح التقليدي المستهلك لم يعد له سوق رائجة. ونقصد بالتفكير الإبداعي هو التجديد في الطرح، والإبداع في الأسلوب، والتميز في المحتوى، باستخدام كل ما استجد وأفاد.

<sup>1</sup> فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، عالم الكتب، القاهرة، ط4، 1990، ص13 وص14.

<sup>2</sup> هيرتسترنز، ترجمة سميرة أبو سيف، المراسل الصحفي ومصادر الأخبار، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة

1988، ط2، ص49 وص50

## 2- مهارات الكتابة الجيدة

مما لا شك فيه أن من أبرز مهام مسؤول شبكات الإعلام الجديد أنه سيحتاج بشكل مستمر إلى صياغة التغريدات والأخبار وكتباتها. سيحتاج إلى كتابة القصص الملهمة عن المنظمة ونجاحاتها المستمرة، كما أن الصياغة الجيدة لحمالات التسويق هي أساس نجاح تلك الحملات. لذا فتعتبر مهارة التحرير النصي من أهم المهارات التي ينبغي توفرها في هذا المسؤول. وللأسف نجد كثير من حسابات المنظمات الخيرية تعاني بشكل كبير من الناحية النصية، كأخطاء إملائية وسوء في التعبير وغيرها. ولا يتوقف الأمر عند الأخطاء الإملائية فقط، بل حتى القدرة على استخدام علامات الترقيم بالشكل الصحيح، واستخدام مفردات متميزة للكتابة وغيرها أمور يفتقر لها العديد من مسؤولي شبكات الإعلام الجديد في منظماتنا.

## 3- الخبرة

نلاحظ أن كثير من المنظمات الخيرية لدينا تقوم بإلقاء مسؤولية الإعلام الجديد على بعض المتطوعين بحجة أنهم شباب، وهم أقرب من هذه التقنيات وأفهم بعملها. وهذا الأمر غير صحيح، فإدارة الإعلام الجديد يحتاج إلى شخص ممارس ذو خبرة في هذا المجال ولو كانت قليلة كي يستطيع أن يحقق أهداف المنظمة بالشكل الذي تريده.

لذلك يجب أن تحاول المنظمة إعطاء فرصة إدارة الإعلام الجديد لديها للأشخاص ذوي الخبرة والتجربة. ومحاولة تدريبهم بشكل مستمر كي يستمر نموهم المعرفي. والحرص على تكوين الصف الثاني عند اكتمال بناء الصف الأول.

## 4- القدرة على تحرير الصور والفيديو

القدرة على تحرير الصور وتعديل الفيديو من الأمور الهامة في الإعلام الجديد، لأن الصور والفيديو تعتبر جزءاً لا يتجزأ من الإعلام. لذلك يجب على مسؤول الإعلام الجديد في المنظمات الإمام بكيفية قص

الصور والتعديل عليها وإضافة النصوص، كما يُلم بكيفية قص مقطع الفيديو ودمج أكثر من مقطع وإضافة النصوص والمؤثرات والصوت عليها.

### 5- الإلمام البسيط بلغة HTML

تتكون جميع المواقع على الإنترنت من أكواد برمجية، وتعتبر لغة HTML من أبسطها وأوسعها انتشاراً. فعند الحاجة إلى تعديل بسيط في الموقع الإلكتروني سنحتاج إلى وقت طويل لاستدعاء الشركة التي قامت بالبرمجة والتصميم ليقوموا بحل المشكلة. ولكن عندما يكون مسؤول الإعلام الجديد في المنظمة قادر على التعامل ولو بشكل بسيط، كإضافة أيقونة وتعديل لون قائمة وإضافة إعلان وغيرها فسيسهل هذا الأمر من عمل المنظمة.

### 6- تعدد المهام

يتميز الإعلام الجديد بتنوع أدواته وآلاته، فشبكات الإعلام الجديد هذا العام ليست كالعام القادم، ربما تزيد وربما تقل. فمن أبرز المهام التي يجب أن تتوفر في مسؤول الإعلام الجديد في المنظمات قدرته على إدارة أكثر من شبكة اجتماعية في نفس الوقت بنفس الاحترافية. فهو سيدير مثلاً تويتر والفيسبوك واليوتيوب والانستجرام والواتساب والسناشات وغيرها.

وإدارة هذه الشبكات لا يكون فقط بالنشر فيها، بل في التواصل مع المشتركين والمتابعين والرد على استفساراتهم وحل مشاكلهم.

### 7- المرونة والتكيف:

كما ذكرنا في السابق أن وسائل الإعلام الجديد متجددة بشكل سريع جداً، لذا يجب على مسؤول الإعلام الجديد في المنظمة أن يكون مرناً وقادراً على تعلم الوسائل الإعلامية الجديدة بشكل مستمر،

والاطلاعى آخر الأخبار فى هذا الشأن، والتكيف السريع مع أى وسيلة، والقدرة على استخدامها بطريقة تناسب عمل المنظمة.

#### 8- بناء الفريق وقيادته

أحد أسس نجاح الإعلام فى المنظمة هو تأسيس فريق إعلامى متميز وقادر على العمل باحترافية. لذلك يجب أن يكون المسؤول عن الإعلام فى المنظمة قادراً على تكوين هذا الفريق وجمع الخبرات المتميزة والمتنوعة، وإيكال المهام وتوزيعها بينهم، ومتابعة الإنجاز، والتحفيز المستمر. لذا يتوجب أن يكون لدى هذا المسؤول روح قيادية تقود الفريق إلى تحقيق أهداف المنظمة.<sup>1</sup>

#### 6. تأثير المهارات الإعلامية على الأداء الإعلامى

تعتبر المهارات الإعلامية دالة لعدد من المتغيرات والعناصر التى قد تؤثر فى الأداء المهني للإعلاميين سواء كان سلباً أو إيجاباً وعموماً يمكن حصر أهم العوامل التى تؤثر فى الأداء الإعلامى فى الجوانب التالية:

- الجانب الذاتى وأخلاقيات المهنة: وينقسم إلى قسمين

- استقلال الصحفى فى أداء عمله:

يعد استقلال المهني دعامة أساسية من دعائم ممارسة المهنة الرثة، فالمهني شخص مؤهل علمياً وفنياً وعلى درجة عالية من التخصص، وتوجب أن يكون هو الحكم الوحيد فى كل ما يقوم به من إهمال مهنته، فالممارسة المهنية للإعلاميين لا تعرف مبدأ التبعية الرئاسية الذى يعد قاعدة فى الوظيفة الإدارية ويجب بمقتضاها على المرؤوسين من الخضوع فنياً لرئيسه وإطاعة أوامره، وتنفيذ تعليماته، فالعمل المهني الإعلامى ينتهى على قاعدة أجره مؤداها استغلال المهني فى مباشرة الأعمال مهنته وتحمله مسؤولية هذه الأعمال.

<sup>1</sup>عبد العزيز الحمادي، مهارات يجب توفرها فى مسؤول الإعلام الجديد فى المنظمة، مزن

8:50/2020/6/17/، <https://www.mozn.ws/6879>



-الجوانب المتعلقة بالكفاءة المهنية:

ويتضمن هذا الجانب العديد الموضوعات الموضوعية التي تعبر عن الكفاءة المهنية بما يتطلب العمل الإعلامي والمتعلقة أساسا بمستوي التحرير لدي الإعلاميين وكيفية تعامله مع المادة الخام للمعلومات وبأي كفاءة يمكنه إيصالها للقارئ أهمها:

\***الدقة:** فالدقة تعني ان كل عبارة في القصة الخبرية او التقرير الخبري وكذا كل اسم او تاريخ لابد ان تكون صحيحة فضلا عن تقديم عبارات الخبر عن طريقه واضحة لا لبس فيها والدقة لا تعني فقط صحة التفاصيل ولكن صحة الانطباع العام كذلك إلي يتحقق بوضع التفاصيل كلها معا

\***الاكتمال او الإلمام:** ويمكن ان نطلق على هذا المعيار الإلمام بخلفيات الأحداث والمقصود بها تفاصيل مختلفة التي ترتبط بالخبر والإعلامي يجب ان يكون ماما يمثل هذه التفاصيل، وان يوردها في الخبر الذي ينقله للقارئ لكي يقدم لهم أوضح صورة ممكنة للخبر وتتضمن الخافية عادة ما يرتبط بالحدث من حقائق او ما يلزمه من شرح وإيضاح.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> حسان خديري، مهارات الاتصال لدى الصحفيين الجزائريين ودورها في تحسين الأداء الإعلامي، مذكرة لنيل شهادة الماستر علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال في التنظيمات، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2016/2015، ص56، ص59.

خلاصة:

ومما سبق نستخلص ان المهارات الإعلامية لها دور مهم لكل اعلامي حسب مجاله الإعلامي، لانها تنمي قدراته اكثر وتساعدته في تجسيد شخصيته ومكانته في المؤسسة الإعلامية ولذي جمهوره، ولهذا يجب على الإعلاميين السعي الا ما هو افضل وتقديم جميع الإمكانيات والقدرات الإعلامية في العمل الإعلامي مهما كان نوعه .

الإطار التطبيقي

عرض وتحليل النتائج

نتائج متعلقة بمحاور الدراسة

النتائج العامة

تمهيد.

بعد عملية جمع الاستبيانات قمنا بتفريغها وتحليلها باستعمال البرنامج الإحصائي الذي يسمى SPSS (Statistical Package For Social Science) ، والذي يستخدم بكثرة في إجراء التحليلات للمعلومات الإحصائية ، مما يسهل عملية تحليل وفهم المعلومات اللازمة لاتخاذ قرارات منطقية وقد تم استخدام الأدوات الإحصائية التالية: (النسب المئوية، التكرارات).

\*ثبات الاستبيان:

يقصد بثبات الاستبيان أن يعطي النتيجة ولو تم توزيعه في نفس الظروف والشروط، أي الاستقرار في النتائج وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد معينة خلال فترات زمنية معينة.

وتم التأكد من مدى ثبات أداة دراستنا "الاستبيان" وذلك بالاستعانة ببرنامج spss كما ذكرنا سابقا.

عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية:

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجدول رقم (01): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس.

النسبة المئوية %	التكرار	الجنس
64.3%	63	ذكر
35.7%	35	أنثى
100%	98	المجموع

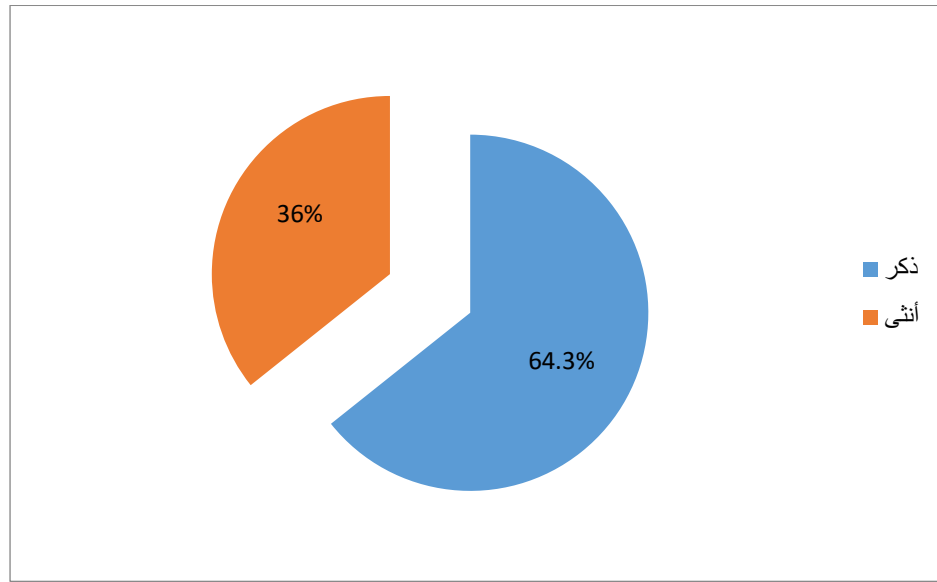
حسب الجدول السابق نلاحظ أن أفراد العينة تكونت من 63 مفردة من الذكور أي بنسبة الذكور تبلغ 64.3%، والإناث 35 مفردة أي بنسبة الإناث بلغت 35.7% أي أن فئة الذكور هم الأكثر انخراط في الدورات الإعلامية من الإناث ، ويمكن تفسير ذلك بكون الذكور

## الفصل الثالث:

## الفصل الميداني

هم الأكثر توجها لميدان الإعلام اجمالا من الاناث نظرا للتحديات والصعوبات التي تواجههم في الميدان والتي تجعل المرأة تهابه، كما أن الذكور تتوفر لديهم حرية التنقل وغيرها من الظروف الاجتماعية التي تساعدهم على ولوج الدورات التدريبية الإعلامية

الشكل رقم: (01) يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس.



الجدول رقم (02): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب السن.

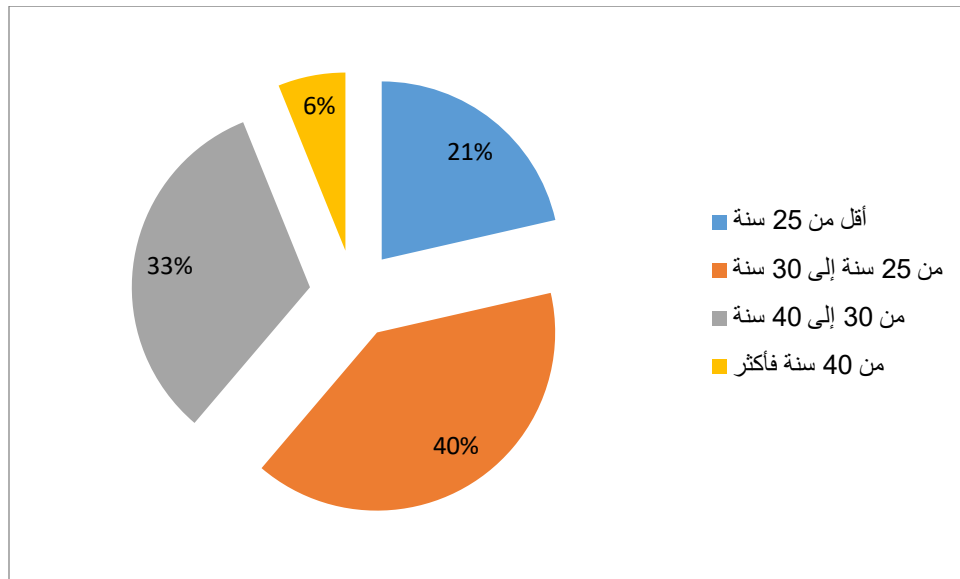
النسبة المئوية %	التكرار	السن
21.4%	21	أقل من 25 سنة
39.8%	39	من 25 سنة إلى 30 سنة
32.7%	32	من 30 إلى 40 سنة
6.1%	6	من 40 سنة فأكثر

المجموع	98	100%
---------	----	------

من خلال الجدول (02) نلاحظ أن 39 مفردة من مفردات البحث هي من الفئة العمرية (25 إلى 30 سنة) هي الأكثر ولوجا إلى الدورات التدريبية وفي المرتبة الثانية تأتي 32 مفردة من الفئة العمرية (30 إلى 40 سنة) بنسبة 32.7% في حين هناك 21 مفردة من الفئة العمرية أقل من 25 سنة نسبتها 21.4% وفي الأخير 6 مفردة من مفردات البحث من الفئة العمرية (من 40 سنة فما فوق)

يتبين لنا من خلال الجدول السابق أن الفئة العمرية (25-30) سنة هي الأكثر اقبالا على الدورات التدريبية الإعلامية، وهي فئة الشباب الذين يرغبون في اثبات قدراتهم وتطويرها من أجل النجاح والبروز الإعلامي، ومن جهة أخرى أولوية المؤسسات الإعلامية في استقبال الشباب من الفئات العمرية الأخرى

الشكل رقم: (02) يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن.

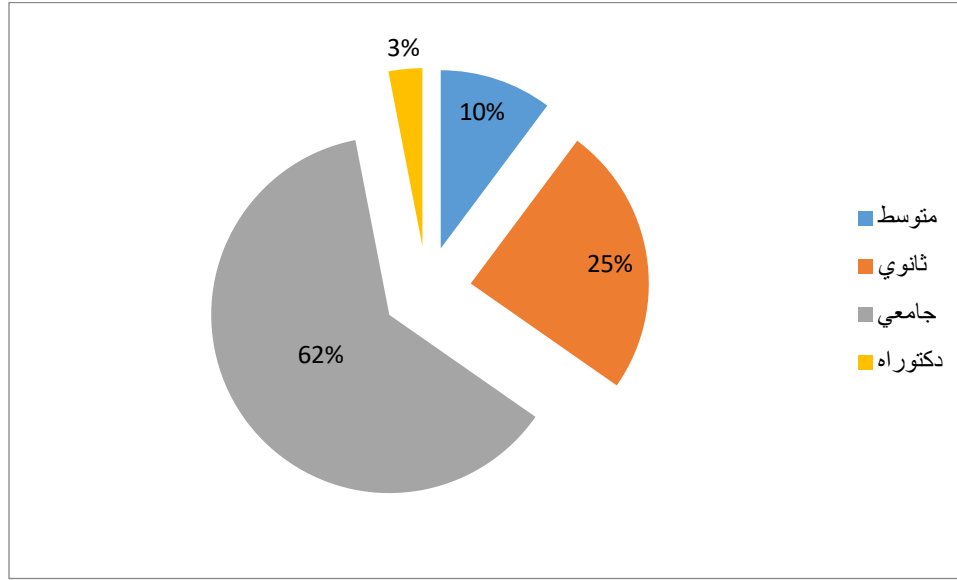


الجدول رقم (03): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي.

النسبة المئوية %	التكرار	المستوى التعليمي
10.2%	10	متوسط
24.5%	24	ثانوي
62.2%	61	جامعي
3.1%	3	دكتوراه
100%	98	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول السابق أن أغلب أفراد العينة من مجتمع الدراسة هم ذوي المستوى الجامعي أي ما نسبته 62.2%، بينما حل في المركز الأخير لمن لديهم تخصص دكتوراه بنسبة 3.1%. وهذا يفسر أن خريجي الجامعات أي من لديهم ليسانس في الإعلام والاتصال أو في المجالات التي لها علاقة بالإعلام هم الأكثر شريحة توزيعاً على المؤسسات الإعلامية عكس من لديهم تخصص دكتوراه أو دراسات عليا فهم يتوجهون إلى الجانب الأكاديمي أكثر.

الشكل رقم: (03) يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.



الجدول رقم (04): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة الإعلامية.

الوظيفة الإعلامية	التكرار	النسبة المئوية %
محرر صحفي	25	25.5%
مراسل	23	23.5%
معد برامج	22	22.4%
مخرج	3	3.1%
تقني	15	15.3%
أخرى	10	10.2%
المجموع	98	100%

من خلال الجدول رقم (04) يتضح لنا أن نسبة 25.5% من مفردات البحث وظيفتهم الإعلامية محرر صحفي، وفي المرتبة الثانية جاءت وظيفة مراسل بنسبة 23.5% ووظيفة معد برامج



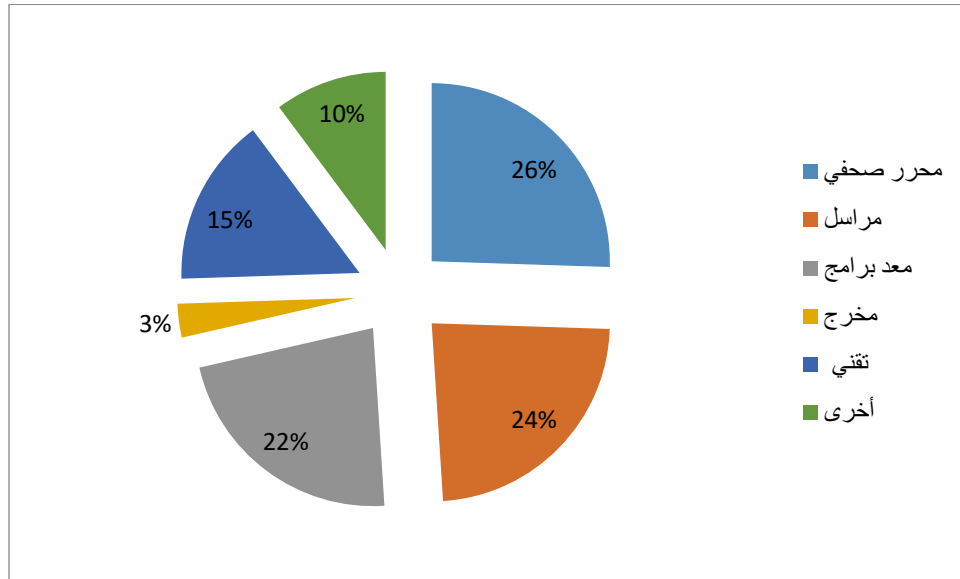
## الفصل الثالث:

## الفصل الميداني

بنسبة 22.4% في حين بلغت وظيفة تقني 15.3% وظيفه مخرج بنسبة 3.1% بينما تحتل الفئة الغير اعلامية نسبة 10.2% اقل بالنسبة للفئة الإعلامية.

ونفسر هذه النتائج بكون المناصب المهنية التي لها ارتباط مباشر بالجمهور اصحابها أكثر مشاركة في الدورات التدريبية لتطوير مهاراتهم وتحسين آداءهم لكسب ثقة الجمهور أكثر.

الشكل رقم: (04) يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة الإعلامية.



الجدول رقم (05): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية.

النسبة المئوية %	التكرار	الخبرة المهنية
58.2%	57	من سنة إلى 5 سنوات
27.6%	27	من 6 إلى 10 سنوات
14.3%	14	ما يفوق 11 سنوات
100%	98	المجموع

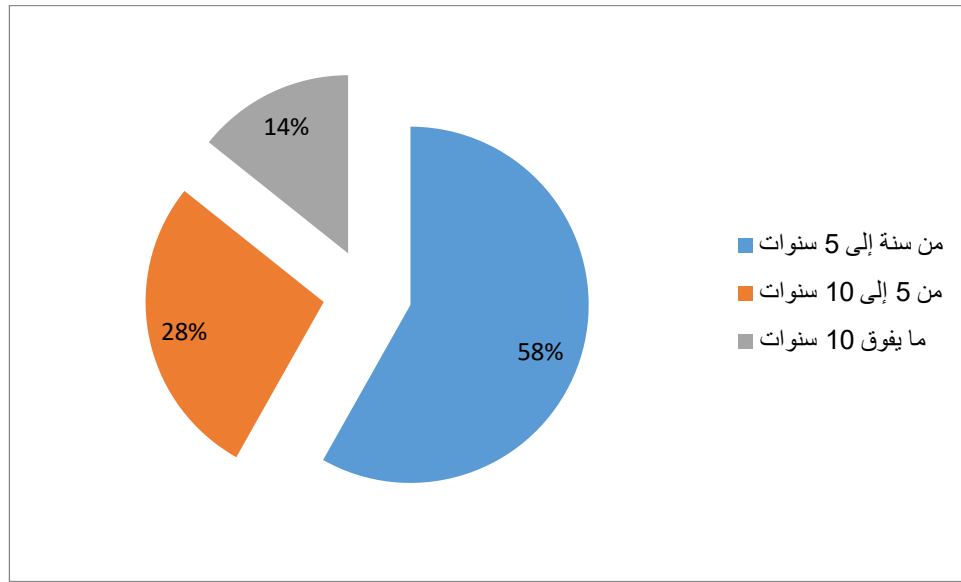
## الفصل الثالث:

## الفصل الميداني

يبين لنا من خلال الجدول رقم(05) أن 57 مفردة من مفردات البحث هم أصحاب الخبرة التي تكون من سنة الى 5 سنوات بنسبة 58.2%، أم الأفراد الذين لهم الخبرة من (6 الى 10 سنوات) كانت نسبتهم 27.6% في حين قدرت نسبة 14.3% لأصحاب الخبرة الأكثر من 11 سنوات.

من خلال نتائج الجدول يتبين أن أفراد العينة الأقل خبرة هم الأكثر تردد وقبال على الدورات وهذا طبعا من أجل تحسين وتطوير مهاراتهم الإعلامية فهم بحاجة لمزيد من التكوين والتدريب .

الشكل رقم: (05) يمثل توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية.



المحور الثاني: طبيعة التدريب الذي يتلقاه الإعلاميون في مركز التدريب الإعلامي.

الجدول رقم (06): يوضح نوع المؤسسة التي يشتغل بها المتدربون.

النسبة المئوية %	التكرار
------------------	---------

## الفصل الثالث:

## الفصل الميداني

20.4%	20	مؤسسة صحافية (جريدة مكتوبة)
16.3%	16	إذاعة
19.4%	19	قناة تلفزيونية عمومية
20.4%	20	قناة تلفزيونية خاصة
12.2%	12	مؤسسة إعلامية إلكترونية
11.2%	11	محطة جهوية
100%	98	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (6) أن نسبة 20.4% من مفردات البحث يشتغلون بمؤسسة صحافية (جريدة مكتوبة) وقناة تلفزيونية خاصة، في حين أن مانسبته 19.4%، من أفراد العينة يعملون في قناة تلفزيونية و 16.3% من أفراد العينة يعملون في الاذاعة المسموعة، وتوزعت 12.2% على مؤسسة اعلامية الكترونية، و 11.2% على محطة جهوية. من خلال نتائج الجدول يتبين لنا ان أفراد العينة يعملون في مجال الصحافة المكتوبة والقنوات الإعلامية التلفزيونية سواء عمومية اوخاصة بشكل أكبر من المؤسسات الإذاعية والمحطات الجهوية وكذا المؤسسات الإعلامية الإلكترونية. .

الجدول رقم (07): يوضح نوع التدريب الذي تلقاه افراد العينة.

النسبة المئوية %	التكرار	
30.6%	44	الإعداد والتقديم
29.9%	43	فنيات التحرير الصحفي
14.6%	21	تقنيات الصوت والإلقاء
6.3%	9	تكنولوجيا الإعلام والاتصال
6.9%	10	التعليق والتنشيط

## الفصل الثالث:

## الفصل الميداني

الإخراج	7	4.9%
المونتاج	10	6.9%
المجموع	144	100%

من خلال الجدول (07) والذي يوضح نوع التدريب الذي لجأ إليه أفراد العينة نلاحظ أن 44 مفردة من مفردات البحث لجؤوا للمشاركة في دورات حول الاعداد والتقديم أي بنسبة 30.6% وجاءت في المرتبة الثانية الدورات الإعلامية حول فنيات التحرير الصحفي بنسبة 29.9% تليها الدورات الإعلامية حول تقنيات الصوت واللقاء ب 21 مفردة وبنسبة 14.6% في حين أن دورات المونتاج شارك فيها مانسبته 6.9% من أفراد العينة وفي الأخير نجد الدورات الإعلامية حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال ب 9 مفردة أي بنسبة 6.3%. ونفسر اقبال أفراد العينة الكبير على دورات التقديم واللقاء لكونه يلعب دور كبير في العمل الإعلامي والتأثير في المتلقي من خلال الحركات ولغة الخطاب والايماءات وغيرها، أما عن دورات التحرير الصحفي فهي تعتبر القاعدة الاساسية لكل مؤسسة اعلامية مهما كان نوعها ، فتحرير الخبر او التحقيق أو التقرير هو جوهر العمل الإعلامي، أما عن تقنيات الصوت فقد لجأ إليها أفراد العينة نظرا لأهمية الصوت البشري خاصة في المؤسسات السمعية والسمعية البصرية والتي تحتاج إلى أصوات متدرية على الكلام وطرق صياغة العبارات وايصالها للجمهور.

الجدول رقم (08): يوضح المدة المقضاه في مركز التدريب.

النسبة المئوية %	التكرار	
42.9%	42	أسبوع
27.6%	27	أسبوعين
29.6%	29	شهر فما أكثر
100%	98	المجموع

## الفصل الثالث:

### الفصل الميداني

من خلال الجدول (08) نلاحظ أن: 42 مفردة من مفردات البحث قضت مدة أسبوع في مركز التدريب وذلك بنسبة 42.9% في حين أن 29 مفردة قضت أكثر من شهر وهذا بنسبة 29.6% و 27 مفردة قضت اسبوعين كمدة للتدريب الإعلامي أي مانسبته 27.6%. ونفسر ذلك بأن غالبية الدورات التدريبية خاصة التي تقيمها المؤسسات الخاصة ومراكز التدريب لا تطيل في مدة الدورات الإعلامية لاعتبارات عديدة كانشغال المدربين بأعمالهم وكذا الجانب المادي الباهض الذي تتطلبه الدورات الإعلامية سواء للمؤسسة أو للمتدربين .

الجدول رقم (09): يوضح كفاية مدة التدريب.

النسبة المئوية %	التكرار	
69.4%	68	نعم
30.6%	30	لا
100%	98	المجموع

من خلال الجدول رقم (09) نلاحظ أن: 68 مفردة من مفردات البحث رأيت أن مدة التدريب في المركز كانت كافية وذلك بنسبة 69.4%، في حين أن 30 مفردة قالت أنه لم تكن كافية وذلك بنسبة 30.6%

ويمكن تفسير رأي غالبية أفراد العينة بكفاية مدة التدريب بالنسبة لهم لكون الدورات التدريبية تبرمج لها برامج ومضامين من قبل متخصصين ومدربين اعلاميين يسهرون على تضمين كل ماله علاقة بموضوع الدورة في فترة محددة وفق مخطط مسبق حتى يتحصلون على النتائج المرجوة .

الجدول رقم (10): يوضح استخدام المدربين في مراكز التدريب وسائل التكنولوجيا الحديثة.

النسبة المئوية %	التكرار	
30.6%	30	بشكل كبير
51%	50	بشكل متوسط
13.3%	13	بشكل ضعيف
5.1%	5	منعدم
100%	98	المجموع

من خلال الجدول رقم (10) نلاحظ أن 50 مفردة من مفردات البحث رأت أن المدربين في مراكز التدريب يستخدمون وسائل التكنولوجيا الحديثة بشكل متوسط وذلك بنسبة 51%، و30 مفردة رأت ذلك بشكل كبير وذلك بنسبة 30.6%

فرغم التطور التكنولوجي الحاصل اليوم وضرورة استعمال كل ماله علاقة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال في المؤسسة إلا ان استخدامها ضمن الدورات التدريبية الإعلامية لم يكن بشكل كبير واحيانا كثيرة، ضعيف او منعدم ، فهم يركزون على الاتصال المباشر في تسيير الدورات الإعلامية لأكثر من استخدام مختلف التقنيات الجديدة كالحاسوب أو الهواتف الذكية وغيرها.

الجدول رقم (11): يوضح المشرف على الدورات التدريبية.

النسبة المئوية %	التكرار	
29.6%	29	مؤسسة العمل
43.9%	43	مراكز تكوين خاصة

## الفصل الثالث:

## الفصل الميداني

26	الاثنين معا	%26.5
98	المجموع	%100

من خلال الجدول رقم (11) نلاحظ أن: 43 مفردة قالت أن مراكز التكوين خاصة هي المشرفة على الدورات التدريبية وذلك بنسبة 43.9% و 29 مفردة قالت أن مؤسسة العمل هي الكفيلة بالإشراف على الدورات التدريبية بنسبة 29.6% ووفقا للنتائج أعلاه فإن مؤسسة العمل لا تهتم كثيرا بتدريب موظفيها وتجعل من التدريب حاجة كمالية للفرد قصد تطوير نفسه ، لذلك يلجأ الإعلامي الى المراكز الخاصة للتكوين والتدريب حتى يعوض القصور الموجود لديه أو يطور من نفسه ومن عمله ويكتسب مهارات جديدة .

الجدول (12) يوضح علاقة المؤسسة المشرفة على الدورات التدريبية و بالمدّة المقضاه في

المجموع		المشرف على الدورات						المدة المقضاه في التدريب
		الاثنين معا		مراكز تكوين خاصة		مؤسسة العمل		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	42	%11.9	5	%47.6	20	%40.5	17	أسبوع
%100	27	%22.2	6	%51.9	14	%25.9	7	أسبوعين
%100	29	%51.7	15	%31	9	%17.2	5	شهر فما فوق
%100	98	%26.5	26	%43.9	43	%29.6	29	المجموع

مركز التدريب

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن: المشرف على الدورات التدريبية في مؤسسة العمل أكثر مدة مقضاة في مركز التدريب هي أسبوع حيث 17 مفردة من مفردات البحث رأت ذلك بنسبة 40.5% وفي المرتبة الثانية من نفس المشرف على الدورات التدريبية هي مدة أسبوعين 7 مفردة شكلت نسبة 25.9% وفي الأخير 5 مفردة من مفردات البحث شكلت نسبة 17.2% شهر فما فوق.

ونلاحظ أن 14 مفردة أسبوعين وذلك بنسبة 51.9% أكثر مدة قضتها أفراد العينة في الدورات الإعلامية وتحت اشراف مراكز التكوين الخاصة على الدورات التدريبية نلاحظ في المرتبة الثانية 20 مفردة قضت أسبوع بنسبة 47.6% في حين قضت 9 مفردة مدة شهر فما فوق وهذا بنسبة 31%

بالنسبة الى الاثنين معا: نلاحظ أن 15 مفردة من مفردات البحث قضت مدة شهر فما فوق وهذا بنسبة 51.7% تليها 6 مفردة قضت مدة أسبوعين بنسبة 22.2% في حين أن 5 مفردة قضت مدة أسبوع بنسبة 11.9%

ومن هذا نفسر أن مراكز التدريب الخاصة هي التي شكلت نسبة الأكبر في قضاء متدريوها مدة أطول في مراكز التدريب الخاصة لأنها ترى أن كلما كانت مدة التدريب أطول كلما كانت أكثر افادة لهم.



الجدول رقم(13): يوضح عدد الدورات التدريبية المشاركون فيها.

النسبة المئوية %	التكرار	
37.8%	37	دورة
35.7%	35	دورتين
26.5%	26	أكثر
100%	98	المجموع

من خلال الجدول رقم (13) نلاحظ أن 37 مفردة من مفردات البحث شاركت في دورة تدريبية واحدة وذلك بنسبة 37.8% في حين أن 35 مفردة شاركت في دورتين وهذا بنسبة 35.7%

ومنه يمكن تفسير ذلك على أن الدورات الإعلامية خاصة وإن كانت في مراكز التدريب الخاصة فهي تتطلب اموالا باهضة في كثير من الاحيان أو التنقل إلى ولايات اخرى للمشاركة فيها لذلك كانت عدد الدورات بين دورة ودورتين .

المحور الثالث: المهارات المكتسبة وما مدى الاستفادة من الدورات التدريبية

الجدول رقم (14): يوضح سبب اللجوء إلى التدريب

النسبة المئوية %	التكرار	
27.1%	32	تطوير المهارات القديمة
34.7%	41	اكتساب المهارات الجديدة

## الفصل الثالث:

## الفصل الميداني

السعي للاحتراف	45	38.1%
المجموع	118	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (14) أن 45 مفردة من مفردات البحث لجأت الى التدريب لسعي للاحتراف أي بنسبة 38.1% وفي المرتبة الثانية 41 مفردة لجأت الى التدريب لاكتساب مهارات جديدة بنسبة 34.7% في حين أن 32 مفردة من مفردات البحث انخرطت للتدريب لتطوير مهاراتهم القديمة بنسبة 27.1%.

ومن خلال ذلك يتضح أن غالبية أفراد العينة يسعون إلى الاحتراف والتميز الإعلامي من خلال الدورات الإعلامية التي يشاركون فيها، وهذا ماتركز عليه البرامج التدريبية الإعلامية في كثير من الاحيان بتخريج اعلاميين متمكنين من كل الجوانب واتخاذها شعار الصحفي المحترف .

### الجدول رقم (15): يوضح توظيف المهارات ضمن العمل.

النسبة المئوية %	التكرار	
96.9%	95	نعم
3.1%	3	لا
100%	98	المجموع

من خلال الجدول رقم (15) يتضح أن 95 مفردة من مفردات البحث توظف المهارات الجديدة ضمن العمل وهذا بنسبة 96.9% في حين أنه نسبة 3.1% لا توظفها

نفسر هذا بأن عينة البحث وبعد أن أجرت دورات تدريبية أصبحت توظفها ضمن عملها وتستغل كل ما اكتسبته من معارف واتجاهات وقدرات جديدة قصد تحسين آدائهم وتميزهم في ميدهم.

الجدول رقم (16): يوضح المهارات الموظفة في العمل

النسبة المئوية %	التكرار	
45.8%	60	مهارات فنية
22.9%	30	مهارات للغة
22.1%	29	مهارات للصوت
9.2%	12	الإخراج
100%	131	المجموع

من خلال الجدول رقم (16) نلاحظ أن: 60 مفردة من مفردات البحث توظف المهارات الجديدة في مهارات فنية بنسبة 45.8% وفي المرتبة الثانية 30 مفردة في مهارة اللغة بنسبة 22.9% في حين أن 29 مفردة توظفها في مهارات الصوت بنسبة 22.1% ونفسر توظيف أفراد العينة للمهارات الفنية بشكل كبير لاهميتها خاصة التحريرية منها كصياغة الخبر والتقرير والتحقيق ومختلف الفنون الإعلامية الأخرى، ففن التحرير يعتبر قاعدة أساسية في العمل الإعلامي يحتاجه الإعلامي في المؤسسة المكتوبة أو السمعية أو السمعية البصرية أو حتى الإلكترونية، كما أن أفراد العينة وحسب الجدول رقم 4 هم محررين ومراسلين ومعدنين برامج فهم بحاجة لتوظيف المهارات الفنية بشكل أكبر، أما عن توظيف مهارة الصوت واللغة نظرا لأن أفراد العينة وحسب الجدول رقم يشتغلون في القنوات التلفزيونية والإذاعة فهم بحاجة الى توظيف هذه المهارة لخصوصية الوسيلة الإعلامية

الجدول رقم (17) يوضح: المهارات الموظفة وعلاقتها بسبب اللجوء للتدريب.

المهارات الموظفة.										
المجموع		الإخراج		مهارات الصوت		مهارات للغة		مهارات فنية		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
34.8%	32	15.6%	5	34.4%	11	31.3%	10	71.9%	23	تطوير المهارات
42.4%	39	7.7%	3	25.6%	10	17%	17	64.1%	25	اكتساب
47.8%	44	18.2%	8	54.5%	24	11%	11	65.9%	29	السعي إلى
100	92	13%	12	31.5%	29	32.6%	30	63%	58	المجموع

من خلال الجدول رقم (17) نلاحظ أن:

- ✓ اغلب أفراد العينة الذي يلجؤون للتدريب الإعلامي من أجل تطوير مهاراتهم القديمة
- يوظفون مهارات فنية وتحريرية ضمن عملهم بنسبة 71 % ويوظفون مهارات الصوت واللغة والإخراج بنسبة 34.4 % و 31.3% و 15.6 % على التوالي .
- ✓ نلاحظ أن نسبة 64.1% من أفراد العينة والذين تقدموا للدورات الإعلامية قصد اكتساب مهارات جديدة يسعون لتوظيف المهارات الفنية بشكل كبير، ونسبة 25.6% لتوظيف مهارات الصوت ونسبة 17% لتوظيف مهارات اللغة ونسبة 7.7% لتوظيف مهارات الإخراج الصحفي
- ✓ بالنسبة إلى أفراد العينة الذين يسعون للاعتراف فهم يركزون على مهارة اللغة كذلك بنسبة 65.9% وتوظيف مهارة الصوت بنسبة 54.5% ومهارة الإخراج بنسبة 18.2% وأخيرا مهارة اللغة بنسبة 11% 31.

## الفصل الثالث:

## الفصل الميداني

ونفسر هذه النتائج بأن سبب المشاركة في الدورات الإعلامية تجعل من الفرد المدرب توظيف ما استفاد منه وما يناسبه ويتلاءم مع وظيفته المهنية .

الجدول رقم (18): يوضح مجال توظيف المهارات الإعلامية من قبل أفاد العينة

النسبة المئوية %	التكرار	
37.5%	45	التقديم والإلقاء
42.5%	51	التحرير
20%	24	الإخراج
100%	120	المجموع

من الجدول رقم (18) نلاحظ: أن 51 مفردة من عينات البحث وظفت مهاراتها المدرب عليها في التحرير وذلك بنسبة 42.5% في حين أن 45 مفردة أي 37.5 توظف المهارات المكتسبة في التقديم والإلقاء و بنسبة 20% توظفها في مجال الإخراج الصحفي .  
ونفسر هذا ب: عينات البحث وظفت وبنسبة كبيرة مهاراتها في التحرير وهذا لضمان اعطاء جودة أكبر لمضمون المادة المكتوبة ، كما ان نتائج هذا الجدول تتوافق مع نتائج الجدول السابق.  
الجدول رقم (19): يوضح رأي أفراد العينة في استفادتهم من التدريب الإعلامي وتحسين

### أدائهم المهني

النسبة المئوية %	التكرار	
96.9%	95	نعم
3.1%	3	لا

## الفصل الثالث:

## الفصل الميداني

المجموع	98	%100
---------	----	------

من خلال الجدول رقم(19) أن 95 مفردة من مفردات البحث أجابت بنعم أن التدريب أفاد في تحسين المهارات الإعلامية وذلك بنسبة 96.9%.

وومن خلال النسبة العالية لتحسين التدريب الإعلامي في الأداء المهني نستنتج الأهمية والفعالية الكبيرة للدورات التدريبية ونجاحتها في العمل الميداني وأهميتها كذلك في تطوير القدرات والمهارات وتزويد الأفراد بالمعارف والمعلومات.

المحور الرابع: الصعوبات التي تواجه الإعلاميون الجزائريين في ظل غياب الدورات التدريبية  
الجدول رقم (20): يوضح وجهة نظر أفراد العينة في الوقت المناسب للدورات.

النسبة المئوية %	التكرار	
%33.7	33	قبل التوظيف
%22.4	22	أثناء التوظيف
%43.9	43	قبل وأثناء التوظيف
%100	98	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (20) أن: 43 مفردة من مفردات البحث قالت أن أنسب وقت للدورات هو قبل وأثناء التوظيف وذلك بنسبة 43.9% في حين أنه 33 مفردة قالت أن التدريب أفضل قبل التوظيف وهذا بنسبة 33.7%

ونفسر ذلك: بأنه أكبر عينات البحث رأت بأن التدريب أفضل ومستحسنه قبل وأثناء التوظيف فقبل التوظيف يمكن الفرد من الدخول الى عالم الإعلام بشكل يجعله قادر على ممارسة العمل

## الفصل الثالث:

### الفصل الميداني

بكل سهولة ويسر وأثناء التوظيف مالم تتلقاه في التدريب قبل التوظيف تعمل عليه حينها، لذلك فالتدريب عملية مستمرة ومتواصلة ولا يمكن أن تتوقف بتوظيف الفرد في مؤسسة ما.

الجدول رقم (21): يوضح الشعور بوجود فرق في المهارات الإعلامية قبل وبعد الدورات

النسبة المئوية %	التكرار	
82.7%	81	نعم
17.3%	17	لا
100%	98	المجموع

من خلال الجدول رقم (21) يتبين لنا أن: 81 مفردة من مفردات البحث وجدت فرق في مهاراتها الإعلامية قبل وبعد الدورات التدريبية وهذا بنسبة 82.7% في حين أنه 17 مفردة من عينات البحث قالت لا بنسبة 17.3% فأكبر مفردات عينة البحث وجدت فرق كبير في مهارتها الإعلامية قبل وبعد الدورات التدريبية ماينم على أن البرامج والمضامين المقدمة في صميم المجال، وحققتم مبتغاها من خلال التركيز على المهارات لدى الفرد الإعلامي وتنميتها وتطويرها بالشكل المطلوب.

الجدول رقم (22): يوضح وضع أفراد العينة قبل قيامهم بالدورات التدريبية.

النسبة المئوية %	التكرار	
21.7%	31	غير متمكن من قواعد التحرير الجيد
23.8%	34	تشعر بالرهبة والتخوف من التقديم والإلقاء
18.9%	27	تمتلك قدرات محدودة في تقنيات وقواعد

## الفصل الثالث:

## الفصل الميداني

تجد صعوبة في استخدام البرامج والتقنيات	29	20.3%
ما أنتجه من مضامين إعلامية محدود	22	15.4%
المجموع	143	100%

من خلال الجدول رقم (20) يتبين لنا أن: 34 مفردة من مفردات البحث قبل قيامهم بالدورات التدريبية كانت لديهم الرهبة والتخوف ممن التقديم و الإلقاء وذلك بنسبة 23.8%، تليها 31 مفردة لم تكن متمكنة من قواعد التحرير الجيد للنصوص الإعلامية بنسبة 21.7%.

والملاحظ ان النسب كلها متقاربة نوعا ما أي ان الأفراد الذين يلجؤون للتدريب يجدون صعوبة في الجانب التحريري ويسعون بالرهبة والخوف أثناء التقديم والإلقاء في المؤسسات السمعية والسمعية البصرية ، كما يجدون صعوبة في التعامل مع الوسائل والبرامج الجديدة خاصة أن أغلب المؤسسات اليوم تواكب التطور الحاصل في تكنولوجيات الإعلام والاتصال وكل هذا يجعل من المضامين الإعلامية المنتجة محدودة بالنسبة لهم لذلك تعمل الدورات التدريبية على التغلب عليهم ..

## الجدول رقم (23): يوضح تمكين الدورات التدريبية.

النسبة المئوية %	التكرار	
20.5%	35	جودة المضامين التي أنتجها
15.8%	27	توطيد العلاقات الشخصية والمهنية وأصبحت
19.3%	33	الاندفاع أكثر نحو الميدان العمل الإعلامي
14.6%	25	أصبحت قادرا على منافسة كبريات
20.5%	35	فرض مكانتي المهنية في مؤسستي



## الفصل الثالث:

## الفصل الميداني

استخدام التكنولوجيا الحديثة في	16	9.4%
المجموع	171	100%

من خلال الجدول رقم (23) نلاحظ أنه 35 مفردة من مفردات البحث قالت أن الدورات التدريبية مكنتها من جودة المضامين التي أنتجتها وفرض مكانتهم المهنية في مؤسساتهم وذلك بنسبة 20.5% وفي المرتبة الثانية تأتي 33 مفردة من الدورات التدريبية مكنتها من الاندفاع أكثر نحو الميدان العمل الإعلامي وأصبحت جرأة بنسبة 19.3% في حين أن 27 مفردة قالت أن الدورات التدريبية مكنتهم من توطيد العلاقات الشخصية والمهنية وأصبحوا أكثر اجتماعيا وهذا بنسبة 15.8% و25 مفردة رأت أن الدورات التدريبية

مكنتها من القدرة على منافسة كبار الشخصيات الإعلامية وهذا بنسبة 14.6% وفي الأخير 16 مفردة من عينات البحث قالت أن الدورات التدريبية مكنتها من استخدام التكنولوجيا الحديثة في العمل الإعلامي وذلك بنسبة 9.4%

وبهذه النتائج المتحصل عليها في الجدول اعلاه نفسر بأن أفراد العينة يرون أن الدورات الإعلامية جاءت لتمكنهم من تقديم مضامين اعلامية جيدة قائمة على الأسس العلمية والعملية الإعلامية، وكذا فرض مكانتهم في المؤسسة بشكل أكبر والاندفاع أكثر نحو العمل وجعلهم أكثر جرأة وراحة لان الإعلام ميدان يتطلب ذلك غذا أراد الفرد النجاح والتميز فيه.

كما ان الدورات التدريبية تمكنهم من الاحتكاك بالمتدربين والذين في الغالب هم اعلاميون كبار ومشهورين الأمر الذي يوطد العلاقة بين بعضهم البعض وتجعلهم يفكرون في منافستهم أيضا.

نتائج الدراسة:

1- نتائج متعلقة بمحور البيانات الشخصية.

- ❖ إن نسبة الذكور هي أكبر نسبة من أفراد العينة تشارك في الدورات الإعلامية بنسبة 64.3%.
- ❖ أن الفئة العمرية من 25 إلى 30 سنة هم الفئة الأكثر اقبال من أفراد العينة على الدورات الإعلامية وذلك بنسبة 39.8%
- ❖ أكثر من نصف افراد العينة مستواهم التعليمي جامعي 62.2%، أي لهم شهادات جامعية في مجال الإعلام أو المجالات ذات العلاقة به.
- ❖ ان نسبة 58.2% من أفراد العينة لهم خبرة في مجال العمل من سنة الى 5 سنوات
- ❖ من النتائج المتحصل عليها نلاحظ أن مانسبته 25.5% من أفراد العينة يزاولون مهنة محرر صحفي وكذا مراسل صحفي بنسبة 23.5% ومعد ومقدم برامج بنسبة 22.4%.

2- نتائج المحور الأول طبيعة التدريب الذي يتلقاه الإعلاميون في مركز التدريب .

- ❖ نلاحظ أن المؤسسات الإعلامية المكتوبة " صحف " والسمعية البصرية " قنوات تلفزيونية هم أكثر المؤسسات التي تشتغل فيها أفراد العينة وذلك بنسبة 20.4% و 19.4% على التوالي.
- ❖ نلاحظ أن نسبة 30.6% من افراد العينة اختاروا التدريب في مجال الإعداد والتقديم، يليها مجال فنيات التحرير بنسبة 29.9%
- ❖ أن أكثر مدة قضاها المتدربون في مراكز التدريب هي أسبوع بنسبة 42.9%
- ❖ يرى أفراد العينة أن المدة التي قضاها في مراكز التدريب كافية لهم وهذا بنسبة 69.4%
- ❖ نلاحظ أن مراكز التكوين الخاصة هي الأكثر إشراف على الدورات التدريبية لأفراد العينة وهذا بنسبة 43.9%

- ❖ نلاحظ أن المؤسسات التكوينية الخاصة بمعية المؤسسة العمل تعطي المتدربين مدة كافية وهي أكثر من شهر لتدريب الإعلاميين وذلك بنسبة 51.17%
- ❖ أكد أفراد العينة أن استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة في الدورات التدريبية الإعلامية كان بشكل متوسط بنسبة 51%
- ❖ تبين أن نسبة 37.8% من أفراد العينة شاركوا في دورة تدريبية إعلامية واحدة، بينما نسبة 35.7% شاركت بدورتين

### المطلب الثالث: نتائج المحور الثاني المهارات المكتسبة و مدى الاستفادة من الدورات التدريبية.

- ❖ يرى أفراد العينة أن سبب لجوءهم إلى التدريب هو السعي إلى الاحتراف وذلك بنسبة 38.1%، واكتساب مهارات جديدة بنسبة 34.7%.
  - ❖ أكد أفراد العينة أنهم يوظفون المهارات المكتسبة من الدورات التدريبية الجديدة في العمل وهذا بنسبة 96.9%
  - ❖ أكد المتدربين أن أكثر المهارات المكتسبة والتي يوظفونها في العمل هي المهارات الفنية بنسبة 45.8% وبدرجة أقل مهارة اللغة والصوت بنسبة 22.9% و 22.1% على التوالي. ويتم توظيف هذه المهارات في مجال التحرير و التقديم والإلقاء.
  - ❖ نلاحظ أن أفراد العينة الذين يسعون للاحتراف أو لتطوير مهاراتهم القديمة أو اكتساب مهارات جديدة يوظفون المهارات الفنية بشكل أكبر وبنسبة تقدر ب 65.9%، و 71.9% و 64.1% على التوالي .
  - ❖ يرى أفراد العينة أن التدريب الإعلامي أفادهم في تحسين أداءهم بنسبة عالية قدرت ب 96.9%.
- ### المطلب الرابع: استنتاجات المحور الرابع الصعوبات التي تواجه الإعلاميون الجزائريون في ظل غياب الدورات التدريبية
- ❖ يفضل أفراد العينة أن يكون التدريب الإعلامي قبل التوظيف وأثناءه وذلك بنسبة 43.9%.

## الفصل الثالث:

### الفصل الميداني

- ❖ أكد غالبية أفراد العينة بوجود فرق في مهاراتهم الإعلامية قبل وبعد الدورات وذلك بنسبة 82.7%.
- ❖ أن نسبة 23.8% من أفراد العينة كانوا يشعرون بالرهبة والتخوف من التقديم والإلقاء قبل قيامهم بالتدريب الإعلامي، ونسبة 21.7% كانوا غير متمكنين من قواعد التحرير الجيد للنصوص الإعلامية ، ونسبة أقل قدرت ب 20.3% يجدون صعوبة في استخدام البرامج والتقنيات الحديثة .
- ❖ أكد أفراد العينة أن الدورات التدريبية مكنتهم من جودة المضامين التي ينتجونها ومن فرض مكانتهم المهنية في مؤسستهم وهذا بنسبة 20.5%، تليها نسبة 19.3% من أفراد العينة تمكنوا من الاندفاع أكثر نحو ميدان العمل وأصبحوا أكثر جرأة من قبل.

## النتائج العامة للدراسة:

- + أكدت دراستنا هذه أن طبيعة الدورات الإعلامية التي تلقاها الإعلاميون أفراد العينة كانت في مجال الاعداد والتقديم وكذا مجال التحرير الصحفي من خلال دورة أو دورتين اعلاميتين لمدة لم تتجاوز الأسبوع ، وهي مدة كافية حسبهم .
- + كما أكدت الدراسة بوجود فرق في الجانب المهاري لأفراد العينة قبل وبعد قيامهم بالدورات الإعلامية ، إذ أنها ساهمت في تنمية المهارات القديمة وتطويرها وتقديم أخرى جديدة ومكتسبة وأهم تلك المهارات حسبهم المهارات الفنية والتحريرية وكذا مهارة اللغة والصوت ، ويعمل أفراد العينة على توظيفها في عملهم الميداني مؤكدين على أنها ساهمت في تحسين اداءهم المهني من اجل السعي للاحتراف والتميز.
- + الصعوبات والتحديات التي واجهت أفراد العينة في ظل غياب الدورات الإعلامية كثيرة حدت من تميزهم تمثلت أهمها في الخوف والرهبة من التقديم والإلقاء وكذلك صعوبة وعسر في الجانب التحريري وقد مكنتهم الدورات

التدريبية من إزالة ذلك كله وفرض مكانتهم المهنية في مؤسسة العمل وتمكنهم من انتاج مضامين اعلامية ذات جودة ونوعية .

✚ وجود علاقة تكاملية بين المشرف على الدورات التدريبية ومدة التدريب، إذ أن مؤسسات العمل التي ينتمي إليها أفراد العينة لم تولي أهمية لتدريب عمالها وموظفيها وتركت لهم حرية التدريب في مؤسسات ومراكز التدريب الخاصة، إذ يلجأ إليها أفراد العينة بغرض التميز والاحتراف الإعلامي من خلال تركيزهم على تنمية المهارات الفنية وتطويرها لديهم.

خاتمة

## خاتمة :

حاولنا من خلال هذه الدراسة ان نسلط الضوء على أحد المفاهيم المهمة اليوم في عالم الإعلام وهو التدريب الإعلامي الذي بات ضرورة محتمة وملزمة في الحياة المهنية الإعلامية ، إذ أثبتت هذه الدراسة أن الدورات الإعلامية من خلال برامجها ومضامينها المسطرة تضمن للفرد المتدرب تنمية وتطوير المهارات القديمة وتزويده بأخرى جديدة تمكنه من مواكبة عمله في ظل التطور العلمي والتكنولوجي الذي صاحب هذا المجال وتجعل منه صحفي محترف ، كما أكدت دراستنا بأن الإعلاميين وفي ظل غياب الدورات الإعلامية يعانون من عدة صعوبات ومشاكل تعيق وتحد من آدائهم المهني وتجعل ما يقدمونه من مضامين محدودة ، لذلك يلجأ غالبية العاملين في الإعلام للإنخراط والمشاركة في مختلف الدورات الإعلامية واستخدامها كسلاح لمواجهة التغيرات المصاحبة للعمل وأساليبه في خضم المنافسة الشديدة بين المؤسسات الإعلامية .

ومن خلال ماسبق نوصي بمايلي:

- 1- ضرورة الاهتمام بمجال التدريب الإعلامي لتغذية الخبرة الإعلامية الفرد .
- 2- تشجيع المؤسسات الإعلامية على القيام بالدورات الإعلامية للعاملين فيها وتحفيزهم على ذلك.
- 3- ضرورة اختيار المضامين المناسبة في الدورات الإعلامية وأن تكون أقرب للميدان من الجانب النظري.
- 4- اختيار التوقيت والمدة الكافية للدورات الإعلامية .

## الملاحق

### قائمة المراجع:

#### المعاجم والقواميس:

- 1- ابن منظور، أبو الفضل مُجَّد بن مكرم، لسان العرب، دار العلم، ط2، بيروت، 1984،
  - 2 جمال أبو الفضل مُجَّد بن مكرم ابن منظور. لسانالعرب، دار صادر، المجلد6، بيروت، 1997
  - 3 مسعود<sup>1</sup> جبران، ورائد الطلاب: معجم لغوي عصر الطلاب، دار العلم للملايين، ط1، 2005،
- الكتب:

- 1 أحمد بن مرسللي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط3، الجزائر، 2007،
- 2 اسماعيل ابراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، ط1
- 3 جودت عزت عطوي: أساليب البحث العلمي (مفاهيمه، أدواته، طرقها الاحصائية)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط4، عمان، 2011
- 4 سميح كبريث، للغة العربية واعداد رجل الإعلام، دار النهضة العربية، ط1، بيروت، 2010
- 5 صالح بن نوار، مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والإنسانية، دار الفائز لطباعة، ط1، قسنطينة، الجزائر، 2012،
- 6 علاء مُجَّد القاضي، بكر عمر حمدان، مهاراتالاتصال، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، ط، 2010،
- 7 عبد العزيز الحمادي، مهارات يجب توفرها في مسؤول الإعلام الجديد في المنظمة، مزن،
- 8 عبد الرزاق مُجَّد الدليمي، فن التحرير الإعلامي المعاصر، دار الجرير للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010،
- 9 فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية اثناء النشر، الرياض، ط1، 1431، هـ، 2010،
- 10 فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، عالم الكتب، القاهرة، ط4، 1990



## الملاحق

11 مصطفى عليان ربحي وعثمان مُجّد غنيم: **مناهج وأساليب البحث العلمي (النظرية والتطبيق)**، دار صفاء لنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2000،

12 منال هلال المزاهرة، **مناهج البحث الإعلامي**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2014،<sup>1</sup> صالح بن نوار، **مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والإنسانية**، دار الفائز لطباعة، ط1، قسنطينة، الجزائر، 2012

13 منال طلعت محمود، **مدخل الى علم الاتصال**، جامعة الإسكندرية، 2002، 2001،

14 مُجّد حمود حسن: **مراكز التدريب الإعلامي دراسة مقارنة بين المركز العربي للتدريب الاذاعي والتلفزيوني والجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير**، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013.

15 مُجّد سيد فهمي. **مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية**، دار الوفاء الدنيا لطباعة النشر والتوزيع، مصر، 2008،

16 نبيل حداد، **في الكتابة الصحفية (السمات-المهارات-الأشكال-القضايا)** دار الكندي، الأردن، 2002،

17- هريبرتسترنز، ترجمة سميرة أبو سيف، **المراسل الصحفي ومصادر الأخبار**، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط2، 18.1988- Robert L Hilliard<sup>1</sup>، ترجمة: مؤيد حسن فوزي، مراجعة، أحمدنوري، **الكتابة للتليفزيون والاذاعة ووسائل الإعلام الحديثة**، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، ط1، 2014.

**الرسائل الجامعية والبحوث والدارسات:**

1 حسان خذيري، **مهارات الاتصال لدى الصحفيين الجزائريين ودورها في تحسين الأداء الإعلامي**، مذكرة لنيل شهادة الماستر علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال في التنظيمات، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2015/2016.

2 زينب ملحاني، **كلثوم مازوني، دور التدريب الإعلامي في تنمية أداء الصحفيين**، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص وسائل الإعلام والتنمية المستدامة، جامعة خميس مليانة، 2014/2013.

### الملاحق

- 3 طارق بويرب، الرقابة الإدارية وعلاقتها بالتطوير التنظيمي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، تخصص التنظيم والعمل، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014.
- 4 فتحي سايبور شيدة كروشي، دور الاذاعة المحلية في تنمية المهارات الإعلامية، (دراسة ميدانية على عينة طلبة علوم الإعلام والاتصال -مستغانم-)، جامعة عبد الحميد بن باديس -مستغانم-، 2017/2013.
- 5 نبيل بوعيشة وهشام بنقبلي، التغطية الاخبارية ودورها في تكريس مفهوم الإعلام الجوّاري اذاعة الشلف -أنموذجا، جامعة عبد الحميد بن باديس -مستغانم-، 2014/2013.

المواقع الالكترونية:

<https://www.mozn.ws/6879>

المراجع الأجنبية:

**Dictionnaire de Sociologie**, éd Duissier, :Boudon Raymond panis, 2005,

## الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية

كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية

قسم علوم الاعلام والاتصال



الموضوع: تحكيم استمارة استبيان حول:

**الدورات التدريبية وتطوير المهارات الإعلامية لدى الإعلاميين الجزائريين**

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر ( ل . م . د ) في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام والاتصال والعلاقات العامة

**إشراف الأستاذة:**

نسيبة فريجات

**اعداد الطالبتين:**

حليمة بن حود

خيرة شايحة

**تحية طيبة وبعد:** في إطار إجراء دراسة بعنوان "الدورات التدريبية وتطوير المهارات الإعلامية لدى الإعلاميين الجزائريين" دراسة مسحية على عينة من الإعلاميين الجزائريين " مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة. نضع بين ايديكم هذه الاستمارة ونرجو منكم الاطلاع على محتواها والاجابة على اسئلتها وذلك بوضع علامة (X) في الخانة التي تتفق مع رأيكم, علما بان هذه المعلومات ستستخدم لغرض البحث العلمي فقط.

**شكرا لتعاونكم**

## الملاحق

### البيانات الشخصية:

1- النوع: ذكر  أنثى

2- السن: اقل من 25 سنة

من 26 إلى 30

من 31 إلى 40

من 41 فأكثر

### 3- المستوى التعليمي:

متوسط

ثانوي

جامعي

أخرى

الملاحق

4- الوظيفة الإعلامية:

صحفي

مراسل

معد برامج

مخرج

تقني

أخرى

5- الخبرة المهنية: من سنة الى 5 سنوات

من 6 سنوات إلى 10 سنوات

ما يفوق 10 سنوات

المحور 02: طبيعة التدريب الذي يتلقاه الإعلاميون في مركز التدريب الإعلامي

1- نوع المؤسسة التي تشتغل بها:

## الملاحق

مؤسسة صحفية (جريدة مكتوبة)

إذاعة محطة جهوية

قناة تلفزيونية عمومية

قناة تلفزيونية خاصة

مؤسسة اعلامية الكترونية

2-هل سبق وان تلقيت تدريب إعلامي

نعم  لا

3-ما نوع التدريب الذي قمت به في مركز التدريب الإعلامي؟

الإعداد والتقديم  فنيات التحرير الصحفي

تقنيات الصوت والإلقاء  تكنولوجيا الإعلام والاتصال

التعليق التنشيط  الإخراج  المونتاج

4-ماهي المدة التي قضيتها في مركز التدريب؟

أسبوع  أسبوعين  شهر  أكثرمن شهر

1-هل كانت مدة التدريب كافية؟

نعم  لا

لماذا:.....؟

2-هل يستخدم المدربون في مراكز التدريب وسائل التكنولوجيا الحديثة؟

بشكل كبير  بشكل متوسط  ضعيف منعدم

### الملاحق

3- من هو المشرف على الدورات التدريبية؟

مؤسسة العمل  مراكز تكوين خاصة

4- كم عدد الدورات التدريبية؟

دورة  دورتين  3

المحور 03: المهارات المكتسبة وما مدى الاستفادة من الدورات التدريبية

5- ما هو سبب لجوؤك للتدريب؟

تطوير المهارات القديمة  اكتساب مهارات جديدة  السعي إلى الاحتراف

6- هل توظف هذه المهارات ضمن عملك؟

نعم

7- إذا كان نعم فما هي هذه المهارة؟

مهارات الصوت

مهارات اللغة

مهارات فنية

الإخراج

أخرى اذكرها.....

8- أين توظف هذه المهارة؟

الإخراج

التحرير

التقديم والإلقاء

9- هل أفادك التدريب في تحسين الأداء الإعلامي؟

لا

نعم

كيف ذلك.....

المحور 04: الصعوبات التي تواجه الإعلاميون الجزائريين في ظل غياب الدورات التدريبية

## الملاحق

- 10- في نظرك متى يكون التدريب افضل؟
- قبل التوظيف  أثناء التوظيف  قبل وأثناء التوظيف
- 11- هل شعرت بوجود فرق في مهاراتك الإعلامية قبل الدورات وبعدها؟
- نعم  لا
- إذا كانت إجابتك نعم فيما تمثل؟.....
- 12- قبل قيامك بالدورات التدريبية الإعلامية كنت؟ يمكنك اختيار اكثر من جواب
- غير متمكن من قواعد التحرير الجيد للنصوص الإعلامية
- تشعر بالرهبة والتخوف من التقديم والإلقاء
- تمتلك قدرات محدودة في تقنيات وقواعد التحرير...
- تجد صعوبة في استخدام البرامج والتقنيات التكنولوجية الحديثة
- ما أنتجه من مضامين إعلامية محدود
- أخرى اذكرها .....
- 13- الدورات التدريبية مكنتك من؟
- جودة المضامين التي أنتجتها
- توطيد العلاقات الشخصية والمهنية وأصبحت أكثر اجتماعيا
- الاندفاع أكثر نحو الميدان العمل الإعلامي وأصبحت أكثر جرأة
- أصبحت قادرا على منافسة كبريات الشخصيات الإعلامية
- فرض مكانتي المهنية في مؤسستي
- استخدام التكنولوجيا الحديثة في العمل الإعلامي



## الملاحق