



جامعة محمد بوضياف-المسيلة
كلية علوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



دور التدريب الإعلامي في تنمية المهارات الاتصالية لدى الطلبة
دراسة على عينة من طلبة الإعلام المتدربين بمؤسسة الصقر

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف:
د. حمديني ابتسام

إعداد الطالب:
-جودي ياسر

2022-2021



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
كلية علوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

دور التدريب الإعلامي في تنمية المهارات الاتصالية لدى الطلبة

دراسة على عينة من طلبة الإعلام المتدربين بمؤسسة الصقر

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف:

د. حمديني ابتسام

إعداد الطالب:

- جودي ياسر

2022-2021



إهداء

إلى من تحتضن اسمي في خلجات دعواتها ونذرت
عمرها في أداء رسالة عنوانها الصبر
"أمي الغالية" أمدّ الله في عمرك بالصالحات
إلى قدوتي في الحياة إلى النصف الثاني من القلب
"والدي" أطال الله بقاءك وألبسك ثوب الصحة
والعافية دمت فخرا وسندا لنا
إلى إخوتي وأخواتي الغاليات
إلى من علّمني حرفا أصبح سنا برفقه يضيء
الطريق أمامي، إلى كل أساتذتي في جميع الأطوار
إلى رفقاء الدرب حتى وإن فرقتنا الدنيا وباعدت
بيننا المسافات ستبقى الذكريات ما حيينا
إلى كل من يتمسك بالأمل رغم أنه يعيش في
الجزائر



شكر وتقدير

قال الله عز وجل: (لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ) سورة
إبراهيم الآية (7).

الشكر والثناء لله عز وجل أولاً على نعمة الصبر
والقدرة على إنجاز هذا العمل

وأقدم بالشكر إلى الأستاذة/ د. حمديني ابتسام التي
تفضلت بإشرافها على هذا البحث، ولكل ما قدمته لي من
دعم وتوجيه لإتمام هذا العمل على ما هو عليه
كل الشكر لأساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال كل
باسمه ومقامه

كل الشكر للأستاذة فتيحة شلالي على الدعم النفسي
والإرشادات التوجيهية



الملخص:

جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على التدريب الإعلامي باعتباره عاملاً مهماً في تحسين المهارات الاتصالية داخل المؤسسة، وكانت الدراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال الخاضعين والمشاركين في الدورات التدريبية بمؤسسة الصقر للإنتاج والتوزيع. كما سطرت في دراستي هذه جملة من الأهداف تمثلت في محاولة التعرف على مجالات التدريب الإعلامي التي خضع لها الطلبة، وكذلك التعرف على حجم ونوعية الدورات التدريبية التي خضع لها الطلبة؛ والتعرف على طبيعة المهارات الإعلامية التي تم تحسينها من خلال الدورات التدريبية، وتكمن أهمية الدراسة في الإسهام بزيادة الاهتمام بدور التدريب الإعلامي باعتباره عاملاً مهماً في نجاح المؤسسات الإعلامية وكذلك تبرز أهميته من خلال تنمية المهارات وصقل القدرات ويؤدي بالتالي بتحسين مستوى أدائهم، وأثبتت نتائج الدراسة أن التدريب الإعلامي يساهم في تنمية و تطوير المستوى المهاري للطلاب في المجال الإعلامي.

الكلمات المفتاحية: التدريب، التدريب الإعلامي، مهارات الاتصال، الدورات التدريبية.

Summary

This study highlights media training as an important factor in improving communication skills within the institution, and the study was field-based on a sample of students from the Media and Communication Sciences Department who are subject and participants in the training courses at the Falcon Foundation for Production and Distribution.

In my study, I also outlined a number of goals, which were to try to identify the areas of media training that students underwent, as well as to know the size and quality of training courses that students underwent; And learn about the nature of media skills that have been improved through training courses, and the importance of the study lies in contributing to an increased interest in the role of media training as an important factor in the success of media institutions as well as its importance emerges through skills development and refining capabilities and thus leads to improving their level of performance, and the results of the study proved that training The media participates in developing the skill level of students in the media field.

Keywords: training, media training, communication skills, training courses.

مقدمة

التدريب نشاط قديم، ولكنه مع مرور الوقت تطور و تحول من مجرد نشاط عفوي إلى ممارسة علمية محسوبة لها وظائفها و أهدافها، يعد التدريب بمعناه الواسع عنصرا أساسيا في عملية تنمية مهارات الاتصال إذ يهدف إلى التحسين و التغيير و التطوير على مستوى أداء الأفراد باعتبارهم مصدر التقدم فيها، فالتدريب عملية منظمة و مستمرة لتزويد الفرد بالمهارات و الخبرات و الاتجاهات التي تجعله ناجحا و متميزا في مختلف نواحي الحياة، التدريب هام لنا كأفراد فالكثير منا يحتاج لتنمية مهاراته في مجال ما و اكتساب بعض المعارف و المهارات مرتبطة بمهارات العمل.

أيضا هو ذلك النشاط المخطط والمنظم والموجه والمستمر الذي يستهدف إحداث تغيير في سلوك الأفراد والجماعات في مجال العمل عن طريق مساعدتهم على إحداث تغيير المناسب في مهاراتهم ومعلوماتهم واتجاهاتهم بهدف رفع كفاءتهم وقدراتهم الإنتاجية، ونظرا للأهمية البارزة التي يحظى بها التدريب خاصة في مجال الإعلام يكثر الحديث حول ضرورة الاهتمام بالتدريب ما يقوم به من دور كبير في تطوير وتحسين كوادرها البشرية بكفاءة وفعالية.

ومن هنا برز دور التدريب بصفة عامة والتدريب الإعلامي بصفة خاصة، حيث يقدم المعارف الجديدة والمهارات الحديثة، فالتدريب الإعلامي هو ذلك النشاط المنظم الذي يعني بتنمية قدرات الفرد وصلها في ضوء متطلبات واحتياجات محددة؛ وبالتالي فإن التدريب الإعلامي هو ذلك الخطط العلمية والعملية تهدف إلى رفع كفاءتهم البشرية وصقل وتنمية قدراتهم ومهاراتهم لضمان فهم أعمق للعملية الإعلامية حتى يكونوا قادرين على القيام بمتطلبات العمل الإعلامي بالشكل الذي تفرضه حاجة السوق اليوم.

فأصبح التدريب الإعلامي ذو أهمية كبرى لطلبة الإعلام في ظل العصر الذي نعيشه، إذ أن التطور التكنولوجي السريع يتطلب منا تعليم وتنمية طلبة الإعلام بالمعلومات وتزويدهم بالمواهب وصقل مهاراتهم وتطوير قدراتهم وتعديل سلوكهم وتغيير اتجاهاتهم.

وجاءت هذه الدراسة من أجل التعرف على واقع التدريب الإعلامي ومدى مساهمته في تنمية وتطوير المهارات الاتصالية لدى طلبة الإعلام، و كأنموذج قمنا بدراسة ميدانية بمؤسسة الصقر للإنتاج و التوزيع بجامعة المسيلة.

وللتعميق في موضوع الدراسة فقد تم انتهاج خطة، حيث قسمت إلى ثلاث فصول (الإطار المنهجي، النظري، التطبيقي)، حيث تم التطرق في الفصل الأول إلى إشكالية الدراسة، وأهم التساؤلات، أهمية وأهداف الدراسة، وأسباب اختيار الموضوع، مدخل نظري والمتمثل في نظرية الاستخدامات والإشباع، ثم تحديد مفاهيم أساسية، نوع ومنهج الدراسة، أدوات جمع البيانات المتمثل في أداة الاستبيان، عينة الدراسة ومجتمع البحث، مجالات الدراسة، الدراسات السابقة.

أما بالنسبة للفصل الثاني والمتمثل في الإطار النظري فقد انطوى على مبحثين فجاء المبحث الأول بعنوان ماهية التدريب الإعلامي ويحتوي على أهمية وأهداف التدريب الإعلامي، أسس ومبادئ التدريب الإعلامي، أنواعه وأساليبه، أما المبحث الثاني فقد جاء تحت عنوان المهارات الاتصالية واحتوى على أهمية وطرق مهارات الاتصال، أنواعه، أثر التدريب الإعلامي في بناء وتطوير المهارة الاتصالية.

أما الفصل الثالث والمتمثل في الإطار التطبيقي، تطرقنا فيه إلى نتائج الدراسة ثم تم عرض نتائج تفرغ الاستبيان على عينة الدراسة والقراءة الكمية والكيفية مدعمة بأشكال بيانية، النتائج العامة وأخيرا

الخاتم

الجانب المنهجي للدراسة

- الإشكالية
- التساؤلات
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- أسباب اختيار الموضوع
- المدخل النظري للدراسة
- تحديد المفاهيم
- نوع ومنهج الدراسة
- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- مجالات الدراسة
- الدراسات السابقة

الإشكالية

يعتبر التدريب من أهم المقومات التي تعتمد عليها المؤسسة لتحسين فعاليتها كما يعد إحدى الاستراتيجيات التي تتطلع بها المؤسسات الإعلامية لتحقيق أهدافها على المدى القصير؛ المتوسط والطويل؛ ونظرا لأهميته فقد اهتمت مصالح الموارد البشرية بالاستمرار في مجال التدريب حتى تدفع بعجلة التنمية نحو الأفضل.

فالمؤسسات الإعلامية كغيرها من المؤسسات الأخرى تسهر على بسط سياسة التدريب لمستخدميها حتى يرفعوا من مستواهم والإسهام في رفع وتيرة نموها من جهة ومن أجل تطوير هذا النموذج من الصحفيين حسب القيم المهنية و المواثيق الأخلاقية من جهة أخرى ، لذا يشترط الباحثون في مجال الإعلام اختيارًا دقيقًا للموارد البشرية قبل تأهيلهم للتعليم والتدريب ليصبحوا صحفيين محترفين وبتفجير طاقات هؤلاء المدربين من أجل الحصول على مستويات عالية من الأداء ، لأنه مجرد تعليم أشخاص للعمل في هذه المهنة بدون مواصفات محددة يحد من جدوى عملية التعليم والتدريب فلا بدّ في هذا الصدد من اختيار نماذج لأفراد ذوي مثابرة وحسن الاطلاع وعين ناقدة و رؤى مستقبلية.

انطلاقا مما سبق ذكره تبين أن للتدريب الاعلامي مكانة هامة في المؤسسات الإعلامية إذ يشكل وسيلة لتطوير الأداء المهني من خلال مواكبة المستجدات وتطوير المهارات، فالتقنيات الحديثة والتطوير المتجدد للإعلام أثر بشكل كبير في الأداء المهني مما أدى من التدريب عملية مهمة تساهم في بفاعلية في تنمية المهارات الاتصالية من خلال تنمية المعارف والمهارات والاتجاهات.

حيث تهدف المؤسسات إلى رصد واقع ودور التدريب الإعلامي، والأهمية التي يكتسبها في تطوير المهارات الاتصالية، باعتباره أمرا واقعا وممارسة مهنية لمواكبة التغيرات التي يشهدها التدريب الإعلامي وذلك بالوقوف على بعض العناصر المتعلقة بمدى مساهمة التدريب الإعلامي في تطوير المهارات الاتصالية

إلا أن التدريب الاعلامي أصبح اليوم ضرورة يجب على المؤسسات الاعلامية توفيرها من أجل تحسين ورفع كفاءة المهارات الاتصالية وتدعيمها لتقديم الأفضل وهذا ما يؤدي بالمؤسسة إلى تحقيق التميز في المجال والوظائف التي تؤديها.

ومن هنا اتضحت إشكالية بحثنا ضمن التساؤل الرئيسي التالي: كيف يساهم التدريب الإعلامي في بناء وتطوير مهارات الاتصال لدى طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بمؤسسة الصقر للإنتاج والتوزيع؟

التساؤلات الفرعية:

أ - ما هي مجالات التدريب الإعلامي التي خضع لها طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بمؤسسة الصقر للإنتاج والتوزيع؟

ب - ما هي نوعية الدورات التدريبية التي خضع لها طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بمؤسسة الصقر للإنتاج والتوزيع؟

ج - ما هو حجم الدورات التدريبية التي خضع لها طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بمؤسسة الصقر للإنتاج والتوزيع؟

د - ما هي جوانب التأثير للدورات التدريبية التي خضع لها طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بمؤسسة الصقر للإنتاج والتوزيع؟

هـ - إلى أي حد استطاعت الدورات التدريبية تنمية المهارات الاتصالية لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بمؤسسة الصقر للإنتاج والتوزيع؟

و - ما هي طبيعة المهارات الإعلامية التي تم تحسينها من خلال الدورات التدريبية؟

أهمية الدراة:

لكل دراسة أهمية وتكمن أهمية دراستنا في الإسهام في زيادة الاهتمام بدور التدريب الإعلامي باعتباره عنصرا مهما في نجاح المؤسسة الإعلامية كما تكمن الأهمية أيضا في حاجة الإعلاميين للتدريب في الميدان الإعلامي وتعليمهم وتأهيلهم وتطويرهم بما يساعد في تكوين مهارات أكثر في الاندماج السريع في العمل وتطوير طرق وأساليب الأداء

وتعدّ عملية تنمية وتطوير المهارات للطالب في غاية الأهمية وذلك باكتسابهم المهارات والقدرات الأساسية والمعارف اللازمة في مجال التواصل مع الآخرين وتعزيز ممارستها في حياته اليومية والعملية

أهداف الدراصة:

- ❖ التعرف على مجالات التدريب الإعلامي التي خضع لها الطلبة
- ❖ التعرف على نوعية الدورات التدريبية التي خضع لها لطلبة.
- ❖ التعرف على حجم الدورات التدريبية التي خضع لها الطلبة.
- ❖ التعرف على جوانب التأثير للدورات التي خضع لها الطلبة على مهاراتهم الاتصالية.
- ❖ التعرف على طبيعة المهارات الإعلامية التي تم تحسينها خلال الدورات التدريبية.

أسباب اختيار الموضوع:

لكل باحث أسباب تدفعه لتناول موضوع معين بالدراصة ومن الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع نذكر:

- ❖ أهمية التدريب الإعلامي لدى طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال.
- ❖ قلة الدراسات التي تناولت موضوع التدريب الإعلامي وتطوير مهارات الاتصال.
- ❖ الاطلاع عن قرب عن مدى اهتمام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجانب التدريب الإعلامي كعامل من عوامل تطوير المهارات الاتصالية.
- ❖ وجود ميل شخصي والاهتمام الخاص بهذا الموضوع نظرا لأهميته وطبيعة التخصص التي دفعتنا لاختيار الموضوع.
- ❖ اعتبارنا من الطلبة الخاضعين للدورات التدريبية في المجال الإعلامي.

المدخل النظري للدراسة:

كما هو معروف في أي دراسة تستوجب إسنادها إلى نظرية أو أكثر تتلاءم مع متغيرات الدراسة في دراستنا هذه قمنا بتكييفها وفق نظرية الاستخدامات والإشباع.

تعريف نظرية الاستخدامات والإشباع:

نظرية الاستخدامات والإشباع في الاصطلاح الإعلامي مثار اختلاف بين الباحثين وتعني النظرية باختصار: تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية.¹ (عبد الحميد، 2012، ص.61).

نشأة النظرية:

كان أول ظهور لهذه النظرية بصورة كاملة في كتاب " استخدام وسائل الاتصال الجماهيري " من تأليف "اليهود كاتر" و "بلمر" عام 1974م، ودار هذا الكتاب حول تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام من جانب ودوافع استخدام الفرد من جانب آخر.² (عبد الحميد، 2012، ص.63).

وتعدّ هذه النظرية بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الاتصال، حيث يزعم المنظرون لهذه أنّ للجمهور إرادة من خلالها يحدّد أي الوسائل والمضامين يختار.

واستمر الاهتمام بهذه النظرية عند الباحثين أمثال " لازار فيلد؛ ريفيز وويليور شرام" في القرن 20 ولكنها لم تكن مصمّمة لدراسة إشباع وسائل الإعلام للفرد بقدر ما هي استهداف للعلاقة بين متغيرات اجتماعية معينة، واستخدام وسائل الاتصال.

ويرى "دينيس ماكويل أنه لابد من دراسة العلاقة بين الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجاته في وقت معين والتعرض لوسائل الإعلام، وهو بهذا قدّم المدخل الرئيسي لدراسة العلاقة بين المتلقين ووسائل الإعلام.

وفي السبعينيات الميلادية بدأ الباحثون يستهدفون عبر البحوث المنظمة بناء الأسس النظرية لمدخل الاستخدام و الإشباع ، وذلك بطرح وصياغة الكثير من التساؤلات العديدة التي ظهرت في الدراسات التقليدية المقدمة في الأربعينيات من القرن نفسه ؛ وأدّى ذلك بدوره إلى قيام عدد من البحوث التطبيقية في مجال الاستخدام والإشباع ، وكانت كل دراسة تسعى إلى الإسهام في بلورة ما انتهت إليه الدراسات السابقة في هذا المجال فجعلوا الكثير من الخطوات المنطقية التي كانت غير ظاهرة في تلك الدراسات السابقة خطوات علمية.² (عبد الحميد، 2012، ص.63،64).

افتراضات النظرية:

وتقوم هذه النظرية على عدد من الفروض التي تمت مراجعتها لتلاءم ما تمّ التّوصّل إليه، ويمكن تلخيصها

فيما يلي:

- ❖ أن السلوك الاتصالي سلوك هادف وذو دوافع؛ حيث يسعى جمهور وسائل الإعلام بإيجابية لتحقيق أهداف محدّدة من خلال استخدام هذه الوسائل.
- ❖ يتخذ الجمهور مبادرة انتقاء واستخدام وسائل الاتصال لإشباع حاجاتهم ورغباتهم، فقد يكون استخدام الجمهور لوسائل الإعلام هو استجابة لاحتياجاتهم الأساسية، ولكنه من ناحية أخرى يشبع حاجاتهم، يلبّي رغباتهم كالبحث عن المعلومات لحلّ مشكلة ما.
- ❖ يتأثر السلوك الاتصالي لجمهور وسائل الإعلام بمجموعة من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تعمل بمثابة المتغير الوسيط بين الوسيلة وجمهورها، فهذه العوامل تعمل بمثابة المرشّح أو الفلتر لاستجابات الفرد السلوكية اتجاه وسائل الإعلام.
- ❖ قد تؤثر وسائل الإعلام في سمات الفرد من ناحية وفي البناء الاجتماعي والسياسي والثقافي والاقتصادي للمجتمع من ناحية أخرى، ومن ثمّ يمكن الاستدلال على المعايير الاجتماعية والثقافية السائدة في مجتمع ما، من خلال استخدام أفراد وسائل الإعلام.
- ❖ تنافس وسائل الإعلام مع أشكال الاتصال الأخرى على عمليات الانتباه والانتقاء والاستخدام التي يجريها الجمهور لإشباع رغباته.² (عبد الواحد، 2007، ص ص.70،71).

أهداف النظرية:

- وتحقق نظرية الاستخدامات والإشباع ثلاث أهداف رئيسية وهي:
- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.¹ (مكاوي، حسن السيد، 2011، ص.241).
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرّض.
- التأكيد من نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.² (مكاوي، حسن السيد، 2011، ص.241).

انتقادات النظرية:

من أهم الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات:

- ✓ أن هذه النظرية تبني مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل الدّفع، الإشباع، الهدف والوظيفة وهذه المفاهيم ليس لها تعريفات محدّدة، وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق النظرية تبعاً لاختلاف التعريفات.
- ✓ أنّ الحاجات الخاصّة بالفرد متعدّدة ما بين فيزيولوجية، نفسية واجتماعية وتختلف أهميتها من فرد لآخر، ولتحقيق تلك الحاجات تتعدّد أنماط التعرض لوسائل الإعلام واختيار المحتوى.
- ✓ تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخدام متعمد، مقصود وهادف والواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك فهناك أيضاً استخدامات غير هادفة.
- ✓ تنظر البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى وظائف وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الوسائل الاتصالية، في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق اختلالاً للبعض الآخر³ (إسماعيل، 2003، ص.257).

تحديد المفاهيم

التدريب:

لغة:

درّب فلان على الشيء؛ عوّده ومزّنه وتدرّب فلان أي تعوّد وتمرّن.

اصطلاحاً:

عملية منظّمة مستمرة محورها الفرد في مجمله تهدف إلى إحداث تغييرات محددة سلوكية وفنية وذهنية لمقابلة احتياجات محددة حالياً أو مستقبلاً يتطلّبها الفرد والعمل الذي يؤديه المؤسسة التي يعمل بها المجتمع بأكمله⁴ (الزكي، عبده فليه، 2004، ص.19).

-هناك تعريفات عدّة للتدريب نذكر منها:

"التدريب هو عملية مستمرة خلال حياة الفرد تبدأ مع ولادته وتستمر حتى آخر حياته وفقاً لاحتياجاته كفرد وكأحد العاملين في إحدى المنشآت وكعضو في المجتمع".

ويعرف أيضاً على أنه: " عبارة عن نشاط مخطط يهدف إلى إحداث تغييرات إيجابية في المتدربين من ناحية اتجاهاتهم ومعلوماتهم وأدائهم ومهاراتهم وسلوكياتهم بما يجعل مستوى الأداء لديهم أفضل مما هو عليه ".
كذلك " هو عملية مخططة لتغيير الاتجاهات أو المعارف أو المهارات السلوكية وذلك من خلال خبرة تعليمية لبلوغ أداء فعال في نشاط أو مجال معين، والغرض من التدريب في محيط العمل هو تطوير قدرات الفرد، وتحقيق احتياجات المنظمة الحالية والمستقبلية من القوى العاملة"¹ (أبو النصر، 2016، ص ص 21،22).

التعريف الإجرائي:

هو عملية مخططة، منظمة ومستمرّة تهدف لتلبية الاحتياجات التدريبية، وذلك من خلال تنمية وتطوير القدرات والمهارات والمعارف وتغيير اتجاهات الفرد لتحقيق الأهداف المرجوة.

الإعلام:

لغة:

أعلمَ فلانا الخبر: أيّ أخبره به² (الزكي، عبده فليه، 2004، ص.19)

اصطلاحاً:

تتعدّد تعريفات الإعلام باختلاف وجهات نظر الباحثين والمفكرين نذكر منها:

يُعرّفه إبراهيم عبد الله بآته: " المجال الواسع لتبادل الوقائع والآراء بين البشر وأنه يشمل كافة طرق التعبير التي تصلح للتفاهم المتبادل "³ (المسلمي، 1991، ص.36).

يرى عبد اللطيف حمزة أنّ الإعلام هو: "التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت"، ويُعرّفه على أنه: تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرّأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم "⁴ (حمزة، 1984، ص 60،61).

التعريف الإجرائي:

هو عملية نشر وتزويد الناس بالأخبار والمعلومات والحقائق الصحيحة، وذلك من خلال وسيلة من وسائل الإعلام.

التدريب الإعلامي:

هو عملية شاملة لاستهداف نوعية معينة من العاملين، يجب أن تمتد إلى كل من له صلة بالعمل الإعلامي بصرف النظر عن نوع العمل الذي يؤديه أو مستواه في السُّلم الإداري بالمؤسسات الإعلامية¹ (الفقهاء، 2012، ص. 33).

التعريف الإجرائي:

هو عملية منظمة تتمثل في تجهيز وتدريب المتدربين وتنمية قدراتهم وخبراتهم ومعارفهم ومهاراتهم من أجل تحسين وتطوير أدائهم ورفع كفاءتهم.

المهارة:

لغة: مهر الشيء وفيه وبه: أحكمه وصار به حاذقا، فهو ماهر، ويقال مهر في العلم وفي الصناعة وغيرهما. اصطلاحا: تعني الأداء الذي يقوم به الفرد في سهولة ودقة، سواءً جسميا كان أو عقليا¹ (الرّكي، عبده فلي، 2004، ص ص. 240، 241).

وتعرف أيضا على أنّها: " شيء يمكن تعلّمه، اكتسابه أو تكوينه لدى المتعلّم عن طريق المحاكاة والتدريب وأنّ ما يتعلّمه يختلف باختلاف نوع المادّة وطبيعتها، خصائصها والهدف من تعليمها² (صادق، أبو الخطب، 1994، ص. 80).

يعرفها الغزّوي أنّها: " قدرة الإنسان على القيام بأنشطة تستند أساسا على قاعدة معرفية صلبة تدعمها الخبرة والاستعدادات الخاصة³ (الغزّوي، 2001، ص. 66).

يعرفها كلوب بأنّها: " هي القدرة على استخدام المعرفة في تحقيق هدف معين بدقّة وسهولة وسرعة وسلامة وأمان، حيث أنّ المهارة لا تكتب لفظيا، وتظهر أثناء العمل والممارسة، أو أثناء أداء المسؤوليات المكلف بها الفرد⁴. (كلوب، 2011، ص. 4).

التعريف الإجرائي:

هي عبارة عن إنجاز عمل أو نشاط أو أي مهمة بدقّة وسرعة وإتقان مع قدرة التكيف مع الظروف المتغيرة.

الاتصال:

لغة:

من مادة وصل، الاتصال يعني التحام الشيء بالشيء. واتّصل الشيء بالشيء لم ينقطع ووصله إليه، وأوصله أنّها إليه، وأبلغه إيّاه¹ (ابن منظور، 1994، ص. 792).

اصطلاحاً:

يعرّف محمد عبد الحميد الاتصال بأنه: "العملية الاجتماعية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والآراء والأفكار في رموز دالّة، بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع، وبين الشقاكات المختلفة لتحقيق أهداف المعينة² (عبد الحميد، 2004، ص.21).

ويرى سمير حسين أن الاتصال: "هو النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو الذّيع أو الانتشار أو الشيوع لفكرة معينة أو موضوع أو منشأة أو قضية، وذلك عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى واحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى الطرفين³ (حسين، 1984، ص.21).

التعريف الإجرائي:

هو انتقال وتبادل المعلومات والأفكار والمعارف من شخص لآخر، ومن جماعة إلى جماعة أخرى.

المهارات الاتصالية:

هي مهارة مكتسبة تلعب دور العوامل الثقافية والاجتماعية دوراً مهمّاً في درجة اكتساب الفرد لها⁴ (المفلح، 2015، ص.43).

ويقصد بها كذلك: "تلك القدرات الإبداعية والمكتسبة لدى الإنسان والتي يستخدمها من أجل إكمال عملية الاتصال، وذلك في حالتي أن يكون الإنسان مرسلًا أو مستقبلًا"⁵ (الطيب، 2010، ص.09).
وتعرف أيضاً: "هي القدرات التي تستخدم في العملية التي بموجبها يقوم الشخص بنقل أفكار أو معاني أو معلومات على شكل رسائل كتابية أو شفوية مصاحبة بتعبيرات الوجه ولغة الجسم وعبر وسيلة اتصال تنقل هذه الأفكار إلى شخص آخر، وبدوره يقوم بالردّ على هذه الرّسالة حسب فهمه لها"¹ (يوسف، 2019، ص.33،32).

التّعريف الإجرائي:

هي المهارات والمواهب والقدرات التي يكتسبها الفرد لممارسة نشاطاتهم المختلفة في شكل رسائل مكتوبة أو شفوية.

نوع ومنهج الدراسة

نوع الدراسة:

تنتمي الدراسة إلى دراسات الوصفية التحليلية والتي تهدف إلى الوصول لنتائج وصفية تحليلية، وذلك للإجابة عن إشكالية البحث بعد دراسة أهم المتغيرات التي تحيط بالدراسة، حيث يرى "أحمد بن مرسللي" البحوث الوصفية على أنها: " الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة فيها كما هي في الحيز الواقعي ضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال المعلومات المحققة لذلك² (بلقاسم، الجيلاني، 2009، ص.25).

منهج الدراسة:

يرتبط اختيار المنهج المناسب للدراسة بطبيعة الدراسة والمشكلة التي تعالجها، فالمنهج يعد من بين الخطوات الأساسية في عملية البحث ويعرف المنهج بأنه: " مجموعة من الإجراءات والطرق الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى النتيجة".³ (أنجرس، 2006، ص.36).

يعرف أيضا أنه:

" عبارة عن سلسلة من المراحل المتتالية التي ينبغي إتباعها بكيفية منسقة ومنظمة⁴. (أنجرس، 2006، ص.36).

ومن اجل تحقيق هذه الدراسة اعتمدنا على المنهج المسحي الذي يعتبر من أبرز المناهج المستخدمة في البحث العلمي للحصول على البيانات والمعلومات التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها، ويعرف المنهج بأنها البحث الذي يهدف إلى وصف الظاهرة المدروسة أو تحديد المشكلة أو تبرير الظروف والممارسات أو التقييم والمقارنة على ما يعمله الآخرون في التعامل مع الحالات المماثلة لوضع الخطط المستقبلية.⁵ (النوايسة، 2015، ص.86).

ويعرف أيضا بأنه: " مجموعة ظواهر موضوع البحث تضم عدد من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية كافية بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات في مجال تخصص معين.⁶ (المشاقة، 2009، ص.60).

الأداة:

حتى يتمكن الباحث من الوصول إلى النتائج للإشكالية البحثية يستلزم من الباحث استخدام أدوات وطرق لجمع المعلومات والبيانات، فأى بحث علمي يتوقف على اختيار الأداة المناسبة التي تتماشى مع طبيعة الموضوع وإمكانية الباحث للحصول على البيانات التي تخدم أهداف دراسته، ولهذا ارتأينا في دراستنا إلى استخدام أداة الاستبيان، والتي تعتبر من أهم الأدوات الرئيسية في عملية جمع المعلومات وترجع أهميتها إلى طبيعة الدراسة في حد ذاتها.

ويعرفها مورييس أنجوس على أنها: "تقنية مباشرة لتقصي العلمي تستعمل إزاء الأفراد، وتسمح باستجوابهم بطريقة موجهة والقيام بسحب كمي بهدف إيجاد علاقات رياضية والقيام بمقارنات.¹ (بن مرسل، 2010، ص.220). وهي أيضا تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة. لتوضح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانب مختلفة.² (أنجوس، 2006، ص.204).

يعتبر الاستبيان من أهم طرق البحث، وهو يشير إلى الوسيلة التي تستخدم للحصول على أجوبة لأسئلة معينة في شكل استمارة يملأها المجيب بنفسه.³ (إبراهيم، 2000، ص.165). وقامت دراستنا هذه باستعمال الاستبيان الإلكتروني.

الاستبيانات الإلكترونية هي إحدى الطرق الإلكترونية الحديثة التي يمكن توزيع الاستبيانات، والذي يتم إرساله للمبحوث عبر بريده الإلكتروني ويقوم المبحوث بالإجابة عليه وإعادة إرساله مرة أخرى على البريد الإلكتروني للباحث.⁴ (أنجوس، 2006، ص.298).

مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع البحث:

يعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة، حيث يتوقف عليها إجراءات البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه، ويواجه الباحث عند شروعه في القيام ببحثه في مشكلة نظام العمل، أي اختيار مجتمع البحث أو العينة التي ستجرى عليها الدراسة.

ويعرف مجتمع البحث على أنه: " مجموعة عناصر لها خاصية أو عدّة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي.¹ (الحيران، 2004، ص.71).

ويقصد بمجتمع الدراسة أنه: جميع أفراد الظاهرة المقصودة دراستها، في حين يقصد بعينتها:"

الجزء الذي تم اختياره من المجتمع لتطبيق الدراسة عليه.

ويتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة فئة من طلبة علوم الإعلام والاتصال -بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة-المشاركين في الدورات التدريبية بمؤسسة الصقر للإنتاج والتوزيع، بمختلف الأطوار الجامعية سنة ثانية جذع مشترك، سنة ثالثة بتخصصها الإعلام والاتصال، سنة أولى ماستر علاقات عامة وسمعي بصري، سنة ثانية ماستر علاقات عامة.

وقد تم اختيار طلبة علوم الإعلام والاتصال لأنهم الفئة الأقرب إلى التخصص.

وبعد اختيارنا المجتمع الأصلي لدراسة تأتي مرحلة تحديد العينة، التي يتم تطبيق عليها الدراسة الميدانية والتي يجب أن تكون ممثلة لمجتمعنا الأصلي.

عينة الدراسة:

فالعينة ببساطة هي: " جزء من المجتمع يتم اختيارها لغرض دراستها والوصول إلى بعض الاستنتاجات عن المجتمع ². (العزاوي،2008، ص. 182).

فقد شملت عينة البحث الطلبة المشاركين في الدورات التدريبية، وبعد تحديد مجتمع البحث تم اختيار عينة البحث التي ينبغي أن تكون كافية وممثلة للمجتمع وتعبّر عن موضوع الدراسة، فقد قمنا باختيار العينة القصدية كونها ممثلة لمجتمع الدراسة (الطلبة) أي طلبة المشتركين في الدورات التدريبية.

مجالات الدراسة:

المجال الزمني: امتدت الدراسة خلال الفترات التدريبية التي كانت تقوم بها مؤسسة الصقر خلال سنة 2021-2022.

المجال المكاني: أجريت هذه الدراسة في جامعة محمد بوضياف-المسيلة-بالضبط في قسم علوم الإعلام والاتصال.

المجال البشري: اقتصرت الدراسة على طلبة الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف-المسيلة-

الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة من أهمّ العناصر المعيّنة على حل مشكلة البحث، كما يمكن للباحث أن يوظفها من أجل الاستفادة في بحثه العلمي الجيد؛ فينطلق الباحث الجديد على أساس ما وصل إليه سابقاً مما يعني أنّ كلّ عمل علمي لابدّ أن تكون قد سبقته جهود أخرى مجسّدة في شكل الدراسات السابقة التي تتعلّق بموضوع البحث، وعلى هذا الأساس ونظراً لقلّة المراجع والدراسات الميدانية المتعلّقة بموضوع التّدريب الإعلامي لدى الطّلبة، فقد اعتمدنا على بعض الدّراسات التي تقترب أو تتشابه مع موضوعنا نجد ما يلي:

أ_ الدراسة الأولى:

دراسة شعبي وفاء بعنوان " دور التّدريب الإعلامي في ظل إدارة الجودة الشاملة للمؤسسات الإعلامية " (مؤسسة الخبر الصحفية نموذجاً) فهي مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال لسنة 2014-2015.

ولقد تمحورت إشكالية الدراسة عن واقع التّدريب الإعلامي في خارطة إدارة الجودة الشاملة لمؤسسة الخبر الصحفية؟ حيث طرحت جملة من التساؤلات والتي كانت كالتالي:
ما تقييمك لواقع نجاح برامج التدريب الإعلامي؟

1. ما مدى فاعلية برامج التدريب واستفادة الصحفيين منها ضمن إدارة الجودة الشاملة؟

2. ما هي التّحسينات التي يوفرها البرنامج التّدريب للأداء الصحفي داخل مؤسسة الخبر الإذاعي؟

ويندرج بحث هذه التساؤلات في جملة من الأهداف:

- تقييم الصحفيين والمراسلين بجريدة الخبر لواقع برامج التدريب بشكل عام.
- معرفة مدى فاعلية البرامج التدريبية واستفادة الصحفيين منها ضمن إدارة الجودة الشاملة.
- التّعرّف على التّحسينات التي يوفرها البرنامج التّدريب للأداء الصحفي بجريدة الخبر.
- معرفة أهمّ الإمكانيات المادية والبشرية المستعملة داخل مؤسسة الخبر الإعلامية.
- الكشف عن المواضيع المطروحة ضمن البرامج التدريبية داخل مؤسسة الخبر الإعلامية والمتبع

تطبيقها وفق الجودة الشاملة.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها"

1. تأكيد المستجوبين أن الطّرق المستخدمة في التّدريب تتوقّف مع ما يقوم به الصحفيون في العمل من تحرير، كتابة أخبار، وتقارير...
2. استفادة العاملين من دورات تدريبية وتشابه الوسائل التّعليمية مع وسائل العمل.
3. توفّر الدّورات على الإمكانيات المادية والبشرية اللازمة للقيام بعملية التّدريب.
4. تأثير التّدريب على سلوك المتدرّبين وتطوير مستوى أداء العمل.

ب_ الدراسة الثانية:

دراسة سمية قارة بعنوان " دور التّدريب الإعلامي في تحسين الأداء المهني للإعلاميين في الجزائر " (مركز التدريب الإذاعي بأم البواقي نموذجاً) فهي مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال لسنة 2016-2017

وقد انطلقت هذه الدّراسة من إشكالية مفادها: " ما هو دور التّدريب الإعلامي في تحسين الأداء المهني للإعلاميين في الجزائر؟ "

ويندرج تحت هذه الإشكالية الأسئلة الآتية:

- ♦ ما طبيعة التّدريب الذي يتلقاه الإعلاميون في مركز التّدريب الإذاعي بأم البواقي؟
- ♦ ما هي المهارات المكتسبة وما حجم الاستفادة من التّدريب بمركز التّدريب الإذاعي بأم البواقي؟
- ♦ ما هي المعوقات التي يواجهها المتدرّب في مركز التّدريب الإذاعي وما هي سبل الارتقاء به؟

أما أهداف هذه الدراسة فتتمثلت في الآتي:


- ♦ معرفة طبيعة التّدريب الذي يتلقاه الإعلاميون في مركز التّدريب الإذاعي بأم البواقي.
- ♦ التعرف على المهارات المكتسبة وحجم استفادتهم من مركز التّدريب الإذاعي بأم البواقي.
- ♦ التعرف على المعوقات وكيفية مواجهتها من طرف المتدرّب في مركز التّدريب الإذاعي بأم البواقي.

ومن أهم الاستنتاجات التي تم التّوصل إليها خلال هذه الدراسة نجد:

- ♦ أنّ عملية تحديد الاحتياجات التدريبية هي الأداة الأساسية القائمة على تنمية أداء الإعلاميين عن طريق تزويد المؤسسة بالمعلومات المساعدة على تحديد احتياجات الإعلاميين.
- ♦ أنّ كلا الجنسين متلائم مع الوسائل والمعدّات لنوع الدّورة.
- ♦ أنّ أسباب الخضوع للتّدريب هي السّعي للاحتراف المهني.

- ♦ مهارات المتحصّل عليها هي مهارة اللغة والكتابة والتحرير.
- ♦ أنّ الاستفادة الأكثر من التدريب هو المؤسسة والإعلامي كليهما.

الجانب النظري للدراسة



المبحث الأول
ماهية التدريب الإعلامي

تمهيد

المطلب الأول: تعريف التدريب الإعلامي

المطلب الثاني: أهمية وأهداف التدريب الإعلامي

المطلب الثالث: أسس ومبادئ التدريب الإعلامي

المطلب الرابع: أنواع التدريب الإعلامي

المطلب الخامس: أساليب التدريب الإعلامي

تمهيد:

يعد التدريب الإعلامي أحد المداخل الأساسية للمهنة الإعلامية فهو يحتل مكانة هامة في المؤسسات الإعلامية، إذ يشكل وسيلة لتطوير الأداء المهني للإعلاميين من خلال تحسين الأداء ورفع الكفاءة وصقل المهارات ومواكبة المستجدات وتنمية المعارف والقدرات والاتجاهات، من هذا المنطلق يعتبر التدريب الإعلامي من عوامل نجاح المؤسسة الإعلامية.

المبحث الأول: ماهية التدريب الإعلامي

المطلب الأول: مفهوم التدريب الإعلامي

يعرف بأنه عملية منظمة ومستمرة تستهدف إكساب الفرد معارف أو مهارات أو أفكار أو آراء لأداء عمل معين أو بلوغ هدف محدد كما أنها تستهدف تجهيز الفرد للعمل المثمر.¹ (حسين، 1993، ص. 301).

يعرف أيضا على أنه عملية منظمة تهدف إلى حصول العاملين في مهنة الصحافة والإعلام على مهارات ومعلومات واتجاهات معينة، لتمكينهم من الاستفادة في عملهم، وبما ينعكس إيجابا على قدراتهم وأداء مهامهم وواجباتهم في مؤسساتهم الإعلامية.² (حسن، 2012، ص. 45).

هو ذلك النشاط الإنساني المخطط له والهادف إلى اكتساب المتدربين للمهارات والمعارف اللازمة بغرض إحداث تغيير في أنشطة الأفراد والمنظمة بما يحقق أهداف مقصودة.³ (حمدي، 2012، ص. 21).

المطلب الثاني: أهمية وأهداف التدريب الإعلامي

(1) أهمية التدريب الإعلامي:

التدريب الإعلامي عملية مخططة لتعديل الاتجاهات والمعارف أو السلوكيات بهدف تحقيق الأداء الفعال في إطار نشاط أو مجموعة من الأنشطة، والتدريب الإعلامي عملية منظمة لها آلياتها العملية والأكاديمية، ويعد التدريب ركنا أساسيا في العمل الإعلامي.⁴ (حسن، 2012، ص. 73).

وتكمن أهمية التدريب الإعلامي وفقا لرأي الدكتورة أسماء حافظ في:

أ تنشيط العمل في المؤسسات الإعلامية وتعديل مسارها.

ب اكتساب المهارات والمعارف اللازمة لتولي المناصب العليا.

ج تبادل الخبرات من خلال تبادل الزيارات بين المؤسسات من الداخل والخارج

- د رفع كفاءة الإعلاميين القدامى وتحديث معارفهم وتنمية مهاراتهم وقدراتهم وتغيير اتجاهاتهم أو تعديلها أو لتأكد على صحتها.
- ه يوفر فرصا لتحسين اتجاهات الإعلاميين وصقل مهاراتهم بالمعارف لتلبية احتياجات العمل الذي يقومون به.
- و تنمية روح الانتماء للمؤسسة الإعلامية عن طريق تبادل الأداء والمشاركة في وضع السياسات.¹ (الضبع، 2012، ص ص. 284، 283).

(2) أهداف التدريب الإعلامي:

يهدف التدريب الإعلامي إلى:

- أ- إحاطة المتدربين بجديد العلوم وزيادة المعارف لتحسين الأداء وتعزيز الكفاءات المهني.
- ب- تطوير سلوكيات المتدربين وتنمية اتجاهاتهم وإكسابهم قيما جديدة نحو العمل.
- ت- مواكبة التطورات والمستجدات في حقول المعرفة ذات العلاقة بعمل المتدربين.¹ (حسن، 2012، ص. 150).
- ث- تنمية المهارات وتطويرها.
- ج- تنمية الموارد البشرية في قطاع الإعلام.
- ح- تطوير الأداء الإعلامي ليقوم على المهنية والتميز والإبداع والحرية المسؤولة.³ (الكايد، 2008، ص. 175).

المطلب الثالث: أسس ومبادئ التدريب الإعلامي

(1) أسس التدريب الإعلامي

يقوم التدريب الإعلامي على مجموعة من الأسس وهي كالاتي:

- أ- 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.
- ب- الأساس النفسي: وهو مكمل للأساس المهني بحيث يجب على المدرب أن يأخذ في الاعتبار ضرورة القيام بتضمن البرنامج التدريبي للاحتياجات التدريبية والنفسية للمتدربين، والقيام بتطويع

هذا البرنامج وتشكيله بما يتناسب مع الاتجاهات والقيم الاجتماعية والاقتصادية.¹ (أبو سمرة، 2009، ص. 162).

- أن يلبي التدريب حاجات تدريبية حقيقية.
- أن يحقق التدريب برامج تطابق والتوافق ما بين الأفكار النظرية والممارسات العلمية.
- أن تتوفر المرونة وتتعدد الاختيارات في البرنامج التدريبي.
- أن يمكن التدريب المتدربين من تحقيق ذاتهم وتحفيزهم للتعليم.² (حسن، 2012، ص. 31).

(2) مبادئ التدريب الإعلامي:

تتمثل أهم مبادئ التدريب الإعلامي في:

- أ **الشرعية:** يجب أن يتم التدريب وفقا للقوانين والأنظمة واللوائح المعمول بها داخل المؤسسة.
- ب **المنطقية:** يجب أن يتم التدريب بناء على فهم منطقي واقعي ودقيق وواضح للاحتياجات التدريبية.
- ج **المهادية:** يجب أن يوضح أهداف التدريب بموضوعية قابلة للتطبيق ومحددة بدقة من الزمان والمكان والكم والكيف والتكلفة.
- د **التدرجية:** من الواجب أن يبدأ التدريب بمعالجة المواضيع البسيطة ثم يندرج بصورة مخططة ومنظمة حتى يصل للأكثر تعقيدا.
- هـ **المرونة:** يجب أن يتطور نظام التدريب الإعلامي وعملياته لمواكبة التطورات والتزود بالوسائل والأدوات والأساليب اللازمة لإشباع الحاجات التدريبية للإعلاميين بما يتناسب مع مستوياتهم.
- و **الاستمرارية:** فالتدريب يبدأ مع بداية الحياة الوظيفية للفرد، ويستمر خطوة بعد أخرى لتطويره وتنميته.³ (السكرانه، 2011، ص. 31).

المطلب الرابع: أنواع التدريب الإعلامي

ينقسم التدريب إلى أنواع عدّة منها:

أ-التدريب التحريري: ويهتم بالتدريب على الفنون الصحفية وتحريرها من كتابة وصياغة جرائد وما يتعلق بعملية التحرير، وتنظم المؤسسات هذه الدورات التدريبية وتشرف عليها الهيئات أو المنظمات أو المراكز التدريب الإعلامي.

ب-التدريب الفني: ويهتم بالجانب الفني من العمل الصحفي، ويتضمن تدريب القائمين بالاتصال على مهارات فنية مثل التصوير والإخراج وبرامج الحاسوب وغيرها من الأعمال الفنية أو التعلم على استخدام الآلات والمعدات الإلكترونية الحديثة.¹ (أبو أصعب، 1997، ص. 306).

وهناك من يقسمه على سبعة أنواع أساسية هي:

- 1.التدريب التأهيلي: الذي يتم بعد التخرج وبعد ممارسة العمل.
- 2.التدريب التخلّلي: الذي يتم عن طريق مزج التدريب بالعمل.
- 3.التدريب التطويري: يتضمن تعميق المعلومات التخصصية بمهنة معينة.
- 4.التدريب التنشيطي: يتضمن إنعاش المهارات والمعارف التي يمارسها القائم بالاتصال في غمار

العمل

5.التدريب المتقدم: ويعني إكساب القائم بالاتصال معلومات ومهارات لتولي تخصصات أو مراكز أكثر أهمية.

6.التدريب الإضافي: ويعني إكساب القائم بالاتصال مهارات إضافية غير مهاراته الأساسية.

7.إعادة التدريب: يعني إكساب القائم بالاتصال مهارات لازمة لأداء عمل يختلف عن عمله

الأصلي القائم به.² (حسين، 1993، ص. 307، 305).

المطلب الخامس: أساليب التدريب الإعلامي

تعدد أساليب التدريب الإعلامي منها:

1.الأساليب التطبيقية: وهي تركز على الجانب العلمي في عملية التعلم.³ (عقيلي، 2005، ص. 463).

2.الأساليب السلوكية: وهي التي تركز على إكساب أو تعليم المتدربين أنماطا سلوكية جديدة أو تعديل السلوكيات الحالية.


3. الأساليب الفردية: تتم عملية التعلم إفرادي، فالأول هو مُدرّب والثاني هو المتدرّب.

4. أساليب تطوير وتحسين الأداء: وهي تركز على رفع مستوى المهارة والمعرفة لدى المتدرّب¹.
(عقيلي، 2005، ص. 463).

وتتنوع أساليب وطرق التّدريب الإعلامي، ولكن المهم فيها أن يتم الاختيار على أساس نوع التّدريب ونوع المتدربين والهدف المستهدف من التّدريب.² (الهبتي، 2005، ص. 230).

خلاصة

من خلال هذا المبحث يمكن القول بأن التدريب الإعلامي مطليا أساسيا لزيادة قدرات، فهو يركز على صقل القدرات الفردية وعلى تحديث المعلومات والمعرفة بشكل مستمر؛ ويهدف التدريب الإعلامي إلى تنمية الطلاب في القطاع الإعلامي بإكسابهم المعارف والخبرات اللازمة للعمل وتنمية مهاراتهم ورفع قدراتهم إلى المستوى ذو الكفاءات المطلوبة في العمل.



المبحث الثاني
المهارات الاتصالية

تمهيد

المطلب الأول: تعريف مهارات الاتصال

المطلب الثاني: أهمية مهارات الاتصال

المطلب الثالث: طرق مهارات الاتصال

المطلب الرابع: أنواع مهارات الاتصال

المطلب الخامس: أثر التدريب الإعلامي في بناء وتطوير المهارات الاتصالية

تمهيد:

تعد مهارة الاتصال من المهارات الأساسية التي يكتسبها الفرد ويتعلمها في حياته، فهي تساعد على إيصال بصورة أكثر فاعلية لتواصل مع الذات والآخرين وتعزيز ممارستها في حياته اليومية والعملية بأساليب جديدة تعتمد على التدريب.

المبحث الثاني: المهارات الاتصالية

المطلب الأول: تعريف المهارات الاتصالية

هي خطوط تربط أوصال البناء أو الهيكل التنظيمي لأي ربط ديناميكيًا، فليس من الممكن أن تتصور أي جامعة مهما كان نشاطها دون أن تتصور في نفس الوقت عملية الاتصال التي تحدث بين أقسامها وأفرادها، وتجعل منها وحدة عضوية لها درجة من التكامل تسمح بالقيام بنشاطها¹. (الديلمي، 2015، ص. 145).

ويمكن تعريفها أيضا على أنها: «القدرة على استخدام كل الوسائل المؤثرة، فلا يرتبط ذلك باستخدام اللغة اللفظية ولا اللغة الغير لفظية أيضا بالإضافة إلى ذلك:² (حجاب، 2003، ص. 2386).

❖ قراءة واستيعاب تجاوب ورد فعل المستقبل.

❖ معرفة اتجاهات ودوافع المستقبل.

❖ معرفة الموقف الاتصالي.

❖ سرعة الاستجابة لها.³ (حجاب، 2003، ص. 2386).

ويرى ماهر أن مهارات الاتصال هي: "القدرة على تحويل الأفكار أو المعلومات إلى رسالة شفوية أو مكتوبة، لذلك عرف مهارات الاتصال بأنها "عملية مستمرة تتضمن قيام أحد الأطراف بتحويل أفكار ومعلومات معينة إلى رسالة شفوية أو مكتوبة، تنقل من خلالها وسيلة الاتصال إلى الطرف الآخر.⁴ (ماهر، 2008، ص، 27).

المطلب الثاني: أهمية المهارات الاتصالية

يعد التواصل الإنساني أحد أهم جوانب الحياة، فهو وسيلة فعالة من وسائل التطوير المعتمدة بين الأفراد والجماعات على السواء، ونظرا لأهمية التواصل مع الآخرين والعمل في فريق سواء في المدرسة أو الجامعة أو العمل؛ أصبحت مهارات الاتصال أحد المتطلبات الأساسية للتطور الشخصي والمؤسسي وإن

التمتع بمهارات الاتصال من شأنه تحقيق الأهداف المخطط لها مسبقاً، وتقديم رؤية ذات معالم واضحة حول تلك الأهداف وتحقيق إعداد جيد لها في بيئة ملائمة.¹ (يوسف، 2019، ص. 33).

المطلب الثالث: طرق مهارات الاتصال

1.المجالس تلعب دوراً هاماً في طريق التنسيق بين الأجهزة المختلفة والمشاركة في اتخاذ القرار.² (سليمان، 2013، ص.42).

2.العلاقات العامة: رجل العلاقات العامة يعد محللاً للرأي العام وداعية في الوقت ذاته.

3.الدعاية: محاولة مقصودة من أجل تشكيل اتجاهات نحو شيء معين أو موضوع محدد أو التحكم فيها وتغييرها.

4.الإعلان: قد يكون أخباراً أو معلومات وترفيه أو التثنية، وتتوقف رغبة القارئ على القيمة الترفيهية للإعلان.

5.الإعلام: تزويد الأفراد بالمعلومات الصحيحة والحقائق والأخبار الصادقة بقصد مساعدتهم على تكوين الرأي السليم إزاء مشاكل أو مسائل عامة.

6.المقابلات: لكي تنجح لابد أن يكون الهدف واضح قبلها في ذهن الشخص، مع استخدام الملل التي تلاءم المستوى التعليمي للمستمع ومستوى إدراكه والإنصاف والإصغاء للشخص الذي تجرى معه المقابلة، عدم المضايقة من تصرفات هذا الشخص، الابتعاد عن إصدار الحكم المباشر.

7.اجتماعات: ويكون أثرها فعال إذا ما أحسن تنظيمها وتوجيهها بحيث تؤدي الغرض الحقيقي.

8.اللجان: اللجنة هي مجموعة الأفراد المتخصصين، تُكَلَّف بعمل معين يوكل لها القيام بمسؤولية محدودة وتمارس نشاطها عادة في صورة اجتماعات دورية.³ (سليمان، 2013، ص. 42).

المطلب الرابع: أنواع المهارات الاتصالية

مهارة الاستماع: هي عملية عقلية تتطلب جهداً يبذلها المستمع في متابعة المتكلم وفهم معنى ما يقوله واختزان أفكاره واسترجاعها إذا لزم الأمر، وإجراء عملية ربط بين الأفكار المتعددة.¹ (أحمد، 1982، ص. 143).

مهارة التحدث: هي إحدى مهارات الاتصال اللفظي، وهي عبارة عن رموز لغوية منطوقة تقوم بنقل أفكارنا ومشاعرنا إلى الآخرين، وذلك عن طريق الاتصال المباشر، كالمناقشات وغيرها عبر وسائل اتصال مختلفة.¹ (قزامل، 2013، ص. 154).

مهارة القراءة: هي نشاطا فكريا يمثل وحدة متكاملة قابلة للتطور لارتباطها بالتغيرات الاجتماعية الشاملة.

وهي أيضا القدرة على التعرف على الرموز ونطقها وترجمة هذه الرموز إلى ما تدل عليه من معانٍ وأفكار.² (قزامل، 2013، ص. 158).

مهارة الكتابة: هي قدرة الفرد على كتابة وصف عام ومنطقي يلخص فيه محتوى موضوع في صورة مرئية منطقيًا مع إظهار العلاقات بين الأجزاء.

وهي أيضا القدرة على تنظيم بنية الكتابة بصورة منطقية لها بداية ووسط ونهاية تُيسر للقارئ متابعة الأفكار على نحو منطقي وطبيعي ومقنع للقارئ.³ (قزامل، 2013، ص. 154).

مهارة الإنصات: هي تلك المهارة التي يتوقف عليها مستوى التفاهم بين أعضاء الجماعات على الطريقة التي يستمعون ويستجيبون بها أكثر مما يعتمد على الطريقة التي يتحدثون بها ويؤدي الافتقار إليها إلى حدوث أخطاء عديدة في مواقف الإنصات.

مهارة الإصغاء: القدرة على الاستماع والإنصات المركز لمجموعة من المعلومات حول موضوع ما بغرض التفهم الكامل لذلك الموضوع، وهو مهارة مهمة إذ أنه يبني نوعا من الثقة والمودة المتبادلة ويعزز التفاهم والتواصل.⁴ (قزامل، 2013، ص. 161).

مهارة الإلقاء: الاستهلال مع ذكر أسباب طرح الموضوع وأهميته والتشويق له واستعراض عناصره ثم تلخيص الموضوع في النهاية

مهارة الإقناع: القدرة على استخدام الألفاظ والإشارات التي يمكن أن تؤثر في تعبير الاتجاهات والميول والسلوكيات.⁵ (قزامل، 2013، ص. 156).

المطلب الخامس: أثر التدريب الإعلامي في بناء وتطوير المهارات الاتصالية

يكمن دور التدريب الإعلامي إلى الارتقاء بأداء الموظف ورفع كفاءته في النهوض بأعباء الوظيفة العامة بعد المهارة الوظيفية الأساسية للتدريب ويتجسد تحقيق هذا الهدف من خلال تعزيز المهارات المتوفرة

والمطلوب توكيدها وصقلها لتناسب ومتطلبات الفعالية الإدارية وتعديل بعض المهارات للتوافق مع التطورات التقنية الحديثة وتطوير القدرات الذاتية للعاملين بصقل مهاراتهم والمساهمة في ابتكار الأساليب والوسائل المساندة لمنظومة المهارات وتطويرها.¹(الشبلي، 2009، ص. 188).

خلاصة

نستخلص مما سبق ذكره في المبحث بأن المهارات الاتصالية مهنة بالنسبة للإعلاميين، فهي أساليب عقلية وفكرية وذهنية يكتسبها ويتعلمها الأفراد في حياتهم اليومية؛ من خلال ممارسة مختلف النشاطات داخل أو خارج المؤسسة وما يدور بينهم من حديث وحوار واستماع لبعضهم البعض ومحاولة إقناع كل طرف منهم للوصول إلى أفضل الحلول للمشكلات، لتحقيق التفاهم والانسجام فيما بينهم من جهة، وتحقيق العملية الاتصالية من جهة أخرى.

الجانب التطبيقي للدراسة

تمهيد:

بعد التطرق إلى الجانب المنهجي والنظري وتحديد الإشكالية والمفاهيم الأساسية للموضوع، قمنا بالتطرق إلى الجانب التطبيقي لمحاولة تطبيق أداة الدراسة التي تساعدنا في جمع المعلومات والبيانات وتحليلها كميًا وكيفيًا المتحصل عليها؛ واستخلاصنا لهذه الدراسة عرض موجز لأهم النتائج النهائية التي ستكون إجابة على تساؤلات الدراسة

المحور الأول: البيانات الشخصية:

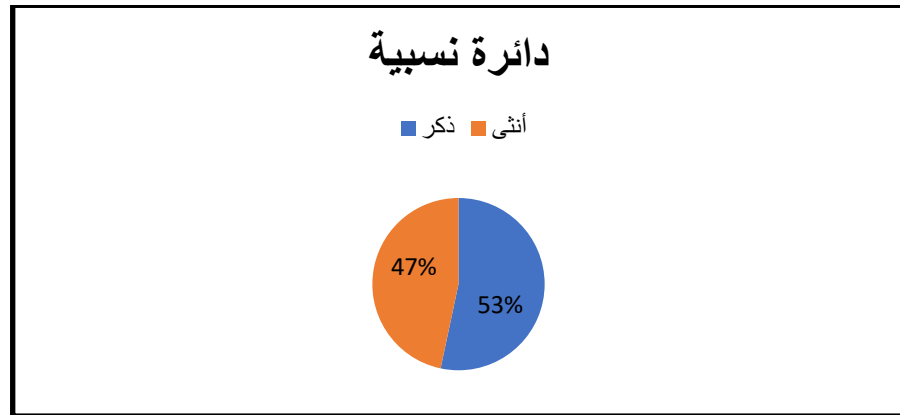
السؤال (1): الجنس:

جدول رقم (1): يمثل توزيع مفردات العينة وفقا لمتغير الجنس

البيان	التكرار	النسبة المئوية
أنثى	16	%47
ذكر	14	%53
المجموع	30	%100

المصدر: من إعداد الطلبة

شكل رقم (1): يمثل توزيع مفردات العينة وفقا لمتغير الجنس



المصدر: من إعداد الطلبة

تشير نتائج الجدول (1) الموضحة في الشكل رقم (1) أن حجم عينة فئة الذكور بلغت بنسبة قدرت ب %53، في حين بلغت نسبة الإناث من العينة ب %47. نلاحظ أن نسبة الذكور هي نسبة عالية من نسبة الإناث.

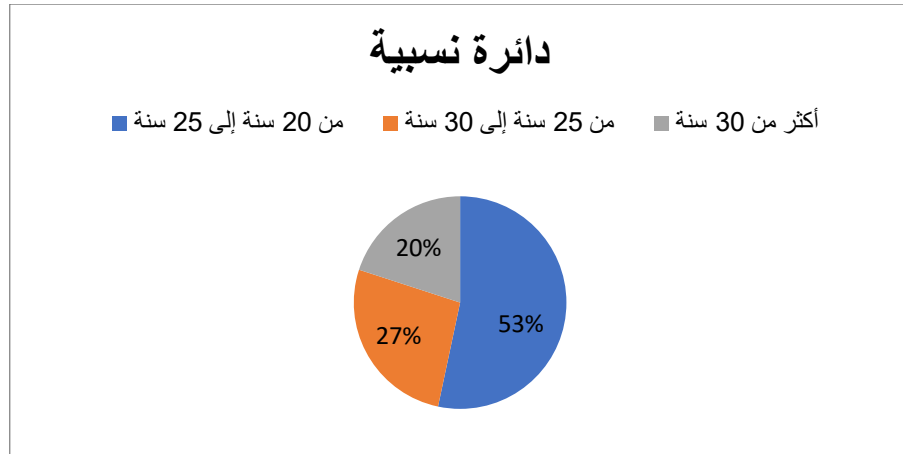
السؤال (2): السن:

جدول رقم (2): يمثل توزيع مفردات العينة وفقا لمتغير السن

البيان	التكرار	النسبة المئوية
من 20 سنة إلى 25 سنة	16	53%
من 25 سنة إلى 30 سنة	08	27%
أكثر من 30 سنة	06	20%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطلبة

شكل رقم (2): يمثل توزيع مفردات العينة وفقا لمتغير الجنس



المصدر: من إعداد الطلبة

تشير نتائج الجدول رقم (2) الموضحة في الشكل رقم (2) أن حجم أفراد العينة بلغت نسبة 53% للذين أعمارهم محصورة ما بين 20-25 سنة، وبالنسبة للذين أعمارهم محصورة بين 25-30 سنة قدرت ب 27%، ونسبة 20%. بالنسبة للذين أعمارهم أكثر من 30 سنة.

نلاحظ أن فئة الأفراد الذين عمرهم محصور بين 20-25 سنة هم أكثر نسبة من الذين عمرهم من 25-30 سنة لتأتي النسبة الصغيرة للذين عمرهم أكثر من 30 سنة.

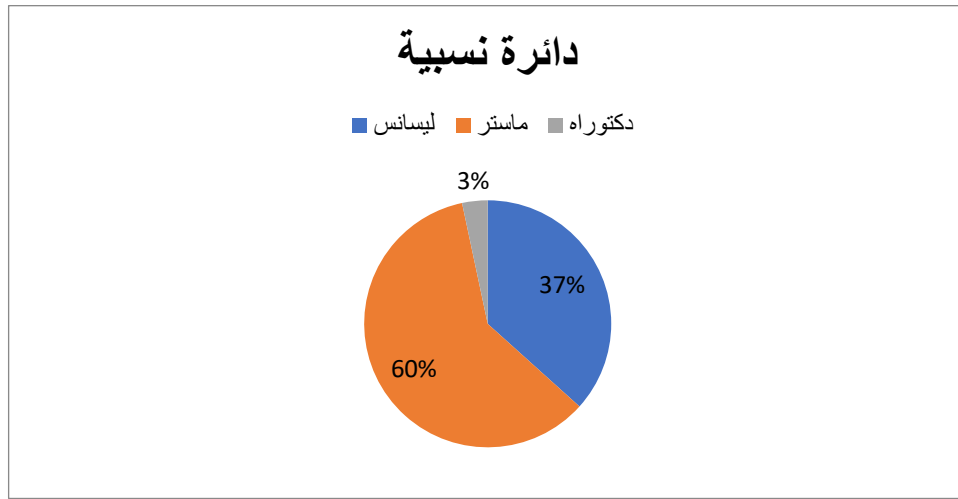
السؤال (3): المؤهل الجامعي:

جدول رقم (3): يمثل توزيع مفردات العينة وفقا لمتغير المؤهل الجامعي

البيان	التكرار	النسبة المئوية
ليسانس	11	37%
ماستر	18	60%
دكتوراه	01	3%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطلبة

شكل رقم (3): يمثل توزيع مفردات العينة وفقا لمتغير المؤهل الجامعي



المصدر: من إعداد الطلبة.

تشير نتائج الجدول (3) الموضحة في الشكل رقم (3) أن غالبية مفردات العينة من الفئات ذو مستوى الماستر بنسبة 60%، في حين بلغت نسبة فئة ليسانس 37%، وأخيرا جاءت فئة الدكتوراه بنسبة جد ضئيلة قدرت ب 3%.

نلاحظ أن هذه النسب عي نسب مرتفعة مقارنة مع نسبة الذين مستواهم دكتوراه.

السؤال (4): التخصص:

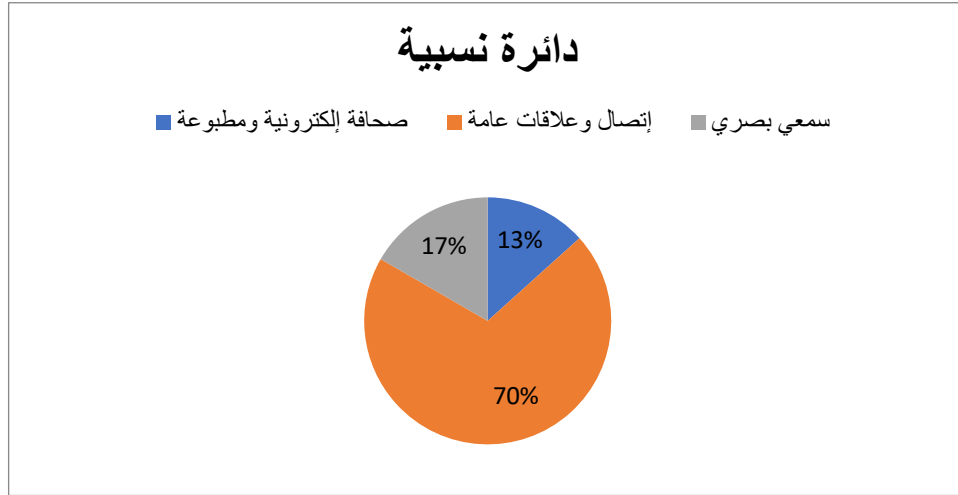
جدول رقم (4): يمثل توزيع مفردات العينة وفقا لمتغير التخصص

البيان	التكرار	النسبة المئوية
صحافة الكترونية ومطبوعة	04	13%
اتصال وعلاقات عامة	21	70%

سمعي بصري	05	%17
المجموع	30	%100

المصدر: من إعداد الطلبة

شكل رقم (4): يمثل توزيع مفردات العينة وفقا لمتغير التخصص



المصدر: من إعداد الطلبة.

تشير نتائج الجدول رقم (4) الموضحة في الشكل رقم (4) أن الصدارة كانت لطلبة الاتصال وعلاقات عامة بنسبة 70%، في حين بلغت نسبة السمعى البصرى ب 17%، وتقدر نسبة طلبة الصحافة المكتوبة ومطبوعة ب 13%.

هنا يتبين لنا أن الطلبة الذين يدرسون تخصص اتصال وعلاقات عامة هم الفئة الغالبية والأكثر اشتراك للدورات، ويرجع ذلك لاهتمامهم الكبير بما يصدر من معلومات تخصهم في مستواهم الدراسي وكذا المهني.

المحور الثاني: أنماط وعادات الاشتراك في الدورات التدريبية:

السؤال (5): هل تخضع في العادة إلى الدورات التدريبية؟

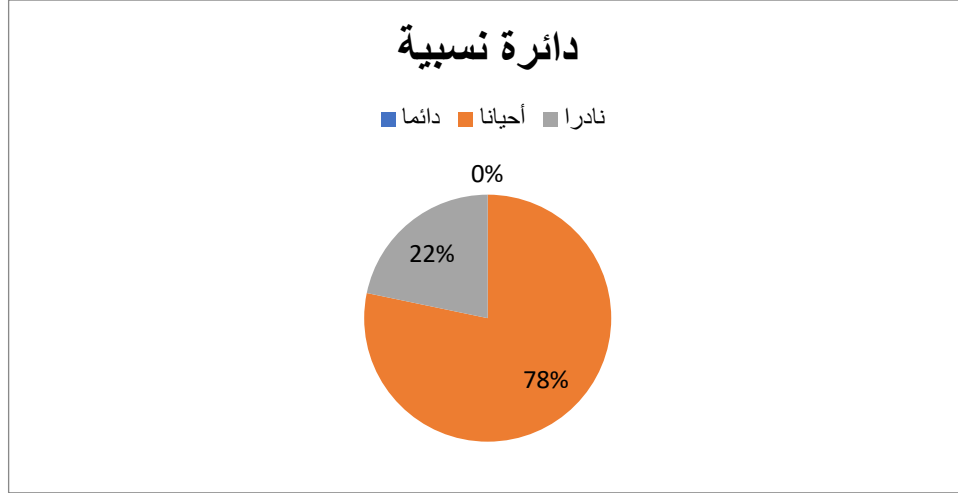
جدول رقم (5): يوضح توزيع مفردات العينة الخاضعين للدورات التدريبية

البيان	التكرار	النسبة المئوية
دائما	00	%0
أحيانا	18	%78
دائما	12	%22

المجموع	30	%100
---------	----	------

المصدر: من إعداد الطلبة

شكل رقم (5): يوضح توزيع مفردات عينة الخاضعين للدورات التدريبية



المصدر: من إعداد الطلبة.

تشير نتائج الجدول رقم (5) الموضحة في الشكل رقم (5) أنه أحيانا ما يخضع الطلبة لدورات

بنسبة 78%، في حين أنه نادرا ما يخضع الطلبة للدورات بنسبة بلغت 22%.

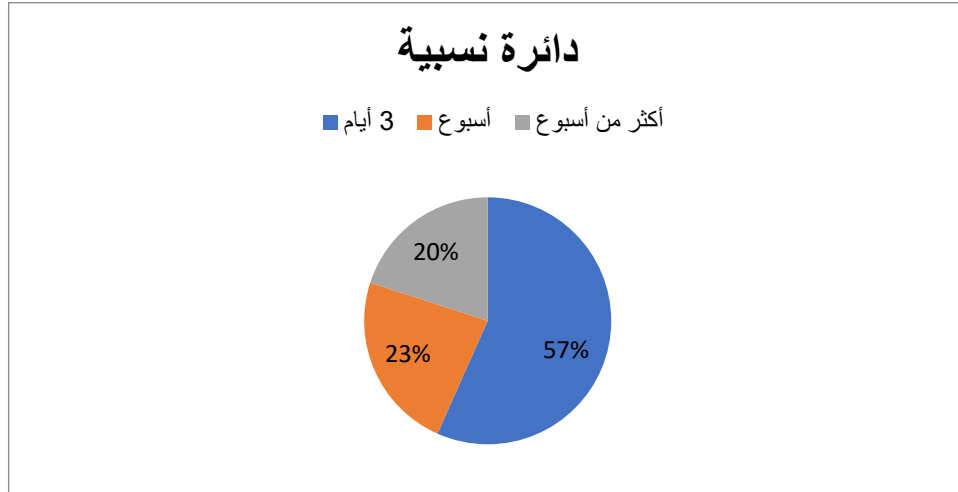
السؤال (6): ما هي المدة التي قضيتها في الدورة التدريبية؟

جدول رقم (6): يوضح توزيع مفردات العينة حول المدة التي قضوها في الدورة التدريبية

البيان	التكرار	النسبة المئوية
3 أيام	17	57%
أسبوع	07	23%
أكثر من أسبوع	06	20%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطلبة

شكل رقم (6): يوضح توزيع مفردات العينة حول المدة التي قضوها في الدورة التدريبية



المصدر: من إعداد الطلبة.

تشير نتائج الجدول رقم (6) الموضحة في الشكل رقم (6) أن أعلى نسبة هي 57% لمدة 3 أيام، ومن الملاحظ أيضا هناك فئة فضلت الاشتراك بدورات لمدة أسبوع بنسبة 23%، في حين لم ينل الاختيار لمدة أكثر من أسبوع بنسبة 20%، مع العلم يفضل الطلبة أن تكون مدة الدورة التي يتلقاها لمدة أطول يتمكن من استيعاب تطبيق كافة البرمجيات سواء بالشكل التطبيقي او العملي.

هنا يتبين أنه قد تم تقسيم الدورات إلى قصيرة ومتوسطة وطويلة، والمقصود بهذا التقسيم هو ترك للمتدربين حسب قدراتهم وحاجاتهم للتدرب وأن يشاركوا في الدورات والتي تتوافق وتتلاءم مع مستواهم.

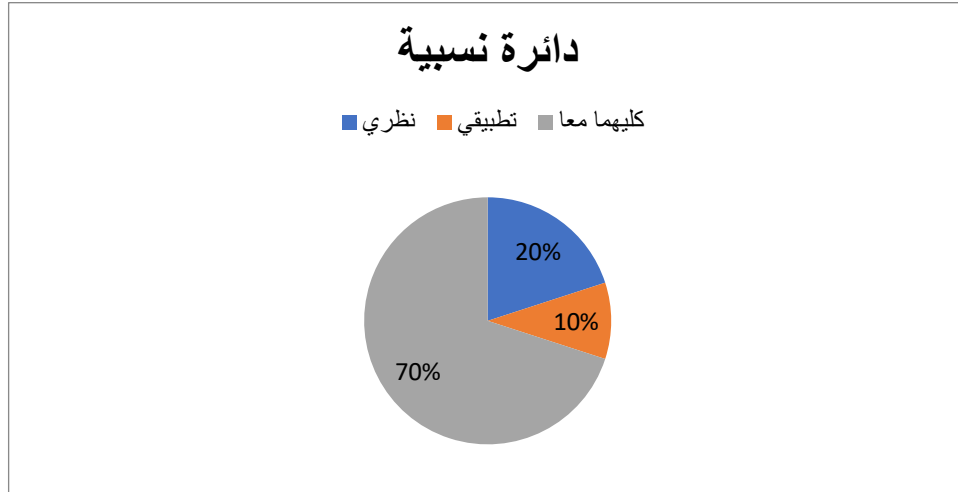
السؤال (7): كيف يتم إجراء هذه الدورات؟

جدول رقم (7): يوضح توزيع مفردات العينة حول الطريقة التي تجرى بها الدورة التدريبية

البيان	التكرار	النسبة المئوية
نظري	06	20%
تطبيقي	03	10%
كليهما معا	21	70%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطلبة

شكل رقم (7): يوضح توزيع مفردات العينة حول الطريقة التي تجرى بها الدورة التدريبية



المصدر: من إعداد الطلبة.

تشير نتائج الجدول رقم (7) الموضحة في الشكل رقم (7) أن أغلب أفراد العينة قاموا بإجراء الدورات نظري وتطبيقي معا بنسبة 70%، في حين هناك من أجرى الدورات نظريا بنسبة بلغت 20%، وبنسبة 10% تطبيقي.

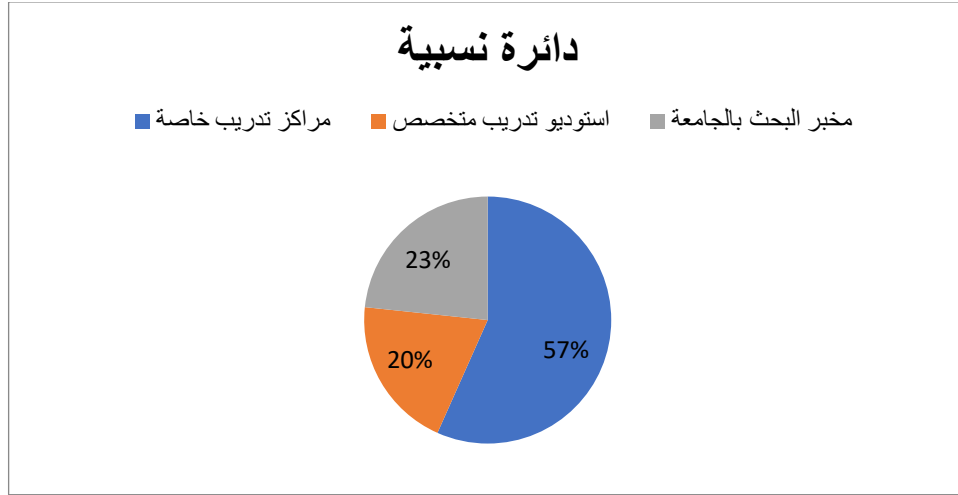
السؤال (8): من نظم هذه الدورات التدريبية؟

جدول رقم (8): يوضح توزيع مفردات العينة حول الجهة التي نظمت الدورة التدريبية

البيان	التكرار	النسبة المئوية
مراكز تدريب خاصة	17	57%
مخبر البحث بالجامعة	06	23%
أستوديو تدريب شخصي	07	20%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطلبة.

شكل رقم (8): يوضح توزيع مفردات العينة حول الجهة التي نظمت الدورة التدريبية



المصدر: من إعداد الطلبة.

تشير نتائج الجدول (8) الموضحة في الشكل رقم (8) أن أغلب أفراد العينة بنسبة 57% أن مراكز تدريب خاصة من نظموا هذه الدورات، في حين نرى أن مخبر البحث بالجامعة من نظم الدورات قدرت ب 23%، وتليها نسبة بلغت 20% أن أستوديو تدريب متخصص هو من نظمها.

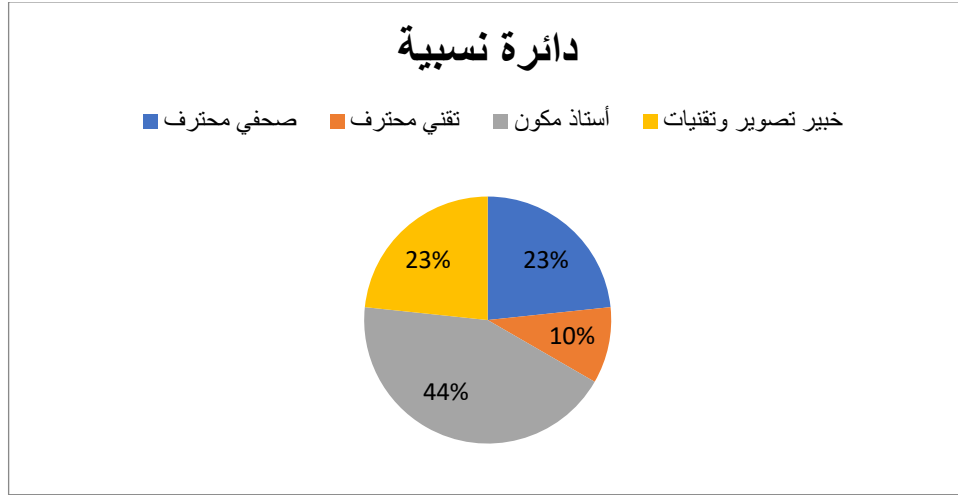
السؤال (9): من قام بتأطير الدورة التدريبية؟

جدول رقم (9): يوضح توزيع مفردات العينة حول من قام بتأطير الدورة التدريبية

البيان	التكرار	النسبة المئوية
صحفي محترف	07	23%
تقني محترف	03	10%
أستاذ مكون	13	44%
خبير تصوير وتقنيات	07	23%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطلبة.

شكل رقم (9): يوضح توزيع مفردات العينة حول من قام بتأطير الدورة التدريبية



المصدر: من إعداد الطلبة.

تشير نتائج الجدول رقم (9) الموضحة في الشكل رقم (9) أن أكبر عدد من نصيب أستاذ مكون بنسبة 44%، وتليها صحفي محترف وخبير تصوير وتقنيات بنسب متساوية لكل منها قدرت ب 23%، وأخيراً أقل نسبة لتقني محترف بنسبة قدرت ب 10%.

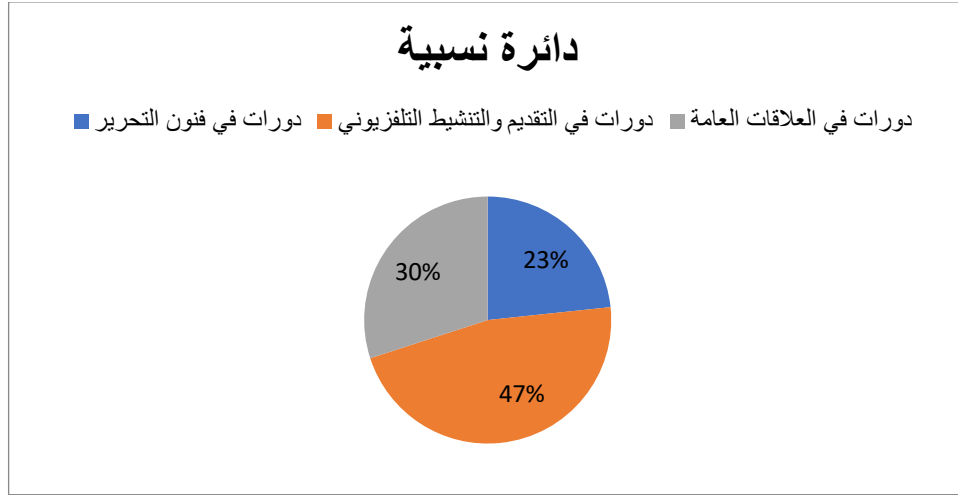
السؤال (10): ما هي نوعية الدورات التدريبية التي خضعت لها؟

جدول رقم (10): يوضح توزيع مفردات العينة حول نوعية الدورات التدريبية التي خضعوا لها

البيان	التكرار	النسبة المئوية
دورات في فنون التحرير	07	23%
دورات في التقديم والتنشيط التلفزيوني	14	47%
دورات في العلاقات العامة	09	30%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطلبة.

شكل رقم (10): يوضح توزيع مفردات العينة حول نوعية الدورات التدريبية التي خضعوا لها



المصدر: من إعداد الطلبة.

تشير نتائج الجدول رقم (10) الموضحة في الشكل رقم (10) أن أعلى نسبة خاصة بدورات في التقديم والتنشيط التلفزيوني قدرت ب 47%، في حين بلغت نسبة دورات في العلاقات العامة ب 30%، أما دورات في فنون التحرير حصلت على أقل نسبة التي قدرت ب 23%.
يتبين أن مركز التدريب يقوم بدورات متنوعة لكي يتيح الفرصة لأهل الاختصاص بالاستفادة من التدريب ولتطوير المهارات وتحسين الأداء.

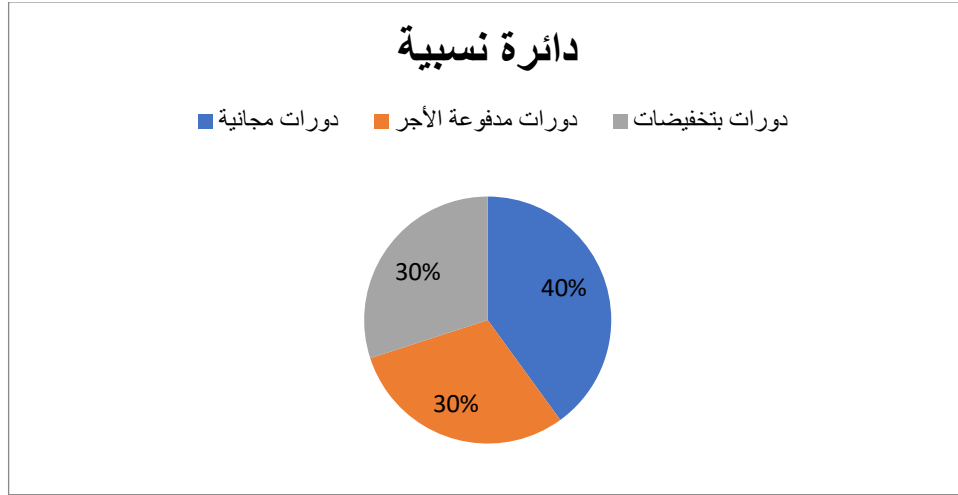
السؤال (11): ما طبيعة الدورات التدريبية التي خضعت لها؟

جدول رقم (11): يوضح توزيع مفردات العينة حول طبيعة الدورات التدريبية التي خضعوا لها

البيان	التكرار	النسبة المئوية
دورات مجانية	12	40%
دورات مدفوعة الأجر	09	30%
دورات بتخفيضات	09	30%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطلبة.

شكل رقم (11): يوضح توزيع مفردات العينة حول طبيعة الدورات التدريبية التي خضعوا لها



المصدر: من إعداد الطلبة.

تشير نتائج الجدول رقم (11) الموضحة في الشكل رقم (11) أن نسبة 40% من أفراد عينة الدراسة يخضعون لدورات المجانية، في حين هناك فئة شاركت في دورات مدفوعة الأجر وبتخفيضات بنسب متساوية لكل منها قدرت ب 30%.

هنا يتبين أنه غالباً ما يرغبون ان تكون الدورات مجانية والتي تقدم خصوما عروضاً معينة، وآخرون يقبلون بالدفع مقابل الدورات وهم مدركون أنها معتمدة وتزودهم بالمهارة التي يسعون إليها.

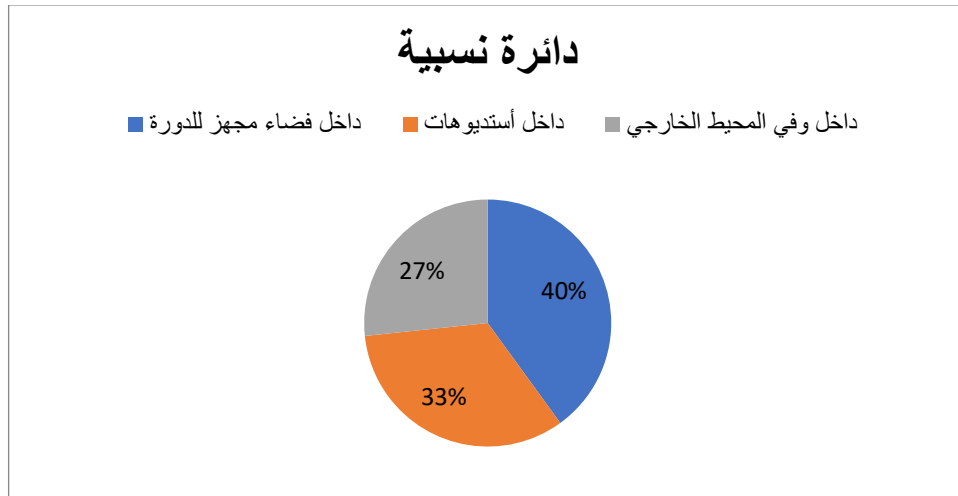
السؤال (12): أين تجرى الدورات التدريبية؟

جدول رقم (12): يوضح توزيع مفردات العينة حول مكان إجراء الدورات التدريبية

البيان	التكرار	النسبة المئوية
داخل فضاء مجهز للدورة	12	40%
داخل استوديوهات	10	33%
داخل وفي المحيط الخارجي	08	27%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطلبة.

شكل رقم (12): يوضح توزيع مفردات العينة حول مكان إجراء الدورات التدريبية



المصدر: من إعداد الطلبة.

تشير نتائج الجدول رقم (12) الموضحة في الشكل رقم (12) أن أماكن إجراء الدورات التدريبية داخل فضاء مجهز للدورة بنسبة كبيرة قدرت ب 40%، في حين هناك من أجراها داخل أستوديوهات بنسبة 33%، وبنسبة 27% مكان تدريبهم داخل وفي المحيط الخارجي.

المحور الثالث: الدوافع والأسباب التي تدفع لإجراء الدورات التدريبية:

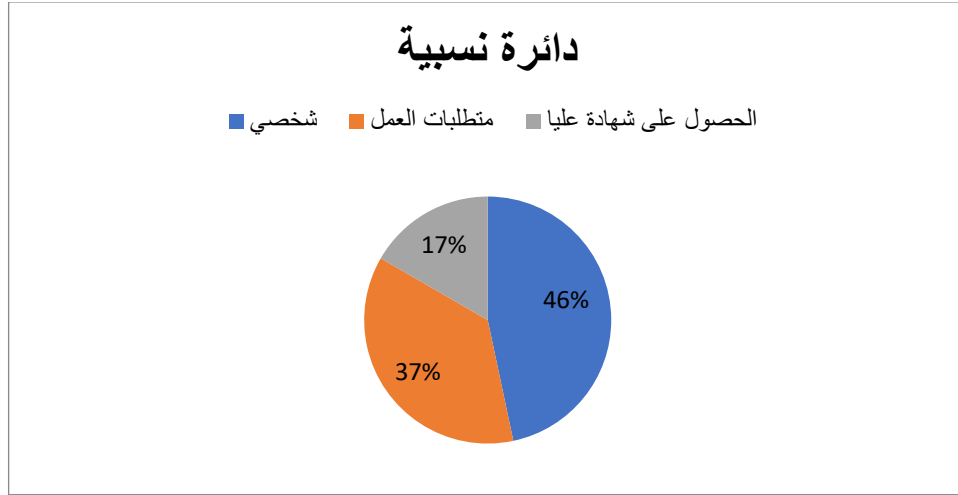
السؤال (13): ما الغرض من اشتراكك في الدورات التدريبية؟

جدول رقم (13): يوضح توزيع مفردات العينة حول غرض الاشتراك في الدورات التدريبية

البيان	التكرار	النسبة المئوية
شخصي	14	46%
متطلبات العمل	11	37%
الحصول على شهادة عليا	05	17%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطلبة.

شكل رقم (13): يوضح توزيع مفردات العينة حول غرض الاشتراك في الدورات التدريبية



المصدر: من إعداد الطلبة.

تشير نتائج الجدول رقم(13) الموضحة في الشكل رقم(13) أن النسبة الأعلى للغرض الشخصي تقدر ب 46%، في حين بلغ غرض متطلبات العمل 37%، ومن جهة أخرى أقل نسبة جاءت لأجل الحصول على شهادات.

هنا يتبين أن اعتماد الطلبة على الغرض الأساسي للاشتراك في الدورات التدريبية هو الغرض الشخصي.

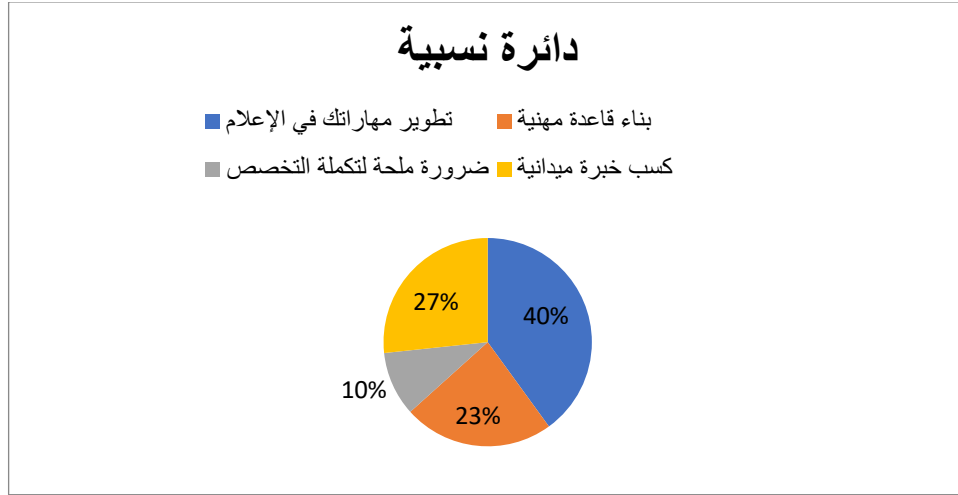
السؤال (14): ما هي الأسباب التي تدفعك للمشاركة في الدورات التدريبية؟

جدول رقم (14): يوضح توزيع مفردات العينة حول الأسباب التي تدفع للمشاركة في الدورات التدريبية

البيان	التكرار	النسبة المئوية
تطوير مهاراتك في الإعلام	12	40%
بناء قاعدة مهنية	07	23%
ضرورة ملحة لتكملة التخصص	03	10%
كسب خبرة ميدانية	08	27%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطلبة.

شكل رقم (14): يوضح توزيع مفردات العينة حول الأسباب التي تدفع للمشاركة في الدورات التدريبية



المصدر: من إعداد الطالبة.

تشير نتائج الجدول رقم (14) الموضحة في الشكل رقم (14) أن السبب الرئيسي الذي دفعهم نحو التدريب يكمن في تطوير مهاراتهم في الإعلام بنسبة قدرت ب 40%، وبنسبة 27% كان سبب لكسب خبرة ميدانية، في حين بلغت نسبة سبب لبناء قاعدة مهنية ب 23%، و 10% كان سبب اشتراكهم في الدورات التدريبية ضرورة ملحة لتكملة التخصص.

هنا يتبين أن أسباب المشاركة في الدورات التدريبية كانت الأكثرية منهم بسبب تطوير مهاراتهم الإعلامية وذلك من أجل أن يصبحوا أقدر على مواجهة التغيرات الحاصلة والتطوير الحاصل بشكل متواصل في مجال الإعلام.

السؤال (15): ما هي الدوافع التي جعلت منك أنت كطالب إعلام أن تسجل في دورات تدريبية؟

جدول رقم (15): يوضح توزيع مفردات العينة حول الدوافع التي تجعل من طالب الإعلام أن يسجل في

دورات تدريبية

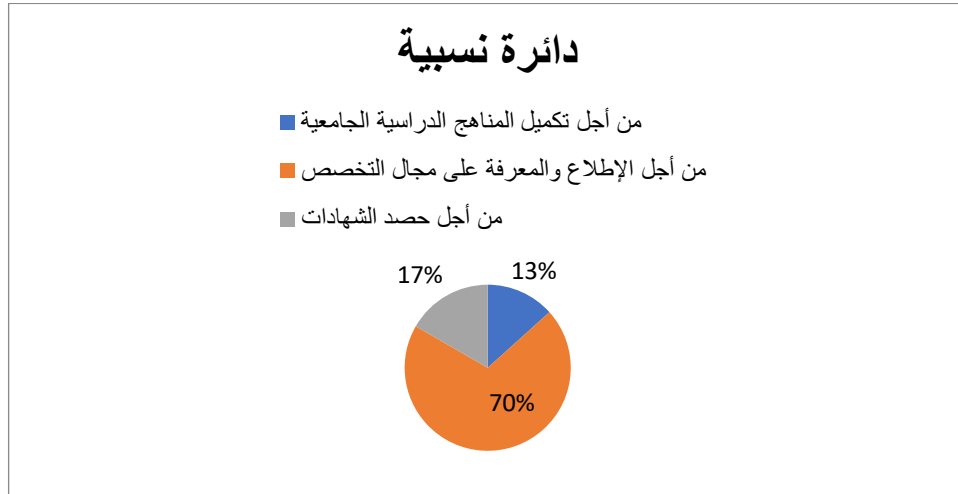
البيان	التكرار	النسبة المئوية
من أجل تكميل المناهج الدراسية الجامعية	04	13%
من أجل الاطلاع والمعرفة على مجال التخصص	21	70%
من أجل حصد الشهادات	05	17%

الفصل الثالث.....الجانب التطبيقي للدراسة

المجموع	30	%100
---------	----	------

المصدر: من إعداد الطلبة.

شكل رقم(15): يوضح توزيع مفردات العينة حول الدوافع التي تجعل من طالب الإعلام أن يسجل في دورات تدريبية



المصدر: من إعداد الطلبة.

تشير نتائج الجدول رقم (15) الموضحة في الشكل رقم (15) أنه كان دافع منهم من أجل الاطلاع والمعرفة على مجال التخصص بنسبة 70%، وتليها نسبة 17% دافع من أجل حصص الشهادات، في حين كان دافع من أجل تكميل المناهج الدراسية الجامعية جد ضئيل بنسبة 13%.

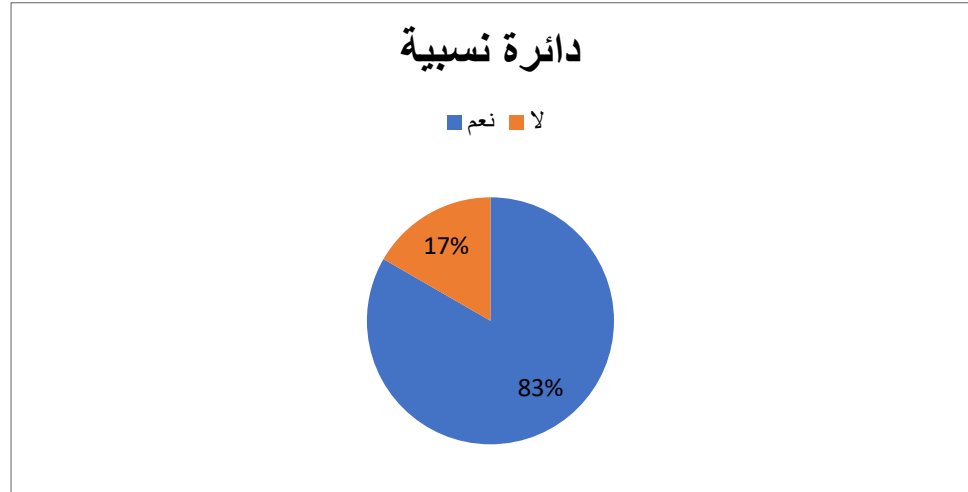
السؤال (16): في رأيك هل تمتاز الدورات التدريبية بجودة عالية؟

جدول رقم (16): يوضح توزيع مفردات العينة حول جودة الدورات التدريبية

البيان	التكرار	النسبة المئوية
نعم	25	%83
لا	05	%17
المجموع	30	%100

المصدر: من إعداد الطلبة

شكل رقم (16): يوضح توزيع مفردات العينة حول جودة الدورات التدريبية



المصدر: من إعداد الطلبة.

تشير نتائج الجدول رقم (16) الموضحة في الشكل رقم (16) أنه تباينت إجابات أفراد العينة حيث مالت إجاباتهم نحو تفضيل الإجابة ب «نعم» وقدرت ب 83%، في حين لم ينل الاختيار على الإجابة "لا" بنسبة 17%.

هنا يتبين أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون بأن الدورات التدريبية تمتاز بجودة عالية.

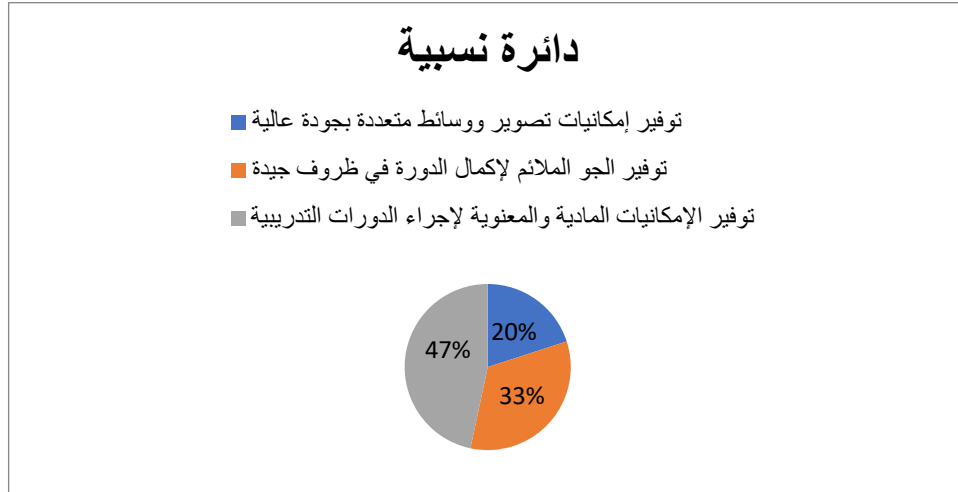
السؤال (17): إذا كانت الإجابة ب "نعم" في السؤال السابق إلى ماذا يعود ذلك؟

جدول رقم (17): يوضح توزيع مفردات العينة حول الامتيازات التي تقدمها هذه الدورات التدريبية

البيان	التكرار	النسبة المئوية
توفير إمكانيات تصوير ووسائط متعددة بجودة عالية	06	20%
توفير الجو الملائم لإكمال الدورة في ظروف جيدة	10	33%
توفير الإمكانيات المادية والمعنوية لإجراء الدورات	14	47%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطلبة.

شكل رقم (17): يوضح توزيع مفردات العينة حول الامتيازات التي تقدمها هذه الدورات التدريبية



المصدر: من إعداد الطلبة.

تشير نتائج الجدول رقم (17) الموضحة في الشكل رقم (17) أن أغلب أفراد العينة الذين أجابوا بالإجابة "نعم" مالت إجاباتهم نحو توفير الإمكانيات المادية والمعنوية لإجراء الدورات التدريبية بنسبة بلغت 47%، في حين قدرت نسبة توفير الحو الملائم لإكمال الدورة في ظروف جيدة ب 33%، وأخيراً نال الاختيار على توفير إمكانيات تصوير ووسائط متعددة بجودة عالية بنسبة بلغت 20%.

هنا يتبين أن تفضيل أفراد العينة توفير إمكانيات المادية والمعنوية لإجراء الدورات يعتبر عاملاً محفزاً لاختيار إجراء عمليات التدريب الإعلامي، حيث تتحكم هذه الأخيرة في نوعية الدورات من جهة ومدة الدورة وطبيعة المركز التدريبي من جهة أخرى، وهو ما ينعكس بالضرورة على جودة العملية التدريبية وفائدتها بالنسبة لطلبة.

السؤال (18): في وجهة نظرك ما هي النقائص التي يجب أن تضاف في مثل هذه الدورات؟

جدول رقم (18): يوضح توزيع مفردات العينة حول النقائص التي يجب أن تضاف في هذه الدورات التدريبية

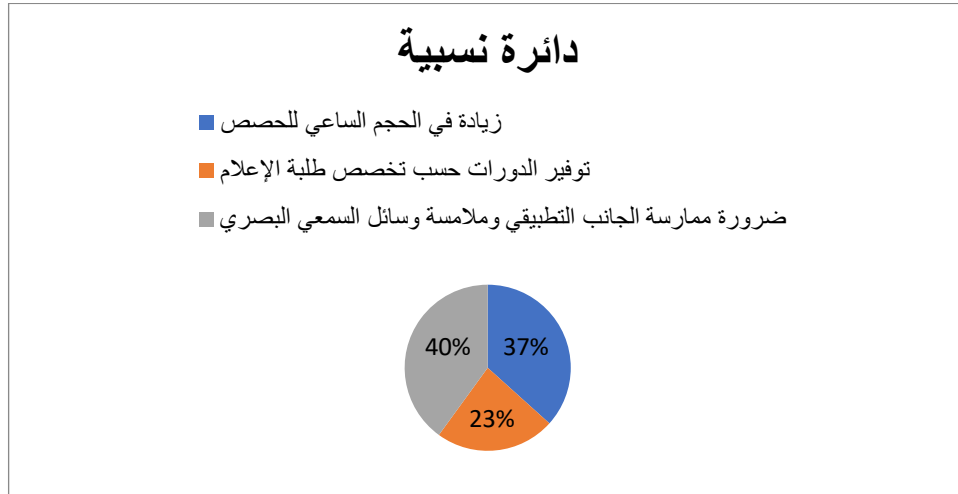
البيان	التكرار	النسبة المئوية
زيادة في الحجم الساعي للحصص	11	37%
توفير الدورات حسب تخصص طلبة الإعلام	07	23%
ضرورة ممارسة الجانب التطبيقي وملازمة وسائل السمع البصري	12	40%

الفصل الثالث.....الجانب التطبيقي للدراسة

المجموع	30	%100
---------	----	------

المصدر: من إعداد الطلبة

شكل رقم (18): يوضح توزيع مفردات العينة حول النقائص التي يجب أن تضاف في هذه الدورات التدريبية



المصدر: من إعداد الطلبة.

تشير نتائج الجدول رقم (18) الموضحة في الشكل رقم (18) أن العناصر التي يجب أن تضاف للدورات التدريبية جاء على رأسها ضرورة ممارسة الجانب التطبيقي وملامسة وسائل السمع البصري مقدرة ب 40%، ثم زيادة في الحجم الساعي للحصص بنسبة 37%، في حين توفير دورات على حسب تخصص طلبة الإعلام بنسبة قدرت ب 23%.

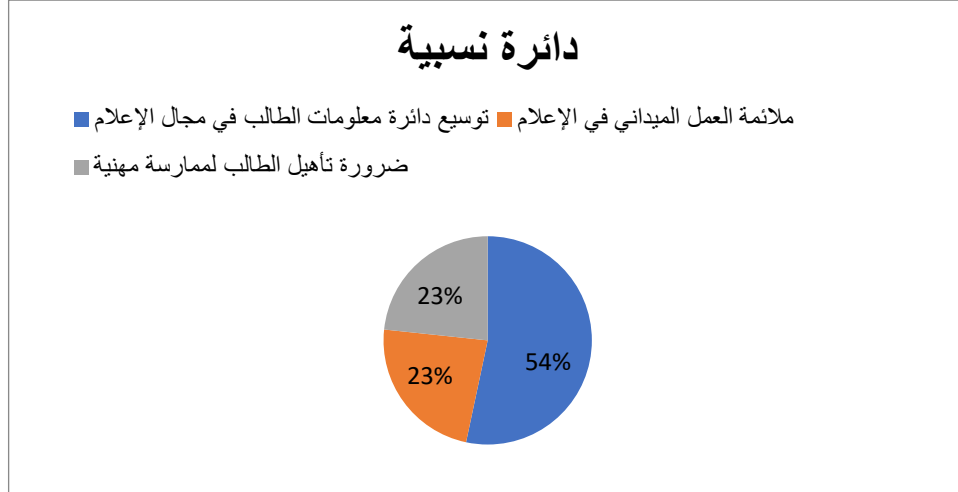
السؤال (19): ما هي النتائج المحققة من هذه الدورات التدريبية؟

جدول رقم (19): يوضح توزيع مفردات العينة حول النتائج المحققة من هذه الدورات التدريبية

البيان	التكرار	النسبة المئوية
توسيع دائرة معلومات الطالب في مجال الإعلام	16	54%
ملائمة العمل الميداني في الإعلام	07	23%
ضرورة تأهيل الطالب لممارسة مهنية	07	23%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطلبة

شكل رقم (19): يوضح توزيع مفردات العينة حول النتائج المحققة من هذه الدورات التدريبية



المصدر: من إعداد الطلبة.

تشير نتائج الجدول رقم (19) الموضحة في الشكل رقم (19) أن أكثر النتائج المحققة من وراء الدورات التدريبية هي توسيع دائرة معلومات لطالب في مجال الإعلام بنسبة 54%، وجاءت كذلك النتائج بنسب متساوية كلا من ملائمة العمل الميداني في الإعلام وضرورة تأهيل الطالب لممارسة مهنية قدرت ب 23%.

المحور الرابع: تقييم المهارات الخاصة بعد الخضوع للدورات التدريبية:

السؤال (20): هل شاركت في توجيه الأسئلة أو الإجابة عليها؟

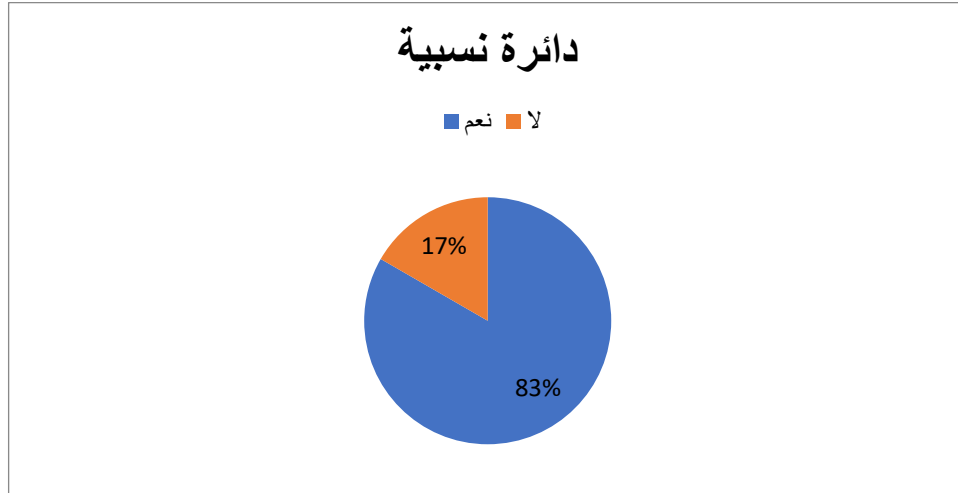
جدول رقم (20): يوضح توزيع مفردات العينة حول توجيه الأسئلة والإجابة عليها

البيان	التكرار	النسبة المئوية
نعم	25	83%
لا	05	17%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطلبة

شكل رقم (20): يوضح توزيع مفردات العينة حول توجيه الأسئلة والإجابة عليها

تشير نتائج الجدول رقم (20) الموضحة في الشكل رقم (20) أن أغلبية شاركوا في توجيه الأسئلة بنسبة بلغت 83%، في حين هناك نسبة قليلة لم تشارك في توجيه الأسئلة والإجابة عنها بنسبة بلغت 17%.



المصدر: من إعداد الطلبة

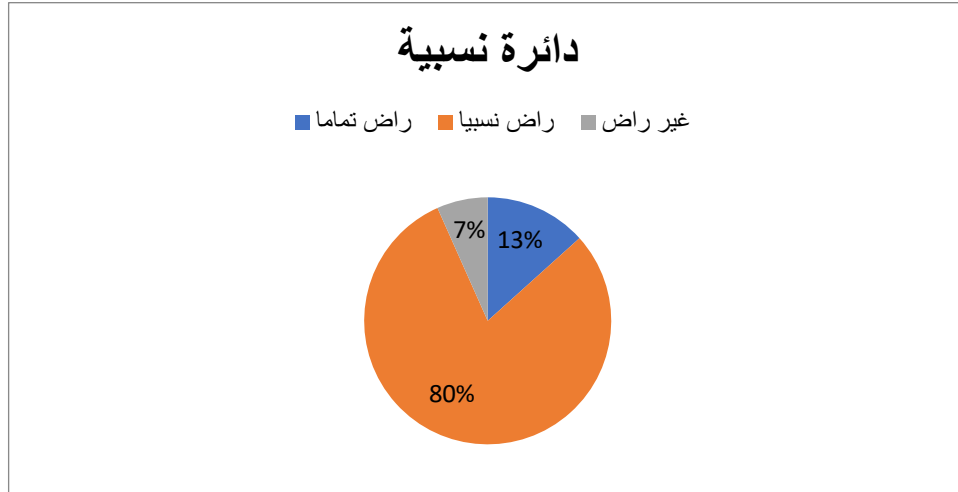
السؤال (21): هل أنت راض على مستوى أداء التدريب؟

جدول رقم (21): يوضح توزيع مفردات العينة حول مستوى أداء التدريب

البيان	التكرار	النسبة المئوية
راض تماما	04	13%
راض نسبيا	24	80%
غير راض	02	7%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطلبة

شكل رقم (21): يوضح توزيع مفردات العينة حول مستوى أداء التدريب



المصدر: من إعداد الطلبة.

تشير نتائج الجدول رقم (21) الموضحة في الشكل رقم (21) أن أغلب إجابات أفراد العينة رضاهم على مستوى أداء التدريب نسبية بنسبة عالية 80%، و13% كانوا راضون تماما على مستوى أداء التدريب، والباقي غير راض بنسبة 7%.

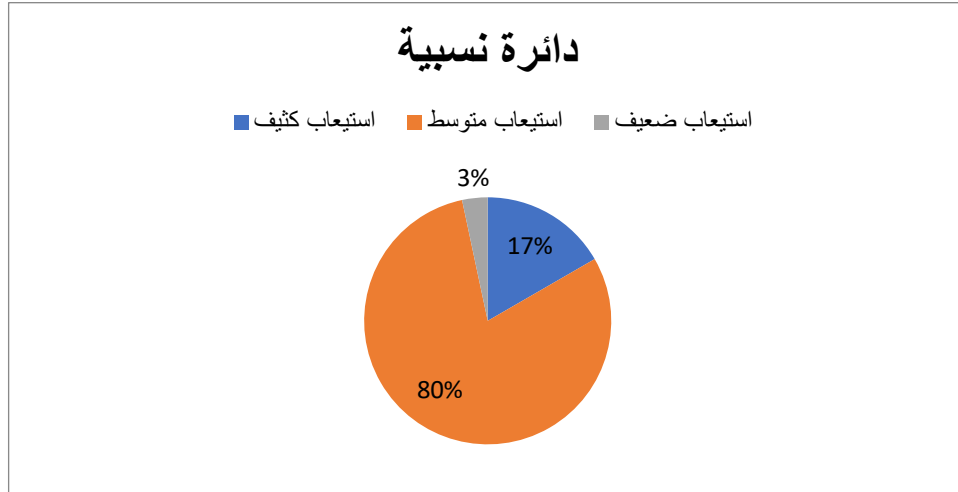
السؤال (22): ما مدى استيعابك للمعلومات والمهارات في نهاية الدورة؟

جدول رقم (22): يوضح توزيع مفردات العينة حول مدى استيعاب المعلومات والمهارات من الدورة التدريبية

البيان	التكرار	النسبة المئوية
استيعاب كثيف	05	17%
استيعاب متوسط	24	80%
استيعاب ضعيف	01	3%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطلبة

شكل رقم (22): يوضح توزيع مفردات العينة حول مدى استيعاب المعلومات والمهارات من الدورة التدريبية



المصدر: من إعداد الطلبة.

توضح الدائرة النسبية الشكل رقم (22) نسب مجموع العينة حول مدى استيعاب المعلومات والمهارات من الدورات التدريبية وبالعودة للجدول رقم (22)، حيث كانت نسبة ما كان عليه عدد أفراد العينة على قدرة استيعاب متوسط عالية تقدر بـ 80% تليها فئة ذات الاستيعاب الكثيف بنسبة 17% فئة الاستيعاب الضعيف بنسبة تقدر بـ 3%.

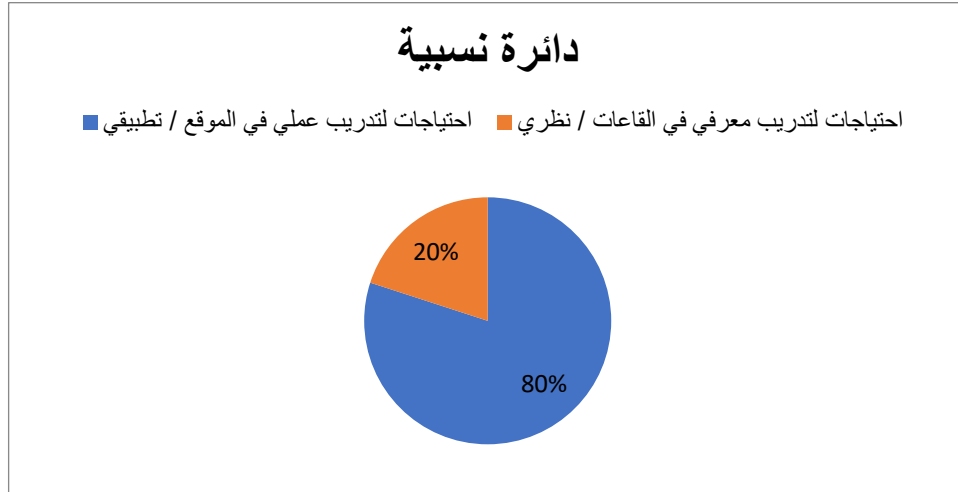
السؤال (23): بعد هذه الدورات ما هي الاحتياجات التدريبية؟

جدول رقم (23): يوضح توزيع مفردات العينة حول الاحتياجات التدريبية

النسبة المئوية	التكرار	البيان
80%	24	احتياجات لتدريب عملي في الموقع / تطبيقي
20%	06	احتياجات لتدريب معرفي في القاعات / نظري
100%	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة

شكل رقم (23): يوضح توزيع مفردات العينة حول الاحتياجات التدريبية



المصدر: من إعداد الطلبة.

تشير نتائج الجدول رقم (23) الموضحة في الشكل رقم (23)، توزيع غير متوازن بين أفراد العينة حيث تقدر نسبة المجموعة التي تبحث عن احتياجات لتدريب عملي تطبيقي بـ 80% على عكس مجموعة تحتاج إلى تدريب معرفي نظري بنسبة 20%، وهذا بالنظر للبرامج المقدمة من طرف مؤطر ومشرفي الدورات التدريبية.

النتائج العامة:

يمكن أن تبرز نتائج الدراسة المتمثلة في التدريب الإعلامي ودوره في تنمية المهارات الاتصالية التي تستخلص فيما يلي:

- بينت الدراسة أن فئة الشباب هم الذين كانت لديهم فرص أوفر للتدريب حيث بلغت نسبة 53% الذين تتراوح أعمارهم من 20-25 سنة بلغت 53%، وهذا يدل على أن هذه الفئة العمرية تعود إلى اهتمام جيل الشباب وإقباله على التدريب.
- بينت الدراسة أن المؤهل الجامعي للمتدربين هو ماستر بنسبة 60%، في تخصص اتصال وعلاقات عامة بنسبة 70%، وهذا يدل أن المتدربين لديهم المؤهل الجامعي الذي يدخلهم في مجال الإعلام.
- بينت الدراسة أن معظم المتدربين أحيانا ما يخضعون لدورات التدريبية بنسبة 78%.

- بينت الدراسة أن المتدربين الذين دامت مدة تدريبهم 3 أيام هم أعلى نسبة بلغت 57% مقارنة مع الذين دامت فترة تدريبهم أسبوع بلغت 23%، وهذا يدل أن فترة التدريب قصيرة المدى غير كافية حسب ما عبروا عنه المتدربين.
- بينت الدراسة أن طريقة إجراء الدورات التدريبية بتطبيق الجزء النظري والتطبيقي معا بنسبة 70%، لأنه يتيح الفرصة لطلاب بتطبيق الجزء النظري الذي تلقوه وتعلموه في الجامعات وتطبيقه على أرض الواقع لإعطاء فرصة لطالب لبناء شخصيته الإعلامية.
- بينت الدراسة أن 40% من المتدربين خضعت لدورات مجانية التي تقام بمراكز التدريب خاصة بنسبة 57%، وهذا يدل على ميول الطلبة نحو تفضيل الدورات المجانية.
- بينت الدراسة أن أعلى نسبة لمؤطر ومشرف الدورات التدريبية من نصيب أستاذ مكون ذو خبرة عالية بنسبة مقارنة مع صحفي محترف وخبير تصوير، حيث بلغت نسبة المؤطر 44%.
- بينت الدراسة أن أغلبية المتدربين قاموا بدورات خاصة في تقديم والتنشيط التلفزيوني بنسبة 47%.
- بينت الدراسة أن أنسب مكان لإجراء الدورات التدريبية في داخل فضاء مجهز للدورة وبنسبة 40%.
- بينت الدراسة أن أغلب المشتركين بالدورات التدريبية يعود لغرض الشخصي والتي جاءت بنسبة 46%، وطالما كان الغرض هو شخصي وليس العائد المادي أو الحصول على الشهادات.
- بينت الدراسة أن 70% كان دافع الاشتراك في الدورات التدريبية من أجل الاطلاع والمعرفة على مجال التخصص، وذلك بسبب تطوير المهارات الإعلامية بنسبة 40%.
- بينت الدراسة أن الدورات التدريبية تمتاز بجودة عالية بنسبة 83%، وذلك بتوفير إمكانيات المادية والمعنوية اللازمة للقيام بعملية التدريب.

- بينت الدراسة أن أهم النقائص التي يجب أن تضاف هي ممارسة الجانب التطبيقي وملائمة وسائل السمعي البصري بنسبة 40%، إضافة إلى زيادة في الحجم الساعي للحصص بنسبة 37%.
- بينت الدراسة أهم النتائج المحققة من وراء الدورات التدريبية لتوسيع دائرة معلومات الطالب في المجال الإعلامي وبنسبة 54%.
- بينت الدراسة أن نسبة كبيرة من المتدربين بأنهم شاركوا في توجيه الأسئلة والإجابة عنها بنسبة 83%.
- بينت الدراسة أن أغلب المتدربين راضين نسبيا عن مستوى أداء التدريب حيث بلغت نسبتهم 80%.
- بينت الدراسة أن أعلى نسبة من الاحتياجات التدريبية هي احتياجات عملية تطبيقية بنسبة 80%.

الخاتمة

بعد العرض النظري والميداني لدراسة تبين لنا أن للتدريب دور كبير وأهمية بالغة في تنمية وتطوير المهارات الاتصالية لطلبة الإعلام، فهو يعد معبرا أساسيا للمؤسسات الإعلامية التي تسعى إلى تحقيق الأهداف التعليمية المتمثلة في إعداد الطلاب وتنمية معارفهم وتطوير مهاراتهم وتعديل اتجاهاتهم وتحسين أدائهم الإعلامي لارتقاء بهم إلى أعلى مستويات تسمح لهم بمواجهة تحديات ومشاكل عملهم. ومما لا شك فيه أن للتدريب بصفة عامة والتدريب الإعلامي بصفة خاصة أهمية كبيرة في تنمية وتطوير المهارات الاتصالية والتقنية واللغوية لأن المهارات الإعلامية تشمل كل الأمور. وفي الأخير يمكن القول بأن عملية التدريب الإعلامي يحظى بمكانة هامة لدوره الفعال في عملية تحسين الأداء الإعلامي والمهني، ويعد من أهم العوامل لرفع الكفاءة وتغيير السلوك وتطوير المهارات والتأهيل العملي.

قائمة المصادر والمراجع

- إسماعيل، محمود حسن. (2003). مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. ط1. دار العالمية للنشر والتوزيع. القاهرة.
- أبو النصر. مدحت محمد محمود. (2016). الألعاب والمباريات التدريبية لتطوير مهنة التدريب. المجموعة العربية للتدريب والنشر، ط1. القاهرة.
- أبو النصر مدحت محمد. (2017). مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية. ط1. المجموعة العربية للتدريب والنشر. القاهرة.
- ابن منظور، محمد بن مكرم. (1994). لسان العرب. دار صابر. ط3. بيروت.
- أنجوس، موريس. (2006). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية. ط2. دار القصة للنشر والتوزيع. الجزائر.
- أبو سمرة، محمد. (2009)، الإعلام المهني. ط1. دار الراية للنشر والتوزيع. عمان.
- أبو أصبع، صالح خليل. (1997). إدارة المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي. ط2. دار أرام للنشر والتوزيع. عمان.
- إبراهيم، مروان عبد المجيد. (2000). أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية. ط1. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع. الأردن.
- أحمد، محمد عبد القادر. (1982). طرق تعليم العربية. مكتبة النهضة العربية. مصر.
- بلقاسم، سلاطينة. حسان، الجيلاني. (2009). محاضرات في المنهج والبحث العلمي. ط2. ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر.
- بن مرسل، أحمد. (2010). البحث في علوم الإعلام والاتصال. ط4. ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر.
- التوايسة، فاطمة عبد الرحيم. (2015). أساسيات علم النفس. دار المناهج للنشر والتوزيع. عمان.
- حجاب، محمد منير. (2003). الموسوعة. دار الفجر للنشر والتوزيع. القاهرة.
- حسن، محمود محمد. (2012). مراكز التدريب الإعلامي. ط1. دار التفائس للنشر والتوزيع. عمان.

- حسين، سمير محمد. (1984). الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام. ط1. عالم الكتب. القاهرة.
- حسين، سمير محمد. (1993)، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام. ط2. عالم الكتب. القاهرة.
- حمدي، هاشم رضا. (2012). التدريب الإداري "المفاهيم والأساليب". ط1. دار الـراية للنشر والتوزيع. عمان.
- الحيران، محمد عبد العزيز. (2004)، البحوث الإعلامية "أسسها، أساليبها، مجالاتها". ط2. فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر. الرياض.
- حمزة، عبد اللطيف. (1984). الإعلام والدعاية. دار الفكر العربي. القاهرة.
- الديلمين، عبد الرزاق. (2015). علوم الاتصال في القرن الحادي والعشرين. دار اليازوري للنشر والتوزيع. عمان.
- الزكي، عبد الفتاح عبده فليه، فاروق. (2004). معجم مصطلحات التربية لفظا واصطلاحا. دار الوفاء لـدنيا للطباعة والنشر. الإسكندرية.
- السكارنه، بلال خلف. (2011). الحقائب التدريبية. ط1. دار المسيرة للنشر والتوزيع. عمان.
- سليمان، سنا محمد. (2013). سيكولوجية الاتصال الإنساني مهاراته. ط1. عالم الكتب. القاهرة.
- الشبلي، هيثم حمود. (2009). إدارة المنشآت المعاصرة. ط1. صفاء للنشر. عمان.
- صادق، أمال. أبو حطب، فؤاد. (1994). علم النفس التربوي. ط4. مكتبة الأنجلو المصرية. القاهرة.
- الضيع، رفعت عارف. (2012). الحملات الإعلامية. المكتب المصري للمطبوعات. القاهرة.
- الطيب، عبد النبي عبد الله. (2010). مهارات الاتصال الفعال. دار أمواج للنشر والتوزيع. عمان.
- عبد الحميد، محمد. (2012). الإعلام الجديد. ط1. مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع. القاهرة.

- عبد الحميد، محمد. (2004). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط3. عالم الكتب. القاهرة.
- عبد الواحد. رضا. (2007). النظريات العلمية في مجال الإلكتروني. منتدى سور الأيكة. مصر.
- الغزوي، رحيم يونس. (2008). منهج البحث العلمي. ط1. دار دجلة. عمان.
- عقيلي، عمر وصفي. (2005). إدارة الموارد البشرية المعاصرة. ط1. دار وائل للنشر والتوزيع. عمان.
- الغزوي، جلال الدين. (2001). مهارات الممارسة في العمل الاجتماعي. مطبعة الإشعاع الفنية. مصر.
- الفقهاء، جيهان محمد طعمه. (2012). دور دائرة العلاقات الدولية والعامّة بمؤسسة الاذاعة والتلفزيون الأردنية في تدريب العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج. جامعة الشّرق الأوسط. الأردن.
- قزامل، سونيا هانم علي. (2013). المعجم العصري في التربية. ط1. عالم الكتب. القاهرة.
- الكايد، هاني محمود. (2008). إدارة وهيكله الهيئات والمؤسسات الإعلامية في الوطن العربي. ط1. دار الراية للنشر والتوزيع. عمان.
- كلوب، عرابي محمد. (2011). المهارات الشخصية والإدارية لدى ضابط الشرطة. دار الأرقم. ط1. غزة.
- ماهر، أحمد. (2008). كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الاتصال. ط2. الدار الجامعية للنشر والتوزيع. القاهرة.
- المسلمي، إبراهيم عبد الله. (1991). الإعلام الإقليمي " دراسة نظرية وميدانية". دار الفكر العربي للنشر والتوزيع. القاهرة.
- المشاقبة، بسام عبد الرحمن. (2009). البحث الإعلامي وتحليل الخطاب. دار أسامة للنشر والتوزيع. عمان.
- المفلاح، خضرة عمر. (2015). الاتصال: المهارات والنظريات وأسس عامة. دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع. عمان.

- مكاوي، حسن عماد. حسن السيد، ليلي. (2011). الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط1. الدار المصرية اللبنانية. القاهرة.
- الهيتي، خالد عبد الرحيم. (2005). إدارة الموارد البشرية. ط2. دار وائل للنشر والتوزيع. عمان.
- يوسف، إيمان أحمد. (2019). المهارات الإدارية وطرق تنميتها. دار ابن النفيس للنشر والتوزيع. عمان.

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
37	توزيع مفردات العينة وفقا لمتغير الجنس	01
38	توزيع مفردات العينة وفقا لمتغير السن	02
39	توزيع مفردات العينة وفقا لمتغير المؤهل الجامعي	03
40	توزيع مفردات العينة وفقا لمتغير التخصص	04
41	توزيع مفردات العينة الخاضعين للدورات التدريبية	05
42	توزيع مفردات العينة حول المدة التي قضوها في الدورة التدريبية	06
43	توزيع مفردات العينة حول الطريقة التي تجرى بها الدورة التدريبية	07
44	توزيع مفردات العينة حول الجهة التي نظمت الدورة التدريبية	08
45	توزيع مفردات العينة حول من قام بتأطير الدورة التدريبية	09
46	توزيع مفردات العينة حول نوعية الدورات التدريبية التي خضعوا لها	10
47	توزيع مفردات العينة حول طبيعة الدورات التدريبية التي خضعوا لها	11
48	توزيع مفردات العينة حول مكان إجراء الدورات التدريبية	12
49	توزيع مفردات العينة حول غرض الاشتراك في الدورات التدريبية	13
50	توزيع مفردات العينة حول الأسباب التي تدفع للمشاركة في الدورات التدريبية	14
51	توزيع مفردات العينة حول الدوافع التي تجعل من طالب الإعلام أن يسجل في دورات تدريبية	15
52	توزيع مفردات العينة حول جودة الدورات التدريبية	16
53	توزيع مفردات العينة حول الامتيازات التي تقدمها هذه الدورات التدريبية	17
54	توزيع مفردات العينة حول النقائص التي يجب أن تضاف في هذه الدورات التدريبية	18
55	توزيع مفردات العينة حول النتائج المحققة من هذه الدورات التدريبية	19
56	توزيع مفردات العينة حول توجيه الأسئلة والإجابة عليها	20
57	توزيع مفردات العينة حول مستوى أداء التدريب	21
58	توزيع مفردات العينة حول مدى استيعاب المعلومات والمهارات من الدورة التدريبية	22

59	توزيع مفردات العينة حول الاحتياجات التدريبية	23
----	--	----

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
37	توزيع مفردات العينة وفقا لمتغير الجنس	01
38	توزيع مفردات العينة وفقا لمتغير السن	02
39	توزيع مفردات العينة وفقا لمتغير المؤهل الجامعي	03
39	توزيع مفردات العينة وفقا لمتغير التخصص	04
-40 41	توزيع مفردات العينة الخاضعين للدورات التدريبية	05
41	توزيع مفردات العينة حول المدة التي قضوها في الدورة التدريبية	06
42	توزيع مفردات العينة حول الطريقة التي تجرى بها الدورة التدريبية	07
43	توزيع مفردات العينة حول الجهة التي نظمت الدورة التدريبية	08
44	توزيع مفردات العينة حول من قام بتأطير الدورة التدريبية	09
45	توزيع مفردات العينة حول نوعية الدورات التدريبية التي خضعوا لها	10
46	توزيع مفردات العينة حول طبيعة الدورات التدريبية التي خضعوا لها	11
47	توزيع مفردات العينة حول مكان إجراء الدورات التدريبية	12
48	توزيع مفردات العينة حول غرض الاشتراك في الدورات التدريبية	13
49	توزيع مفردات العينة حول الأسباب التي تدفع للمشاركة في الدورات التدريبية	14
-50 51	توزيع مفردات العينة حول الدوافع التي تجعل من طالب الإعلام أن يسجل في دورات تدريبية	15
51	توزيع مفردات العينة حول جودة الدورات التدريبية	16
52	توزيع مفردات العينة حول الامتيازات التي تقدمها هذه الدورات التدريبية	17
-53 54	توزيع مفردات العينة حول النقائص التي يجب أن تضاف في هذه الدورات التدريبية	18
-54 55	توزيع مفردات العينة حول النتائج المحققة من هذه الدورات التدريبية	19

فهرس الجداول

55	توزيع مفردات العينة حول توجيه الأسئلة والإجابة عليها	20
56	توزيع مفردات العينة حول مستوى أداء التدريب	21
57	توزيع مفردات العينة حول مدى استيعاب المعلومات والمهارات من الدورة التدريبية	22
58	توزيع مفردات العينة حول الاحتياجات التدريبية	23

الفهرس

الصفحة	العنوان
	إهداء
	شكر وتقدير
أ-ب	مقدمة
	الفصل الأول: الجانب المنهجي للدراسة
6-0	الإشكالية
06	التساؤلات
7-6	أهمية الدراسة
07	أهداف الدراسة
07	أسباب اختيار الموضوع
11-08	المدخل النظري للدراسة
15-11	تحديد المفاهيم
17-15	نوع ومنهج الدراسة
18-17	مجتمع البحث وعينة الدراسة
18	مجالات الدراسة
21-19	الدراسات السابقة
	الفصل الثاني: الجانب النظري للدراسة
	المبحث الأول: ماهية التدريب الإعلامي
25	تمهيد
25	المطلب الأول: تعريف التدريب الإعلامي

25	المطلب الثاني: أهمية وأهداف التدريب الإعلامي
28-26	المطلب الثالث: أسس ومبادئ التدريب الإعلامي
29-28	المطلب الرابع: أنواع التدريب الإعلامي
29	المطلب الخامس: أساليب التدريب الإعلامي
	المبحث الثاني: المهارات الاتصالية
32	المطلب الأول: تعريف مهارات الاتصال
33	المطلب الثاني: أهمية مهارات الاتصال
33	المطلب الثالث: طرق مهارات الاتصال
34	المطلب الرابع: أنواع مهارات الاتصال
35	المطلب الخامس: أثر التدريب الإعلامي في بناء وتطوير المهارات الاتصالية
	الفصل الثالث: الجانب التطبيقي للدراسة
59-37	الجانب التطبيقي للدراسة
61-59	نتائج عامة
هـ	الخاتمة
67-64	قائمة المصادر والمراجع
68	فهرس الأشكال
69	فهرس الجداول
71-70	الفهرس

وثيقة ايداع مذكرة ماستر

الموضوع:

دور التدريب الإعلامي في تنمية المهارات الاتصالية لدى
الطلبة "دراسة ميدانية من كلية الاعلام بجزائرت
المسيلة"

مذكرة مكتوبة ليس تحتواحد بل تحت في حلقه الاعلام والاتصال

اعداد الطلبة:

1- رقم التسجيل: 111735092062

عوي ياس

رقم التسجيل:

القسم: الاتصال
الشعبة: علاقات عامة التخصص: اتصالات عامة
إشراف: حمدي ياسام الرتبة: أستاذة

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طويلة الموسم الجامعي: 2021-2022 وأسمح
بإيداعه على مستوى ادارة القسم للمناقشة والتقييم.

رئيس فريق الاختصاص

موافقة وإمضاء الاستاذ(ة) المشرف(ة):

لتحميل الوثيقة يرجى نسخ الرمز



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: ... علوم الإعلام والاتصال

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28 جويلية 2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها

تصريح شرفي

خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز البحث

أنا الممضي أدناه،

السيد (ة): هووي ياسر

الصفة: طالب، أستاذ باحث، باحث دائم

الحامل (ة) لبطاقة التعرف الوطنية رقم: 206868929

والصادرة بتاريخ: 2021-08-02

عن دائرة: لحام الضلحة

المسجل (ة) بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم: علوم الإعلام والاتصال

والمكلف (ة) بإنجاز أعمال بحث (مفكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)، عنوانها:

دور التدريب الإعلامي في تنمية المهارات

الاتصال لدى طلبة كلية الإعلام والتدريب هو دراسة

أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه.

التاريخ: 2022/06/16

إمضاء المعني

شهادة المصادقة

16 جوان 2022



عن رئيس المجلس الشعبي البلدي
وبالصفحة رقم 11
نائب رئيس المجلس الشعبي البلدي
إمضاء: اوصديق عبد الحي

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ