



ISSN: 1999-5601 (Print) 2663-5836 (online)

Lark Journal

Available online at: <https://lark.uowasit.edu.iq>



\*Corresponding author:

**Dr. Mohaned hameed obaid**

**Hamza Khaled Mutashar**

Imam alkadhum college/ Wasit/  
Department of media

Email:

[Mohaned.hamed@alkadhum-col.edu.iq](mailto:Mohaned.hamed@alkadhum-col.edu.iq)

[Ha782556@gmail.com](mailto:Ha782556@gmail.com)

**Keywords:**

Media training, Vocational training, Benefits of training for employees, Media training goals, Professional development

**ARTICLE INFO**

**Article history:**

Received 20 Apr 2023

Accepted 8 May 2023

Available online 1 Jul 2023

## Media training and its role in developing the performance of workers in radio and television institutions

### ABSTRACT

Media training plays a prominent and important role in developing the performance of workers in radio and television institutions in order to improve their knowledge and media skills, so this research discusses media training and its role in developing the performance of workers in radio and television institutions.

This research is descriptive and the researchers used the survey method, and (Al-Kut FM Radio, Wasit TV, and Al-Kut Radio and TV "Iraqi Media Network") were selected as a research community, and a comprehensive inventory of all (54) members of the research community was relied upon. The study reached several results, most notably:

1. More than half of the respondents working in radio and television institutions confirmed that their institutions are not keen on involving them in training or development courses to raise their technical and professional capabilities.
2. Workers in radio and television institutions seek to participate in training and development courses to keep abreast of recent developments in the field of devices and equipment for media production.

© 2023 LARK, College of Art, Wasit University

DOI: <https://doi.org/10.31185/>

## التدريب الإعلامي ودوره في تطوير أداء العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية

م.د. مهند حميد عبيد / كلية الإمام الكاظم (ع) / أقسام واسط / قسم الإعلام

م.م. حمزه خالد مطشر / رئاسة جامعة واسط / قسم الإعلام والعلاقات العامة

الخلاصة:

يلعب التدريب الإعلامي دوراً بارزاً ومهماً في تطوير أداء العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية بهدف تحسين معارفهم ومهاراتهم الإعلامية، لذا يناقش هذا البحث التدريب الإعلامي ودوره في تطوير أداء العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية، وتهدف الدراسة في الكشف عن طبيعة الموضوعات الخاصة بالتدريب الإعلامي والتي تركز عليها المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية.

وقائع المؤتمر العلمي السابع تحت شعار (العلوم الانسانية بين التحديات الراهنة والافاق المستقبلية) الذي اقامته كلية الآداب في جامعة واسط بتاريخ 2023/7/1

ويعد هذا البحث وصفيًا واستخدم الباحثان المنهج المسحي، وتم اختيار (اذاعة الكوت أف-أم، وقناة واسط، واذاعة وتلفزيون الكوت "شبكة الإعلام العراقي") كمجتمع بحث، وتم الاعتماد على الحصر الشامل لجميع مفردات مجتمع البحث والبالغ عددهم (54) إعلامي، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:

1. أكد أكثر من نصف المبحوثين العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية أن مؤسساتهم لا تحرص على اشراكهم في دورات تدريبية أو تطويرية لرفع امكانياتهم الفنية والمهنية.
  2. يسعى العاملون في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية للاشتراك بدورات تدريبية وتطويرية لمواكبة التطورات الحديثة في مجال الأجهزة والمعدات الخاصة بالإنتاج الإعلامي.
- كلمات مفتاحية:** التدريب الإعلامي، التدريب المهني، فوائد التدريب للموظفين، أهداف التدريب الإعلامي، التطوير المهني

## مقدمة

يعد التدريب الإعلامي من المهام الرئيسة لكل مؤسسة إعلامية، عبر تأهيل الكوادر العاملة فيها، وتطوير أداءهم بما يتناسب وحجم التطورات التقنية والفنية في مجال الإنتاج الإعلامي، ومما لا شك فيه أن التدريب الإعلامي، والتأهيل المهني والفني من المهام الرئيسة في إدارة المؤسسات الإعلامية؛ وذلك لأن العمل الإعلامي بشكل عام يرتبط بشكل كبير مع التطورات والتحسينات الفنية والتقنية، فلا يمكن لأي وسيلة إعلامية أن تستغني عن أي أداة تساعد على تطوير المضمون الإعلامي، أو تقلل من التكاليف أو الجهود، فعلى سبيل المثال عندما ظهرت تقنية التصوير عالي الوضوح (HD) تحتم على القنوات التلفزيونية الانتقال إلى هذا النظام وترك نظام (SD) الرقمي، وهذا يشير إلى أهمية التدريب الإعلامي للكوادر الإعلامية لغرض الحصول على إنتاجية كبيرة في مجال العمل الإعلامي، ويأتي ذلك عبر إشراك العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية بدورات تطويرية لرفع كفاءاتهم الفنية والإعلامية .

## المبحث الأول: منهجية البحث

### أولاً: مشكلة البحث

تتجسد مشكلة بحثنا في التدريب الإعلامي ودوره في تطوير أداء العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية، إذ صاغ الباحثان عدة تساؤلات تتجلى في التساؤل الرئيس: ما دور التدريب الإعلامي في

وقائع المؤتمر العلمي السابع تحت شعار (العلوم الانسانية بين التحديات الراهنة والافاق المستقبلية) الذي اقامته كلية الآداب في جامعة

واسط بتاريخ 2023/7/1

تطوير أداء العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية؟ وفي ضوء هذا حدد الباحثان عدة تساؤلات فرعية والتي تثير اهتمام العاملين في المؤسسات الإعلامية وتطوير مهاراتهم وامكانياتهم الإعلامية، وتتمثل بما يأتي:

- 1- ما مدى حرص المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية والكوادر الإعلامية على المشاركة في دورات تدريبية داخل المؤسسات وخارجها؟
- 2- ما الطرق والأدوات التي يفضلها العاملون في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية في تطوير كفاءاتهم في مجال الإعلام؟
- 3- ما طبيعة التدريبات التي تستخدمها المؤسسات الإعلامية في تطوير كوادرها؟
- 4- ما أسباب زج الكوادر الإعلامية بدورات تدريبية؟
- 5- ما الطرق المناسبة لتطوير كفاءة العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية؟

#### ثانياً: أهمية البحث

تتجسد أهمية البحث من أهمية موضوع البحث، فإن موضوع التدريب الإعلامي من الموضوعات المهمة في الوقت الحاضر، إذ يشير التدريب الإعلامي إلى المشاركة المخططة رسمياً في الأنشطة التي تهدف إلى تزويد العاملين في المؤسسات الإعلامية بالمعرفة والمهارات والمواقف المفيدة لأداء وظيفتهم، بحيث تقوم المؤسسات الإعلامية بصياغة برامج كاملة يتم تنفيذها من خلال تحقيق خطط تدريب دورية يتم تنظيمها في الاستراتيجية لغرض تعليم وتدريب موظفيها، فإن أهمية البحث تركز في (التدريب الإعلامي ودوره في تطوير أداء العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية)، إذ يعد هذا الموضوع من الموضوعات التي تنسم بالحدثة، وعلى الرغم من أهمية التدريب للعاملين في المؤسسات الإعلامية، إلا أن ما خرج به البحث في وجود ندرة بالدراسات العراقية في مجال التدريب الإعلامي بشكل عام، وعدم وجود دراسة تتناول التدريب الإعلامي ودوره في تطوير أداء العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية بشكل خاص -على حد علم الباحثين-، الامر الذي يشير إلى أن موضوعات التدريب الإعلامي لم تأخذ نصيبها في مجال البحث العلمي، وهذا الامر يوضح أهمية البحث ليؤسس لدراسات لاحقة في هذا المجال.

#### ثالثاً: أهداف البحث

نسعى من خلال هذا البحث إلى تحقيق عدة أهداف وهي:

وقائع المؤتمر العلمي السابع تحت شعار (العلوم الانسانية بين التحديات الراهنة والافاق المستقبلية) الذي اقامته كلية الآداب في جامعة واسط بتاريخ 2023/7/1

1- معرفة مدى حرص المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية والكوادر الإعلامية على المشاركة في دورات تدريبية داخل المؤسسات وخارجها.

2- الكشف عن الطرق والأدوات التي يفضلها العاملون في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية في تطوير كفاءاتهم في مجال الإعلام.

3- التعرف على طبيعة التدريبات التي تستخدمها المؤسسات الإعلامية في تطوير كوادرها.

4- التقصي عن أسباب زج الكوادر الإعلامية بدورات تدريبية.

5- معرفة الطرق المناسبة لتطوير كفاءة العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية.

رابعاً: فرضية البحث: تهتم المؤسسات الإعلامية بشكل كبير بالتدريب الإعلامي لغرض تطوير أداء كوادرها الإعلامية.

#### خامساً: نوع البحث ومنهجه

يعد هذا البحث وصفيّاً؛ لأنه يصف ظاهرة أو مشكلة معينة من خلال الدراسة والتحليل، للخروج بمؤشرات علمية تخدم مجال البحث العلمي، واستخدم الباحثان المنهج المسحي ، لان هذا المنهج يتلائم مع طبيعة الموضوع في عرض خصائص ظاهرة أو موضوع ما بأسلوب موضوعي دقيق، وبما أن طبيعة بحثنا تتطلب اللجوء إلى إجراء المسح الميداني على دراسة القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية، لذلك وجد الباحثان أن المنهج المسحي هو الأنسب في تحقيق أهداف البحث.

#### سادساً: مجالات البحث:

اعتمد الباحثان في هذا البحث على مجالات عدة وهي:

1- المجال المكاني: اقتصرت حدود هذا البحث في محافظة واسط.

2- المجال الزمني: أجريت الدراسة خلال الفترة الواقعة ما بين (2023/3/10م وحتى 2023/4/10م)، وهي المرحلة التي اعد فيها الباحثان استمارة الاستبانة وتوزيعها على الخبراء والمحكمين، ومن ثم تم توزيعها على عينة البحث.

3- المجال البشري: اقتصر المجال البشري على العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية في محافظة واسط.

#### سابعاً: مجتمع البحث وعينته

وقائع المؤتمر العلمي السابع تحت شعار (العلوم الانسانية بين التحديات الراهنة والافاق المستقبلية) الذي اقامته كلية الآداب في جامعة واسط بتاريخ 2023/7/1

يتمثل مجتمع البحث على العاملين بالمؤسسات الإذاعية والتلفزيونية في محافظة واسط من المستويات العمرية المختلفة من كلا الجنسين، وقد اختار الباحثان العاملين من: (اذاعة الكوت أف-أم، وقناة واسط، واذاعة وتلفزيون الكوت "شبكة الإعلام العراقي") كمجتمع بحث، وذلك لعدة أسباب وهي:

1. يرغب الباحثان في اجراء دراستهم الميدانية على المحافظات؛ لأن أغلب المؤسسات الإعلامية يكون مقرها في بغداد فينأثر العاملون في المؤسسات الإعلامية مع البيئة المحيطة والكوادر المتقدمة الموجودة هناك، بينما يتواجد في المحافظات مكاتب للمؤسسات الإعلامية الأمر الذي يجعلهم بحاجة إلى دورات تدريبية وتطويرية.

2. تعد هذه المؤسسات من المؤسسات الإعلامية الرسمية في محافظة واسط.

3. ضرورة معرفة مدى حاجة مكاتب المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية إلى دورات ومعايشة لغرض الاطلاع على أحدث التقنيات والمعدات الإعلامية.

وقد أجرى الباحثان حصراً شاملاً لمجتمع البحث والبالغ (54) إعلامياً يعملون في (اذاعة الكوت أف-أم، وقناة واسط، واذاعة وتلفزيون الكوت "شبكة الإعلام العراقي") للحصول على نتائج علمية تخص موضوع التدريب الإعلامي، ودوره في تطوير أداء العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية.

### ثامناً: أدوات البحث

1- الاستبانة: وهي أداة بحث تتكون من مجموعة من الأسئلة أو أنواع أخرى من المحفزات التي تهدف إلى جمع المعلومات من الجمهور المستهدف في البحث، وقد جرى إعدادها بشكل علمي ومنهجي، يسعى الباحثان من خلالها إلى جمع البيانات الشخصية عن المبحوثين وقياس حجم المعرفة المتحققة في أهداف البحث.

### تاسعاً: الصدق والثبات

اعتمد الباحثان على الصدق الظاهري كأحد أنواع قياس المحتوى المعتمد في الدراسات الإعلامية، إذ وزع الباحثان استمارة الاستبانة على عدد من الخبراء والمحكمين المختصين في مجال الإعلام(\*) للاطلاع على

الخبراء هم:\*

- أ.م.د شريف سعيد حميد، جامعة بغداد ، كلية الإعلام، قسم الاذاعة والتلفزيون.

- أ.م.د مدين عمران التميمي، الجامعة المستنصرية، كلية الآداب، قسم الإعلام.

- أ.م.د علي فاخر عبد ، الجامعة المستنصرية، كلية الآداب، قسم الإعلام.

- أ.م.د خلف كريم كيوش ، جامعة واسط ، كلية الآداب، قسم الإعلام.

- أ.م.د حيدر شلال متعب، جامعة كربلاء، كلية العلوم الإسلامية.

وقائع المؤتمر العلمي السابع تحت شعار (العلوم الانسانية بين التحديات الراهنة والافاق المستقبلية) الذي اقامته كلية الآداب في جامعة

واسط بتاريخ 2023/7/1

فقرات الاستبانة وقياس مدى ملائمة الاستبانة مع عنوان البحث وموضوع الدراسة، ومدى تحقيقها لأهداف البحث، وقد حصلت الاستمارة على نسبة اتفاق عالية وهي بنسبة 94% إذ تعتبر هذه النسبة مقبولة لاعتماد الاستمارة في البحث.

### عاشراً: أسباب اختيار موضوع البحث

لكل دراسة أسباب ودوافع تدفع الباحث في اختيار موضوع بحثه دون غيره من المواضيع ومن تلك الاسباب والدوافع هي:

- 1- حداثة الموضوع حيث أنه يركز على التدريب الإعلامي ودوره في تطوير أداء العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية.
- 2- قلة الدراسات الميدانية والنظرية التي تناولت موضوع التدريب الإعلامي ودوره في تطوير أداء العاملين في المؤسسات الإعلامية.
- 3- الرغبة للوصول إلى اجابات مقنعة حول الموضوع، لاسيما فيما يخص مكانة المؤسسات الإعلامية ومدى مساهمتها في تطوير الإداء الوظيفي للعاملين.
- 4- محاولة إثراء البحث العلمي في ميدان التدريب الإعلامي للصحفيين والإعلاميين.

### الحادي عشر: دراسات سابقة

- 1- دراسة (ناجي، 2016م): تتضح أهمية هذه الدراسة، في التدريب كعملية أساسية وحيوية تحتاج إليها المؤسسات الإعلامية، ونظرا للتطورات التي يشهدها مجال الإعلام ، فضلاً عن إهمال بعض المؤسسات الإعلامية للتدريب الإعلامي، إذ تركز هذه الدراسة عل التدريب بوصفه عاملاً مهماً وأساسياً في رفع أداء الصحفيين وتطويرهم، على الرغم من قلة الدراسات المتعلقة بموضوع التدريب ودوره في تطوير أداء الإعلاميين، وهذا ما دفع الباحث لإجراء الدراسة، إذ توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها: الدورات التي شارك الإعلاميون فيها وتلقي المهارات والخبرات النظرية والتطبيقية وكان من أبرز نتائج هذه الدورات هو الاطلاع على الصحف القومية والتحرير الصحفي ومهارات الاتصال جاء في المرتبة الاولى، وحصلت فئة تعلم اللغات على المرتبة الثانية، وفيما حصلت التكنولوجيا وبرامجها المختلفة على المرتبة الثالثة، وفي المرتبة الرابعة جاءت دورات تثقيفية عامة.

وقائع المؤتمر العلمي السابع تحت شعار (العلوم الانسانية بين التحديات الراهنة والافاق المستقبلية) الذي اقامته كلية الآداب في جامعة واسط بتاريخ 2023/7/1

**2- دراسة: (مباركة، 2020م):** تناولت هذه الدراسة الحديث عن العمل داخل المؤسسات الإعلامية مما يدفعنا

الأمر للحديث عن الموارد البشرية الذي يعد العنصر الاساس في أي عملية اتصالية ولا يمكن بدونه لأي مؤسسة أن تحافظ على بقائها واستمرارها، ويحتاج هذا المورد من مدة إلى أخرى إلى عملية تنشيط المهارات والخبرات وتجديدها فضلا عن التركيز على هذه الخبرات التي تجعله يقوم بأداء مهامه بكل كفاءة، ومن هنا تظهر أهمية أثر التدريب في انجاح أي مؤسسة، ومن أهداف هذه الدراسة البحث حول دور التدريب الإعلامي في تحسين الاداء المهني للإعلاميين في اذاعة سوق اهراس، وتصنف هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي اعتمد فيها على اداة الاستبيان الذي تم توزيعه على عينة قصدية من عمال اذاعة سوق اهراس وكان ذلك بهدف الاجابة عن التساؤل المركزي الآتي: ما دور التدريب الإعلامي في تحسين الاداء المهني للإعلاميين في اذاعة سوق اهراس؟ وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة منها:

أ- اتضح من خلال الاستبانة أن عمال اذاعة سوق اهراس لم يشاركوا في دورات تدريبية إعلامية سابقة وهذا الأمر راجع لعدم توفر هذه الدورات والتي تكون فرصتها قليلة جدا بالنسبة للعمال وهذا ما يؤثر سلبا على هذه المؤسسة الإعلامية.

ب- وقفت الدراسة على أن عمال اذاعة سوق اهراس أن التدريب الذي تلقوه هو تدريب معرفي من خلال تلقهم لمعلومات نظرية بحتة.

**3- دراسة: (كريم، 2017م):** بينت هذه الدراسة أن للتدريب أثراً كبيراً في دفع عجلة التطوير والتجديد للمؤسسات الإعلامية وتسيير الأفراد العاملين فيها، إذ يعد التدريب معبراً أساسياً للمؤسسات الإذاعية خاصة والإعلامية عامة، فالتدريب يسعى إلى تحقيق أهداف المؤسسة وتحسين مردودها الإعلامي وتحقيق الجودة المطلوبة وتحسين الأداء العام لمواردها البشرية لبلوغ التجديد والتغيير، لذلك جاء تركيز هذه الدراسة على التدريب لتحقيق واجبات أساسية منوطة بمهام المؤسسة للوصول إلى الهدف الاسمي المرجو منه سواء كان التدريب داخل المؤسسة أو خارجها، أن الاهتمام بالتدريب والتركيز عليه يغير سلوكيات الأفراد داخل العمل فضلا عن تجديد معارفهم ودعم ثقافة التغيير والتطوير الإداري، فقد توصلت الدراسة إلى عدة توصيات عدة أبرزها:

1- من الجوانب المهمة التي تعتمد عليها إذاعة المسيلة الجهوية هو تحقيق عدد من الوظائف والعمليات الإدارية لدعم موظفيها وتلبية احتياجاتهم الأساسية التي يتطلبها العمل، وكما تسعى إلى تحقيق متطلبات

وقائع المؤتمر العلمي السابع تحت شعار (العلوم الانسانية بين التحديات الراهنة والافاق المستقبلية) الذي اقامته كلية الآداب في جامعة واسط بتاريخ 2023/7/1

العملية التدريبية للموظفين العاملين في المؤسسة كلهم حسب وظائفهم الأساسية واحتياجاتهم التدريبية من معارف ومهارات ومعلومات.

2- من الاستراتيجيات المهمة التي تقوم بها إذاعة المسيلة الجهوية هو استعمال مجموعة من التقنيات الأساسية لتدريب العاملين وتحسين أدائهم وتحقيق أهدافهم ومن ثم تنعكس هذه التقنيات على المؤسسة بصورة ايجابية.

## الثاني عشر: مصطلحات البحث

1- **التدريب الإعلامي:** يشير مفهوم التدريب الإعلامي إلى البرامج والدورات التدريبية والتطويرية التي تركز على المهارات المطلوبة للعاملين في مجال الإعلام من اكتسابهم التعليم النظري والتطبيقي (المهني الفني)، إذ يتيح التدريب الإعلامي للعاملين في المؤسسات الإعلامية استكشاف استراتيجيات مهنية مختلفة فضلاً عن الاستعداد للعمل الخاص أو التعليم المتقدم.

2- **التطوير المهني:** "نشاط موجه إلى التحسين العام لأداء الأفراد والمنظمة للمستقبل" (برنوطي، 2001، صفحة 434).

3- **الأداء:** "قيام الفرد بالأنشطة والمهام المختلفة التي يتكون منها عمله في منظمة ما" (عاشور، 2005، صفحة 25).

4- **المؤسسات الإعلامية:** "صورة عقلانية لنشاط يقوم به مجموعة من الأشخاص من أجل تحقيق أهداف مشتركة ومحددة بالاعتماد على نظام تقسيم العمل تحت قيادة سلطة" (حمداوي، 2004، صفحة 123).

5- **المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية:** يشير مصطلح المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية إلى (إذاعة الكوت أف-أم، وقناة واسط، وإذاعة وتلفزيون الكوت "شبكة الإعلام العراقي") في محافظة واسط والتي تم اجراء الدراسة عليها.

## المبحث الثاني: أهمية التدريب في المؤسسات الإعلامية

### التدريب الإعلامي

يعد التدريب الإعلامي من الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها المؤسسات الإعلامية بقصد رفع كفاءة العاملين في تلك المؤسسات لغرض انتاج مضامين إعلامية تواكب التطورات الحديثة، لذا فإن موضوع التدريب لا يمكن للمؤسسات الإعلامية الاستغناء أو الابتعاد عنه؛ وذلك لأن عملية الانتاج الإعلامي تتطلب المعرفة بأحدث التقنيات والأجهزة والمعدات التي تساعد على تحقيق ذلك الانجاز، فمن غير الممكن أن تعتمد

وقائع المؤتمر العلمي السابع تحت شعار (العلوم الانسانية بين التحديات الراهنة والافاق المستقبلية) الذي اقامته كلية الآداب في جامعة

واسط بتاريخ 2023/7/1

المؤسسات الإعلامية على الأجهزة والتقنيات القديمة مع ظهور وتطور الأجهزة والمعدات التي تساعد على تسهيل عملية الانتاج وتختصر الجهود وتقلل التكاليف.

لذا فإن التدريب الإعلامي نشاط متجدد ومستمر يعمل على مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة في المجال الإعلامي، ويهدف إلى تمكين الإعلاميون والعاملين في المؤسسات الإعلامية من هذه التقنيات ومساعدتهم على فهم استعمال التكنولوجيا الحديثة بشكل أمثل بما ينسجم مع التطورات الحديثة وبما يخدم أهداف المؤسسات الإعلامية، ويحقق أهداف العاملين في تلك المؤسسات، فضلاً عن انتاج مضامين تتلاءم مع التطورات والتقنيات الحديثة بحيث تكون قادرة على جذب الجمهور وتشويقه (الكويقي، 2020، صفحة 14).

### أهمية التدريب بشكل عام:

يجب أن يؤدي التدريب المهني أثناء العمل إلى تغيير في معارف الموظفين ومواقفهم وسلوكياتهم المتعلقة بالعمل، مما يعني أن الموظفين يغيرون معارفهم ومهاراتهم المتعلقة بعملهم أو العلاقات التي تنشأ من العمل الذي يؤديه، يشير التدريب الإعلامي إلى المشاركة المخططة رسمياً في الأنشطة التي تهدف إلى تزويد الموظفين بالمعرفة والمهارات والمواقف الإضافية المفيدة لأداء وظيفتهم، أذ يعني التدريب المهني بأنه وسيلة بارزة لتوفير أنشطة التعلم، وتعتبر هذه الأنشطة جزءاً لا يتجزأ من جميع خطط التدريب في المؤسسات الإعلامية.

إذ يعد التدريب ركيزة مهمة وأساسيا في تمكين الموظفين، حيث لا بد أن تتضمن جهود المؤسسة في اقامة برامج تدريبية مناسبة بالعديد من المجالات المختلفة مثل: حل القضايا والمشكلات ومهارات الاتصال وإدارة الصراع والعمل ضمن فريق واحد بهدف رفع مستوى العاملين وتمكينهم (المعاني، 2010، صفحة 145).

ويعرف التدريب المهني: بأنه رفع قدرة الموظف على اتخاذ القرارات بنفسه وبدون ارشاد الإدارة، فالهدف الأساسي من التدريب هو توفير الظروف الملائمة والسماح لكافة العاملين بأن يساهموا بأقصى طاقاتهم في جهود التحسين المستمر، وبالتالي فإن مفهوم التدريب يتضمن مشاركة عملية في اتخاذ القرارات مع المستويات الأخرى، أنه يعني أكثر من مجرد التفويض فالموظف يشعر بالمسؤولية ليس فقط عن الأعمال التي يؤديها بل يشعر بالمسؤولية كذلك عن الأعمال خارج حدود وظيفته، بحيث تعمل المؤسسة كلها بشكل أفضل (جودة، 2010، صفحة 138).

وقائع المؤتمر العلمي السابع تحت شعار (العلوم الانسانية بين التحديات الراهنة والافاق المستقبلية) الذي اقامته كلية الآداب في جامعة واسط بتاريخ 2023/7/1 وتعرفه الجمعية الأمريكية للتدريب والتنمية بأنه: "تخصص فرعي من تخصصات حقل القوى البشرية في المنظمات يهتم بتحديد وتطوير الكفايات الرئيسية للقوى البشرية من خلال التعلم المخطط مما يساعد الأفراد على أداء وظائفهم الحالية والمستقبلية بفاعلية" (Mclagen, 1983, p. 130).

### فوائد التدريب للموظفين:

للتدريب العديد من الفوائد التي ترفع من المستوى المعرفي للعاملين ومن تلك الفوائد مايلي (توفيق، 2007، صفحة 30):

- 1- مواكبة المؤسسات لمتطلبات البيئة المتغيرة ومواكبة التحديث والتطوير الحاصلين في المحيط.
- 2- تقليل أخطاء العاملين وعيوب العمل، نظرا لزيادة إلمامهم بأعمالهم وقدرتهم على الأداء وتحقيق الرضا الوظيفي.
- 3- غرس أخلاقيات وسلوكيات جديدة واتجاهات تسهم في تحسين جو العمل.
- 4- زيادة كفاءة إنتاجية العاملين ومعرفتهم وخبراتهم المهنية، وتأهيلهم لممارسة اعمالهم ووظائفهم بمستوى عالي.
- 5- تحسين المعارف الاختصاصية والعامة للعاملين بما يواكب متطلبات العصر المعرفية.

### أهداف التدريب الإعلامي

هناك أهداف عدة للتدريب الإعلامي تتمثل في ما يأتي (مباركة، 2020م، صفحة 123):

- 1- القدرة على الاعداد الجيد للإعلاميين القادرين على التعامل الجيد مع الرسالة الإعلامية والقدرة على أداء المهام والوظائف المختلفة.
- 2- القدرة على مواجهة التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والفنية ومواكبة التطورات العلمية والتكنولوجية.
- 3- تحقيق أهداف المؤسسات الإعلامية بحيث تكون قادرة على فرض نفسها في الساحة الإعلامية من خلال تحقيق أو انتاج مضامين ذات كفاءة عالية.

وهناك أهداف أخرى للتدريب الإعلامي وهي (الكوفي، 2020، الصفحات 15-16):

وقائع المؤتمر العلمي السابع تحت شعار (العلوم الانسانية بين التحديات الراهنة والافاق المستقبلية) الذي اقامته كلية الآداب في جامعة واسط بتاريخ 2023/7/1

1- أهداف تدريبية ابتكارية إبداعية: وهي الأهداف التي تتعلق برفع مهارات العاملين في المؤسسات الإعلامية بطريقة غير تقليدية.

2- أهداف تدريبية لحل المشكلات: وهي الدورات التي تتعلق بالجانب التقني والفني والمشكلات التي تتصل بها بحيث يتم زج العاملون في المؤسسات الإعلامية بهذه الدورات لغرض حل بعض المشكلات.

3- أهداف تدريبية روتينية: وهي الدورات التي تتعلق بالموضوعات المتشابهة بحيث لا تقدم هذه الدورات أي قيمة علمية أو مهنية للشخص الذي يشترك فيها.

### المبحث الثالث: التدريب الإعلامي ودوره في تطوير أداء العاملين

اعتمد الباحث في دراسته الميدانية على اجابات العاملين في المؤسسات الإعلامية في محافظة واسط لغرض بناء التصورات الخاصة بأهمية التدريب المهني لرفع كفاءة العاملين في تلك المؤسسات، وتتلخص نتائج الدراسة الميدانية فيما يأتي:

1- المؤسسة الإعلامية: توزعت استمارات الاستبيان على العاملين في المؤسسات الإعلامية في محافظة واسط بواقع 26 استمارة لقناة واسط وبنسبة مئوية بلغت 48.2%، بينما تم توزيع 15 استمارة استبيان لإذاعة وتلفزيون الكوت (قناة العراقية) وبنسبة مئوية بلغت 27.8% ، أما إذاعة الكوت فقد تم توزيع 13 استمارة استبيان للعاملين فيها وبنسبة بلغت 24%، ينظر جدول (1).

جدول (1) يبين توزيع الاستمارات على المؤسسات الإعلامية

المرتبة	النسبة	التكرار	المؤسسات الإعلامية	ت
الأولى	48.2%	26	قناة واسط	
الثانية	27.8%	15	إذاعة وتلفزيون الكوت (شبكة الإعلام العراقي)	
الثالثة	24%	13	إذاعة الكوت أف- أم	

وقائع المؤتمر العلمي السابع تحت شعار (العلوم الانسانية بين التحديات الراهنة والافاق المستقبلية) الذي اقامته كلية الآداب في جامعة واسط بتاريخ 2023/7/1

	%100	54	المجموع
--	------	----	---------

**2- سنوات الخبرة للعاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية:** تباينت اجابات العاملين في المؤسسات الإعلامية بشأن سنوات الخبرة في العمل الإعلامي، إذ أشار 18 مبحوثاً ونسبتهم 33.3% أن عدد سنوات خبرتهم في مجال العمل الإعلامي بلغت (من 10 سنوات فأكثر) وحلت بذلك بالمرتبة الأولى، أما في المرتبة الثانية فقد حصلت المدة (من 1-3 سنوات) على تأييد 12 مبحوثاً ونسبتهم 22.2%، وفي المرتبة الثالثة حلت المدة (من 7-9 سنوات) إذ أشار إليها 11 مبحوثاً ونسبتهم 20.4%، أما المدة (من 4-6 سنوات) فقد حلت بالمرتبة الرابعة إذ أشار إليها 9 مبحوثين وبنسبة مئوية 16.7%، وفي المرتبة الأخيرة حلت المدة (أقل من سنة) إذ أشار إليها 4 مبحوثين فقط ونسبتهم 7.4%، ينظر جدول (2).

جدول (2) يبين سنوات الخبرة للعاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية

ت	سنوات الخبرة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1-	من 10 سنوات فأكثر	18	33.3%	الأولى
	من 1-3 سنوات	12	22.2%	الثانية
3-	من 7-9 سنوات	11	20.4%	الثالثة
	من 4-6 سنوات	9	16.7%	الرابعة
	أقل من سنة	4	7.4%	الخامسة
	المجموع	54	100%	

**3- مدى حرص المؤسسات الإعلامية على اشراك الكوادر بدورات تدريبية:** توزعت اجابات المبحوثين بشأن التساؤل (ما مدى حرص مؤسستك الإعلامية على اشراكك بدورات تدريبية وتطويرية؟) إذ أشار 32 مبحوثاً ونسبتهم 59.3% أن مؤسساتهم الإعلامية لا تحرص على اشراكهم بدورات تدريبية وتطويرية، بينما

وقائع المؤتمر العلمي السابع تحت شعار (العلوم الانسانية بين التحديات الراهنة والافاق المستقبلية) الذي اقامته كلية الآداب في جامعة واسط بتاريخ 2023/7/1

أكد 12 مبحوثاً ونسبتهم 22.2% أن مؤسساتهم الإعلامية **تحرص بشكل كبير** على اشراكهم بدورات تدريبية، أما من أشار إلى أن مؤسساتهم الإعلامية **تحرص إلى حد ما** باشر اكهم بدورات تدريبية وتطويرية بلغ عددهم 10 مبحوثين ونسبتهم 18.5%، ينظر جدول (2).

جدول (2) يبين حرص المؤسسات الإعلامية على الاشتراك بالدورات التدريبية

ت	الحرص	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1-	لا تحرص	32	59.3%	الاولى
2-	تحرص بشكل كبير	12	22.2%	الثانية
3-	تحرص إلى حد ما	10	18.5%	الثالثة
	المجموع	54	100%	

4- **مدى المشاركة في دورات تدريبية خارج نطاق المؤسسة:** أظهرت اجابات المبحوثين بشأن التساؤل (ما مدى مشاركتك في دورات تدريبية خارج نطاق المؤسسة؟) أن 29 مبحوثاً ونسبتهم 53.7% أنهم **غالباً** يشتركون بدورات تدريبية خارج نطاق المؤسسة، بينما أكد 15 مبحوثاً ونسبتهم 27.8% أنهم **أحياناً** يشتركون بدورات تدريبية خارج نطاق المؤسسة، أما الذين يشتركون بشكل (نادر) بلغ عددهم 10 مبحوثين ونسبة مئوية بلغت 18.5%، ينظر جدول (4).

جدول (4) يبين مشاركة المبحوثين بدورات تدريبية خارج نطاق المؤسسة

ت	المشاركة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1-	غالباً	29	53.7%	الاولى
2-	احياناً	15	27.8%	الثانية

وقائع المؤتمر العلمي السابع تحت شعار (العلوم الانسانية بين التحديات الراهنة والافاق المستقبلية) الذي اقامته كلية الآداب في جامعة واسط بتاريخ 2023/7/1

3-	نادرا	10	18.5%	الثالثة
	المجموع	54	100%	

5- عدد الدورات التطويرية التي يشارك بها العاملون في المؤسسات الإعلامية: بينت اجابات المبحوثين بشأن عدد الدورات التدريبية والتطويرية التي شاركوا فيها أن 18 مبحوثاً ونسبتهم 33.3% أكدوا أنهم اشتركوا في دورة تدريبية واحدة، بينما من اشترك بدورتين تدريبيتين بلغ عددهم 15 مبحوثاً ونسبتهم 27.8%، أما الذين لم يشتركوا بدورات تدريبية بلغ عددهم 8 مبحوثين ونسبتهم 14.8%، أما الذين اشتركوا أكثر من ثلاث دورات تدريبية بلغ عددهم 7 مبحوثين وبنسبة مئوية بلغت 13%، بينما من اشترك بثلاث دورات تدريبية بلغ عددهم 6 مبحوثين ونسبتهم 11.1%، ينظر جدول (5).

جدول (5) يبين عدد الدورات التدريبية التي شارك بها المبحوثين

ت	عدد الدورات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1-	دورة تدريبية واحدة	18	33.3%	الاولى
2-	دورتان تدريبيتان	15	27.8%	الثانية
3-	لم اشترك	8	14.8%	الثالثة
4-	أكثر من ثلاث دورات	7	13%	الرابعة
5-	ثلاث دورات تدريبية	6	11.1%	الخامسة
	المجموع	54	100%	

6- أسباب زج الكوادر الإعلامية بدورات التدريبية: بينت اجابات المبحوثين بشأن أسباب زجهم بدورات تدريبية وتطويرية أن 38 مبحوثاً ونسبتهم 20.4% أكدوا أن سبب زجهم بدورات تدريبية بسبب ظهور تقنيات ومعدات فنية حديثة، بينما أكد 35 مبحوثاً ونسبتهم 18.8% أن سبب زجهم بدورات تدريبية لغرض

وقائع المؤتمر العلمي السابع تحت شعار (العلوم الانسانية بين التحديات الراهنة والافاق المستقبلية) الذي اقامته كلية الآداب في جامعة واسط بتاريخ 2023/7/1

تحقيق الترقية الوظيفية، وأكد 33 مبحوثاً ونسبتهم 17.7% إن سبب زجهم بدورات تدريبية لغرض مواكبة التطورات والتحديثات في مجال الإنتاج الإعلامي، بينما أشار 30 مبحوثاً ونسبتهم 16.1% نحو سبب الرتابة والتقليدية في الإنتاج الإعلامي، وأكد 24 مبحوثاً ونسبتهم 13% إن سبب زجهم بدورات تدريبية وتطويرية لغرض البحث عن الأفكار والتصورات الحديثة، بينما أكد 22 مبحوثاً ونسبتهم 11.8% إن سبب زجهم بدورات تدريبية بسبب تطور البيئة الإعلامية المحيطة، وأخيراً أكد 4 مبحوثين ونسبتهم 2.2% إن سبب زجهم بدورات تدريبية عدم ملائمة المضامين التي انتجها مع اهتمامات الجمهور، وتشير نتائج اجابات المبحوثين أن أغلب الدورات التدريبية والتطويرية يتم زج العاملون فيها لغرض ظهور تقنيات ومعدات تقنية وفنية حديثة مثل معدات التصوير والاضاءة وغيرها من عوامل الانتاج، ينظر جدول (6).

جدول (6) يبين أسباب زج الكوادر الإعلامية بدورات تدريبية

ت	السبب	التكرار	النسبة	المرتبة
1-	ظهور تقنيات ومعدات فنية حديثة	38	20.4%	الاولى
2-	لتحقيق الترقية الوظيفية	35	18.8%	الثانية
3-	مواكبة التطورات والتحديثات في مجال الانتاج الإعلامي	33	17.7%	الثالثة
4-	الرتابة والتقليدية في الانتاج الإعلامي	30	16.1%	الرابعة
5-	البحث عن الأفكار والتصورات الحديثة	24	13%	الخامسة
6-	تطور البيئة الإعلامية المحيطة	22	11.8%	السادسة
7-	عدم ملائمة المضامين التي انتجها مع	4	2.2%	السابعة

			اهتمامات الجمهور
	%100	*186	المجموع

7- مدى اهتمام المؤسسات الإعلامية بالدورات التدريبية والتطويرية لرفع كفاءة العاملين: تباينت اجابات المبحوثين بشأن اهتمام المؤسسات الإعلامية بالدورات التدريبية بحيث أكد نصف المبحوثين وعددهم 27 مبحوثاً ونسبتهم 50% أن مؤسساتهم الإعلامية لا تهتم بالتدريب الإعلامي، بينما أكد 19 مبحوثاً ونسبتهم 35.2% أن مؤسساتهم الإعلامية تهتم بالتدريب الإعلامي إلى حد ما، أما من أكد بأنها تهتم بشكل كبير فقد بلغ عددهم 8 مبحوثين ونسبتهم 14.8%، وهذا يشير إلى أن المؤسسات الإعلامية لا تولي التدريب الإعلامي أهمية كبيرة بل تعتمد على امكانيات وكفاءات الكوادر الإعلامية العاملة لديهم، ينظر جدول (7).

جدول (7) يبين مدى اهتمام المؤسسات الإعلامية بالدورات التدريبية

ت	الاهتمام	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1-	لا تهتم	27	50%	الاولى
2-	تهتم إلى حد ما	19	35.2%	الثانية
3-	تهتم بشكل كبير	8	14.8%	الثالثة
	المجموع	54	100%	

8- الطريقة المناسبة لتطوير كفاءة العاملين في المؤسسات الإعلامية: أوضحت اجابات المبحوثين بشأن الطريقة المناسبة لتطوير كفاءة العاملين في المؤسسات الإعلامية أن 23 مبحوثاً ونسبتهم 42.6% أكدوا أهمية المعايضة داخل مؤسسات إعلامية أخرى لغرض تطوير كفاءتهم، بينما أكد 15 مبحوثاً ونسبتهم 27.8% أهمية اشراك العاملون في دورات تدريبية داخل المؤسسة، بينما أشار 9 مبحوثين ونسبتهم 16.7%

ظهر المجموع أكبر من حجم العينة لأن الاجابة تحتمل أكثر من خيار، بحيث يمكن للمبحوث الاجابة عن أكثر من بديل\*.

وقائع المؤتمر العلمي السابع تحت شعار (العلوم الانسانية بين التحديات والافاق المستقبلية) الذي اقامته كلية الآداب في جامعة واسط بتاريخ 2023/7/1

إلى أهمية اشراك العاملون في المؤسسات الإعلامية في دورات تدريبية خارج البلد، وأخيراً أكد 7 مبحوثين ونسبتهم 12.9% أهمية التواصل مع الشخصيات المؤثرة في مجال الاختصاص، ينظر جدول (8).

جدول (8) يبين الطريقة المناسبة لتطوير كفاءة العاملين في المؤسسات الإعلامية

ت	الطريقة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1-	المعايشة داخل مؤسسات إعلامية أخرى	23	42.6%	الاولى
2-	اشراك العاملون في دورات تدريبية داخل المؤسسة	15	27.8%	الثانية
3-	اشراك العاملين في المؤسسات الإعلامية في دورات تدريبية خارج البلد	9	16.7%	الثالثة
4-	التواصل مع الشخصيات المؤثرة في مجال الاختصاص	7	12.9%	الرابعة
	المجموع	54	100%	

8- الطريقة التي يفضلها العاملون في المؤسسات الإعلامية في تطوير كفاءتهم في مجال الإعلام: بينت اجابات المبحوثين بشأن الطريقة التي يفضلها العاملون في المؤسسات الإعلامية في تطوير كفاءتهم في مجال الإعلام أن 27 مبحوثاً ونسبتهم 50% أكدوا أهمية طريقة متابعة المدربين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بينما أشار 14 مبحوثاً ونسبتهم 25.9% ضرورة الاشتراك بدورات تطويرية، وأكد 9 مبحوثين ونسبتهم 16.7% ضرورة متابعة آخر المضامين الإعلامية، بينما أشار 4 مبحوثين ونسبتهم 7.4% إلى ضرورة الدخول في المؤسسات الأكاديمية المتخصصة، بينما لم تحصل طريقة الدخول في المعاهد الخاصة على أي تأييد وبنسبة 0%، وهذا يشير إلى عدم ثقة المبحوثين بالمعاهد والمؤسسات التدريبية الخاصة، ينظر جدول (9).

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الطريقة	ت
الاولى	%50	27	متابعة المدربين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	
الثانية	%25.9	14	الاشتراك بدورات تطويرية	-2
الثالثة	%16.7	9	متابعة آخر المضامين الإعلامية	-3
الرابعة	%7.4	4	الدخول في المؤسسات الأكاديمية المتخصصة	-4
الخامسة	%0	0	الدخول في المعاهد الخاصة	-5
	%100	54	المجموع	

9- أهمية التدريب الإعلامي في تطوير أداء العاملين في المؤسسات الإعلامية: بينت اجابات الباحثين بشأن التساؤل (ما مدى أهمية التدريب الإعلامي في تطوير أداء العاملين في المؤسسات الإعلامية؟) أن 48 مبحثاً ونسبتهم %88.9 أكدوا أن التدريب الإعلامي مهم بشكل كبير، وأشار 4 مبحثين ونسبتهم %7.4 أن التدريب الإعلامي مهم إلى حد ما، بينما أكد مبحثان فقط ونسبتهم %3.7 أن التدريب الإعلامي غير مهم وهذا يشير إلى قناعة العاملون بالمؤسسات الإعلامية بأهمية التدريب الإعلامي لغرض تطوير مهاراتهم وكفاءاتهم في مجال العمل الإعلامي، ينظر جدول (10).

## جدول (10) يبين أهمية التدريب في تطوير أداء العاملين في المؤسسات الإعلامية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الأهمية	ت
الاولى	%88.9	48	مهم بشكل كبير	-1
الثانية	%7.4	4	مهم إلى حد ما	-2
الثالثة	%3.7	2	غير مهم	-3
	%100	54	المجموع	

فرضية البحث: تهتم المؤسسات الإعلامية بشكل كبير بالتدريب الإعلامي لغرض تطوير أداء كوادرها الإعلامية.

لقياس الفرضية القائلة (تهتم المؤسسات الإعلامية بشكل كبير بالتدريب الإعلامي لغرض تطوير أداء كوادرها الإعلامية) وضع الباحثان مقياس ثلاثي (موافق، محايد، معارض) لغرض قياس مدى اهتمام المؤسسات الإعلامية بالتدريب الإعلامي، وتم الاعتماد على الوسط المرجح لغرض قبول أو رفض فقرات المقياس، وتشير نتائج اجابات المبحوثين إلى أنها تتجه نحو (رفض) فقرات المقياس بحيث حصل مقياس اهتمام المؤسسات الإعلامية بالتدريب الإعلامي على وسط مرجح اجمالي بواقع (1.77) وهذا يؤكد أن فقرات المقياس تتجه نحو الخيار (معارض)، لذا ترفض الفرضية القائلة (تهتم المؤسسات الإعلامية بشكل كبير بالتدريب الإعلامي لغرض تطوير أداء كوادرها الإعلامية). ينظر جدول (11).

جدول (11) يبين مقياس اهتمام المؤسسات الإعلامية في التدريب الإعلامي

ت	العبارات	موافق	محايد	معارض	الوسط المرجح	الاتجاه
1	تهتم المؤسسات الإعلامية بتطوير كفاءات العاملين من خلال	10	22	22	1.77	معارض

					زجهم بالدورات التدريبية
معارض	1.92	19	20	15	1) تحرص المؤسسات الإعلامية على مواكبة التطورات الفنية والتقنية ورفع كفاءة العاملين
موافق	2.16	15	15	24	2) تحرص المؤسسات الإعلامية على رفع كفاءة كوادرها أكثر من استقطاب الكفاءات الجديدة
معارض	1.66	23	20	9	3) استخدام أساليب فنية وتقنية متطورة في التدريب الإعلامي
موافق	2.40	10	12	32	4) عدم اهتمام المؤسسات الإعلامية بالتدريب الإعلامي
معارض	1.88	20	20	14	5) يراعي الجانب التدريبي للعاملين في المؤسسات الإعلامية التوازن بين الجانب النظري والعملي
معارض	1.85	17	28	9	6) تهتم المؤسسات الإعلامية بالاستعانة بمدربين ذو كفاءة عالية لغرض تدريب العاملين
معارض	1.77	23	20	11	7) تهتم المؤسسات الإعلامية بالتقييمات السنوية ونصف السنوية الخاصة بالعاملين لغرض اشراكهم بالدورات التدريبية
معارض	1.11	49	4	1	8) اهتمام المؤسسات الإعلامية بتدريب وتطوير الكوادر الإعلامية أكثر من اهتمام الكوادر بأنفسهم
معارض	1.44	36	12	6	9) تتلائم طبيعة التدريب الإعلامي في المؤسسات مع التطورات والتقنيات الحديثة
معارض	1.55	32	14	8	10) تقييم المؤسسات الإعلامية لكفاءات العاملين بعد الاشتراك بالدورات التدريبية والتطويرية
معارض	1.77				الوسط الحسابي الاجمالي

## مناقشة النتائج

1. بينت نتائج اجابات المبحوثين أن سنوات خبرة العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية في محافظة واسط بلغت أكثر من 10 سنوات بالمرتبة الأولى وفي المرتبة الثانية (من 1-3 سنوات).
2. أكد أكثر من نصف المبحوثين العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية ونسبتهم 59.3% أن مؤسساتهم لا تحرص على اشراكهم في دورات تدريبية أو تطويرية لرفع امكانياتهم الفنية والمهنية.
3. بينت نتائج اجابات المبحوثين أن العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية يحرصون على تطوير أداءهم ومهاراتهم عبر الاشتراك بدورات تدريبية خارج نطاق المؤسسة التي يعملون فيها.
4. بينت اجابات المبحوثين أن عدد الدورات التي شارك فيها المبحوثون تتراوح ما بين دورة واحدة ودورتان تدريبيتان.
5. أوضحت نتائج البحث أن من أبرز أسباب زج الكوادر الإعلامية في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية بدورات تدريبية وتطويرية بسبب ظهور تقنيات ومعدات فنية حديثة، فضلاً عن الرغبة في الحصول على الترقية الوظيفية.
6. أوضحت نتائج اجابات المبحوثين أن أفضل طريقة للتدريب الإعلامي للكوادر هو المعيشة داخل المؤسسات الإعلامية الأخرى.
7. بينت نتائج اجابات المبحوثين أن الطريقة التي يفضلها العاملون في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية (عينة البحث) هو متابعة المدربين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فضلاً عن الاشتراك بدورات تطويرية.
8. أكد أغلب المبحوثين ونسبتهم 88.9% أن التدريب الإعلامي مهم بشكل كبير للعاملين في مجال العمل الإذاعي والتلفزيوني.
9. بينت النتائج أن المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية لا تهتم بشكل كبير بالتدريب الإعلامي لغرض تطوير أداء كوادرها الإعلامية بحسب قياس نتائج الفرض العلمي.

## الاستنتاجات

توصلت الدراسة إلى عدة استنتاجات وهي:

1. لا تهتم المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية بشكل كبير على زج كوادرها الإعلامية بدورات تدريبية وهذا من شأنه أن يجعل العمل الإعلامي بشكل تقليدي بعيدا عن الإبداع.
2. تحتل مواقع التواصل الاجتماعي من الوسائل المهمة في عملية التدريب الإعلامي من خلال توافر الصفحات والشخصيات التي تقدم المهارات والدورات بشكل مجاني أو بأجور بسيطة.
3. يشكل ظهور المعدات والتقنيات الحديثة الخاصة بالإنتاج الإذاعي والتلفزيوني أهمية كبيرة مما يدفعهم للبحث عن الدورات التدريبية والتطويرية التي تساعد على الاستخدام الأمثل لتلك المعدات.
4. من الطرق المهمة في التدريب الإعلامي هو معايشة داخل المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية الأخرى والذي يمكنهم من الاطلاع على التقنيات والمعدات الحديثة وكيفية استخدامها.

## التوصيات

يوصي الباحثان بما يأتي:

1. ضرورة إيلاء موضوع التدريب الإعلامي أهمية كبيرة في المؤسسات الإعلامية بشكل عام والمؤسسات الإذاعية والتلفزيونية بشكل خاص لأنها تساعد على رفع كفاءتهم المهنية والفنية.
2. ضرورة اجراء تقييم واقعي لإمكانيات العاملين في المؤسسات الإعلامية وزجهم بدورات تدريبية تعالج مكامن الخلل أو نقاط الضعف.
3. يجب اجراء تقييم للدورات التدريبية لغرض معرفة مدى واقعيته ومدى تحقيقها للأهداف التي وضعت لأجله.

## المراجع

Patricia A. Mclagen .(1983) .*models for excellence recommendations of ASTD training and development competency study* .Washington D.C: astd.

أحمد صقر عاشور. (2005). *السلوك الإنساني في المنظمات*. القاهرة: دار المعرفة الجامعية.

وقائع المؤتمر العلمي السابع تحت شعار (العلوم الانسانية بين التحديات الراهنة والافاق المستقبلية) الذي اقامته كلية الآداب في جامعة واسط بتاريخ 2023/7/1  
اميرة ناجي. (العدد6، مجلد2016، 2016). نمط تأهيل وتدريب الصحفيين ودوره في تطوير الأداء المهني في مصر. المجلة العلمية لبحوث الصحافة.

ايمن عودة المعاني. (2010). الإدارة العامة الحديثة. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

سعاد نائف برنوطي. (2001). إدارة الموارد البشرية (إدارة الأفراد). عمان: دار وائل للطباعة والنشر.

سعيد مراح منامي مباركة. (العدد1، مجلد1، 2020). دور التدريب الإعلامي في تحسين الاداء المهني للإعلاميين : دراسة ميدانية: إذاعة سوق أهراس. مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة.

عبد الرحمن توفيق. (2007). التدريب أصول ومبادئ. الجيزة: بيميك.

فاطمة الزهرة كريم. (الجزائر، 2017). أهمية التدريب في التطوير الإداري للمؤسسات الإعلامية: دراسة وصفية تحليلية لإذاعة المسيلة أنموذجاً. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد بوضياف، كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية/ قسم علوم الإعلام والاتصال.

محفوظ أحمد جودة. (2010). إدارة الجودة الشاملة. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

محمد اسماعيل الكويفي. (2020). واقع التدريب الإعلامي وسبل تطويره من وجهة نظر العاملين في شبكة الأقصى الإعلامية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأقصى، قسم الإعلام.

وسيلة حمداوي. (2004). إدارة الموارد البشرية. الجزائر: مديرية النشر لجامعة قالمة.